



Programa de Fortalecimiento a Comerciantes Mujeres de Zonas Rurales

Índice

1. Introducción
2. Fundamentos basicos de administracion
3. Finanzas para no financieros
4. Costos y precios
5. Presupuesto
6. Publicidad
7. Distribución del producto
8. Liderazgo



Introducción

Estimado emprendedor rural, el presente proyecto "Programa de fortalecimiento a Comerciantes Mujeres de Zonas Rurales", tiene como objetivo aportar conocimientos y herramientas para promover el desarrollo del potencial de las zonas rurales a través del fortalecimiento de la Mujer Emprendedoras.

Grameen de la Frontera, reconoce su trabajo como mujer emprendedora por lo que a través de los siguientes módulos, se le brindara capacitación teórica y práctica con la finalidad de identificar los esquemas de trabajo, tales como: herramientas, procesos, técnicas y conocimientos más actuales para llevar a cabo la transformación de un micronegocio a una empresa formal y consolidada.



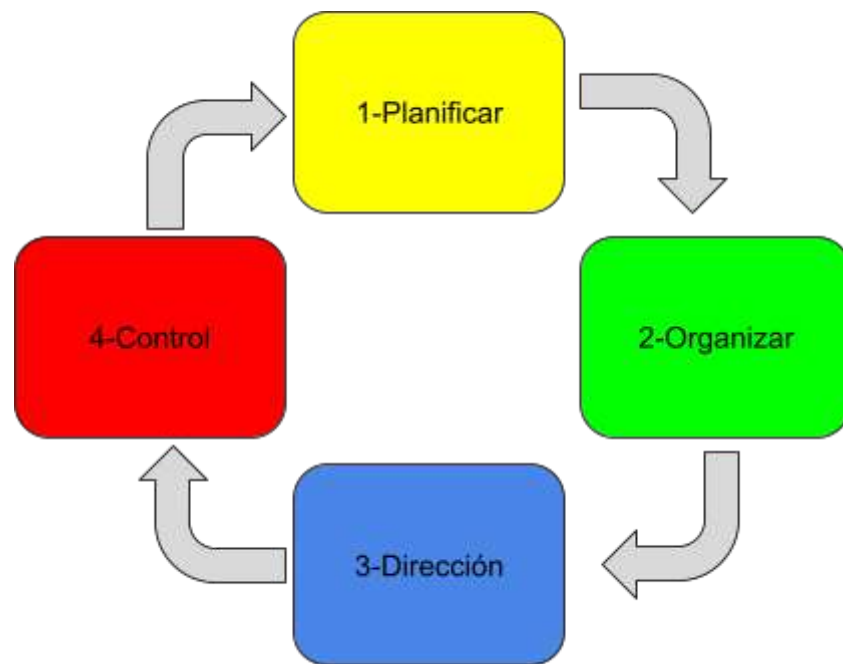
Fundamentos Básicos de Administración

¿Qué es la administración?

“La administración es el proceso que busca por medio de la planificación, la organización, ejecución y el control de los recursos darles un uso más eficiente para alcanzar los objetivos de una institución.” (Myriam Quiroa, 2020)

Para los emprendedores como tú, la administración quiere decir utilizar los recursos que se necesitan en la empresa de la forma más eficiente posible. La eficiencia se refiere a maximizar la utilidad con el menor esfuerzo posible. En este proceso el objetivo debe ser aumentar el valor de la empresa, lo cuál va de la mano con lograr obtener ganancias grandes en proporción de los costos.

Para los administradores, el proceso en el que los recursos son obtenidos, transformados y finalmente vendidos está dividido en 4 fases: Planear, Organizar, Dirigir y Controlar.



Se pueden entender mejor estos conceptos si se toma como ejemplo una panadería.

Planear: Conocer tu presupuesto, cuánto tienes ahorrado, cuál es tu meta, qué es lo que quieres lograr con la empresa más allá de obtener utilidad. Esto último puede referirse a si lo que se busca lograr es tener un ingreso constante por un tiempo indefinido, o solamente se busca ahorrar para la compra de un auto o una casa, o si se busca beneficiar a una comunidad ya sea un grupo familiar o una localidad pequeña. Las empresas también se crean con el fin de atender a las necesidades sociales, pueden ayudar a la integración de personas marginadas como en los casos de alcoholismo, drogadicción o falta de educación. De igual forma hay necesidades medioambientales como la contaminación por uso excesivo de plásticos o de combustibles, lo cual genera problemas de salud en las comunidades.

Organizar: Una vez que tienes las metas definidas, es necesario saber cómo vas a utilizar los recursos con los que cuentas. El dinero siempre va a ser limitado, por lo que debe haber prioridades claras en este aspecto: el equipo requerido y los gastos en la compra de inventario e insumos para empezar a operar siempre estarán en primer lugar, después de eso pueden considerarse el salario de los ayudantes o gastos en publicidad y otros equipos que no son indispensables pero que facilitan el trabajo diario. Para nuestro caso lo primero a tener en cuenta en gastar el dinero serían los hornos, moldes, charolas, pinzas como el equipo requerido, el harina, azúcar, betunes, saborizantes, cubrebocas, redecillas, los gastos de luz, agua y gas como los insumos iniciales; la contratación de un ayudante, los mandiles, bolsas de plástico, carteles publicitarios, vitrinas y demás son los gastos que no son indispensables pero que facilitan las operaciones de la empresa.

