

PROGRAMA COMERCIAL EXPONENCIAL SULICOR · ENCUESTRO 2

El número con dos nombres

Tres horas para que nadie vuelva a confundir margen con markup

5 de agosto · Jhon Jiménez · Alianza CESA — SULICOR

¿Cómo les fue con el compromiso?

Voluntario 1

¿Qué intentó?
¿Qué pasó?
¿Qué aprendió?

Voluntario 2

¿Qué intentó?
¿Qué pasó?
¿Qué aprendió?

Voluntario 3

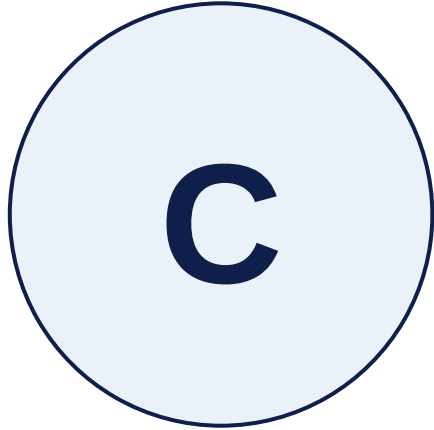
¿Qué intentó?
¿Qué pasó?
¿Qué aprendió?

Dos minutos por historia. Lo que salió mal vale tanto como lo que salió bien.

ACTO 1

El problema

Un precio mal nacido pierde plata en cada botella — desde el día uno.



Llega el RTD nuevo a la lista. El jefe de zona le encarga el precio.

*"Carlos: el costo es \$2.625 y necesitamos 25% de margen.
Póngale precio al tendero y me lo manda antes de las 8."*

Carlos toma la calculadora: $2.625 \times 1,25 = \$3.281$.

Marcela, la de la ruta Sur, mira por encima del hombro: "Yo lo pondría en \$3.500."

Costo \$2.625, meta 25% de margen. ¿Quién tiene el precio correcto?

A

Carlos: \$3.281 — costo $\times$ 1,25, la cuenta de toda la vida

B

Marcela: \$3.500 — costo $\div$ 0,75

C

Los dos: la diferencia es técnica, en la calle da igual

Todos votan. Nadie se abstiene.

Si Carlos manda su precio, la meta era 25% y el margen real es:

20%

La botella nace regalando un punto de cada cinco.
Nadie lo negoció, nadie lo autorizó: venía en la etiqueta.

La respuesta era la B — y en el acto 2 vamos a entender por qué.

El plan de hoy

ACTO 2

El descubrimiento

Margen, markup y la división que fabrica precios

ACTO 3

El conflicto

El error de Carlos multiplicado por 40 tiendas

ACTO 4

La solución

La cadena completa + SU taller de conversión

ACTO 5

El compromiso

Ningún precio suyo vuelve a nacer regalando

Regla del día: cada diez minutos, ustedes calculan, votan o deciden.

ACTO 2

El descubrimiento

La misma plata tiene dos nombres — y confundirlos cuesta puntos.

**Los \$9.500 del ron, ¿qué porcentaje son?
25%... ¿o 33%?**

A 25% — eso dijimos el encuentro pasado

B 33% — 9.500 sobre el costo de 28.500

C Las dos: depende de sobre qué se mida

Un solo billete, dos nombres

MARGEN

25%

$\$9.500 \div \38.000 (el precio).
El idioma de SULICOR: metas,
comisiones y descuentos se miden aquí.

LA PLATA

\$9.500

La utilidad es una sola.
Lo que cambia es el espejo donde se
mira.

MARKUP

33,3%

$\$9.500 \div \28.500 (el costo).
El idioma de proveedores y tenderos: "le
gano tanto a lo que me costó".

Los dos son "correctos". El error no es usar uno u otro: es mezclarlos sin darse cuenta — o dejar que el otro los mezcle por usted.

LA TARJETA DE LA DOBLE IDENTIDAD

$$\text{Margen} = U \div \text{Precio} \quad \cdot \quad \text{Markup} = U \div \text{Costo}$$

Variables U = utilidad (\$9.500) · Precio = sin IVA (\$38.000) · Costo = puesto para vender (\$28.500)

Lectura El margen mira la utilidad desde el precio; el markup, desde el costo. El markup SIEMPRE da un número más grande — por eso suena más generoso de lo que es

Ejemplo Ron: $9.500 \div 38.000 = 25\%$ de margen = $9.500 \div 28.500 = 33,3\%$ de markup. El mismo billete

Fotografíe esta lámina: es su tarjeta de bolsillo.

