



PLAN DE TRANSFORMACIÓN  
DEL COMERCIO EN ZONAS  
RAMBLA Y SALAMANCA

# MÓDULO 4: VIABILIDAD ECONÓMICA Y GESTIÓN FINANCIERA

Plan de Transformación del Comercio - Zonas Rambla y  
Salamanca

PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO COMERCIAL  
Zonas Salamanca, Centro y Rambla

El 'Plan de Transformación del Comercio de las Zonas Comerciales Rambla y Salamanca' es un proyecto ejecutado por el Ayuntamiento de Santa Cruz, a través de la Sociedad de Desarrollo, y cofinanciado por la Unión Europea a través del Programa FEDER Canarias 2021-2027, "Una manera de hacer Europa", en el marco de la convocatoria Canarias Destino Comercial Inteligente.

## 1. Fundamentos económico-financieros del comercio

Antes de analizar si tu idea de negocio es viable, necesitas dominar los conceptos básicos que te permitirán tomar decisiones informadas. Este apartado establece los fundamentos financieros que aplicarás a lo largo del módulo.

En Santa Cruz, donde el comercio local combina tradición y proximidad con gestión moderna, entender tus números es lo que diferencia los negocios que prosperan de los que desaparecen. Dominar estos conceptos te dará el control sobre tu proyecto desde el principio.

### 1.1. Estructura de la cuenta de resultados

La cuenta de resultados es el documento que refleja cómo tu comercio genera beneficios a partir de las ventas. Te muestra el recorrido del dinero desde que ingresa hasta que se convierte en ganancia o pérdida. Comprender su estructura te permite identificar dónde está tu margen real y qué gastos están afectando tu rentabilidad.

El proceso comienza con las ventas, que representan tu ingreso principal. A partir de este dato, restas el coste de la mercancía vendida para obtener el margen bruto. Este margen bruto es tu primera referencia de rentabilidad: muestra cuánto te queda después de pagar lo que te costaron los productos que vendiste.

Sobre el margen bruto, se aplican deducciones ordenadas. Primero restas los gastos de personal, después el alquiler y otros gastos generales (luz, agua, seguros, material de oficina). Tras estas deducciones, llegas al EBITDA (Beneficio antes de Intereses, Impuestos, Depreciaciones y Amortizaciones), que refleja la rentabilidad operativa pura de tu comercio, sin considerar gastos financieros ni contables.

A continuación, restas la amortización (reparto del coste de activos como mobiliario o equipos a lo largo de su vida útil). Después, los intereses de préstamos o financiación. Por último, los impuestos. Así obtienes el resultado neto, que es el beneficio real que genera tu negocio.

Ejemplo simplificado de una cuenta de resultados:

- **Ventas: 10.000 €**
- **Coste mercancía vendida: 6.000 €**
- **Margen bruto: 4.000 € (40% sobre ventas)**
- **Gastos de personal: 1.500 €**
- **Alquiler: 800 €**
- **Otros gastos generales: 400 €**
- **EBITDA: 1.300 €**
- **Amortización: 200 €**
- **Intereses: 100 €**
- **Impuestos: 250 €**
- **Resultado neto: 750 €**

Este resultado neto es el dinero que realmente te queda después de cubrir todos los gastos. Analizar cada partida te ayuda a detectar dónde puedes mejorar.

## 1.2. Indicadores clave y referencias

Los indicadores clave transforman los números de tu cuenta de resultados en información útil para tomar decisiones. No basta con saber cuánto vendiste o ganaste: necesitas comparar, medir eficiencia y detectar áreas de mejora. Los indicadores principales son:

- **Porcentaje sobre ventas:** Convierte cada gasto o partida en un porcentaje de tus ventas totales para que puedas comparar fácilmente. Por ejemplo, si tus gastos de personal son 1.500 € y tus ventas 10.000 €, calculas:  $(1.500 \div 10.000) \times 100 = 15\%$ . Esto significa que de cada 100 euros que vendes, 15 euros se van en sueldos. Este porcentaje te permite comparar con otros meses o con referencias del sector.
- **Comparación con períodos anteriores:** Analizar la evolución mes a mes o año a año revela tendencias. Si tus ventas crecen un 10% pero tus gastos suben un 20%, tu margen se está deteriorando. Detectar estas desviaciones a tiempo te permite corregir antes de que el problema crezca.
- **€/m<sup>2</sup> de área de venta:** Divide tus ventas entre los metros cuadrados de tu local. Este indicador mide la eficiencia del espacio comercial. Si vendes 10.000 € en un local de 50 m<sup>2</sup>, generas 200 €/m<sup>2</sup>. Comparar este dato con comercios similares te indica si estás aprovechando bien tu espacio o si podrías optimizar la distribución y el surtido.
- **Comparación con presupuesto:** Compara tus ventas reales con lo que habías planificado para detectar desviaciones. Por ejemplo, si planificaste vender 12.000 € y solo alcanzaste 10.000 €, calculas la desviación así:  $[(12.000 - 10.000) \div 12.000] \times 100 = 17\%$ . Una desviación de este tamaño te obliga a revisar tu estrategia comercial o ajustar tus previsiones iniciales.

Estos indicadores son herramientas que usarás cada mes para ajustar precios, controlar gastos y mejorar tu rentabilidad.

## 1.3. Factores críticos en el comercio minorista

Además de dominar la cuenta de resultados y los indicadores, debes considerar factores que impactan directamente en la liquidez y sostenibilidad de tu comercio. Estos factores no siempre se reflejan de forma inmediata en los números, pero determinan tu capacidad para mantener el negocio en marcha.

El primer factor crítico es la diferencia entre venta y cobro. Puedes registrar una venta hoy, pero si el cliente paga a 30 días, esa venta no se convierte en efectivo hasta dentro de un mes. Mientras tanto, necesitas pagar a proveedores, alquiler y sueldos. Gestionar bien los plazos de cobro y pago es esencial para mantener liquidez. Cuanto más rápido cobres y más flexible sea tu relación con proveedores, mejor flujo de caja tendrás.

El segundo factor es la gestión del inventario. Comprar mucho stock inmoviliza capital que podrías usar en otras áreas. Además, si los productos no rotan, corres el riesgo de obsolescencia: mercancía que no se vende y pierde valor. Mantener un equilibrio entre tener producto suficiente y no sobreinvertir en stock es clave para liberar recursos y mantener agilidad.

El tercer factor es distinguir entre gasto e inversión. Un gasto es un pago que consumes inmediatamente (alquiler, luz, nóminas). Una inversión es un desembolso que genera valor a largo plazo (reformatar el local, comprar mobiliario, digitalizar procesos). Confundir ambos puede distorsionar tu análisis de rentabilidad. Las inversiones se amortizan en el tiempo y mejoran tu capacidad competitiva, mientras que los gastos deben controlarse para no erosionar el margen. Dominar estos tres factores te permite gestionar tu comercio con una visión completa, más allá de los números de la cuenta de resultados.