Dirigir: Esta parte se refiere a las tareas a realizar en el proceso de administración. No solo se trata de comenzar a operar sin un plan de acción. Se debe tener un buen manejo de los tiempos de preparación y entrega del producto para evitar el desperdicio lo más que se pueda. Si se conoce ya de antemano el tiempo que tarda en prepararse una tanda de panes, el horneado y las rutas de entrega, es posible que hagas un horario establecido para cada tarea y evitar contratiempos que te impidan cumplir con la demanda diaria.

Control: Normalmente las empresas de cualquier tipo tienden a perder sus objetivos iniciales cuando tienen un tiempo de haber empezado operaciones. Para evitar esto es necesario tener formas de asegurarte de que se está cumpliendo con esos objetivos que estableciste inicialmente. Para la ver si el negocio está generando ganancias es necesario realizar revisiones periódicas sobre cómo está la empresa: cuanta utilidad se está generando, que porcentaje representa esta sobre las ventas totales (esto se conoce como margen de utilidad), que parte de los gastos totales representan los gastos fijos y variables, el pago a la deuda de créditos y a proveedores; esta información es muy relevante para determinar acciones concretas como conocer el número de panes que se tienen que vender para tener utilidades (punto de equilibrio), o el tiempo que tardarías en promedio para pagar tus deudas o la inversión inicial, o incluso para saber si uno de tus productos, por ejemplo las conchitas, no se venden lo suficiente y sería mejor usar tu tiempo, dinero y el espacio de los moldes en otro pan que podría venderse más, como las empanadas. También en esta fase sería necesario tener juntas periódicas con los miembros de tu comunidad para revisar si se están cumpliendo los objetivos de atender a las necesidades sociales o medioambientales.

Misión, Visión y Valores

Una parte fundamental para empezar un negocio es comprender cuál es la misión, visión y valores de una empresa o negocio ya que esto nos ayuda a saber por que empezamos este negocio y donde queremos estar.

La misión ayuda a comprender el motivo de la existencia del negocio mientras que la visión ayuda a comprender hacia dónde va la empresa.

La misión habla del presente del negocio mientras que la visión habla acerca del futuro del negocio.

Los valores de un negocio son aquellas características o principios éticos que las empresas identifican como propios, estos guían las acciones y comportamientos que esta tenga con sus públicos internos o externos.

Por ejemplo, la misión de una tortillería podría ser poder satisfacer las necesidades de las personas que consumen tortilla de maíz, ofreciendo una tortilla de calidad y con muy buen sabor. La visión podría ser llegar a ser la mejor opción de tortillería para la ciudad. Y los valores podrían ser calidad, excelencia, pasión, puntualidad y lealtad.

Ejercicio 1.1- Misión, Visión y Valores

En el siguiente recuadro favor de llenar lo que se te pide:

Misión	Visión	Valores
¿Qué somos?	¿A dónde nos gustaría llegar con este negocio?	¿En que crees como negocio?
¿Qué hacemos?	¿Dónde queremos estar en el futuro?	Si tu negocio fuera una persona, ¿cómo la definirías?
¿Qué nos hace diferentes a los otros negocios?		¿Qué es lo más importante en el día a día?

Logotipo

El logotipo es un diseño, una foto o un nombre que haga que reconozcan a tu empresa por ejemplo este es el logotipo de OXXO.



Tener un logotipo para tu negocio es muy importante porque:

- Hace que tu negocio llame la atención de los clientes.
- Hace una fuerte primera impresión y con esto puedes lograr que los nuevos clientes lleguen
- Hace que la gente no olvide tu negocio.

Ejercicio 1.2- Logotipo

En el siguiente ejercicio imagina cómo sería el logotipo de nuestro negocio y dibújalo en el siguiente recuadro:

LOGOTIPO DE TU MARCA

Análisis FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de tu negocio.

Esto te ayuda a mejorar los procesos y ver que puedes hacer para mejorar.

¿Que significa FODA?

F (Fortaleza): Lo que funciona bien en tu negocio.

O (Oportunidades): Aspectos que puedes mejorar de tu negocio.

D (Debilidades): Lo que no funciona bien en tu negocio

A (Amenazas): Aspectos que están fuera de nuestro control que nos pueden dañar.

Ejemplo de un análisis de una tienda de abarrotes:

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">-Buena atención al cliente-Buenos precios-Calidad-Buen horario	<ul style="list-style-type: none">-Hacer más grande el localito-Remodelar el local-Ofrecer más productos
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">-No hay control de su inventario-Negocio pequeño-Falta de tecnología	<ul style="list-style-type: none">-Tiendas de abarrotes cercanas-Oxxos-Muy mal manejo del dinero

Ejercicio 1.3- Análisis FODA

En el siguiente recuadro favor de llenar lo que se te pide:

Fortalezas	Oportunidades
<p>¿Qué es lo que hacemos bien?</p> <p>¿Qué hace que nuestro negocio sea especial?</p>	<p>¿Cuáles son nuestras metas para este año?</p> <p>¿Qué recursos podemos usar para mejorar las áreas en las que tenemos debilidades?</p>
Debilidades	Amenazas
<p>¿Qué se podría mejorar?</p> <p>¿Qué recursos podrían mejorar nuestro desempeño?</p>	<p>¿Qué cambios en el sector son preocupantes?</p> <p>¿En qué nos supera la competencia?</p>

Finanzas para no financieros

¿Qué son las finanzas?

Las Finanzas se definen como el arte y la ciencia de administrar el dinero. A nivel personal, las finanzas afectan las decisiones individuales de cuánto dinero gastar , cuánto dinero ahorrar y cómo invertir los ahorros. En el contexto de una empresa las finanzas implican el mismo tipo de decisiones.

¿Qué es la contabilidad?

La contabilidad es un sistema que proporciona información para la toma de decisiones. La contabilidad se encarga de cuantificar, medir y analizar las operaciones, con el fin de facilitar la dirección y control de la empresa.