El duelo de las dos identidades

1. Cada pareja toma estos cinco: aguardiente 18.000 → 24.000 · ron 28.500 → 38.000 · RTD 2.625 → 3.500 · cerveza 1.813 → 2.267 · whisky 75.000 → 95.000.
2. Calculen margen Y markup de cada uno (costo → precio, sin IVA).
3. Gana la pareja que primero tenga los diez números — y sepa cuál es cuál.

Pista de control: si su "margen" del ron le dio 33%, calculó markup. Revise la base.

**Un proveedor le ofrece un producto nuevo:
"usted se gana el 30% sobre el costo".
Su meta es 25% de margen. ¿Le sirve?**

- A** Sí — 30 es más que 25, sobra margen
- B** No — 30 de markup son 23,1 de margen: queda corto
- C** No se puede saber sin el precio de lista

EL TRADUCTOR ENTRE IDIOMAS

$$\text{Margen} = \text{Markup} \div (1 + \text{Markup})$$

Variables Markup en decimales (30% = 0,30). Para devolverse: $\text{Markup} = \text{Margen} \div (1 - \text{Margen})$

Lectura Todo número que le digan "sobre el costo" se traduce ANTES de compararlo con su meta, que vive en margen

Ejemplo 30% de markup $\rightarrow 0,30 \div 1,30 = 23,1\%$ de margen · 33,3% de markup $\rightarrow 25\%$ de margen
· 40% $\rightarrow 28,6\%$

La respuesta de la votación era B: 23,1%, por debajo de la meta.

LA FÓRMULA QUE FABRICA PRECIOS

$$\text{Precio} = \text{Costo} \div (1 - \text{margen})$$

Variables Costo = botella puesta para vender · margen = la meta, en decimales (25% = 0,25)

Lectura Para llegar a un margen SE DIVIDE por lo que queda del precio. Multiplicar por (1+margen) fabrica markup disfrazado — y nace regalando

Ejemplo RTD: $2.625 \div 0,75 = \$3.500$ ✓ · La cuenta de Carlos: $2.625 \times 1,25 = \$3.281$ → margen real 20% ✗

Esta es la tarjeta más fotografiada del programa. Con razón.

Tres ideas que no se pueden olvidar

1

Dos nombres

La misma utilidad: $\text{margen} \div \text{precio}$ y $\text{markup} \div \text{costo}$. El markup siempre suena más grande.

2

Traduzca siempre

$\text{Margen} = \text{markup} \div (1 + \text{markup})$. Lo que le digan "sobre el costo" se traduce antes de decidir.

3

Se divide

$\text{Precio} = \text{costo} \div (1 - \text{margen})$. Quien multiplica fabrica un margen más chico del que cree.

Pausa: 10 minutos. Al volver: el error de Carlos, multiplicado por 40 tiendas.

ACTO 3

El conflicto

El precio mal nacido ya está en la calle. Contemos la factura.

El RTD salió a \$3.281 en las 40 tiendas de la ruta. ¿Cuánto cuesta el "×1,25"?

Quería 25% (\$875 por botella a \$3.500)

A \$3.281 la botella deja \$656: el margen nació en 20%

regala \$219 por botella

Y \$219 sobre \$875 es la cuarta parte de su utilidad

**25% de la ganancia, perdida en la
etiqueta**

40 tiendas × 24 botellas al mes: ~\$210.000 regalados cada mes. Al año: \$2,5 millones. Sin que ningún cliente pidiera nada.

El cliente: "Deme 5% por volumen y 5% por pago de contado". ¿Cuánto es?

A

10% exacto — cinco más cinco

B

9,75% — los descuentos se multiplican, no se suman

C

Depende del orden en que se apliquen

Respuesta: B. Cada descuento se aplica sobre lo que dejó el anterior: $0,95 \times 0,95 = 0,9025 \rightarrow 9,75\%$. Chiquito por operación, grande en un acuerdo anual.

Cada eslabón calcula su margen sobre SU precio

Eslabón	Ron 750 ml	Margen del eslabón
SULICOR compra	\$28.500	—
SULICOR vende al tendero	\$38.000	25% (9.500÷38.000)
El tendero vende al consumidor	\$47.500	20% (9.500÷47.500)

Por eso las comparaciones mienten. "En el D1 esa botella vale menos que lo que usted me cobra" compara el precio al PÚBLICO de otro canal contra su precio al TENDERO — eslabones distintos, márgenes distintos, bases distintas. Primera pregunta siempre: ¿de qué eslabón es ese número?