## 2. Viabilidad económica: Cómo saber si tu idea puede sostenerse

La viabilidad económica mide la capacidad de tu comercio para generar ingresos suficientes que cubran los costes y dejen un beneficio razonable. Validarla al principio evita errores caros y te permite ajustar el modelo antes de comprometerte con alquileres, compras de stock o personal.

En Santa Cruz, las diferencias de zona, estacionalidad y tipo de clientela influyen mucho en las ventas. Por eso conviene trabajar con datos cercanos a tu realidad: afluencia peatonal, ticket medio comparable y estructura de gastos realista. Cuando pones los números delante, descubres si necesitas otro tamaño de local, otra política de precios o un surtido distinto.

### 2.1. Definir los costes y los ingresos

Para saber si tu idea se sostiene por sí sola, empieza identificando cuánto te costará operar y cuánto puedes ingresar con tu propuesta. Los costes fijos son los pagos que tendrás cada mes aunque no vendas (alquiler, seguros, cuota de autónomos, suministros mínimos, sueldos...). Los variables dependen de lo que vendas (mercancía, embalaje, comisiones, transporte). Los mixtos combinan ambas lógicas (electricidad, agua, mantenimiento...).

Conviene que anotes cada concepto con su importe y periodicidad. Si un gasto es anual (seguro, dominio web), prorrateas su parte mensual para incluirlo en la fotografía real. No dejes fuera gastos pequeños: al sumarlos, pueden distorsionar márgenes. En paralelo, estimas ingresos con criterios prudentes: tráfico de la calle, tasa de conversión razonable y ticket medio acorde a tu categoría.

Te ayudará mucho separar la estimación por familias de producto. Si vendes alimentación, calculas ingresos esperados para frescos, secos y complementos; si vendes moda, distingues básicos de temporada y accesorios. Así descubres qué líneas tiran del negocio y cuáles requieren otra estrategia de precio o de compra.

Cuando tengas los costes e ingresos a la vista, comparas escenarios. Si con el escenario conservador ya cubres los gastos y te deja margen, avanzas. Si solo cierras números en el escenario optimista, mejor ajustar ahora que corregir con el negocio en marcha.

Para estructurar el cálculo con rigor, te viene bien apoyarte en una hoja sencilla y aplicar estas ideas:

- **Registra todo:** Incluye incluso gastos pequeños y prorrateas los anuales para que no “desaparezcan”.
- **Separas por familias:** Distingue líneas de producto para ver qué sostiene el margen y qué lo erosiona.
- **Usas supuestos prudentes:** Trabaja con ticket medio y conversión realistas para no autoengañarte.
- **Comparas escenarios:** Valoras qué pasa si vendes un 20% menos o si sube un coste clave.

### 2.2. Calcular el punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel mínimo de ventas necesario para cubrir todos tus costes. Por debajo de este umbral, pierdes dinero; por encima, comienzas a generar beneficios. Su cálculo es fundamental para fijar objetivos realistas de ventas y decidir si tu modelo de negocio es sostenible.

Para calcularlo, necesitas dos elementos básicos:

- **Costes fijos totales:** Son los gastos que pagas independientemente de cuánto vendas. Por ejemplo, si tu alquiler es 800 €/mes, seguros 100 €, cuota autónomo 300 € y sueldos fijos 1.200 €, tus costes fijos son 2.400 €/mes.
- **Margen de contribución:** Es la diferencia entre el precio de venta y el coste variable de cada producto. Si vendes una camiseta a 30 € y te cuesta 18 € (incluyendo el producto y gastos asociados como embalaje), tu margen de contribución es 12 € por unidad. Expresado en porcentaje:  $(12 / 30) \times 100 = 40\%$ .

### La fórmula del punto de equilibrio en unidades es:

Punto de Equilibrio (unidades) = Costes fijos totales / Margen de contribución por unidad

Ejemplo: Si tus costes fijos son 2.400 € y tu margen de contribución por producto es 12 €, necesitas vender  $2.400 / 12 = 200$  unidades al mes para cubrir gastos.

### Si prefieres calcular el punto de equilibrio en euros de facturación:

Punto de Equilibrio (€) = Costes fijos totales / (Margen de contribución % / 100)

Ejemplo: Con costes fijos de 2.400 € y un margen de contribución del 40%, necesitas facturar  $2.400 / 0,40 = 6.000$  € al mes.

## 2.3. Evaluar la rentabilidad potencial

Cubrir gastos no basta: necesitas que el negocio compense el tiempo, riesgo y capital invertido. Para evaluarlo, observa indicadores simples que puedes calcular sin contabilidad avanzada. El margen bruto te muestra cuánto te queda tras pagar el coste del producto; el margen neto te dice lo que realmente ganas después de todos los gastos.

Una práctica útil es calcular la rentabilidad por categoría de producto. En alimentación, los frescos rotan rápido pero con margen menor; en decoración, las piezas tienen margen alto pero rotan lento. Conocer esta mezcla te guía a la hora de asignar espacio, esfuerzo y presupuesto.

También observa la rentabilidad del tiempo. Si un servicio personalizado te ocupa muchas horas y aporta poco margen, quizá debas paquetizarlo o restringirlo a horas valle..

Cuando pongas orden en esta evaluación, te funcionará pensar en tres planos:

- **Producto y precio:** Ajustas surtido y tarifas según margen y percepción de valor.
- **Compra e inventario:** Decides cantidades y frecuencia de reposición para no inmovilizar caja.
- **Operativa y tiempo:** Priorizas tareas con mayor impacto económico y reduces las de bajo retorno.

## 2.4. Cómo aplicar el análisis de viabilidad en tu comercio

Con los números delante, conviertes el diagnóstico en decisiones. Si el umbral de equilibrio queda lejos de tus ventas previsibles, puedes replantear el tamaño del local, compartir gastos, rediseñar el surtido hacia un mayor margen o trabajar el ticket medio con packs y ventas complementarias. Si la barrera es la liquidez, calendarizas compras y escalonas inversiones.

Piensa, por ejemplo, en una tienda de regalos del centro que proyecta ventas de 3.800 € con costes fijos de 1.900 € y margen del 45%. El punto de equilibrio es 4.222 €. Reduce costes fijos compartiendo espacio con otro negocio, sube el ticket medio con packs de temporada y mejora el margen sustituyendo una línea de bajo rendimiento. En dos meses puede acercarse al umbral sin forzar ventas imposibles.

Este análisis es vivo: lo revisas cada trimestre con ventas reales y ajustas supuestos. Además, te sirve para presentar tu proyecto a financiación o ayudas, demostrando que conoces tus cifras y que tomas decisiones informadas.

