

Emprender en productos

El rubro de los tangibles refiere a productos físicos. Un par de zapatillas, electrodomésticos, cosmética, televisores, muebles, autos, etc.



Al momento de crear un emprendimiento ligado a productos físicos, hay algunos aspectos a tener en cuenta que más allá del producto per sé. En este curso estaremos viendo 8 pilares a considerar.



Figura 1. 8 pilares para emprender en el rubro de productos
Fuente: elaboración propia (2022)

Emprender en productos

➤ Depósito | Almacenamiento

Todo producto tangible demanda un espacio físico. Es decir, los productos los vas a tener que tener en algún lado y ocupan espacio. ¿Dónde los vas a almacenar?

Es entendible que al comienzo no estés pensando en depósitos ni en alquileres de espacios pero es importante, para la visión a futuro, que tengas en mente este aspecto ya que influye en otras variables:

- Un alquiler implica un gasto fijo el cual debe ser incluido dentro de la estructura de costos.

Vas vendiendo, generando ingresos, y en algún momento piensas en cuál es el siguiente paso para seguir creciendo. Piensas en tener mayor cantidad de productos y ves que será necesario tener algún espacio en donde almacenarlos. Averiguas la inversión y te enteras de la cantidad de ventas que debes empezar a tener para poder solventar la nueva estructura. Puede ser incentivo para definir tus objetivos.

Variable	Costo	Cantidad de ventas actuales	Ingresos totales actuales	Rentabilidad
Depósito almacenamiento	\$X	XXX	\$XXX	Ingresos - Costo

Tabla 1. Ejemplo I variable I

Fuente: elaboración propia (2023)

Variable	Costo	Cantidad de ventas necesarias para afrontar la nueva inversión	Ingresos totales proyectados	Rentabilidad
Nuevo depósito	\$X	XXX	\$XXX	Ingresos proyectados - costo

Tabla 2. Ejemplo II variable I

Fuente: elaboración propia (2023)

Emprender en productos

- El lugar de almacenamiento tiene condiciones ambientales.

¿Presenta alguna amenaza para los productos?

Si llueve y se mojan, ¿afecta en algo?

¿La humedad o tierra puede provocar alguna falla? ¿Requiere cadena de frío?

- Los productos llegan al lugar de almacenamiento.

Esto implica un manipuleo. ¿Cómo los vas a buscar y traer? Esto tiene un costo y existe un riesgo de roturas, pérdidas, siniestros.

Tener un registro de la cantidad de productos que ingresa para llevar conteo del stock remanente. ¿Cuántas unidades compraste? ¿Cuántas unidades vendiste? ¿Cuántas unidades quedan? ¿Cuándo debes volver a comprar?

- El almacenamiento quiere decir que tenes los diferentes productos en un lugar físico. Si pasas tiempo buscándolos, debido al desorden, estás gastando tiempo en algo no productivo.

Podes inventar un código para cada producto y definir un determinado espacio a cada código dentro de tu espacio para un mejor orden y mayor facilidad a la hora de hacer las entregas.

Contar con ese proceso de registro e identificación, te permitirá que el día de mañana lo pueda hacer otra persona (delegar) y vos te encargues de otras acciones.

Esas son algunas consideraciones a tener en cuenta respecto al almacenamiento de tu stock. Se trata de situaciones y preguntas disparadoras para posicionar a la persona en situación e imagine su propio contexto según las ideas y accionar que tiene.

Emprender en productos

➤ Logística

De la mano del almacenamiento, aparece la logística ya que los productos tangibles son trasladados de un lado a otro.

La logística involucra algunos aspectos a tener en cuenta:



Figura 2. Logística

Fuente: elaboración propia (2022)

Emprender en productos

Finanzas

Al comercializar productos estás inmovilizando capital.

Esto quiere decir que vos invertís una determinada suma de dinero en productos bajo la promesa de que se venderán y obtendrás ganancia de esa transacción. Hasta que eso no suceda, tenes dinero inmovilizado en productos.

¿Por qué esto importante? Porque en una economía inflacionaria, si tenes mucho tiempo entre la compra y la venta, entonces será importante que sepas de aspectos financieros para que la inflación no les gane a tus ganancias.

Una persona hace una compra de 30 unidades de un producto del cual vende 1 unidad por semana.