¿Qué es un ingreso?

Un ingreso representa un entrada de dinero, es decir dinero obtenido por la venta de algún producto por ejemplo para un negocio de tamales un ingreso puede ser la venta de los tamales.

¿Qué es un egreso?

Representa una salida de dinero, es decir un gasto o un costo por ejemplo para un negocio de tamales puede ser un recibo del gas , la costo de la harina, el costo de la manteca, el costo de la carne, la gasolina gastada, la hoja de elote y todo lo que necesitas para poder producir un tamal y vender es un egreso.

¿Cuál es el balance general?

Es un estado financiero que refleja la información económica y financiera de un negocio y separada en tres principales componentes: activo, pasivo y capital.

El balance es muy importante ya que nos ofrece información básica de la empresa en tan solo un vistazo. Por ejemplo, cuánto efectivo tiene la empresa, la cantidad de créditos que tiene y los bienes que la empresa posee.

¿Que es un activo?

Los activos son el total de recursos que dispone una empresa para realizar sus operaciones; siendo todos los bienes que son de su propiedad.

¿Qué es un pasivo?

El pasivo es el total de deudas y obligaciones que contrae la empresa.

¿Qué es el capital?

Es el dinero que se invierte en el negocio propiedad del dueño o dueños y las ganancias que se han obtenido después de todos los gastos.

Ejemplo balance general de una tienda de abarrotes

Activo	\$	Pasivo	\$
Dinero en efectivo	\$1000	Proveedores(Cuando se les debe algo a los proveedores)	\$2500
Inventario (Papas fritas, refrescos, dulces, pastelitos)	\$4000	Préstamo	\$6000
Refrigeradores	\$5000		
Vitrinas	\$1500	Capital	\$
Muebles	\$1500	Inversión inicial (recursos propios con los que se inicia el negocio)	\$3000
		Ganancias del mes anterior	\$500
Total Activo	\$12,000	Total Pasivo y Capital	\$12,000

Compresión de ejemplo de balance general:

En este balance podemos ver que tenemos 4000 de inventario y nos puede servir para ver si tenemos menos de lo necesario o más de lo necesario. También podemos observar que tenemos dos deudas que es el pago a nuestro proveedor de productos y el préstamo que sacamos para comprar el refrigerador y para comprar el inventario y en el capital podemos ver los 3000 pesos de juntamos para poder iniciar el negocio más las ganancias del mes anterior ya que estas se vuelven parte del capital del negocio.

¿Qué relación tienen los activos, los pasivos y el capital?

Para poder entender esto es necesario aclarar que la suma del activo es igual a la suma de pasivo más el capital es decir el activo es todo lo que tu tienes y con el pasivo y el capital logras financiar todo el activo, ya sea por créditos , préstamos o con dinero propio. En el ejemplo de arriba podemos observar como todos nuestros activos valen 12,000 , nuestros pasivo 8,500 y nuestro capital 3,500. En este caso la suma de pasivo y capital si nos da los 12,000 que tenemos en el activo. Siempre es muy importante tratar de que nuestro capital sea mayor que nuestros pasivos ya que esto quiere nuestra empresa ya es puede mantener por sí misma y que no depende de créditos además de que entro menos deudas tengo pues tienes más dinero para comprar mercancía o invertirlo en otras cosas.

Ejercicio 2.2 Balance General

Llenar el balance con el ejemplo de tu empresa.

Activo	\$	Pasivo	\$
		Capital	\$
Total Activo		Total Pasivo y Capital	

¿Qué es un crédito?

En pocas palabras es usar el dinero de alguien más para pagar algo con la promesa de que este dinero se le devolverá completamente más un interés por haberlo prestado.

¿Para qué sirve el crédito?

Sirve para poder hacer comprar todo lo necesario para abrir mi negocio, pagarle a mis proveedores, para ampliar mi local o para comprar más productos.

¿Cómo tener un buen historial crediticio?

Para tener o mantener un buen historial es necesario haber cumplido con préstamos anteriores para poder seguir pidiendo más créditos. Es como si yo le pidiera prestado la licuadora a mi vecina, cuando yo se la regrese se dará cuenta que soy de confiar en cambio si nunca le regreso la licuadora o tardó mucho en regresarla ya no volverá a confiar en mí y por lo tanto ya no me la prestara y le dirá a las otras vecinas que no eres de confiar. Es por esto que es muy importante nunca quedar mal con préstamo o crédito ya que las persona o empresas ya no volverán a confiar en ti si quedaste mal alguna vez más.

¿Qué es tasa de interés?

Es el precio a pagar por haber utilizado una cantidad de dinero de alguien más por ciento tiempo. Por ejemplo, yo pido prestado \$1000 pesos y me dicen que si me los prestan pero tengo que pagar un 4% de interés al mes por tener el crédito. Esto quiere decir que al final del mes tendré que pagar 1040 pesos en total.

Costos y Precios

¿Cómo saber qué Precios usar?

Esta es la pregunta más importante para que la empresa funcione bien, que no tenga problemas de pérdidas y te permita recuperar la inversión realizada y pagar tus deudas en un tiempo razonable.

No es una respuesta fácil, ya que depende de otros factores, todo partiendo de un concepto llamado Costo Unitario.

Este concepto solo puede ser utilizado para las empresas que se dedican a vender bienes, es decir, productos tangibles como huevos, pan, tortillas, libros, etc. El costo unitario es básicamente el monto necesario para producir y vender una unidad del producto. Para comprender mejor esto se puede tomar el ejemplo de una empresa que se dedica a la pesca y venta de camarones en la costa.