## 2.5. Errores frecuentes al evaluar la viabilidad económica

Evaluar la viabilidad económica de un negocio puede parecer sencillo, pero existen errores comunes que distorsionan el análisis y provocan decisiones equivocadas. Identificarlos y corregirlos a tiempo te ahorrará problemas financieros y permitirá una planificación más realista.

- **Subestimar los gastos ocultos:** Muchos emprendedores olvidan incluir gastos pequeños como mantenimiento, limpieza o consumibles. Con el tiempo, estos costes afectan a la rentabilidad real.
- **Sobrevalorar las ventas iniciales:** Es habitual ser demasiado optimista al estimar las primeras ventas. En la práctica, la clientela tarda en consolidarse, por lo que conviene proyectar escenarios más prudentes.
- **No diferenciar entre margen bruto y neto:** Confundir ingresos con beneficios lleva a errores de cálculo. Un negocio puede facturar mucho y, aun así, tener poco margen.
- **Ignorar la estacionalidad:** En Santa Cruz, la actividad comercial varía por temporada. No considerar los meses flojos puede dejarte sin liquidez.
- **No actualizar las previsiones:** Revisar los cálculos periódicamente te permite adaptarte a cambios de precios, demanda o competencia.

Evitar estos errores no requiere ser experto en contabilidad, solo mantener una actitud constante de observación y ajuste. La clave está en basar tus decisiones en datos y no en suposiciones.

## 3. Estructura de costes y control financiero

Una vez verificas que la idea es viable, dominas los costes y llevas un control de tu economía. El objetivo ahora es gestionar con precisión para proteger el margen, anticiparte a tensiones de caja y tomar decisiones a tiempo.

### 3.1. Gestión práctica de los tipos de costes

Ya trabajaste la identificación de costes, ahora te centrarás en cómo gobernarlos. Los fijos son los menos flexibles, pero aun así puedes optimizarlos revisando contratos, compartiendo recursos o ajustando horarios. Los variables te dan margen de maniobra: eliges proveedores, negocias cantidades, optimizas mermas. Los mixtos exigen seguimiento frecuente para que no se desboquen.

Funciona muy bien calendarizar una revisión trimestral de grandes partidas y una mensual de las menores. También ayuda convertir parte de lo fijo en variable cuando sea posible (por ejemplo, servicios a demanda en lugar de cuotas altas).

Para pasar de la intención a la acción, te viene bien priorizar intervenciones con impacto directo:

- **Negocias grandes contratos:** Alquiler, energía y comunicaciones son palancas de ahorro relevantes.
- **Comparas alternativas:** Cotizas con dos o tres proveedores y documentas condiciones.
- **Bajas, mermas y devoluciones:** Pequeños ajustes operativos protegen el margen mejor que una subida de precio.

### 3.2. Cómo crear y mantener tu cuadro de control financiero

El cuadro de control es tu tablero: recoge ingresos, gastos y saldo, y te muestra tendencias. Con una hoja de cálculo basta si está bien pensada y la alimentas con disciplina. Te interesa que sea simple para usarla cada semana, no

perfecta y olvidada.

Incluye registros de ventas por día o semana y separa los gastos por categorías. Incorpora también un margen estimado por familia y anota movimientos puntuales (compras grandes, reparaciones) para entender los picos. Al final del mes, compara contra el mes anterior y contra tu meta.

Para que el cuadro de control te ayude a decidir, conviene que lo uses con un pequeño ritual de revisión:

- **Marca un día fijo:** Reservas 30–45 minutos a la semana para actualizar y leer los datos.
- **Observa variaciones:** Si una partida sube sin explicación, investigas la causa.
- **Conecta con acciones:** Cada desviación genera una medida concreta (negociar, sustituir, ajustar).
- **Anota aprendizajes:** Dejas constancia de lo que funcionó para replicarlo.

### 3.3. Errores comunes en la gestión de costes

Muchos comercios no fallan por falta de clientes, sino por falta de control. El problema surge de pequeños descuidos que, sumados, erosionan el margen mes a mes. Los principios que acabas de ver para controlar costes también aplican a otras áreas de tu negocio: identificar fugas, medir con constancia y actuar antes de que el problema crezca. Aquí te muestro cuatro errores específicos de la gestión de costes que debes evitar.

El primero es recortar gastos impulsivamente sin analizar su impacto real. Ante una caída de ventas, muchos comerciantes eliminan gastos de forma reactiva (formación, mantenimiento, calidad de servicio) sin calcular si esas partidas realmente pesan en la estructura de costes. Recortar lo visible puede salir más caro que optimizar lo invisible. El segundo es aceptar las condiciones iniciales de proveedores sin revisar periódicamente. El alquiler, la energía, las comunicaciones y los seguros pueden renegociarse cada año, pero si asumes que las tarifas son fijas, sigues pagando condiciones que quedaron obsoletas hace tiempo.

El tercero es mezclar finanzas personales y del negocio. Cuando sacas dinero de caja para gastos personales sin registrarlo, o pagas facturas del comercio con tu cuenta personal, pierdes la fotografía real de tu negocio y tomas decisiones sobre datos distorsionados.

El cuarto es operar sin un colchón de seguridad. Una avería, una caída de ventas o un retraso de cobro te deja sin margen si no tienes un fondo mínimo para imprevistos.

Cuando te encuentres con alguno de estos patrones, te resultará útil adoptar medidas muy concretas:

- **Calcula el impacto antes de recortar:** Antes de eliminar un gasto, mide cuánto representa realmente sobre tus ventas y qué consecuencias tendrá suprimirlo.
- **Agenda revisiones anuales de contratos:** Marca en calendario una fecha fija cada año para comparar tres presupuestos de proveedores recurrentes (energía, seguros, telecomunicaciones).
- **Cuentas bancarias separadas:** Abre una cuenta específica para el negocio y otra para uso personal, sin mezclar movimientos entre ambas.
- **Fondo de emergencia gradual:** Aparta un porcentaje fijo mensual (aunque sea pequeño) en una cuenta separada exclusivamente para imprevistos.

Aplicar estas medidas convierte los descuidos en hábitos de control que protegen tu margen de forma constante.

## 3.4. Aplica el control financiero en el día a día

El control financiero es un hábito que te da tranquilidad. Si reservas un rato fijo a la semana para revisar ventas, gastos y saldo, tomas decisiones con calma y no a contrarreloj. Ese tiempo se recupera posteriormente en menos errores, menos urgencias y mejor margen.

Imagina que una frutería de barrio detecta que el gasto en embalaje se duplicó en dos meses. Al revisar tickets y albaranes, ve que cambió el formato de bolsas y aumentó el uso por pedido. Decide ajustar el tamaño, renegocia con proveedor y establece un mínimo de cortesía gratuito; a partir de ahí, el resto se cobra a precio simbólico. Así recupera margen sin empeorar la experiencia del cliente.