En 7 meses habrá vendido 28 unidades y, tal vez, a lo largo de esos meses habrás tenido que actualizar el precio lo cual le demanda tiempo en trabajo operativo como analizar el nuevo precio, cambiarlo, comunicarlo, volver a ofrecerlo y demás esfuerzos.

En esta parte puedes guiarte del concepto **Just in Time** el cual establece la filosofía de que el producto llegue al cliente en el momento justo con la cantidad justa.

¿De qué manera podrás saber qué productos más vendes, en cuánto tiempo, y el tiempo entre la compra y la venta?

Llevando un registro de tus operaciones y analizando los datos obtenidos para transformarlos en información útil a la hora de tomar decisiones estratégicas.

Emprender en productos

➤ Usabilidad

Los productos son comprados para algo, y ese “para” antecede una acción, un uso.

Puede que para un mismo producto haya diferentes usos. ¿Por qué es importante esto? A la hora de comunicar y mostrar lo que ofreces, será interesante que puedas combinar la creatividad e innovación con la usabilidad de tu producto.

Una agenda puede servir para organizar, escribir, dibujar, apoyar, de recordatorios o también para regalo. Cada uso tendrá asociado diferentes públicos; quien use la agenda para organizar su semana tal vez no la use para dibujar y, por lo tanto, la comunicación de usabilidad que ilustre dibujar y no organizar, no llegará a quienes la usen para organizar.

Es importante que conozcas el uso que las personas le dan a tu producto ya que ese conocimiento constituye un valor agregado. Conocer a tu comunidad y entenderla para hablarle directamente a sus necesidades.