Digamos que María, una pescadora de bahía de Kino, necesita saber cual es el costo unitario de un kilo de camarón, en este caso hablaremos en general sin importar el tamaño o la calidad.

María tiene su casa ubicada en Kino Viejo, cuenta con un carro y hieleras listas para almacenar el producto, pero no tiene el equipo de pesca por lo que hace un viaje hacia la costa y decide rentar una panga de un pescador de la zona, que le cobra 200 pesos la hora y 150 pesos extra si ocupa el equipo como redes y cañas. Además de eso, María compra un lonche de 30 pesos en una tienda cercana por las horas en el mar. María parte en la panga hacia mar abierto, y después de 3 horas logra pescar un total de 5 kilos de camarón, con los cuales regresa a la

costa, le paga al dueño de la panga por las cuatro horas, y regresa a su casa para pesar el producto y asegurarse de que efectivamente son 5 kilos. María los separa en bolsas de 1 kilo cada una, y las lleva a la hielera más cercana, donde tiene que comprar aproximadamente 3 litros de hielo por cada kilo de camarón. Cada litro le cuesta 5 pesos a María, por lo que el gasto total sería de 90 pesos. Después de esto, tiene que hacer un viaje en carro hacia Hermosillo para vender su producto en el mercado, para esto María tiene que gastar 100 pesos de gasolina por el viaje de ida y otros 100 de regreso. Llegando al mercado, a María le cobran una comisión de 20 pesos por cada kilo de camarón que venda por usar el espacio.

Hagamos un listado de todos los gastos que tuvo que hacer María para vender el camarón.

Gasto	\$
Panga (3 hrs)	\$600
Equipo de pesca	\$150
Lonche	\$30
Hielo (15 lts)	\$90
Gasolina (ida y vuelta)	\$200
Comisión de mercado	\$100
Total	\$1170

Teniendo estos datos, es fácil saber el costo unitario de pescar y vender un kilo de camarón. Solamente se divide el costo total entre las unidades vendidas, es decir, los kilos de camarón vendidos: $1170/5=$
\$234

Este es el costo para María, del cuál debe partir su análisis y determinar un precio de venta adecuado. Ahora bien, antes de pasar a ese tema es necesario saber que existe una parte fija y una variable en ese costo. El costo fijo son aquellos costos que no cambian sin importar la cantidad de producto que se está vendiendo, para nuestro caso sería el Equipo de pesca, el lonche y la gasolina, siempre será lo mismo cada vez que se decida vender. El costo variable son aquellos que sí cambian dependiendo de la cantidad; la renta de la panga, el hielo y la comisión que cobra el mercado. Saber esto es muy importante, pues ayuda a saber qué tanto representan estos costos fijos del costo unitario total y saber si de verdad conviene aumentar la cantidad de producto a vender.

El costo fijo unitario es solamente dividir el total del costo fijo sobre la cantidad de kilos vendidos. $380/5=$ **\$76**

Gasto	\$
Equipo de pesca	\$150
Lonche	\$30
Gasolina (ida y vuelta)	\$200
Total	\$380

La misma operación se hace para saber el costo variable unitario.

$$790/5 = \$158$$

Gasto	\$
Panga (3 hrs)	\$600
Hielo (15 kgs)	\$90
Comisión de mercado	\$100
Total	\$790

Puedes comprobar si las cantidades son correctas si sumas el costo unitario fijo más el costo unitario variable y ver si coincide con el costo unitario total: $76+158= 234$

Puedes observar que el costo fijo es poco comparado con el variable, y esto es porque María gasta en insumos como la renta de la panga o la comisión, ya que son cosas que necesita pero no posee y tiene que pagar a alguien más que sí las tiene. Con el tiempo pudiera pensar en comprarse su propia panga, una hielera eléctrica o un puesto propio en el mercado para abaratar sus costos, pero eso es algo para lo que debe ahorrar y pensar en el futuro. María también podría pensar en gastar lo que obtiene de ganancia en otros costos fijos como en la publicidad,

algún cartel para anunciarse o una mención en la radio, con lo que pudiera tener más clientela y poder aumentar su precio de venta.

Punto de equilibrio

Volviendo a la pregunta inicial sobre el precio ideal, la verdad es que es algo más complejo que calcular un precio unitario, y no solo es una cuestión de saber que precio te permitiría pagar tu deuda y recuperar tu inversión, sino que también depende del precio que hay en el mercado y que tan competitivo es tu precio en comparación.

Hay un concepto habitualmente usado en las pequeñas empresas llamado punto de equilibrio. Una vez que se conocen los costos variables y fijos del producto, y que se asignó un precio razonable que esté parecido al de la competencia, se puede calcular con precisión cuántas unidades del producto se deben vender para cubrir todos los costos y estar en utilidad cero. En otras palabras, se puede calcular a partir de cuantas unidades de producto se empiezan a obtener ganancias.

En el ejemplo anterior, digamos que María decidió vender el kilo de camarón en 300 pesos, por lo tanto su utilidad unitaria sería $300 - 234 =$ **\$66**. Como dijimos, esta utilidad unitaria puede aumentar o disminuir dependiendo de las unidades que se vendan, ya que hay una parte fija en los costos que no cambia sin importar cuánto se venda. Ya mencionamos que esta parte fija es en total \$380, y por unidad son \$76. Si descontamos esa parte fija del costo unitario total, dejando sólo la parte variable, y eso se lo descontamos al precio unitario daría un total de: $300 - 158 =$ **\$142**. A esta cantidad se le conoce como *Margen de*

contribución. Este número ayuda a saber nuestro punto de equilibrio. Si tomamos el costo total y lo dividimos sobre el margen de contribución sabremos cuantos kilos hay que vender para cubrir todos los costos:

$$380/(300-158) = 380/(142) = \mathbf{2.67 \text{ unidades}}$$

Si este número lo convertimos en kilos, sabremos que se necesita vender poco más de 2 kilos y medio de camarón para que no haya pérdidas en la empresa de María.

