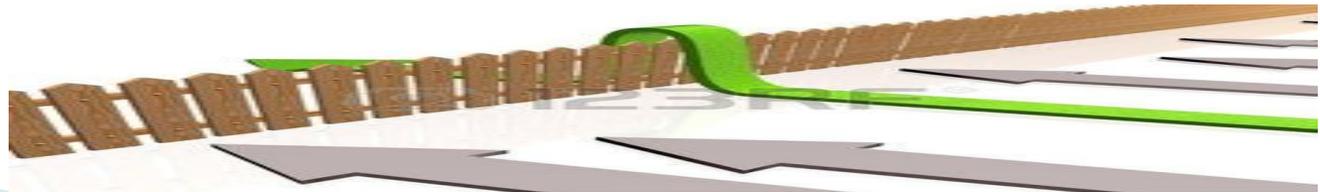


Gestión Administrativa de PYMES

(aspectos financieros y comerciales.)

Ing. Gonzalo Serrano Mantilla, MAE

TIPOLOGIA DE LOS NUEVOS EMPRESARIOS Y COMPETIDORES



Prioridades financieras

- Mantener el giro del Negocio
 - Generar liquidez
 - Fuentes de financiamiento.
 - Estructura financiera adecuada
 - Calificar como sujeto de crédito
 - PE (costos fijos se transforman en variables al ser unitarios y los costos variables se transforman en fijos al ser unitarios.)
 - Administración preventiva de costos y gastos.
- 

Situación Financiera



Balance Completo

Activo Pasivo

Activo Circulante	Caja	Proveedores o C x C	Pasivo Espontaneo
	Clientes o CxC	Gastos por pagar	
		Impuestos por pagar	
	Inventarios	DCP	
Activo Fijo Neto	DLP	R Propios	
	R Propios		

Balance Financiero

Activo Pasivo

NOF	DCP	Deuda Onerosa
Activo Fijo Neto	DLP	
	R Propios	

Los recursos son limitados

Inventarios de productos complementarios (vender mas productos al mismo cliente)



Ventas efectivas, no solo entregar productos sino recibir el pago por ellos



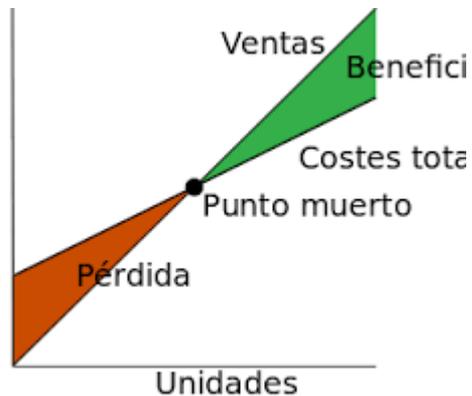
Definir costos y plazos en función de la finalidad



Estados financiero fiables, ya que afectan al costo del crédito

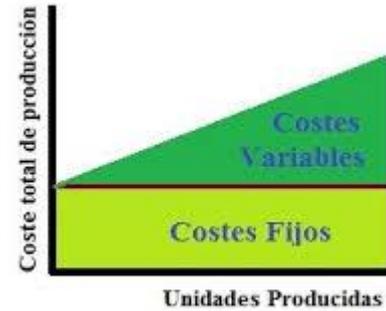


Punto de equilibrio , (lo necesario y lo innecesario, no todo el pago es utilidad)

