

¿



?

¿Y qué es lo que voy a vender pues?

Autor: Elder Flores Durán
Palabras: 986



En la lección anterior, tuvimos el aprendizaje de poder comprender que el mercado es un sistema de comunicación entre las personas, y que si hay un obstáculo en ese proceso, estamos perdidos.

*Siguiendo con esa idea iniciamos esta lección recordando el término de **cálculo económico**.*

Pretendemos que luego de completar esta lección, puedas analizar:

¿qué es lo que puedes vender?
¿qué ejemplos te invitan a ser un emprendedor?
¿será que triunfarás?

Pérdidas y Ganancias

Los precios permiten al emprendedor realizar el **cálculo económico**. Mediante el cálculo económico se intenta aprobar los efectos de una determinada acción, contrastando sus costos y beneficios. Si los beneficios son mayores que los costos, se obtendrán ganancias; si ocurre al revés, pérdidas. Las pérdidas y las ganancias determinan que es lo que ha de producirse, cómo ha de producirse y en qué momento. Son las señales que envían los consumidores para orientar si las cosas se están haciendo bien, y si realmente se están valorando los productos y servicios que se les ofrecen.

El estado de pérdidas y ganancias es el gran instrumento por el cual en la sociedad se asignan los recursos a aquellos fines que son más valorados, de este modo constituyen el gran indicador para que el emprendedor decida continuar una actividad o redefinir la forma en la que se está desarrollando. Funcionan como los métodos para hacer caminar al burro: el garrote y la zanahoria; y difícilmente podamos decir cual de los 2 es más poderoso, si la ansiedad por obtener determinada ganancia o el temor por sufrir alguna pérdida.

El emprendedor puede afrontar tres resultados:

1. Negativo
2. Neutro
3. Positivo

Los tres resultados son señales importantes, las pérdidas son un claro indicador que deben hacerse cambios.

La historia de Don Pepe ejemplifica mejor. Don Pepe, era un empresario que toda su vida se había dedicado al cultivo de tomates, de una manera muy cuidadosa, por lo que el precio de los tomates era bastante elevado y por ende los clientes muy selectos. De repente, un día, se dejó entrever la afamada calidad de sus tomates, y por ende su compañía se ponía en duda. Don Gerardo, quien producía al por mayor, había comprado una máquina; mientras a Don Pepe producía 10 tomates, Don Gerardo producía 10,000 con una calidad bastante similar y a la mitad de precio. Por lo que la gente decía de boca en boca que ahora comprarían con Don Gerardo, ya que satisfacía sus necesidades a un mejor precio y en menor tiempo. Don Gerardo obtenía mayores ganancias y Don Pepe tenía pérdidas.

Las pérdidas indican que deben realizarse cambios, como en el ejemplo de Don Pepe, donde los resultados le demuestran que tiene que cambiar de método para cosechar los tomates o bien buscar otro sector de mercado para **incursionar** (introducirse y animarse a), como cultivar lechugas y aventurarse de nuevo. Don Pepe no puede seguir así ya que terminaría consumiendo el capital.

Por supuesto, en todo emprendimiento o en una actividad que ya esté en marcha, cuando se enfrentan nuevos proyectos o nuevas etapas, pueden producirse pérdidas y esto hay que tomarlo en cuenta, pero hay que decidir solucionarlo

rápidamente. Por lo que habrá que reducir costos, aumentar los precios, incrementar la producción, expandir la línea de productos, o vender algunos activos.

Un resultado del emprendimiento, que no tenga ni ganancias ni pérdidas, es mucho más sostenible, incluyendo el costo de oportunidad del capital y la depreciación de activos. El mismo resultado podría obtenerse en cualquier otra inversión de riesgo, lo cual no permite acumular capital para expandir actividades. Es decir, si el resultado es neutro, se podrá continuar con la actividad desaprovechando otras actividades, que podrían dar ganancia y tampoco se está acumulando capital que permita expandirse o iniciar otros negocios.

Por ejemplo podríamos ver el caso de que la Pepsi, se dedique a realizar pan; el caso sería que no son los especialistas en la realización de ese producto, pero por su fama, no tendrían pérdidas, pero tampoco ganancias. Por lo tanto lo que se estaría desaprovechando es la oportunidad para poder hacer nuevas gaseosas o refrescos, los cuales les generarían grandes ganancias.

La **rentabilidad** (lo que se gana) a largo plazo permite crecer, comprar nuevos equipos, capacitar a los empleados, adoptar nuevos procesos de producción, construir nuevas instalaciones, financiar investigaciones para nuevos productos, explorar nuevas oportunidades de negocio.

Uno de los problemas con los que se enfrenta el emprendedor, es precisamente, conocer qué tipo de resultados está obteniendo.

- Contratará a un contador para que lo ayude, pero aun así se enfrentará con algunos problemas:
 - la información de los registros contables, se refiere al pasado,
 - a los precios de un período anterior.

Los resultados pueden sugerir la evolución futura, pero el emprendedor debe tomar decisiones que tendrán un impacto en el futuro.

Existen ciertas secciones que no tienen precios del mercado (el valor de una marca) y han de ser evaluados; para otros, por ejemplo los inventarios de mercaderías.

Los datos que registra la contabilidad han de ser considerados como provisionales, aunque esto no impide comprender la eficiencia del cálculo económico, se obtiene todo lo que se puede en un mundo cambiante e incierto y los datos que refleja la contabilidad están en permanente evolución, para perfeccionar métodos y brindar mejores indicadores en la toma de decisiones. Tal es el caso, por ejemplo, de los llamados “tableros de control” donde se concentra la información de una serie de indicadores con datos relevantes actualizados sobre el desempeño de la empresa, comparándolos con períodos previos o con los objetivos por alcanzar.

Conclusiones

1. Los precios condensan gran cantidad de información dispersa y son datos fundamentales a considerar en la toma de decisiones
2. Las pérdidas o ganancias reflejan la valoración que hacen los consumidores de los productos y servicios que se les ofrecen y si el emprendedor lo está haciendo de la mejor manera.
3. Nunca olvidar el costo de oportunidad del capital, invertido a efectos de determinar la rentabilidad del negocio.

Glosario

- **Condensan.** Reducir una cosa a menor volumen.
- **Redefinir.** Volver a definir algo cuyas características o circunstancia han cambiado.
- **Remuneradoras.** Beneficiosas, productivas, provechosas, convenientes.
- **Rentabilidad.** Calidad de rentable. Capacidad de rentar. Rentable: Que produce renta suficiente o remuneradora.
- **Similar.** Que tiene semejanza con una cosa
- **Supuesto.** Hipotético, no comprobado

Referencias

- Israel Kirzner, El significado del proceso de mercado, 1997.
- Martín Krause, Economía para emprendedores, 2004.
- Imágenes: www.shutterstock.com