Para que este hábito se mantenga, te ayuda tener reglas simples y visibles para ti y tu equipo:

- **Revisión semanal con foco:** No es un repaso largo, busca 2-3 decisiones concretas cada vez.
- **Indicadores mínimos:** Ticket medio, margen estimado y caja disponible te dan una foto fiable.
- **Acciones calendarizadas:** Lo que decides se agenda (llamar, negociar, cambiar proceso).
- **Seguimiento al mes siguiente:** Comprueba si la medida funcionó y, si no, la ajustas.

Con este sistema, tus números dejan de ser una incógnita y se convierten en una herramienta diaria para dirigir tu comercio con criterio.

## 3.5. Análisis de la situación financiera

Además del control de costes operativos, conviene hacer una revisión periódica de la situación financiera global de tu comercio. Este análisis complementa el cuadro de control diario y te ofrece una foto completa de la salud económica del negocio.

### 3.5.1. Composición del balance

El balance es un documento que refleja tu situación financiera en un momento dado. Se divide en dos grandes bloques: El activo representa todos los bienes y derechos que posee tu comercio. Se clasifica en activo no corriente (inversiones a largo plazo como local, mobiliario, equipamiento) y activo corriente (recursos de uso inmediato como stock, cuentas a cobrar y efectivo disponible).

El patrimonio neto y pasivo refleja cómo financias ese activo. El patrimonio neto incluye el capital aportado por ti y las reservas generadas con beneficios no distribuidos. El pasivo representa las deudas: pasivo no corriente (deudas a largo plazo) y pasivo corriente (obligaciones a corto plazo como proveedores y cuentas por pagar).

Puedes ver un ejemplo simplificado en el siguiente enlace: [composición del balance](#).

### 3.5.2. Necesidades operativas de fondos

Para mantener el negocio funcionando, necesitas liquidez constante. Tres aspectos determinan estas necesidades:

- **Gestión del stock:** Un exceso de inventario inmoviliza capital. La clave está en evitar la sobreinversión y la obsolescencia, manteniendo solo el stock necesario para responder a la demanda sin quedarte corto.
- **Cuentas a cobrar:** Si tus clientes pagan a 30 o 60 días, ese dinero no está disponible para pagar tus gastos inmediatos. Acortar los plazos de cobro mediante incentivos o políticas claras para mejorar tu liquidez.

- **Relación con proveedores:** Negociar plazos favorables te permite diferir pagos sin comprometer la relación. Una buena gestión de proveedores equilibra tus necesidades de caja con el cumplimiento de tus obligaciones.

### 3.5.3. Calidad de la deuda

No toda la deuda es igual. Distinguir entre deuda a largo plazo (para inversiones importantes, con plazos amplios que no presionan la liquidez) y deuda a corto plazo (para necesidades operativas, que exige pagos frecuentes) te ayuda a planificar mejor.

Una alta dependencia de deuda a corto plazo puede comprometer tu estabilidad si la generación de efectivo no es suficiente. Revisar periódicamente la estructura de tu deuda y, si es necesario, refinanciar parte de la deuda a corto plazo por opciones a largo plazo mejora tu margen de maniobra y reduce el riesgo de tensiones de liquidez.

## 4. Planificación financiera y previsión de tesorería

Planificar tus finanzas es mirar más allá del día a día y entender cómo se comportará tu negocio en el tiempo. En el comercio local, donde las ventas pueden fluctuar según la temporada o los hábitos del cliente, anticiparse es fundamental. La planificación financiera te permite mantener estabilidad, aprovechar los buenos meses y resistir los más lentos. No se trata de adivinar el futuro, sino de conocer tus números y prepararte.

Una buena previsión de tesorería te da margen para actuar. Sabes cuándo podrás invertir, cuándo te conviene frenar gastos o cuándo será necesario buscar apoyo financiero.

### 4.1. Elaborar una previsión de ingresos y gastos

La previsión financiera es una herramienta práctica para visualizar cómo entrará y saldrá el dinero de tu negocio. Para construirla, recopilas la información de tus ingresos y gastos actuales y proyectas su evolución durante los próximos meses. Incluye tanto las operaciones recurrentes como los eventos excepcionales.

Por ejemplo, si tienes una tienda de juguetes, sabrás que noviembre y diciembre concentran gran parte de tus ventas. Por ejemplo, si tienes una tienda de juguetes, sabrás que noviembre y diciembre concentran gran parte de tus ventas, con un último pico en la primera semana de enero por el día de los Reyes Magos. Pero después de esa fecha, debes prever un descenso marcado en la segunda quincena de enero y en febrero, cuando la demanda cae bruscamente tras el cierre de la campaña. Esta información te permitirá distribuir mejor tus recursos y no quedarte sin liquidez tras la campaña navideña.

Al elaborar tu previsión, procura cubrir varios escenarios. Uno optimista, otro realista y otro conservador. Así podrás reaccionar si las cosas no salen como esperabas. No se trata de tener una bola de cristal, sino de construir un mapa económico que te ayude a moverte con seguridad.

A la hora de diseñar tu previsión, conviene considerar varios factores esenciales:

- **Calendario de cobros y pagos:** Anotar las fechas exactas de entrada y salida de dinero te permitirá anticipar los momentos en que tu caja estará más ajustada. Si sabes que los proveedores cobran a primeros de mes pero tus clientes pagan a 30 días, podrás negociar plazos o reforzar tu liquidez temporalmente.
- **Meses de alta y baja facturación:** Analizar el comportamiento de tus ventas te ayudará a organizar compras e inversiones. Un comercio de playa, por ejemplo, puede reservar parte de los beneficios del verano para cubrir los meses de invierno.

- **Gastos no mensuales:** Algunos pagos, como seguros o impuestos, se concentran en momentos concretos del año. Integrarlos en la previsión evita sustos.
- **Margen de seguridad:** Mantener una reserva del 10–15% de tus ingresos mensuales actúa como colchón frente a imprevistos. Este fondo puede cubrir desde una avería en el local hasta un retraso de un proveedor.

Una previsión detallada no solo te previene de problemas, también te permite detectar oportunidades. Si identificas un mes con superávit, puedes planificar inversiones estratégicas, como renovar mobiliario o aumentar la promoción.

## 4.2. Controlar el flujo de caja

El flujo de caja refleja la salud financiera de tu comercio en tiempo real, es el registro de cómo entra y sale el dinero. No basta con vender, lo importante es cuándo cobras y cuándo pagas. Un negocio rentable puede sufrir si los plazos no están equilibrados. Por eso, monitorizar el flujo de caja debe convertirse en una rutina.

Controlarlo te permite detectar posibles tensiones antes de que ocurran. Si prevés que en un mes tendrás más pagos que ingresos, puedes planificar medidas correctivas con antelación. También te permite evaluar el impacto de nuevas decisiones: contratar personal, aumentar stock o lanzar una campaña.