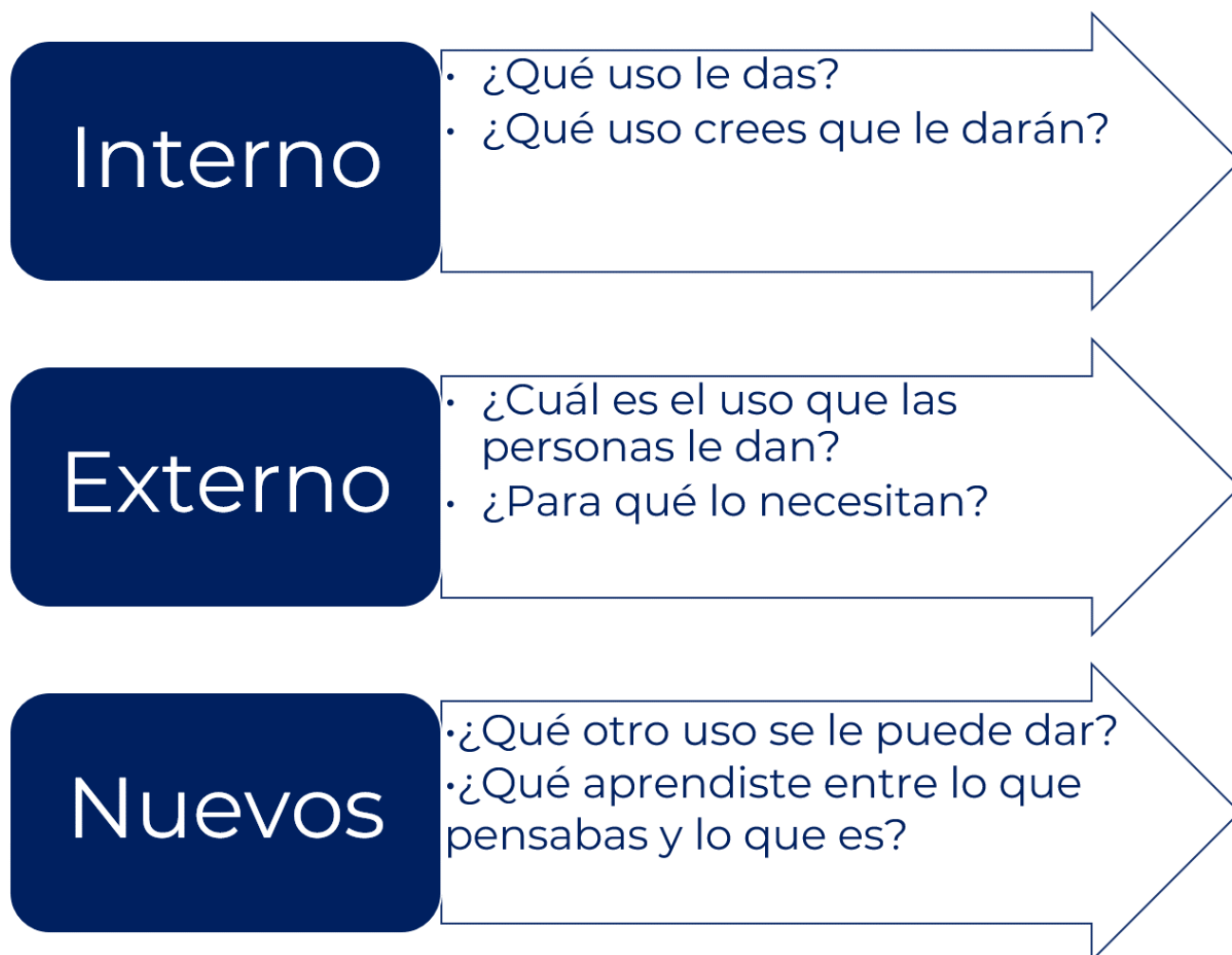


Figura 3. Usabilidad
Fuente: elaboración propia (2023)

Emprender en productos

➤ Posventa

¿Qué pasa cuando ya hiciste la venta?

Te puede interesar conocer la experiencia de las personas con tu emprendimiento, con tu servicio, con tus productos y, para eso, será necesario que tengas algunas acciones diseñadas para obtener dicha información.

Si te interesa que las personas vuelvan o te recomienden, será necesario que tengas alguna estrategia de comunicación para mantener el contacto. Puede ser campañas de marketing digital, eventos, noticias, novedades, entre algunas opciones

Fecha de venta	Cliente	Producto comprado	Posventa	
			Fecha de contacto	Acción a realizar
XX / XX / XXXX	XXX	XXX	7 días luego de la venta	Enviar recomendación en Google

Tabla 3. Ejemplo I variable IV
Fuente: elaboración propia (2023)

Para estudiar este asunto más en detalle, te recomendamos consultar el curso Proceso de Ventas en donde aprenderás a diseñar estrategias y pasos a seguir en tu área comercial.

Es importante ver que en las acciones posventa se halla nuevas oportunidades y diferenciales frente a tu competencia.

En algunos rubros puede ser más fácil implementar este tipo de acciones que en otros. El primer paso es identificar la importancia, imaginar un orden de acciones y luego comenzar a diseñar las actividades en cada paso.

Emprender en productos

➤ Política de roturas, mal estado, devoluciones, etc.

¿Qué pasa si el producto llega roto a destino?

¿Qué pasa si a los días de ser usado deja de funcionar?

¿Quién se hace cargo de los fletes de devolución?

Son algunas preguntas disparadoras que reflejan situaciones que pueden aparecer en la comercialización de productos tangibles.

Beneficios

- Poder delegar la resolución de esos problemas en otras personas caso de que no estés lidiando con eso y puedas enfocarte en el crecimiento de tu emprendimiento. Si tienes un proceso y reglas claras sobre qué hacer en cada situación, otras personas podrán encargarse de eso.
- Orden, claridad, seriedad y ahorro de tiempo cuando suceda. Si lo tienes listo y lo comunicas antes de que la compra se efectúe, las personas ya sabrán que hacer frente a alguna de las situaciones dichas.
- Anticiparse a posibles situaciones te permitirá ahorrar tiempo y recursos. Puedes pensar en qué harías en esos casos e ir diseñando las acciones necesarias para respetar las decisiones que sientas tomar en cada una de esas situaciones.

¿Cuál será el proceso que armes para cada situación? Si alguien te dice que el producto llegó roto, por ejemplo, podrías pedirle alguna foto o video para corroborarlo.

Si el producto no funciona, ¿con quién hablarías y/o qué harás para verificar eso?

Si luego el producto funciona, ¿se lo devuelves al cliente o te lo quedas?

El objetivo es darte preguntas disparadoras para situarte en posición y piensen qué te imaginas decidiendo. **Todo eso confeccionará tu política.**

Emprender en productos

➤ Precio, costo y rentabilidad

El valor que pagas por adquirir los productos o la materia prima para producir constituye el costo. A dicho valor, tendrás que sumarle demás gastos asociados como envíos, embalajes, impuestos, comisiones, y todos esos importes que tiene un valor y están dentro de la acción de venta.

El valor al cual vos ofrezcas, vendas, el producto será el precio el cual debe ser mayor al costo.