Análisis de punto de equilibrio

Digamos que María necesita una utilidad de 200 pesos al día para cubrir sus otros gastos diarios como comida, ropa y demás. Se puede calcular un nuevo punto de equilibrio que permita saber cuantos kilos de camarón hay que vender si María espera obtener esta ganancia diaria. Solamente hay que sumar esa ganancia esperada a los costos fijos en la fórmula y después hacer el mismo cálculo.

$$(380+200)/142 = 580/142 = \mathbf{4.08 \text{ unidades}}$$

En otras palabras, hay que vender poco más de 4 kilos de camarón si María espera cubrir sus costos y además tener una ganancia de 200 pesos.

También es importante saber que el punto de equilibrio puede cambiar con el precio que escoges mejor para tu producto. Por ejemplo, si el precio por kilo en lugar de 300 fuera de 270, el punto de equilibrio pasaría a ser de 3.39 Kilos, y de 5.17 kilos con 200 pesos de ganancia. Estas cantidades son mayores porque el menor precio requiere de

mayores ventas para compensar los costos, y por el contrario, un mayor precio podría generar menores cantidades en el punto de equilibrio pero supondría un escenario poco realista el vender un producto muy por encima del precio de mercado.

La recomendación aquí es ser lo más realista posible con la parte de costos fijos y la ganancia deseada para obtener el punto de equilibrio adecuado. Sí se sabe que María no solamente tiene que obtener ganancia para compensar los gastos de comida, sino que debe tener pagos mensuales por los créditos que tiene que pagar, o además busca darse algunos lujos mensuales como viajes, restaurantes o salidas semanales, también debe tener eso en consideración como parte del presupuesto mensual que desea obtener. Básicamente ver esa ganancia deseada como el salario que le gustaría obtener por el esfuerzo que toma el pescar y vender sus camarones, ya que es el valor de su trabajo.

Todo eso forma parte del punto de equilibrio deseado, y los precios realistas para el consumidor, cada vez que te preguntes porque los precios de un producto son tan altos recuerda que los vendedores también son empresarios que deben atender las necesidades de su negocio y de su familia. Aunque sí es de entender que cuando estos precios simplemente están muy por encima de lo razonable y aún así no se pueden pagar todos los costos o no se puede tener una ganancia que te permita un estilo de vida decente, lo mejor sería cambiar de giro de negocio.

Ejercicio 3.1 Costos y Punto de equilibrio

- En el siguiente recuadro describe los costos fijos y variables para uno solo de tus productos en un día de venta.
- Después calcula el Costo unitario total, Costo Unitario Fijo y Costo Unitario Variable.
- Determina un precio de venta justo para tu producto que esté por encima del costo unitario total.
- Determina el ingreso aproximado que esperas obtener al mes de tu empresa, que incluya el pago de tus necesidades y el pago de tus créditos, y divídelo entre 30 para saber el ingreso diario.
- Usa estas cantidades para calcular el punto de equilibrio sin utilidad y otro para la utilidad deseada, y verifica cuánto tendrías que vender al día y si esta cantidad te suena realista.

Costos Fijos	\$
Total	\$

Costos Variables	\$
Total	\$

Cantidad a vender (unidades)	
Costo unitario Total	\$
Costo unitario Fijo	\$
Costo unitario Variable	\$
Precio de venta	\$
Margen de contribución	\$
Punto de equilibrio (s/utilidad)	
Utilidad esperada del mes	\$
Utilidad esperada diaria	\$
Punto de equilibrio (c/utilidad)	

Presupuesto

La planeación supone uno de los mayores retos para el área financiera de la empresa, por el hecho de que la incertidumbre es algo a lo que un empresario debería estar acostumbrado. Incluso cuando se tiene un empleo estable y que de un ingreso constante siempre existe el riesgo de que la empresa para la que trabajas sufra de algún recorte de presupuesto por las bajas ventas o por la inflación, o simplemente fuiste despedido por un mal desempeño o porque tu perfil laboral no es atractivo. Una persona normalmente tiene que asegurarse antes de que cosas así pasen para evitar verse muy afectado y no sufrir tiempos de crisis mientras consigue otro trabajo u otra fuente de ingresos. Lo mismo sucede con las empresas, normalmente no se cuenta con los recursos suficientes para hacerle frente a los escenarios donde las ventas no te permitan cubrir los gastos o tengas que recurrir a vender tu equipo o si de repente los pagos de los créditos aumentan y empiezan a haber cargos por pagos tardíos. Todo eso debería tomarse en cuenta para tener una reserva de efectivo que por lo menos ayude a pasar por esos escenarios por tiempo hasta que las cosas mejoren, en lugar de gastar todo el dinero que ingresa por las ventas de la empresa.

Para tener una idea de la cantidad ideal a ahorrar es necesario partir de los ingresos y egresos que ya tienes actualmente en tu empresa. Tomaremos un ejemplo muy simple de la tabla que realizaste para el caso de una tienda de abarrotes.