LO QUE CARLOS YA SABE

1. Un precio nacido con "×1,25" regala el 25% de su utilidad — sin negociar.
2. Los descuentos encadenados se multiplican: 5 y 5 son 9,75.
3. Antes de comparar precios: ¿de qué eslabón es ese número?

Falta la herramienta completa. Acto 4.

ACTO 4

La solución

La cadena entera del portafolio — y su taller de traducción.

Cinco productos, tres eslabones, cero misterio

Producto	Paga SULICOR	Cobra SULICOR	Margen	Cobra el cliente	Margen cliente
Aguardiente 750	\$18.000	\$24.000	25%	\$30.000	20%
Ron 750	\$28.500	\$38.000	25%	\$47.500	20%
RTD 269	\$2.625	\$3.500	25%	\$5.000	30%
Cerveza (und)	\$1.813	\$2.267	20%	\$3.000	24%
Whisky 750	\$75.000	\$95.000	21%	\$120.000	21%

Cifras ilustrativas y coherentes para poder seguir las cuentas — en la calle manda la lista vigente. El margen NO es uno solo: cada categoría y cada eslabón tienen el suyo.

El RTD del tendero gana 30% — el argumento de venta más fuerte que existe: "esta referencia le deja MÁS margen que su promedio".

**El tendero: "yo a todo le gano el 40"
(sobre el costo). ¿Cuánto margen es?**

A

40% — lo dijo él

B

28,6% — markup 40 traducido a margen

C

33% — más o menos por ahí

Respuesta: B → $0,40 \div 1,40 = 28,6\%$. Quien traduce el idioma del otro, dirige la conversación.

EL TALLER · EN PAREJAS · 45 MINUTOS

La lista de la calle, del costo al consumidor

OBJETIVO

Armar la cadena completa de 3 SKUs reales: costo → precio SULICOR (dividiendo) → precio sugerido al público, con el margen de cada eslabón

TRADUCCIÓN

Convertir 5 ofertas dictadas en markup a margen — y decidir cuáles alcanzan la meta de su categoría

PRODUCTO

La plantilla llena + el precio corregido de un SKU que hoy esté "mal nacido" en su ruta

RETROALIMENTACIÓN

Cada pareja presenta en 30 segundos: el hallazgo que más plata vale

Regla del taller: prohibido multiplicar por $(1+\text{margen})$. El que multiplica, paga el café.

¿Qué encontró que no esperaba?

El precio que nació regalando

Casi todas las rutas tienen un SKU con margen "sumado" — hoy quedó corregido

El markup que parecía generoso

"Le gano 40" era menos que la meta de 25 de margen: la traducción salva la cuenta

El margen del tendero en RTD

30%: el argumento para abrir espacio sin tocar el precio

Si su pareja encontró otro hallazgo: ese vale doble. Cuéntelo.

ACTO 5

El compromiso

Carlos manda el precio otra vez. Usted también.

El mismo encargo. Otro Carlos.

AYER

*"Precio RTD: \$3.281.
($2.625 \times 1,25$)"*

Margen real: 20%. Regalaba \$219 por botella:
\$2,5 millones al año en la ruta.

HOY

*"Precio RTD: \$3.500 ($2.625 \div 0,75 = 25\%$ exacto).
Y al tendero le muestro SU margen:
30% — mejor que su promedio."*

Divide para fabricar el precio. Traduce el markup.
Y convierte el margen del cliente en argumento de venta.

Una sola cosa que hará distinto desde mañana

Esta semana voy a revisar el precio de _____ ,
lo voy a recalcular dividiendo: costo ÷ (1 - _____ %),
y la diferencia se la voy a mostrar a _____ .

Se escribe, se firma y se guarda en la carpeta. El próximo encuentro abre con tres voluntarios contando cómo les fue.

Tarea (30 min): traduzca a margen 5 precios de su lista que estén expresados en markup + traiga los COSTOS FIJOS de su ruta (celular, transporte, lo que exista aunque no venda).

¿Su ruta es un negocio o es un empleo?

Una ruta vende \$20 millones al mes... ¿y ganó plata? Nadie lo sabe sin dos números que casi nadie conoce: el margen de contribución y el punto de equilibrio. El 12 de agosto usted descubre la botella exacta donde su mes deja de pagar deudas y empieza a ganar.

Traiga: su tarea, su compromiso firmado y LOS COSTOS FIJOS de su ruta — son la materia prima del taller.

Desde hoy, cuando fabrique un precio...

**Al costo no se le suma.
Se divide — y se defiende.**

Nos vemos el 12 de agosto — en la calle, dividiendo.