

## **PASOS PREVIOS A LA APERTURA**

Sugerimos realizar este itinerario antes de ponernos a vender con respecto a los aspectos materiales previos a la inauguración.

### **1. NEGOCIACIÓN BANCARIA.**

Siempre tenemos que disponer de una cuenta bancaria a ser posible diferenciada de las que poseamos a título particular, pues será una forma de comprobar la marcha de nuestro negocio sin que se mezclen gastos propios con los de la empresa, evitando así posibles faltas de dinero en momentos puntuales.

Debemos acostumbrarnos a que nuestra empresa tiene sus propias necesidades y si tenemos que aportar dinero de nuestros recursos a la misma por no alcanzar las ventas suficientes para afrontar los gastos necesarios, esto será un préstamo al negocio, que procuraremos recuperar en cuanto sea posible sin poner en riesgo la solvencia (dinero en efectivo) de la misma; al hilo de esto, desde nuestro punto de vista y en la medida de lo posible, fijarnos un sueldo (que nos pagará la empresa) sin que superemos esa cantidad hasta no haber generado suficiente volumen de beneficios con nuestra actividad.

Asimilado lo anterior, lo ideal es consultar con diversas entidades acerca de los servicios y los costes que nos supondrán los mismos por abrir una cuenta corriente en su entidad, especialmente los referentes a las comisiones por cobro de talones (pues es una forma habitual de entrada de dinero por nuestras ventas) y gastos por cobro por tarjeta y mantenimiento de terminales, pues es un medio de pago de nuestros clientes ampliamente extendido.

Aunque en un principio (salvo excepciones), nuestra posición frente al banco no nos dejará margen para negociar esos costes, hemos de hacer el intento por reducirlos al máximo.

Lo más común es que ya tengamos abierta alguna cuenta en un banco, con el que estaremos habituadas a operar, por lo que lógicamente seguiremos con él (sin olvidar abrir una cuenta específica para el negocio) pero dando a conocer nuestra nueva condición de empresaria; otro caso frecuente es la recepción de algún préstamo, el cual se percibirá a través de algún banco del que no tenemos porqué ser clientas, lo cual no quiere decir que tengamos que estar ligadas a él en el resto de operaciones, es decir, negociemos con ellos las condiciones ofertadas por esos otros servicios y si nos interesan, establecerlas allí; sino buscar otro banco y limitarnos a pagar las cuotas de devolución del crédito.

En esta última situación, debemos informarnos bien acerca de sus propuestas (especialmente suscripción de seguros a favor del banco o establecimientos de servicios obligatorios con ellos), no debiendo sentirnos presionadas, pues como nosotras, ellos también están intentando vender sus *productos*.

## **2. PROVEEDORES.**

Si nuestra iniciativa es de comercio, llega el momento de llenar las estanterías, ya sea para proveernos de bienes para poner directamente a la venta con más o menos manipulación, ya sea para disponer de materias primas con las que elaborar nuestros productos finales.

Aunque al principio el crédito con los proveedores sea bajo (seguramente tendremos que pagar en efectivo o dejar una señal antes de recibir las mercancías), debemos procurar siempre conseguir no pagar de inmediato, negociando aplazamientos o fraccionamientos de pago así como la entrega en depósito, permitiéndonos generar suficiente tesorería para afrontar los gastos fijos (alquileres, inversiones, etc) e imprevistos.

Junto con las condiciones de pago, otro elemento vital es los márgenes que podremos lograr a partir de los precios de compra, pues esa será nuestra ganancia. Posibilidades de promociones por volumen de pedido, costes de transporte y almacenamiento, tasas a pagar, servicios post venta, etc, no pueden perderse de vista si queremos que la rentabilidad sea la máxima posible.

Recordemos siempre esta formula sencilla:

$$\text{Margen comercial} = \text{Precio de Venta final} - \text{Coste de las compras}$$

Hay que asegurarse que lo que nos sirven se adecua a lo que hayamos pedido o nos han publicitado, siendo una manera de asegurar esto los pagos pendientes por existencias.

Las condiciones de entrega también son importantes especialmente en productos perecederos, por lo que tendremos que observar con atención lo acordado.