Para un control efectivo del flujo de caja, aplica estos principios:

- **Actualiza tus registros semanalmente:** No esperes al cierre mensual. Anotar movimientos con frecuencia te da una visión precisa y evita errores. Si detectas que los gastos fijos aumentan, podrás ajustar rápido antes de que afecten a tu liquidez.
- **Distingue tipos de flujo:** Clasifica tus movimientos en operativos (ventas, compras), de inversión (maquinaria, mobiliario) y financieros (créditos, préstamos). Así sabrás de dónde viene cada variación.
- **Identifica patrones de consumo:** Algunos comercios, como cafeterías o panaderías, tienen picos de compra en fines de semana. Saberlos te ayuda a planificar el aprovisionamiento y los turnos de personal.
- **Usa herramientas digitales:** Aplicaciones gratuitas o plantillas en hojas de cálculo te permiten visualizar tu flujo diario y proyectar tendencias futuras. Incluso una gráfica sencilla puede alertarte de desviaciones importantes.

Cuando mantienes el flujo de caja bajo control, te liberas de la incertidumbre. Dejas de gestionar por intuición y pasas a tomar decisiones basadas en datos. Esto te da poder y estabilidad para hacer crecer tu negocio.

## 4.3. Cómo anticipar tensiones de liquidez

En todos los negocios, grandes o pequeños, hay momentos de tensión: un cliente se retrasa en el pago, un gasto inesperado aparece o una campaña no genera las ventas esperadas. Anticipar estas situaciones es la clave para que no se conviertan en un problema grave.

Si prevés un periodo complicado, puedes implementar varias acciones coordinadas.

- **Reducir compras no esenciales:** Analiza tu stock y prioriza productos de alta rotación. Si tienes artículos que se venden poco, evita reponerlos hasta mejorar la liquidez.
- **Negociar plazos de pago:** Muchos proveedores prefieren un cliente que pague tarde pero pague, a uno que no pague. Pedir 15 o 30 días adicionales puede darte oxígeno.
- **Impulsar las ventas inmediatas:** Crear promociones de temporada o ventas flash ayuda a recuperar efectivo rápidamente.
- **Buscar apoyo financiero puntual:** Una línea de crédito pequeña o un microcrédito puede ser una solución temporal sin comprometer tu estructura.
- **Revisar tus condiciones bancarias:** En ocasiones, renegociar comisiones o límites de descubierto reduce la presión en caja.

Cada acción debe evaluarse según su impacto. No todas las medidas son adecuadas para todos los negocios. Lo importante es actuar con tiempo y basarte en cifras reales, no en intuiciones. La constancia y el seguimiento regular son tus mejores aliados para mantener una economía sana y preparada para cualquier imprevisto.

### 4.4. Caso práctico: Cómo anticipar un problema de liquidez en tu local de la calle Sabino Berthelot

Imagina que acabas de alquilar un local comercial en la Calle Sabino Berthelot, a pocos metros de la Calle Castillo, una de las zonas más dinámicas del centro de Santa Cruz. El local tiene 180 m<sup>2</sup>, distribuidos en dos plantas, con un pequeño altillo y un escaparate que garantiza buena visibilidad.



Es un espacio cómodo, con aire acondicionado y buena iluminación natural, ideal para abrir un comercio de proximidad con venta directa y atención personalizada.

Durante los primeros meses, las ventas evolucionan de forma positiva, pero el nivel de gasto también es elevado. Entre el alquiler mensual de 1.250 €, la compra de mercancía inicial, el coste de personal y la inversión en adecuación del local, el flujo de caja empieza a ajustarse. Aunque las ventas cubren los costes en el papel, no siempre lo hacen en el calendario: algunos proveedores exigen pagos inmediatos, mientras los clientes pagan con retraso o las ventas se concentran los fines de semana. Esta diferencia de plazos genera una tensión de liquidez que, si no se gestiona a tiempo, puede afectar a la estabilidad del negocio.

Siguiendo lo aprendido en los apartados anteriores, decides elaborar una previsión de tesorería mensual. Anotas todos los ingresos previstos y pagos comprometidos, y descubres que en el mes de marzo coinciden tres salidas importantes: el pago trimestral de impuestos, la reposición de stock y la revisión del sistema de climatización. Con esos datos, proyectas tu flujo de caja y anticipas que podrías quedarte con un saldo negativo de unos 800 €.

En lugar de esperar a que ocurra el problema, aplicas varias medidas preventivas: pospones la compra de parte del stock menos urgente, negocias con el proveedor principal un aplazamiento de 15 días en la factura y lanzas una promoción de fin de semana con descuentos selectivos para generar ventas rápidas. Además, decides limitar los

gastos variables no esenciales, como la publicidad impresa, y concentrar la comunicación en redes sociales, que no requiere coste adicional.

Gracias a esa previsión y a los ajustes oportunos, consigues mantener liquidez suficiente sin recurrir a financiación externa. El resultado no es solo haber evitado un problema puntual, sino haber adquirido el hábito de planificar tus movimientos de tesorería. Ahora, cada mes actualizas tus previsiones, revisas el calendario de cobros y pagos y reservas un pequeño fondo de seguridad para imprevistos.

La lección que deja este caso es que anticipar un problema de liquidez no consiste en reaccionar cuando falta dinero, sino en prever cuándo puede faltar. La disciplina de revisar los flujos, analizar los picos de gasto y actuar con tiempo te permite tomar decisiones racionales y mantener el control del negocio.

Si estás valorando abrir tu propio comercio en Santa Cruz y quieres aplicar una planificación financiera como la que acabas de ver, este mismo local de la Calle Sabino Berthelot está disponible ahora mismo. Puedes conocer todos los detalles y visualizar el espacio real donde aplicar lo aprendido [pinchando aquí](#).

## 5. Fuentes de financiación y ayudas disponibles

Tener acceso a financiación es una herramienta estratégica para crecer, mejorar o simplemente mantener la estabilidad. Saber cuándo y cómo utilizarla evita endeudarse de forma innecesaria y te permite invertir con inteligencia. En Santa Cruz, muchos comercios aprovechan las ayudas locales y microcréditos para modernizarse o diversificar su actividad.

### 5.1. Tipos de financiación privada

No todas las fuentes de financiación sirven para lo mismo. Cada una responde a una necesidad distinta y tiene condiciones diferentes. Elegir bien depende de tus objetivos, tu capacidad de pago y el riesgo que estés dispuesto a asumir.