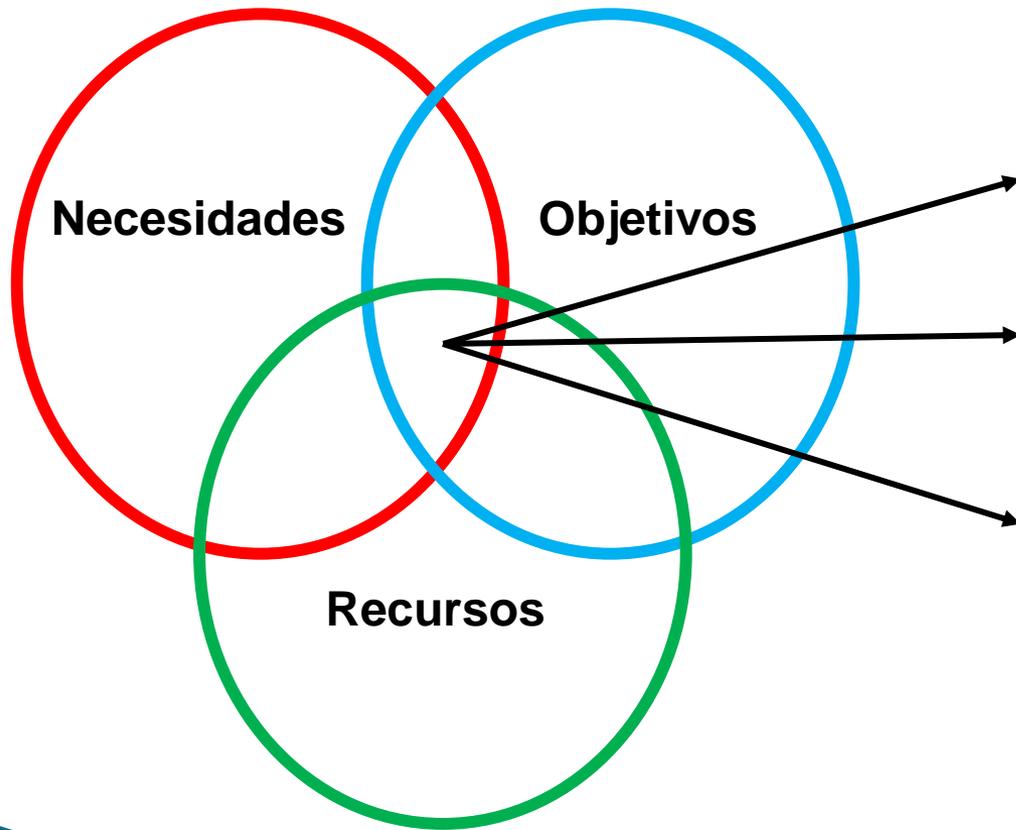


Precio de Venta Unitario \$ 309	Utilidad		} Contribución Marginal
	\$70.497		
	Costos Totales	Costo Fijo Unitario	
	\$4.100	\$238	
		Costo Variable Unitario	
		\$200	

Administración de los costos y uso adecuado de los recursos.



Acople de Marketing



Captación,

Retención.

Rentabilidad





Proceso de Consumo



Necesidad



Busca Información



Análisis



Decisión



Compra



Satisfacción



Insatisfacción

Proceso de Marketing Relacional

1.- ADQUISICION

Definir, identificar y captar el mercado objetivo

RETENCION

Mantener la lealtad del cliente

2.- ACTIVACION

Asegurar la prueba

3.- CRECIMIENTO

Incrementar el consumo
Fortalecer la relación con cliente



Aspectos Comerciales

- Vender mas productos a un mismo consumidor.



- Usar base de clientes referidos



- Segmentar adecuadamente



- Entender que épocas actuales no podemos incrementar costos



- Cuando dos productos son iguales en su percepción, el consumidor siempre decidirá por el mas económico

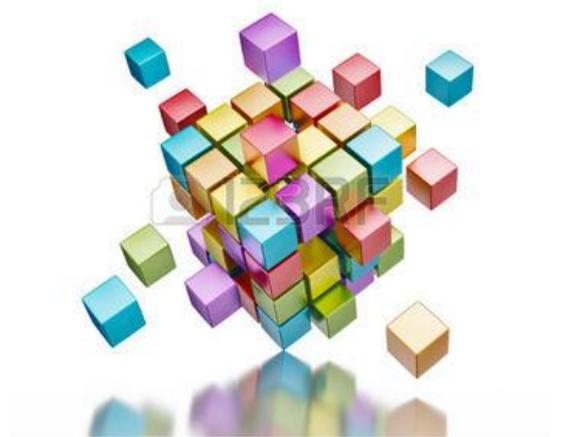


- El diferenciador debe ser el servicio y transformarse en un valor agregado.