Otro aspecto importante a la hora de elegir proveedores es su capacidad para responder de sus productos, esto es, el alcance de su responsabilidad (retirada de productos defectuosos, servicios post venta, manuales de uso, presentaciones, etc) y los mecanismos para efectuarla.

En la medida en que nuestro negocio se situé más próximo al cliente (comercio minorista) que a la fabricación, la capacidad de nuestros proveedores de responder a los cambios del mercado (gustos de los clientes y competencia) también será un

factor a sopesar a la hora de elegirlos sino queremos quedarnos fuera ante las previsible variaciones que originan nuevos productos o formas de comercialización.

### **3. CONFORMIDAD DE OBRAS E INSTALACIONES.**

El desembolso que suponen las posibles reformas, obras de adecuación a la normativa, decoración, ambiente, etc. de nuestro local hacen que este aspecto previo sea muy importante, sobre todo si consideramos de forma añadida su apuesta de permanencia en nuestra empresa (no podemos hacer reformas o redecoraciones estructurales a menudo, por necesidad de paralizar la actividad durante su realización y por sus costes).

El acabado de acuerdo a lo pactado, su adecuación a la posible normativa urbanística, sanitaria y de seguridad y la asunción por parte del contratista de futuras reparaciones y remates posteriores a la entrega final, tiene que obligarnos a meditar tranquilamente sobre su elección y quién la va a efectuar.

El compromiso de plazos de ejecución por escrito y las posibles compensaciones si no se efectúan en los tiempos acordados, nos evitarán retrasos en la apertura a los clientes de nuestra empresa.

Hay que evitar en la medida de lo posible, salvo que seamos muy profesionales, caer en la tentación de hacerlo todo nosotras mismas en lo que respecta a decoración, por muy buena voluntad que tengamos, pues pensemos en que la impresión que ofrezcamos de nuestro local a los posibles compradores nos va a situar de forma muy inmediata en una mejor o peor posición con respecto a la competencia.

### **4. ENTREGA O RECOGIDA DE MERCANCÍAS.**

Hay que cerrar por escrito los compromisos de entrega de las existencias con los proveedores, evitando de antemano que sea el proveedor el que nos haga la selección de los productos,- **recordemos que somos nosotras las que pagamos y por tanto elegimos y decidimos** -, ya que puede darse el caso, nada raro, de que por carencia de algunos productos nos los sustituyan por otros de inferior calidad, con menos salida o incluso a mayor precio. Debemos dejar muy claro, que en la situación contemplada, nos sean consultadas las alternativas antes de servirnos o retirar las mercancías.

Otro aspecto importante son los costes de transporte y los embalajes desde sus almacenes hasta nuestro establecimiento, pues si no se tienen en cuenta a la hora de formular los pedidos, pueden desbaratarnos toda nuestra tabla de precios. Recordemos que si los gastos de transporte corren de nuestra cuenta, suponen un incremento en los costes y por tanto una reducción en nuestro margen de beneficios.

## **5. SUMINISTROS.**

Nos referimos aquí a los contratos de suministro de electricidad, agua, gas y teléfono, que aunque generalmente no suelen dar problemas en establecimientos que ya han estado funcionando, en los nuevos tendremos que tener cuidado con los boletines de adecuación de la instalación eléctrica que nos tiene que visar la Comunidad de Madrid ante de establecer el contrato con la empresa suministradora.

## **6. PAGOS.**

La previsión de caja que hayamos hecho en nuestro Plan de Empresa se pone a prueba en el momento crítico comprendido entre la finalización de reformas, abastecimiento de existencias para su venta, contrato de suministros, etc, y la apertura definitiva al público, pues hay que tener en cuenta que siempre surgen imprevistos de última hora, debiendo minimizarlos o aplazarlos hasta que hayamos empezado a vender.

La situación se agrava si tenemos en cuenta nuestra condición de nueva empresa, con poca capacidad de obtener facilidades de pago o posiciones ventajosas frente a los proveedores, debiendo asumir, salvo excepciones todos los pagos en efectivo. Recomendamos repasar el apartado de [medios de pago](#) para intentar *arañar* algo de oxígeno para nuestra tesorería (caja o efectivo) en los momentos iniciales previos a la consolidación de nuestra iniciativa entre los compradores / as.