- **Aportaciones personales:** Invertir tus propios ahorros te da libertad total y evita deudas, pero también significa asumir todo el riesgo. Es ideal para proyectos pequeños o para cubrir necesidades iniciales de inventario y acondicionamiento del local. En negocios familiares es habitual combinar el ahorro personal con el apoyo de allegados.
- **Préstamos bancarios:** Ofrecen capital más alto y plazos largos, pero exigen solvencia, avales y un historial crediticio. Son adecuados para reformas o ampliaciones, aunque debes revisar los intereses y comisiones. Siempre compara entre entidades y simula distintos escenarios de pago.
- **Microcréditos:** Diseñados para emprendedores que empiezan o que no pueden acceder a préstamos tradicionales. En Canarias, varias entidades colaboran con instituciones públicas para ofrecer microcréditos sin aval. Son una buena opción para pequeñas inversiones o periodos de transición.
- **Inversores privados o socios:** Aportan capital y, a menudo, experiencia o contactos. Sin embargo, implican compartir decisiones y beneficios. Si optas por esta vía, formaliza los acuerdos por escrito y define claramente los roles de cada parte.

Cuando analices tus opciones, no te centres solo en el coste del dinero. Considera también la flexibilidad de pago, el plazo y las implicaciones en tu control sobre el negocio. La mejor financiación es la que se adapta a tu ritmo y a tus posibilidades reales.

## 5.2. Ayudas y subvenciones en Canarias

Las ayudas públicas son una oportunidad para impulsar tu comercio, pero requieren planificación y rigor. En Canarias existen programas de apoyo que cubren desde la modernización de locales hasta la digitalización o la contratación. Conocerlos te permitirá aprovecharlos a tiempo y evitar errores en la tramitación.

Algunas de las líneas de ayuda más habituales incluyen subvenciones del Gobierno de Canaria y programas europeos. Cada una tiene requisitos específicos y plazos de solicitud concretos.

Para gestionarlas correctamente, sigue un proceso ordenado:

- **Infórmate con antelación:** Consulta las convocatorias anteriores para entender los requisitos y preparar la documentación antes de que se abra el plazo.
- **Define tu proyecto con claridad:** Explica de forma sencilla en qué consiste tu negocio, qué objetivo persigue la inversión y qué impacto generará. Los evaluadores valoran la coherencia y el impacto local.
- **Prepara un presupuesto detallado:** Incluye estimaciones realistas y justificación del gasto. Un presupuesto claro facilita la evaluación y evita rechazos.
- **Documenta cada paso:** Guarda copias de facturas, justificantes y comunicaciones. La transparencia y el orden son claves para superar las revisiones.
- **Consulta apoyo técnico:** Las asociaciones empresariales suelen ofrecer orientación para completar la solicitud.

Acceder a una ayuda no solo significa recibir dinero: también te obliga a planificar y justificar, lo que mejora tu gestión. Incluso si no obtienes la subvención, el proceso te deja un plan de mejora estructurado.

## 5.3. Cómo presentar una solicitud de financiación eficaz

Preparar una buena solicitud es tan importante como tener un buen proyecto. Debes transmitir confianza y demostrar que entiendes tu negocio. Una solicitud clara, coherente y bien redactada aumenta tus opciones de éxito.

Empieza con un resumen ejecutivo que explique quién eres, qué haces y qué necesitas. Luego, detalla el destino de los fondos, la rentabilidad esperada y el impacto positivo en tu entorno. No hace falta usar tecnicismos, sino comunicar seguridad y claridad.

Cuando estructures tu solicitud, dedica atención especial a estos puntos:

- **Plan de negocio estructurado:** Describe la propuesta de valor, el público objetivo y la proyección de crecimiento. Si ya estás en marcha, añade tus resultados y aprendizajes.
- **Análisis económico-financiero:** Incluye balances o previsiones realistas que respalden tu petición. Si tus ventas son estacionales, justifícalo con datos de años anteriores.
- **Garantías y avales:** Si el programa lo requiere, explica de forma transparente qué respaldo ofreces.
- **Presentación profesional:** Cuida el formato, la ortografía y la coherencia.
- **Seguimiento posterior:** Tras enviar tu solicitud, mantén contacto con la entidad. Pregunta plazos y ofrece información adicional si te la piden.

Presentar tu proyecto es también un ejercicio de autoconocimiento. Al prepararlo, entenderás mejor tus fortalezas y debilidades financieras. Esta claridad te servirá no solo para conseguir financiación, sino para gestionar tu comercio con una visión más estratégica.

## 6. Gestión eficiente de recursos y mejora de la rentabilidad

Gestionar los recursos de tu negocio implica sacar el máximo rendimiento de lo que ya tienes. Cada metro cuadrado, cada hora de trabajo y cada euro deben contribuir a mejorar la rentabilidad del comercio. La eficiencia no consiste en hacer más cosas, sino en hacerlas mejor y con menor esfuerzo.

Una buena gestión se basa en la observación constante. Conocer en qué empleas tu tiempo, qué tareas aportan valor y cuáles solo consumen energía es el primer paso para mejorar. Cuando optimizas tus recursos, aumentas la capacidad de tu comercio para resistir épocas de menor venta y aprovechar al máximo las oportunidades.

### 6.1. Identificar áreas de mejora en tu negocio

El primer paso hacia una gestión eficiente es detectar dónde se pierde tiempo o dinero. Muchos comercios no fallan por falta de clientes, sino por procesos poco organizados. Para descubrir esas áreas de mejora, observa tu rutina y anota las tareas que se repiten o que generan demoras innecesarias.

Piensa en tu día a día: ¿hay momentos en los que el equipo está inactivo o tareas que podrían simplificarse? Una revisión sincera te permitirá encontrar pequeñas fugas que, corregidas, tienen un gran impacto en la rentabilidad. Si dedicas cada semana unos minutos a revisar estos aspectos, estarás construyendo un negocio más ágil y sostenible. Por ejemplo, una tienda de regalos que prepara manualmente cada paquete puede perder más de una hora diaria en esa tarea. Al tener un espacio preparado con materiales listos y formatos estandarizados, puede ahorrar tiempo y mejorar la atención al cliente sin añadir costes.

Otra forma de detectar ineficiencias es pedir opinión a tu propio equipo o incluso a tus clientes. Ellos ven los procesos desde fuera y pueden señalar cosas que tú pasas por alto: esperas largas, pasillos mal distribuidos o productos difíciles de encontrar. Escuchar esas sugerencias y analizarlas con una mente abierta es una fuente valiosa de mejora.

Por último, define prioridades. No todos los problemas requieren soluciones inmediatas. Empieza por las mejoras que generen un impacto visible en poco tiempo. Una lista clara y progresiva evita dispersarte y te ayuda a mantener constancia en la mejora continua.

### 6.2. Optimizar compras e inventario

El inventario y las compras son dos pilares clave en la salud financiera del comercio. Una mala gestión de stock inmoviliza dinero y espacio, mientras que la falta de productos puede provocar pérdidas de venta. La meta es encontrar el punto justo entre disponibilidad y control.