**ESCUCHAR AL
CLIENTE**

**VALOR AGREGADO
+ NEGOCIO**
—————
FIDELIDAD DEL CLIENTE



BASES DE UNA RELACION DE LARGO PLAZO

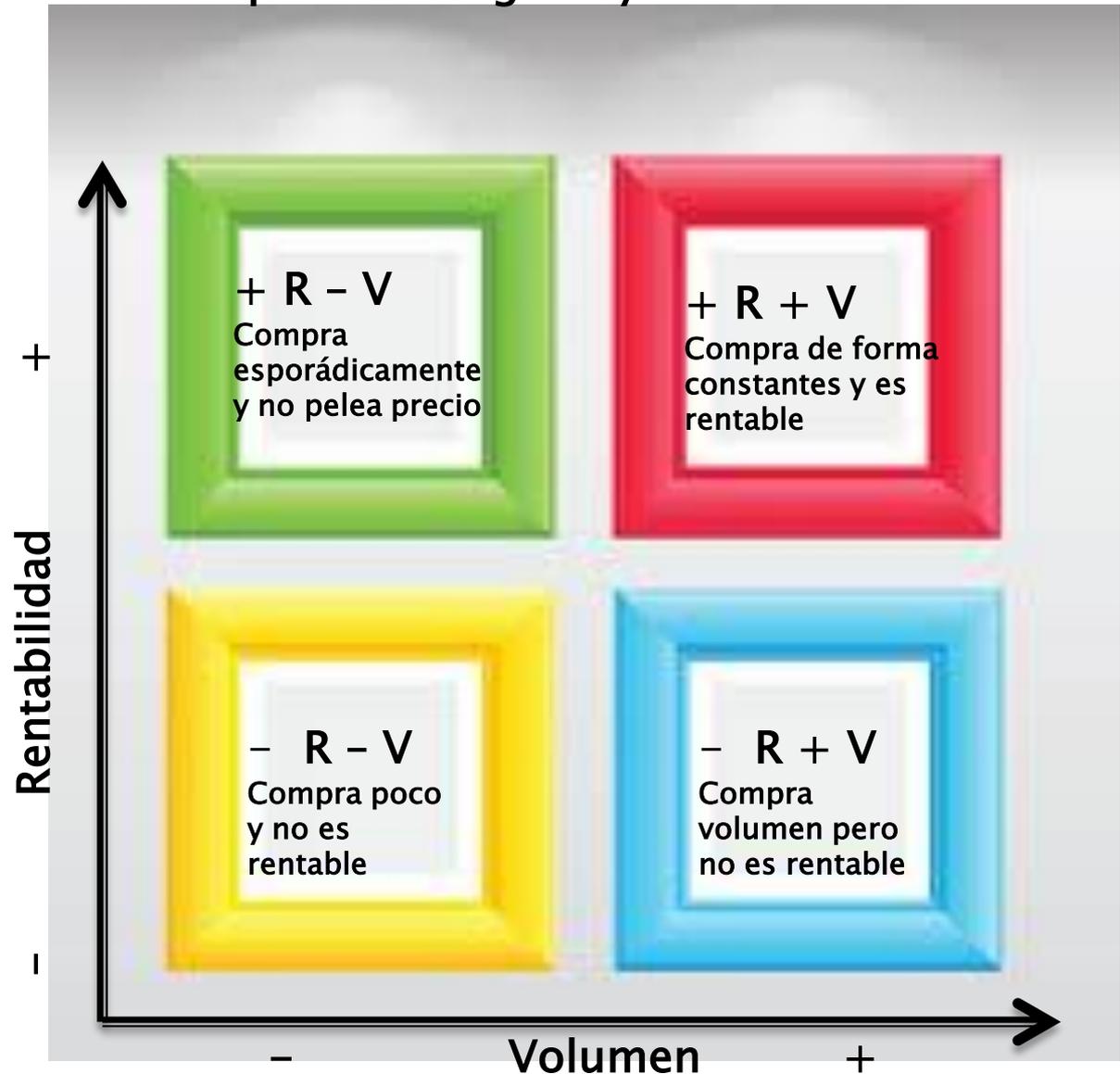


P1

Definir la situación que mantengo hoy:

Que es Rentabilidad?

