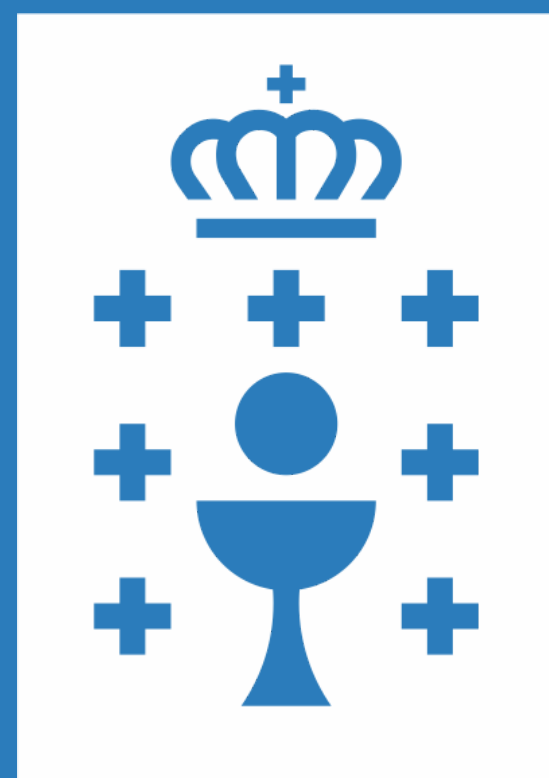




XUNTA
DE GALICIA

Parámetros económicos básicos

Os cálculos fundamentais para funcionar

Parámetros económicos básicos



Índice

01. Definicións previas

02. Estimación dos parámetros
económicos básicos

Definicións previas:

Unidade de venda estandarizada:

Que é? é o servizo ou o elemento básico, o máis presente nos produtos ou nos servizos que compra o cliente.

Para que me serve coñecelo? Para simplificar a xestión económica da actividade no día a día. O obxectivo é saber cantas unidades estandarizadas necesitamos para poder alcanzar a viabilidade do negocio, e identificar de cada ingreso ou venda que realizamos, cantas unidades achéganos para ese obxectivo semanal, mensual ou anual.

Coste do produto vendido:

Que é? Son os custos nos que incorremos cada vez que se produce unha venda.

Para que me serve coñecelo? Para coñecer cales son os elementos de custo nos que incorremos coa venda de cada produto, e que en moitos casos, non asumiríamos se o produto non se vendese. Isto vains a permitir coñecer a marxe bruta, como diferenza do prezo de venda e o custo directo.

Marxe bruta:

Que é? É a cantidade que nos queda ao descontar os custos directos do produto ou do servizo vendido.

Para que me serve coñecelo? Para entender canto importe proporciona cada ingreso aos custos xerais ou custos fixos da empresa. É dicir, con canto diñeiro contribúe cada venda para manter a empresa funcionando.

Costes fixos:

Que son? Son os custos que temos aínda que non se produzan vendas, os custos da estrutura de funcionamento da empresa, desde os salarios á conexión a internet ou a xestoría, alugueiros, etc.

Para que me serve coñecelos? Coñecer os custos fixos márcanos o obxectivo mínimo de vendas que necesitamos que a empresa poida ser viable.

Bottom up analyse:

Que é? Un sinxelo cálculo que partindo dos custos fixos da nosa actividade, dinos cantas unidades de produto ou servizo necesitamos vender para alcanzar o punto de equilibrio no que a marxe bruta agregada de todas as vendas cobre os custos fixos.

Para que me serve facelo? Para sopesar se a cifra de vendas ou a cantidade de produtos ou servizos que necesitamos executar para alcanzar o punto de equilibrio é unha cantidade viable desde un punto de venda técnico. Podemos saber se o negocio ten que estar ao seu máximo de capacidade produtiva para lograr ser viable, se é suficiente cun pequeno tanto por cento desta capacidade, etc.

