



## Minimarket El Trigal

El precio de la historia

Jenny Astudillo Fabio es una microempresaria de Quilicura, dueña del minimarket El Trigal. Como todo microempresario que recién comienza, Jenny no sabía nada de negocios ni mucho menos las cantidades de producto que debía comprar cada mes para cumplir las expectativas de sus clientes. Jenny no conocía qué productos eran los que más se vendían, ni los productos que, a pesar de que se venden poco, igual compraba para poder satisfacer a esos clientes exigentes. Uno de los problemas que Jenny tuvo al comienzo fue cómo determinar el precio de venta de sus productos, si es que quería ganar un 30% en cada venta. Sin duda, la pregunta que nace instintivamente es, ¿Eso es posible para todos los productos?

*“Cuando Jenny comenzó con este negocio se propuso, junto a su marido, que querían ganar un 30% en cada venta que realicen”.*

### Una vida de negocios y familia

Cuando Jenny adquirió su casa propia decidió iniciar un negocio junto a su esposo en el antejardín de su nueva vivienda, para solventar los gastos familiares. Una de las grandes ventajas sería poder trabajar, estar en casa y cuidar a sus hijos, algo fundamental para ella ya que, según afirma, la familia es lo que le da sentido a su vida.

Al cabo de un tiempo de funcionamiento llegaron nuevos vecinos al barrio, lo que mejoró significativamente los resultados del minimarket de Jenny, por lo que surgió la necesidad de agrandar el local para acomodar todos los productos que le solicitaban. Hoy en día se puede ver

que Jenny tuvo que alterar la totalidad de la casa para almacenar todo el stock del minimarket, hasta el punto de tener que ceder la vivienda completa a su negocio. Esto era algo inimaginable hace 20 años, pero gracias a esta alteración Jenny pudo lograr su propósito inicial: vender sus productos con un margen del 30%.

### **El camino para ser experto en los negocios**

Al momento de iniciar su minimarket Jenny no tenía ningún título técnico o profesional, ni mucho menos conocimientos sobre negocios. Tuvo que ir aprendiendo con el tiempo la manera en la que se debe tratar con los proveedores, cómo atender a los clientes “regalones” que van a diario a comprar, así como también tuvo que convertirse en su propia contadora para llevar el registro y confeccionar la declaración de formularios al Servicio de Impuestos Internos. También Jenny se destaca por cumplir un rol de gerente de finanza: pidiendo préstamos cuando quiso agrandar su negocio y viendo la rentabilidad que ha tenido. Toda esta aventura ha sido muy difícil para Jenny, pero le ha enseñado cómo tratar con diversas personas de acuerdo al contexto, algo fundamental para hacer negocios.

### **Una anécdota que marcó un hito**

Cuando Jenny comenzó con su minimarket se propuso junto a su marido que querían ganar un 30% de cada venta que realicen. De esa forma, cada vez que realizaba una venta, para determinar el precio sólo multiplicaba el costo que tuvo el producto por 1,3 para obtener el margen de utilidad que ella deseaba. Sin embargo, Jenny no contaba con lo que se aproximaba.

Un día, cuando el negocio recién comenzaba, un cliente se acercó para consultarle el precio de un litro de leche. Jenny, confiada en su fórmula para obtener el margen de utilidad esperado, le dijo el costo de la leche multiplicado por 1,3. Asumiendo que el costo era de \$700, algo caro ya que recién comenzaba el negocio, Jenny utilizó la fórmula, y la leche quedó con un precio de venta de \$910 pesos ( $\$700 \times 1,3 = \$910$ ).

La cliente era una abuelita de un barrio cercano que, con excesiva sinceridad, insultó a Jenny por el precio tan alto del litro de leche, asegurando que prefería caminar al supermercado antes que comprar el litro de leche al precio que le ofrecía Jenny. ¿Qué fue lo que sucedió?, ¿Por qué a pesar de todo el esfuerzo de Jenny la abuelita se enojó?, ¿En qué falló Jenny al fijar su fórmula de cálculo del margen de utilidad de sus productos?