

L U M B R E



Por dónde entra el dinero y por dónde se fuga: ingresos y costos

Materia: Modelo de negocio y pricing

07/10/2026

Antes de empezar

Dos piezas de la cuartilla deciden si el negocio te sostiene: por dónde entra el dinero y por dónde se fuga. Aquí nombras tus fuentes de ingreso, separas costos variables de fijos y calculas lo que realmente deja cada unidad vendida. Después, la parte incómoda: las fugas invisibles que todo emprendedor con poco paga sin anotar, de la mercadería dañada al fiado que nunca cobraste. Saldrás con la cifra que manda: cuánto te deja cada pieza antes de repartirse entre todo lo demás.

QUÉ APRENDERÁS

- Clasificar los ingresos y costos del negocio, calcular la ganancia por unidad vendida y destapar las fugas que se pagaban sin saber.

Vender mucho y ganar poco son dos cuentas

distintas



La manguera entera no sirve de nada si no ves por dónde gotea.

Hay un dicho callejero que resume este módulo: «no le va mal, pero no ve ni un peso». La gente cree que el negocio se mide por lo que vende; se mide por **lo que le queda**. Y para saber lo que queda hay que contar dos veces: primero, **de dónde entra** el dinero, porque no es lo mismo una venta que se repite que un golpe de suerte; segundo, **por dónde sale**, porque el emprendedor con poco no tiene un contador: tiene una sensación de que «el mes se fue».

Las bocas de entrada. Un negocio puede tener una o varias fuentes, y conviene nombrarlas: **venta por unidad** (cada despensa, cada plato), **cuota recurrente** (los

250 mensuales por local: entra sin cerrar la venta otra vez), **servicio aparte** (la instalación, la asesoría: cobra el trabajo, no el producto), **diferencia de reventa** (compro a 40, vendo a 65). La pregunta de calidad: ¿cuántas de estas bocas tienes y **cuál te mantiene vivo los días que no vendes**? El negocio con una sola boca de entrada entra en pánico cada día sin venta; el que instala una cuota compra calma.

El costo que nadie anota: tu trabajo sin sueldo

Haz la cuenta que el emprendedor con ahorro evita: si a fin de mes «le sobran» 4 mil pesos, y le dedicaste 200 horas al negocio, **el negocio no te pagó 4 mil: te pagó 20 por hora**, menos de lo que cobra el ayudante. Y si contratara a alguien por 4 mil para hacer lo que tú haces, el sobrante sería cero o negativo. La regla del mapa: **tu trabajo es un costo, aunque no reciba cheque**. Anótalo con un número honesto: no tu sueño de sueldo, sino lo que costaría reponerte un mes. Después la decisión se ve clara: ¿el margen por unidad alcanza para pagar ese costo y dejar ganancia, o el negocio es un autoempleo con logo? No hay insulto en descubrirlo: hay ahorro de años. Un negocio que no paga el trabajo del dueño no es barato de operar: es caro de sostener con el colchón.

Las bocas de salida, en dos familias que se mezclan en la bolsa pero se piensan aparte. **Costos variables**: lo que sale **por cada venta** (insumo, envase, comisión, gasolina de la entrega). **Costos fijos**: lo que sale **porque el negocio existe**, vendas o no (la renta, el servicio de luz, el puesto del mercado, la cuota de la app). La cuenta sagrada del módulo es una resta de dos renglones: **precio de venta menos costo variable = lo que te deja cada unidad**. Ese número, no el precio, es lo que se reparte después entre tus fijos, tu trabajo y tu ganancia. Si cada despensa te deja 90 pesos, con 30 fijos y tu trabajo valiendo 60, **te dejan cero**: vendiendo 12 despensas más no arreglas la resta, arreglas la resta bajando el variable o subiendo el precio, y eso es justo lo que el próximo módulo decide.

Y las **fugas silenciosas**, que se comen el margen antes de que lo cuentes: la mercadería que se echa a perder y va a la basura contada como «mala racha» (es costo), el fiado que no anotaste y nadie cobró (es venta falsa), el descuento que «ya le haría la próxima» (es margen regalado), la devolución sin registro, y el tiempo en filas para comprar 200 pesos de insumo. La cura no es contabilidad de despacho: es **una libreta con tres columnas** (qué salió, por cuánto, si fue por venta o por existir) y la revisión de los viernes, quince minutos, sin perdonar ni «cinco pesitos».

El ingreso entra por la caja; la ganancia se queda solo si alguien la contó antes de que se fuera.