Top down analyse:

Que é? Mercado ao que temos que chegar e conquistar para poder cubrir os custos fixos coa marxe bruta das vendas resultantes.

Para que me serve calculalo? Vai permitir saber se o éxito comercial que necesitamos, o tanto por cento do mercado que necesitamos conquistar, é unha porción do mercado razoable.

Periodo medio de cobro:

Que é? Tempo que pasa de media, desde que prestamos o servizo ou entregamos o produto ata que cobramos.

Para que nos serve coñecelo? Para saber se imos ter que financiar o custo de produción dos produtos ou servizos ata que os cobremos e canto é ese custo (circulante).

Periodo medio de pago:

Que é? O tempo que pasa desde que os provedores sérvennos ata que lle pagamos.

Para que nos serve coñecelo? Para analizar se temos que financiar o circulante da actividade ou pola contra, se cobramos antes de pagar aos provedores, se dispoñemos dunha marxe positiva neste sentido.

Coste de adquisición del cliente - CoCA - :

Que é? É o custo de toda a actividade comercial, de comunicación publicitaria e promocional nun período de tempo, dividido entre o número de clientes obtidos nese período de tempo.

Para que nos serve calculalo? O custo de adquisición do cliente diranos se estamos a levar a cabo accións de comercialización rendibles ou deficitarias, se temos marxe de actuación para aplicar promocións máis atractivas ou non. Se temos que buscar alternativas de venda máis económicas ou se podemos investir en novas canles de venda que impliquen maiores custos.

Valor de vida do cliente - LTV - :

Que é? Suma das marxes brutas que un cliente tipo proporcionáanos ao longo da súa relación comercial connosco.

Para que nos serve coñecelo? Vai dar a medida do límite de investimento en custo de adquisición de clientes que non deberemos traspasar, e leste é, un terzo do valor de vida do cliente.

Churn rate:

Que é? A perda de clientes nun período, dividido entre o total de clientes ao iniciar ese período. Multiplicado por 100 para mostralo en %.

Para que nos serve coñecelo? Saber cantos clientes perdemos nun período de tempo axúdanos a coñecer cantos clientes novos temos que captar para evitar decrecer e cantos a maiores para lograr chegar aos obxectivos do plan de negocio.

Estimación dos parámetros económicos básicos

Agora trata de estimar cada un dos parámetros económicos básicos que necesitas coñecer para construír un negocio viable. Non tentes facer cálculos exactos, é unha estimación, se o modelo económico vai tan axustado que require de afinar nos cálculos, entón o mellor é que tras esta análise básica traballes o plan económico financeiro en detalle con axuda do persoal en excel que che proporcionaremos.

Cal é a túa unidade de venda básica ou estandarizada? (Por exemplo, horas de taller, camisetas, cafés, corte de pelo de cabaleiro...)

Cales son os custos nos que incorres cada vez que se vende unha unidade básica ou estandarizada? (O que entregas e os custos de entregalo, cobralo, etc.)

Cal é a marxe bruta, a cantidade que queda eliminando os custos directos do prezo de venda da túa unidade de venda básica?

Que custos fixos ten o teu negocio?

Cantas unidades básicas necesitas producir ou servizos prestar para lograr cubrir os custos fixos?

Que tanto por cento representan, do mercado ao que podes servir, o dato que obtiveches no apartado anterior?

Canto tempo estimas que vas tardar en cobrar cada produto que sirvas ou cada servizo que prestes?

Cando vas ter que afrontar os custos de produción?

Que gastos comerciais, de publicidade e comunicación e mesmo descontos comerciais necesitas para vender? E cantas unidades estimas que será posible vender co investimento en comunicación dunha campaña ou dun mes?

Cantas unidades estándar de produto equivalente consideras que pode comparte de media un cliente ao longo da súa relación coa empresa?

Cantos clientes pensas que vas perder por mes ou por ano? Xa sexa porque consomen todos os produtos, conclúen o seu servizo ou se van coa competencia.