Para lograrlo, conviene aplicar algunos principios básicos:

- **Clasifica tus productos según su rotación:** Divide tu catálogo en alta, media y baja rotación. Los de alta deben reponerse con rapidez; los de baja, comprarse solo bajo pedido o en pequeñas cantidades.
- **Analiza los márgenes de beneficio:** No todos los productos generan el mismo retorno. Da prioridad a los artículos que dejan mayor margen o atraen más clientes.
- **Negocia entregas parciales:** En lugar de recibir grandes cantidades de golpe, acuerda entregas por fases con tus proveedores. Esto te ayuda a mantener liquidez y reducir costes de almacenaje.
- **Controla las mermas y caducidades:** Lleva un registro de productos deteriorados o caducados. Identifica las causas (mal almacenamiento, exceso de pedido, etc.) y actúa de inmediato.

- **Planifica tus compras con datos reales:** Usa tu histórico de ventas para prever la demanda, evitando compras impulsivas que comprometan tu tesorería.

A medida que controles mejor tu inventario, podrás usar esa información para mejorar la negociación con proveedores o ajustar tus precios. Además, tener un stock equilibrado reduce el estrés operativo y mejora la experiencia del cliente, que encuentra siempre lo que busca sin excesos ni carencias.

### 6.3. Reducir costes sin afectar la experiencia del cliente

En lugar de pensar en “gastar menos”, piensa en “obtener más valor por cada euro invertido”. La eficiencia también mejora la percepción del cliente: un negocio organizado transmite confianza.

Empieza revisando tus procesos internos y servicios contratados. A veces, pequeños cambios aportan grandes ahorros sin alterar la experiencia del comprador. Por ejemplo, ajustar horarios de apertura según los momentos de mayor afluencia o renegociar tarifas de servicios puede liberar liquidez sin consecuencias negativas.

En un segundo nivel, busca oportunidades para modernizar y automatizar. Las herramientas digitales sencillas, como los sistemas de cobro integrados o la programación de publicaciones en redes, te permiten dedicar más tiempo a atender al cliente y menos a tareas administrativas. Cuanto más claras y automáticas sean tus rutinas, más fácil será mantener la calidad sin incrementar los costes.

Otra vía de ahorro está en la energía y el mantenimiento del local. Cambiar la iluminación por LED, revisar la eficiencia de la climatización o usar temporizadores puede reducir de forma notable la factura sin que el cliente perciba diferencia. Pequeñas inversiones de este tipo se amortizan rápido y dejan beneficios a largo plazo.

Por último, analiza tus gastos operativos y clasifícalos en tres categorías: imprescindibles, ajustables y prescindibles. Esta simple clasificación te ayuda a priorizar dónde actuar sin poner en riesgo la experiencia del cliente. Las decisiones de ahorro más efectivas son las que se sienten poco y se notan mucho en las cuentas.

### 6.4. Cómo mantener una rentabilidad sostenible

Alcanzar la rentabilidad es importante, pero mantenerla en el tiempo es el verdadero desafío. Una rentabilidad sostenible depende de equilibrar cuatro áreas clave: la relación con tus clientes, la adaptación a los cambios del entorno, la reinversión inteligente y la medición constante. Consolidar la rentabilidad requiere disciplina y visión de medio plazo.

Estos pasos te ayudarán a mantener una gestión rentable y estable:

- **Mantén márgenes saludables en cada familia de producto:** Revisa trimestralmente qué líneas sostienen tu negocio y cuáles consumen recursos sin aportar beneficio suficiente. Si una categoría tiene margen inferior al 20%, evalúa si puedes mejorar el precio, reducir costes o eliminarla del surtido.
- **Construye ventajas competitivas difíciles de copiar:** La rentabilidad sostenible viene de ofrecer algo que tus competidores no pueden replicar fácilmente. Puede ser tu conocimiento del producto, la rapidez del servicio, la personalización o la cercanía con la comunidad local.
- **Reinvierte un porcentaje fijo en mejoras:** Destina entre el 5-10% de tu beneficio neto a digitalización, formación, renovación de equipamiento o mejoras del local. La rentabilidad futura depende de las inversiones que hagas hoy.

- **Ajusta tu estrategia según cambios externos:** Si aparece un nuevo competidor, cambian los hábitos de consumo o sube el coste de proveedores clave, adapta tu modelo antes de que el problema erosione tu margen. La rentabilidad se mantiene con una flexibilidad estratégica.

## 6.5. Errores comunes al mantener la rentabilidad

Mantener la rentabilidad requiere disciplina y análisis continuo, esto ya ha quedado claro. Sin embargo, hay errores frecuentes que pueden comprometerla sin que el comerciante lo note:

- **Asumir que el margen actual es suficiente para siempre:** Los costes suben con el tiempo (alquiler, suministros, salarios), pero muchos comercios mantienen los mismos precios durante años. Si tu margen no crece al ritmo de tus costes, estás perdiendo rentabilidad aunque vendas lo mismo.
- **Competir únicamente en precio:** Rebajar precios para igualar a la competencia puede atraer clientes puntuales, pero destroza tu margen y te mete en una guerra que solo gana quien tiene más músculo financiero. La rentabilidad sostenible viene de ofrecer valor, no de ser el más barato.
- **Mantener productos o servicios por inercia:** Si llevas años ofreciendo algo que ya tiene poco margen, baja rotación o requiere demasiado esfuerzo, la costumbre te impide eliminarlo. Revisar tu catálogo anualmente y podar lo que no aporta libera recursos para lo que sí funciona.
- **Ignorar el coste de oportunidad del tiempo:** Dedicar tres horas a una tarea que aporta 20 euros de margen cuando podrías invertir ese tiempo en una acción que genera 100 euros es un error invisible que se acumula. Prioriza tus tareas según el impacto económico real.
- **No medir el retorno de las inversiones:** Gastar dinero en publicidad, reformas o herramientas sin calcular si generan beneficio suficiente convierte las inversiones en gastos disfrazados. Antes de invertir, estima el retorno esperado y verifica después si se cumplió.

## 7. Herramientas digitales para la gestión financiera

La tecnología puede convertirse en tu mejor aliada cuando la usas con criterio. Imagina poder ver todos tus números en un solo sitio, generar facturas en segundos, o compartir información con tu gestor desde cualquier lugar. Dos o tres herramientas bien elegidas te ahorran horas cada semana y transforman el control financiero en algo manejable.

### 7.1. Por qué incorporar herramientas digitales en la gestión del comercio

Adoptar soluciones digitales significa aprovechar herramientas accesibles que simplifican tareas repetitivas. Muchas son gratuitas o muy baratas, y están diseñadas pensando en negocios pequeños como el tuyo.

Te aportan tres ventajas que cambian tu día a día: automatizan procesos que antes hacías a mano (como generar facturas o sumar gastos), reducen los errores de cálculo porque las matemáticas las hace el sistema, y te dan acceso a tu información desde cualquier lugar y en cualquier momento. Además, te muestran tendencias en tus números y te alertan de problemas antes de que crezcan.

Piensa en este escenario: estás cerrando una venta y necesitas emitir la factura. Con una aplicación de facturación, la generas en tu móvil en treinta segundos, el sistema registra automáticamente el cobro y actualiza tus números. O

imagina que tu gestor te pide los gastos del trimestre: abres tu hoja de cálculo en la nube, la compartes con un enlace y listo. Todo fluye. La clave está en elegir herramientas que se adapten a tu nivel y a tus necesidades reales.

## 7.2. Tipos de herramientas útiles para la gestión financiera

Las herramientas más útiles son también las más sencillas. Existen soluciones muy intuitivas que cubren todas las áreas de la gestión económica:

- **Aplicaciones de facturación y contabilidad:** Permiten emitir facturas, registrar cobros y gastos, y obtener informes automáticos. Ejemplos comunes son Invoice Simple, Quipu o Holded. Su ventaja es que centralizan toda la información y reducen el riesgo de errores en los cálculos.
- **Hojas de cálculo digitales:** Plataformas como Google Sheets o Excel Online facilitan crear cuadros de control personalizados, registrar ventas y gastos, y analizar márgenes. Se pueden vincular a otros sistemas o plantillas predefinidas.
- **Aplicaciones bancarias con funciones empresariales:** Muchos bancos ofrecen apps que permiten clasificar gastos, crear presupuestos o emitir recibos de forma directa. Aprovecharlas te da visibilidad inmediata sobre tu tesorería.
- **Sistemas de almacenamiento en la nube:** Google Drive, Dropbox o OneDrive te permiten guardar facturas, presupuestos y documentación contable de forma segura y accesible. Además, facilitan la colaboración con tu asesoría o equipo.

## 7.3. Puesta en práctica: Cómo integrar herramientas digitales en tu comercio

Incorporar herramientas digitales funciona mejor cuando avanzas paso a paso. Empieza por lo que te duele más, domina una herramienta, y luego añade la siguiente. Este ritmo gradual te permite aprender bien cada sistema y ver resultados concretos antes de seguir.

Para aplicar lo aprendido y comenzar a digitalizar la gestión financiera de tu comercio, sigue estos pasos:

- **Identifica qué tarea te roba más tiempo:** Observa qué parte de tu gestión financiera te ocupa más horas o genera más errores. Si tardas dos horas cada semana en registrar gastos manualmente, empieza por ahí. Una aplicación de facturación o una hoja de control digital te devolverá ese tiempo.
- **Elige una sola herramienta para empezar:** Selecciona una aplicación o sistema sencillo, úsalo durante un mes completo hasta que lo domines, y después incorpora la siguiente. La constancia con una herramienta te da más resultados que usar cinco a medias.
- **Configúrala bien desde el primer día:** Introduce tus datos con cuidado desde el principio. Una base ordenada te garantiza informes fiables y te ahorra confusiones más adelante. Dedica una tarde tranquila a configurarlo correctamente, vale la pena.
- **Actualízala cada semana:** Las herramientas digitales funcionan cuando las alimentas con información actualizada. Reserva treinta minutos cada semana para registrar tus movimientos y revisar los números. En dos meses, esta rutina se vuelve automática.
- **Mide el impacto después de dos meses:** Compara el tiempo y los recursos que ahorras respecto a tu sistema anterior. Si ves mejoras claras, refuerza su uso o amplía su alcance a otras áreas de tu negocio.

Digitalizar tu gestión financiera te da control sobre tus ingresos, gastos y resultados. La tecnología se convierte en un

asistente que libera tu tiempo para lo importante: atender clientes, mejorar productos y hacer crecer tu negocio. Con constancia, tus herramientas digitales pasarán a ser parte natural de tu rutina diaria.

## 8. Examen final

1. ¿Qué representa la viabilidad económica de un comercio?

- a) La cantidad de clientes que entran en el local.
- b) La capacidad del negocio para generar ingresos suficientes y dejar beneficios.**
- c) El valor del inventario disponible.
- d) Los ingresos brutos anuales del sector.

2. ¿Qué se entiende por costes fijos?

- a) Los que varían con la estacionalidad.
- b) Los que se mantienen iguales aunque no haya ventas.**
- c) Los que dependen del tipo de producto.
- d) Los que se calculan por unidad vendida.

3. ¿Qué muestra el punto de equilibrio?

- a) El margen medio de cada producto.
- b) El nivel de ventas necesario para cubrir todos los gastos.**
- c) La rentabilidad acumulada del año.
- d) El número de proveedores activos.

4. ¿Cuál es la principal función del flujo de caja?

- a) Registrar únicamente los beneficios.
- b) Mostrar cómo entra y sale el dinero en el negocio.**
- c) Calcular el valor del stock.
- d) Medir la productividad del personal.

5. ¿Qué ventaja ofrece una previsión financiera?

- a) Reduce automáticamente los gastos.
- b) Facilita anticipar la tesorería y planificar decisiones con tiempo.**
- c) Permite improvisar mejor ante imprevistos.
- d) Aumenta la visibilidad del local.

6. ¿Qué tipo de financiación suele requerir menos avales y está pensada para nuevos emprendedores?

- a) Préstamo hipotecario.
- b) Microcrédito.**
- c) Leasing financiero.
- d) Financiación colectiva.

7. ¿Qué acción te ayuda a detectar problemas de liquidez antes de que ocurran?

- a) Esperar a que aparezcan los problemas para solucionarlos rápidamente.
- b) Revisar los beneficios al final del año.
- c) Elaborar una previsión de tesorería con tus cobros y pagos futuros.**
- d) Aumentar los precios cuando notes que falta dinero en caja.

## MÓDULO 4: VIABILIDAD ECONÓMICA Y GESTIÓN FINANCIERA

8. ¿Cuál de los siguientes es un ejemplo de coste variable en un comercio minorista?
- a) El alquiler mensual del local.
  - b) La cuota de autónomos.
  - c) El seguro anual contra incendios.
  - d) El coste de la mercancía vendida (coste de la adquisición del producto que se vende).**
9. ¿Qué papel tienen las herramientas digitales en la gestión financiera?
- a) Sustituir completamente la labor del comerciante.
  - b) Aumentar el gasto operativo.
  - c) Automatizar procesos y mejorar el control de datos económicos.**
  - d) Reducir la calidad del servicio.
10. ¿Qué debe hacer un comerciante para aprovechar al máximo una herramienta digital?
- a) Usarla de forma constante, actualizar datos y analizar resultados.**
  - b) Usarla solo durante la temporada alta.
  - c) Cambiar de aplicación cada año.
  - d) Delegar totalmente la gestión en terceros.



PLAN DE TRANSFORMACIÓN  
DEL COMERCIO EN ZONAS  
**RAMBLA Y SALAMANCA**