

El caso de este minisuper puede resultar de utilidad para renovar algunos aspectos de tu negocio

Dispongo actualmente de un local de 36 metros cuadrados con posibilidades de ampliación a futuro en donde instalé un minisuper, pero tengo grandes dudas:

1. Tiene baja altura 2.30m y no está en esquina. ¿Cómo podría darle mayor vista?
2. Me dicen que este tipo de giro es muy susceptible a ser asaltado. ¿Qué tipo de medidas de seguridad me sugieren para disminuir el riesgo?
3. Debido a que no cuento con personas de confianza o familiares que me auxilien, ¿cómo puedo tener un sistema de control de inventario?

Iván Maciel

Las respuestas han sido numeradas conforme a sus preguntas:

1. Visibilidad y altura de un local. La altura de un local se juzga adecuada o inadecuada dependiendo de los productos o servicios que se vendan en él. Debemos entender como altura la distancia comprendida entre el solado y el cielo raso o vigas, ya con terminados y aparentes.

Sin embargo, de la altura del local no depende su visibilidad, sino del área de frente en exposición, incluyendo la que representa el anuncio exterior que puede incluso superar la altura del edificio donde se encuentra el local. Si el sitio se encuentra a mitad de una cuadra es importante que se instale un todo de un color vivo para llamar la atención, así como pancartas en las áreas cercanas.

Una altura de 2.3 metros es lo mínimo que puede tener un sitio habitable pero puede permitir ventilación, luz y disipación del sonido adecuados en condiciones normales. Es una altura típica en casas y departamentos construidos de 30 años a la fecha. Una prueba para reconocer dicha altura típica es que una persona de altura estándar (1,70 metros) al extender los brazos apenas y toca el techo.

Ahora bien, un equipamiento con mayor altura tendrá ventajas; por ejemplo, una altura mayor de 4.5 metros permitiría la instalación de un tapanco como bodega y tendrá mucho mayor espacio lateral (en paredes) para exposición de productos.

El problema en un minisuper con baja altura dependerá de si vende algún servicio o producto que demande otras características. Algunos refrigeradores y equipamientos superan dicha altura, por otro lado si están instalados equipos de videojuego que hagan ruido, el sonido se disipará de manera más

difícil y también habrá más calor y menor ventilación. Todo él lo podrá hacer que el lugar sea menos agradable y por lo tanto con menores probabilidades de ser visitado.

Sin embargo, casi todos estos problemas pueden ser superados, en cuanto a la ventilación bastará con generar corrientes de aire o hasta ventilación artificial. En cuanto al espacio para exposición se puede resolver utilizando los mostradores; a veces la calle puede ayudar para exponer productos vistosos, pero se debe revisar el reglamento local, pues en algunos lugares es infracción exponer productos en la vía pública.

2. Ser o no ser esquina. El problema de no ser esquina es mayor al de la altura del local. El mismo negocio puede vender un 30 por ciento o hasta más con el simple hecho de estar en una esquina.

La diferencia más importante es que la esquina atrae clientes nuevos, mientras que un negocio que no esté en esta ubicación deberá basar su éxito en los clientes frecuentes. Afortunadamente estar en esquina no es la única forma para lograr ventas.

La forma infalible y casi única que tiene la pequeña empresa y el pequeño comercio para abatir problemas de ubicación es el volanteo sistemático, sujeto a temporalidad y con atractivas promociones. En México ya hay compañías dedicadas exclusivamente a realizar campañas de volanteo para empresas de todos los tamaños; es el caso de Casa Por Casa (<http://www.casaporcasa.com.mx>). Puedes complementarlo con carteles y mantas.

3. Asaltos y la inseguridad de los negocios. Existen diversas opciones para disminuir el riesgo. No dejar rincones y huecos que inviten al ladrón a pertrecharse. La iluminación debe ser notoria.

En algunos gobiernos locales existen programas de apoyo para combatir el crimen; por ejemplo, en la delegación Miguel Hidalgo de la ciudad de México, si el vecino contribuye con la energía eléctrica, la delegación coloca reflectores. Es buena idea consultar con tu gobierno local los programas de seguridad que tiene disponibles.

Contar con un seguro debe considerarse como una forma de ahorro. En cuanto a los recursos humanos en la tienda, acude a una empresa de reclutamiento que tenga antecedentes del personal que recomienda.

Si dudas de la honestidad de algún empleado, puedes recurrir a pruebas de poligrafía previa autorización del empleado; una prueba de este tipo cuesta aproximadamente \$1,500 por entrevista y las ofrecen compañías como <http://www.poligrafia.com.mx> o <http://www.poligrafoalye1.net>, [firms.com](http://www.firms.com). Estas herramientas no son válidas como pruebas legales, te servirán, con bastante confianza, para determinar si un empleado es honesto o no.

De igual forma, hay software de control de inventarios y monitoreo de todo el negocio, aún a distancia, que te resultará útil.

Los sistemas de circuito cerrado también son útiles, especialmente si están conectados a una central de alarmas para prevenir robos.

Las visitas sorpresas también ayudan a evitar prácticas deshonestas: llega de improviso y tu ausencia se convertirá en tu sombra.

Otra forma es el Mystery Shopper; puedes solicitar a algunos amigos que no sean reconocidos por tu personal, o acudir a hacer compras específicas, si esas ventas no las ves registradas es muy probable que te traten de engañar, si repites las pruebas y continúa esta situación, podrás tener la certeza.