Que es Volumen?

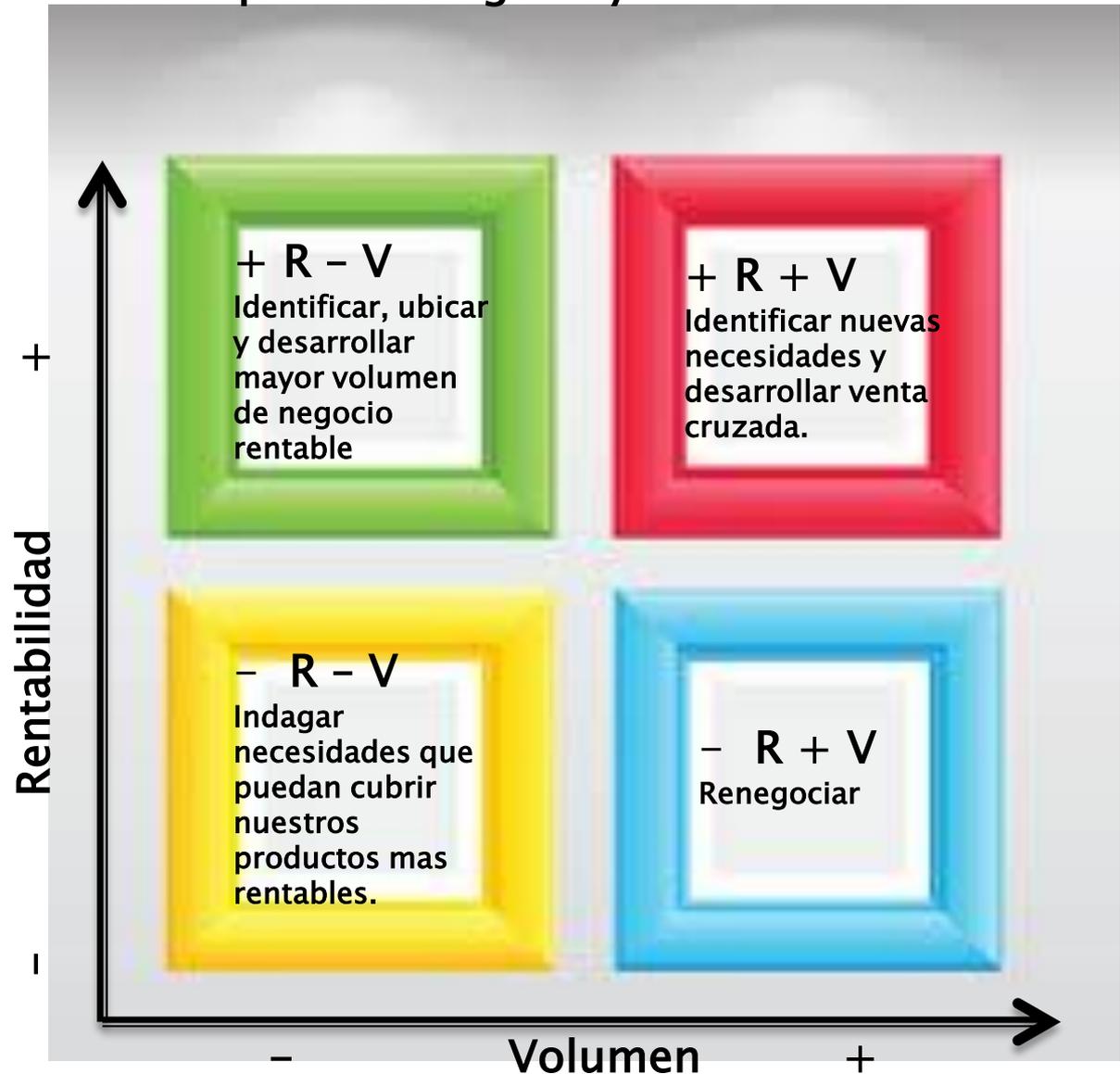


P2

Definir la situación que mantengo hoy:

Que es Rentabilidad?

Que es Volumen?





Gracias

¡FELIZ 2016!