— Lumbre · Empresa

Cuentas de una taquería: variable, fijo, y lo que deja cada taco

Concepto	Tipo	Número del mes	Lo que significa
Carne, tortilla, cebolla por taco	Variable	\$3.40 por taco	Sale solo si el taco se vende
Renta del local	Fijo	\$6,000	Sale vendas 300 o 3,000 tacos
Gas y carbón	Semi	\$1,200	Se mueve, pero tiene piso diario
Venta promedio: \$7.00 por taco	Ingreso	—	El precio no es la ganancia
Lo que deja cada taco (7.00 – 3.40)	Margen	\$3.60	De aquí se pagan fijos, tu trabajo y la ganancia
Tacos para cubrir los \$7,200 fijos	Cruce	≈ 2,000 al mes	Antes de esa fila, el negocio solo empata

1. Clasifica cada movimiento de dinero de un negocio de repostería por encargo:

Elementos:

- La mensualidad de 400 pesos de la cafetería por dos docenas semanales fijas
- La harina y la mantequilla que se fue en el pastel de este encargo
- El recibo de luz del local, lo hornees o no este mes
- La cuota mensual de 300 pesos de la otra clienta por el surtido fijo de los viernes
- El adorno y la caja de cada pastel entregado

Ingreso recurrente	. . .
Costo variable	. . .
Costo fijo	. . .

2. Marta vende 90 despensas al mes a \$320 y dice: «me va de maravilla». Sus costos: \$210 de mercancía por despensa, \$2,400 de gasolina y ayudante repartido entre las 90, \$3,000 de renta mensual, y ella le mete 80 horas que pagarían \$35 cada una. ¿Qué dice realmente el número?

- ☐ Que le va de maravilla: 90 ventas es un volumen envidiable para empezar
- ☐ Que cada despensa deja \$83.30 ($320 - 210 - 26.70$) y con eso apenas cubre renta y el pago de su tiempo, así que el negocio hoy es un autoempleo con logo: la decisión de precio o de volumen se volvió urgente
- ☐ Que basta con vender 20 despensas más y todo se arregla solo
- ☐ Que debe dejar de pagar su tiempo: es su negocio y no se cobra a sí misma

3. La gasolina, el envase y la comisión del repartidor deben tratarse como gastos fijos porque se pagan todos los meses.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

4. Haz la resta de dos renglones con tu negocio: precio de tu producto estrella menos cada costo variable (insumo, empaque, entrega, comisión): anota lo que deja por unidad. Después, la libreta de tres columnas esta semana y la revisión de los viernes con las fugas: merma, fiado, descuentos, tiempo en filas. Termina con la cuenta que duele: lo que te dejó el mes, dividido entre las horas que le metiste: ¿ganancia o autoempleo con logo?

Si ningún número te sorprende, es probable que la libreta lleve solo lo «oficial»: las fugas se anotan el mismo día que pasan, no cuando se recuerdan.

Para dominar este tema

Lo esencial que debes saber

- El negocio se mide por lo que queda, no por lo que vende.
- Variable sale por venta; fijo sale porque el negocio existe: la causa decide, no el calendario.
- Margen por unidad = precio – costo variable; de ahí se pagan fijos, tu trabajo y la ganancia.
- Tu trabajo es un costo aunque no reciba cheque: sin esa línea, la cuenta es ficción.

- Las fugas silenciosas (merma, fiado, descuento, tiempo) se cazan con libreta y revisión semanal.

Preguntas clave del tema

1. ¿Qué fuentes de ingreso puede tener un negocio y cuál te mantiene los días sin venta?
2. ¿Cómo se distingue un costo variable de un fijo?
3. ¿Qué es el margen por unidad y de qué se paga?
4. ¿Por qué tu trabajo sin sueldo es un costo del modelo?
5. ¿Cuáles son las fugas silenciosas y con qué se cazan?

Lo que debes poder hacer

- Calcular el margen real por unidad vendida con costos variables completos.
- Clasificar cada salida de dinero en variable o fijo por su causa.
- Registrar y cuantificar las fugas silenciosas en una revisión semanal.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE
EN LUMBRE

5. Chequeo: la resta de dos renglones



Siguiente: *El precio es una decisión, no una ocurrencia* — ya sabes cuánto deja cada unidad y cuánto cuesta existir: ahora se pone en la balanza el número que la gente aprueba o rechaza con su cartera, y por qué «costo más 20%» no es estrategia.

Referencia curricular

Materia:	Modelo de negocio y pricing
-----------------	-----------------------------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://empresa.lumbre.lat/object/emp-emp-c46-m02-0a01>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat