

LECTURAS / ARCHIESCOPE

El costo real de no saber sus costos

Qué tan seguido una PyME mexicana vende por debajo de su costo sin saberlo.

EL DATO INCÓMODO

No es que vendan mal. Es que casi ninguno mide lo único que le diría si va a sobrevivir.

LOS NÚMEROS

México pierde negocios a un ritmo brutal.

El INEGI lo documenta con una regularidad incómoda: de cada 100 negocios que abren en México, una tercera parte no llega a cumplir un año. Tres de cada cuatro cierran antes de dos años. Solo poco más de un tercio sigue de pie después de cinco.

La vida promedio de un negocio mexicano, según la última medición del propio instituto, es de 8.4 años.

Los motivos que más se repiten cuando un negocio cierra son financieros: no cubrir gastos de corto plazo, atrasarse con proveedores, no alcanzar para la nómina. Todos son síntomas. La causa que casi nunca se nombra —porque casi nunca se mide— es más simple: **el dueño no sabe, con precisión, cuánto le cuesta producir o comprar lo que vende.**

33%

DE LOS NEGOCIOS NUEVOS
CIERRA ANTES DEL PRIMER AÑO

75%

CIERRA ANTES DE CUMPLIR DOS
AÑOS DE OPERACIÓN

8.4

AÑOS DE VIDA PROMEDIO DE UN
NEGOCIO EN MÉXICO

Vender por debajo del costo, sin darse cuenta.

No hace falta llevar una contabilidad compleja para caer en esto. Basta con fijar el precio por lo que cobra la competencia, o por lo que "se siente justo", en lugar de calcular cuánto cuesta de verdad producir o comprar cada unidad — insumos, tiempo del propio dueño, merma, renta prorrateada, el costo de financiar el inventario que se compró a crédito.

Un ejemplo simple: una taquería que cobra \$18 por taco porque "así cobra todo el mundo en la cuadra", sin haber sumado nunca que entre insumo, gas, renta prorrateada y merma, cada taco le cuesta \$16.80. El margen real —menos de \$1.20 por taco— desaparece con la primera tanda de tortillas que se echa a perder o la primera subida del precio del gas.

El negocio puede estar lleno de clientes todos los días y, aun así, estar operando prácticamente a costo. Vender más, en ese escenario, no resuelve nada — multiplica la misma pérdida por más tacos.

El primer número que debería calcular cualquier PyME no es cuánto vendió. Es cuánto le costó vender lo que vendió.

LA CORRECCIÓN

No es un problema de ventas. Es un problema de un solo número.

La Edición #001 de la revista trae los diez términos —empezando por margen de contribución y costo fijo vs. variable— para calcular ese número con lo que ya tiene a la mano.

DE \$14K A \$80K — GENERACIÓN POR GENERACIÓN

WHATSAPP
55 3123 8718

CORREO
diegolovera@archiescope.com

INSTAGRAM
@archiemexico500

ARCHIESCOPE • CDMX • 2026