Concepto	Monto (\$)
Compra de insumos para producir o de productos para revender	\$ 100
Gastos asociados a la venta (embalaje, logística, etc.)	\$ 25
Total costo	\$ 125
Ganancia a tener por cada venta	\$ 40
Precio del producto	\$ 165

Tabla 4. Ejemplo I variable VII
Fuente: elaboración propia (2023)

Existen diferentes maneras de definir el precio del producto, y habrá muchos otros costos a considerar dentro de la estructura.

Lo importante de este ejercicio es que entiendas, a modo general, la lógica y diferencia entre el costo, el precio y la rentabilidad.

Los conceptos y actividades plasmadas en el curso Administración te ayudarán a perfeccionar esta temática.

También puedes consultar las asesorías en contabilidad, dentro de la sección Asesorías de nuestra plataforma, en donde verás en más profundidad algunos aspectos contables útiles para armar tu estructura de costos.

➤ Tener esta información registrada y ordenada te permitirá proyectar estrategias comerciales. Por ejemplo, podrás calcular un determinado porcentaje de descuento sobre el precio y ver si el precio final cubre el costo. ◀

Emprender en productos

➤ Servicios adicionales

La venta de productos puede implicar algunos servicios obligatorios o complementarios.

En la sección de Logística hablamos de que podemos ofrecerle la información de seguimiento a la clientela. Ese servicio puede ser adicional a la venta aportando a la experiencia de compra y con el emprendimiento, o puede ser un servicio obligatorio definido en la política laboral de la marca.

Si comercializas productos que requieren de un determinado manteniendo o asistencia de software, entonces el servicio será obligatorio.

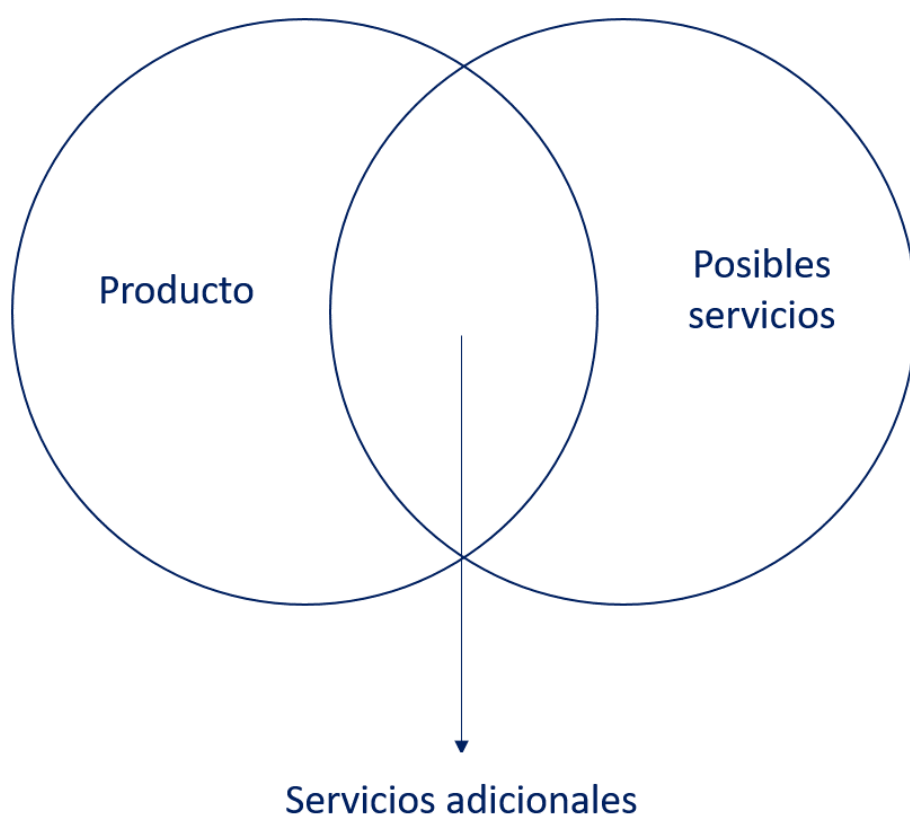


Figura 4. Servicios adicionales
Fuente: elaboración propia (2023)

Descubrir esos servicios puede servir para perfeccionar tu propuesta comercial, sumar nuevas unidades de negocios o bien hacer alianzas con otras organizaciones.

En el caso de que te interese crear nuevas unidades de negocios, puedes consultar el ejercicio de crear ideas emprendedoras en la unidad Ideación del curso Primeras Ideas