Ingresos	\$	Egresos	\$
Ventas al contado	3200	Inventario	2200
Ventas a crédito	400	Luz	400
		Agua	100
		Carteles	50
Total Ingresos	3600	Total Egresos	2750

La ganancia del mes fueron 850. Puede parecer mucho si se trata de una semana, pero hay que recordar que existen gastos que no cambian sin importar lo que se vendió, como la Luz y el Agua, sin mencionar que hay productos del inventario que son perecederos y tienen que desecharse, lo que supone una pérdida si no se venden. Los Abarrotes no podrían pagar sus gastos si las ventas disminuyeran solo un poco. Hay que imaginar un escenario para las siguientes 5 semanas. Analicemos el siguiente escenario:

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Venta de contado	\$ 3,200	\$ 3,300	\$ 2,000	\$ 1,950	\$ 1,300
Venta a credito	\$ 400	\$ 200	\$ 200	\$ -	\$ -
Ingresos (+)	\$ 3,600	\$ 3,500	\$ 2,200	\$ 1,950	\$ 1,300
Inventario	\$ 2,200	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 1,500	\$ 500
Luz	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400
Agua	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Publicidad	\$ 50				\$ 50
Compras de equipo		\$ 700			\$ 200
Gastos (-)	\$ 2,750	\$ 3,200	\$ 2,500	\$ 2,000	\$ 1,250
Utilidad (=)	\$ 850	\$ 300	\$ (300)	\$ (50)	\$ 50
Caja(=)	\$ 450	\$ 550	\$ 50	\$ -	\$ 50

La primera semana fue muy buena para la tienda. Hubo ventas por 3,200 y gastos por 2,750, lo que deja una ganancia de de 850, pero el número que realmente importa es el de CAJA, que es literalmente el dinero en efectivo que se tiene a la mano, por el hecho de que la venta a crédito no deja dinero en el momento sino en el futuro, no se puede contar con ese dinero para los gastos de la próxima semana. Muchos negocios no tienen este problema, pero en el caso de los abarrotes, muchas veces es necesario tener que dar ventas a créditos para ganar clientes o para tener más ingresos en las semanas siguientes. Por lo tanto el negocio solo tiene 450 pesos en mano. Para la segunda semana se pudo cobrar la mitad del crédito, lo que aumenta las ventas, y la tienda decide comprar un poco menos de inventario pues igualmente espera que se venda todo, e incluso compró una televisión para el lugar, lo que se refleja como compras en equipo y es un desembolso de 700. La utilidad es poca, 300 solamente, y el dinero en caja es poco para los gastos que vienen, pero la tienda espera vender más por la compra del televisor.

A la tercera semana las ventas bajan mucho, por ser semana de puente y la gente sale de la ciudad, y lo restante de la venta a crédito sigue sin cobrar. De igual manera, la tienda decide comprar el mismo inventario, pues piensa que la próxima semana se va a recuperar, pero se queda con pérdidas por 300, dinero en la caja se usa para reponer los gastos dejando 50 solamente, y está en riesgo de no poder pagar los gastos de la siguiente semana. Para la cuarta semana, las ventas bajan todavía más, esta vez no hay una explicación y tal vez sea una mala racha, pero la tienda decide comprar 500 pesos menos de inventario porque teme no tener lo suficiente para pagar la luz y el agua. La venta a crédito es finalmente pagada, pero le deja sin dinero en caja. A la quinta semana, las ventas disminuyeron aún más, pues esta vez sí hubo demanda, pero no contaba con el inventario suficiente. Y esta vez decide comprar solamente 500 de inventario, y gastar lo demás de la venta en publicidad (carteles) y una bocina usada para poner afuera y atraer más clientela, pero ello le deja 50 pesos en caja solamente.

Este es el escenario al que muchas veces se enfrentan los empresarios con gastos diarios a los que no pueden hacer frente. Por el temor a no poder pagar la luz y el agua, la tienda siguió bajando su inventario pero ello disminuyó sus ventas para la siguiente semana.

La recomendación para un presupuesto saludable, es siempre mantener al menos tres cuartas partes ahorradas, es decir en caja, de los gastos fijos y una mitad de los gastos en inventario. Veamos cómo funciona esta práctica en el mismo caso.

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Venta de contado	\$ 3,200	\$ 3,300	\$ 2,000	\$ 1,950	\$ 3,100
Venta a credito	\$ 400	\$ 200	\$ 200	\$ -	\$ 400
Ingresos (+)	\$ 3,600	\$ 3,500	\$ 2,200	\$ 1,950	\$ 3,500
Inventario	\$ 2,200	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000
Luz	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400
Agua	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Publicidad	\$ 50				\$ 50
Compras de equipo					\$ 200
Gastos (-)	\$ 2,750	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,750
Utilidad (=)	\$ 850	\$ 1,000	\$ (300)	\$ (550)	\$ 750
Caja(=)	\$ 450	\$ 1,250	\$ 750	\$ 200	\$ 550

En esta ocasión, se decidió no gastar en la compra de una televisión, ya que a pesar de ser una buena idea no es el mejor momento pues el negocio apenas va comenzando y resulta un gasto innecesario. Ese solo hecho le permitió salir adelante durante la semana 3 y 4, pudiendo cubrir los gastos y comprar el inventario suficiente para la quinta semana donde sus ventas aumentaron, y pudo pagar lo mismo en publicidad y en la bocina pero con mucho más en caja. La clave está en reconocer las prioridades de la empresa. En este caso la primera son los gastos de Luz y Agua, sin los cuales no se pudiera operar, y en segundo lugar el inventario, que siempre debe ser lo suficiente para poder vender y tener ahorrado para los gastos de la siguiente semana.

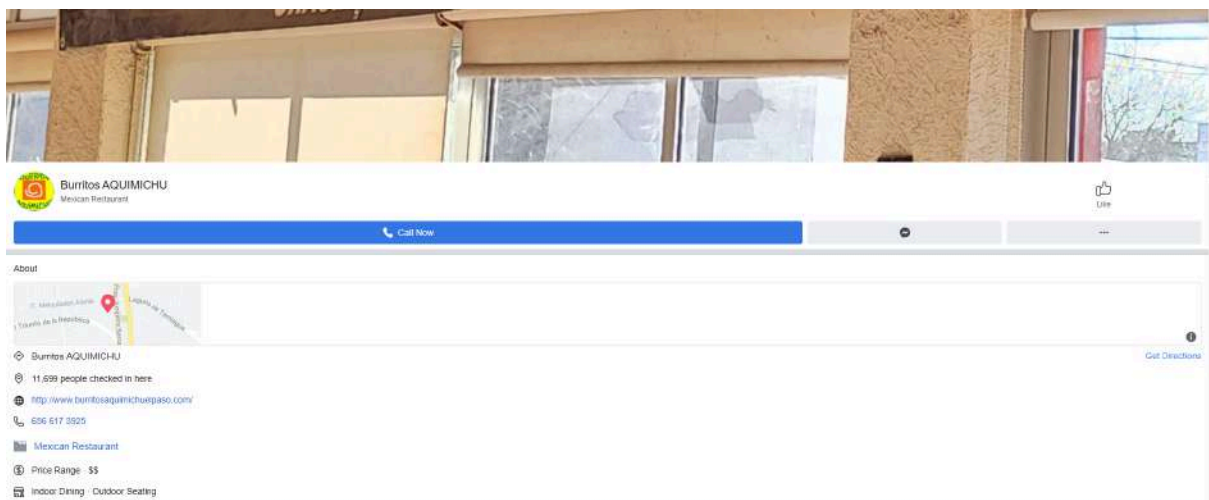
Publicidad

¿Qué es la publicidad?

Es una herramienta de mercadotecnia que tiene como objetivo hacer visible un producto o servicio para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación al negocio y para que tu negocio sea más conocido.

Tipo de publicidad-

Publicidad online: Es la publicidad hecha por medio de redes sociales por ejemplo crear una página de facebook y subir lo que vendes para que la demás gente pueda verla.



Publicidad impresa: Son por ejemplo volantes de tu menú de comida, de servicios que ofreces, También podrían ser cartulinas con lo que

vendes o promocionando tu negocio o mandar a hacer una lona con tu logo y lo que ofreces.

AHORA en  **GOFY**
Restaurante

AI TOMAR
una de nuestras
BAGUETTES

TU REFRESCO
de 40 cl.

¡DE REGALO!



www.todocoleccion.net

Publicidad de boca en boca: Podría ser que tus clientes recomienden tu negocio y que por esto te lleguen más clientes es una de las formas de publicidad más efectivas ya que las recomendaciones son muy buenas para que la gente te conozca.



Recomendaciones:

Si apenas estás comenzando tu negocio es muy importante la publicidad para que la gente te conozca, lo que se te recomienda hacer es usar todos los tipos de publicidad mencionados anteriormente si tienes acceso a una computadora o a un celular con internet podrías abrir tu página de facebook y subir tus fotos para que la gente te conozca esto solo te tomará 20 minutos pero los resultados son muy buenos. El hacer volantes y repartirlos también es muy importante ya que así la gente puede ver lo que venden o también hacer una lona con el menú o cartulinas con la información de lo que vendes. y la última de publicidad de boca en boca no olvides de tratar muy bien a tu clientes ya que estos son los que te atraerán a mucha más gente por tu gran servicio o producto .

Características de un cartel publicitario

Para que un cartel sea efectivo es muy importante tener en consideración los siguientes puntos:

1-Un mensaje claro

2-Una buena letra

3-Una imagen muy llamativa o un dibujo muy llamativo

4-El logo del negocio

Cuando realizamos todos estos puntos podemos lograr que la gente realmente ponga atención al cartel y es muy probable que si les gusto el cartel vayan a conocer el negocio.

Ejercicio 6.1- Cartel de tu negocio

En el siguiente recuadro favor de dibujar un cartel de lo que ofrece tu negocio.

Cartel de tu negocio

Distribución del producto

¿Qué es la distribución?

Con la distribución estamos haciendo referencia al conjunto de actividades que se realizan desde que un producto es elaborado, hasta que es comprado por el cliente final.

¿Por qué es importante la distribución?

En esta parte del proceso es donde veremos cómo vamos a planear todo el proceso para poder llegar a nuestros clientes. Desde cómo nos podremos de acuerdo con nuestro proveedor sobre las entregas de la materia prima o de que día iré a comprar los insumos para hacer mi producto hasta ver cómo le haremos para entregar el producto.

Por ejemplo en el caso de una tortillería sería algo como ver que día ire a comprar la harina y todo lo que necesito para poder producir las tortillas y planear que ese día en específico no me quite tiempo para seguir produciendo, hasta ver como voy a repartir las tortillas en caso que le surta a restaurantes o a tiendas de abarrotes.



Canales de distribución

-Canal directo: Es cuando la propia empresa se encarga de hacer llegar el producto a los clientes y no requiere de nadie más. Por ejemplo si vendo tortillas yo me encargo de ir a entregarlas o unos de mis empleados.

-Canal indirecto: La distribución y comercialización es realizada por empresas distintas a la productora. Por ejemplo si vendo tortillas y alguien más va por ellas y las vende y entrega en los lugares.



Recomendaciones

La distribución es muy importante ya que necesitas ver como vas a conseguir todos los insumos para posteriormente producirlos y ver cómo entregamos el producto. Es muy importante tener en consideración como vas a ir a comprar los productos si tienes alguna dificultad ir a comprar podrías ponerte de acuerdo con algunas vecinas para ir a comprar los insumos juntos y así ahorrar gasolina o que salga más barato el taxi. También si tu producto requiere hacer entregas necesitas planear esto para que puedas cumplir con los clientes y llegar a tiempo.

Liderazgo

Los recursos humanos de las empresas, es decir, las personas que trabajan en ella, no pueden comprometerse al 100 por ciento con tus metas si no son guiadas de forma correcta. Obviamente cada persona es un mundo diferente con sueños, aspiraciones y metas a alcanzar que no siempre tendrán algo que ver con el éxito de tu empresa. Por ello, es necesario desarrollar habilidades de liderazgo que permitan hacer ver a las personas involucradas que los frutos que llegue a dar tu organización también tendrán un beneficio para ellos, no solo en el lado económico, sino que ayudará como experiencia el haber formado parte de tu círculo ya que a lo largo del tiempo habrán aprendido a poner en práctica las mismas habilidades que tú desarrollaste como la disciplina, responsabilidad, manejo del tiempo, toma de decisiones, trato con los clientes, todas aquellas habilidades que tal vez no pudieron haber aprendido en otra organización.

Existen 2 principales tipos de liderazgo que definen los dos extremos en que un administrador convence y hace convencer a las personas a su alrededor:

Liderazgo Laxo: Se caracteriza por ser un dirigente sin mucho ánimo de obligatoriedad, es decir, no le gusta ejercer un castigo inmediato a los errores y prefiere dejar que las mismas personas decidan si hacer las cosas como les son ordenadas o hacerlo a su manera. No tiene un control sobre el seguimiento de las metas y tiende a delegar demasiado el poder, o en otras palabras, le deja las responsabilidades a las personas que están por debajo suyo.

Liderazgo Laxo	
Ventajas	Desventajas
<p>-Puedes lograr mucho convencimiento con los trabajadores si deciden ser apegados a la empresa.</p> <p>-La falta de presión en el trabajador por tener que cumplir las cosas de forma exacta en que el jefe diga, motiva para seguir actuando a favor de la empresa y generan un ambiente de salud emocional.</p> <p>-Es importante reconocer que el trabajador es una persona y como tal no se limita a ser mano de obra sino que también posee ideas y conocimientos que tal vez, tu no tengas, por lo que es prioridad mantenerlos siempre en el pilar de nuestras prioridades, ya que el fin de la empresa es beneficiar a sus miembros de la comunidad y estos beneficios regresan a la empresa en contribuciones que facilitan el crecimiento de la empresa.</p>	<p>-Los trabajadores con tiempo podrían aprovecharse de esta falta de liderazgo y podrían tomar ventaja de la situación.</p> <p>-Hay personas que simplemente no tienen los mismos criterios que tú y simplemente no tomarán el camino deseado, y es tu tarea como líder aprender a reconocerlas y de ser necesario evitar que formen parte de tu organización.</p>



Líder Autoritario: El otro lado de la moneda son aquellos líderes con completo control sobre su empresa y poca tolerancia a los errores. La gran mayoría de los trabajos en grandes empresas como supermercados, maquilas y constructoras tienen este tipo de liderazgo, donde las tareas son muy claras y el error es fácilmente medible, no hay forma de no saber cuando un trabajador no hace lo que se le asigna, y tampoco hay espacio para proponer nuevas ideas porque los procesos no lo permiten, son muy estandarizados y tomaría mucho tiempo y dinero cambiar la forma de hacer las cosas. Es por esto que el liderazgo autoritario es más usado que el laxo.

Liderazgo Autoritario	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> -Las tareas son muy claras y el error es medible. -Eficiencia. -Estandarización. -Cumplimiento a las metas. -Cumplimiento a la puntualidad. -Cumplimiento al orden. 	<ul style="list-style-type: none"> -Poco espacio para ideas. -Desapego emocional de los trabajadores al ambiente laboral. -Nadie tendrá ánimos de formar parte de la organización y solo se seguirán en ella por el salario obtenido y el momento que tengan una mejor oferta se irán. -En los momentos de inicio de tu empresa, es poco conveniente tener este tipo de liderazgo, pues tus ayudantes no estarían motivados a proporcionar ideas y soluciones, algo muy requerido en estos tiempos de incertidumbre y alta competencia.



Existe un tercer tipo de liderazgo, que es el Democrático, que viene siendo un balance entre el Autoritario y el Laxo, más enfocado en la consulta y la participación de todos los miembros sobre las decisiones, pero donde el control y el cumplimiento siguen existiendo.

El problema con esto es que suena poco realista aplicar este liderazgo en empresas del tamaño de 2 o hasta 5 personas, no resulta tan útil dedicarle tanto tiempo a la consulta y la votación. En la práctica, los líderes se inclinan más hacia los extremos entre Laxo y Autoritario, siempre dependiendo de la situación que amerite más uno que el otro.

Importancia del Liderazgo

Existen varias razones por las cuales desarrollar el liderazgo es muy importante:

- Puedes influir en el comportamiento de los empleados.
- Satisfacer las necesidades de los empleados.
- Hacer cambios necesarios.
- Resolver conflictos.
- Formar y fomentar el desarrollo de los empleados.
- Generar una visión hacia el futuro.
- Orientar y motivar a los empleados.



Ejercicio 7.1-Liderazgo

Responder las siguientes preguntas del recuadro con toda sinceridad.

Liderazgo

¿Tú con qué tipo de Liderazgo te sientes más identificado?

¿Cuál deberías de aplicar más hacia tu negocio?

¿En qué situaciones crees que deberías usar más el liderazgo Laxo y el Autoritario?

