



Los **4**
básicos

para la logística
de tu empresa



Tu solución logística

ÍNDICE

1. Tu centro de distribución

Eficiencia

- Productos y ubicaciones perfectamente identificados
- Materiales a la mano
- Áreas bien ubicadas

Herramientas y materiales

- Báscula
- Cajas
- Relleno y protección
- Impresora de etiquetas
- Cinta
- Cinta métrica

Cajas

2. Tecnología

Canales de venta

- Diseño responsivo
- SEO
- Cupones y descuentos
- Aplicaciones de terceros
- Métodos de pago

Software de envíos

3. Costos de envío

4. Estrategias de envío

¿Cuánto vas a cobrar por el envío?

- Envío gratis
- Cobrar lo que te cuesta el envío
- Tarifas fijas

Envíos Internacionales

- Escoge los productos correctos
- Outsourcing

Picos en la operación

- La zona de empaque
- La gente
- El inventario
- El proceso

Outsourcing

- Dropshipping



1. Tu centro de distribución

Eficiencia

Estás a punto de comenzar a diseñar el proceso logístico para surtir tus órdenes,

se te hace fácil solo pensar en cajas que tienen que salir lo antes posible de tu bodega y olvidas pensar en el flujo completo por el que tiene que pasar cada uno de tus productos. Mucho menos te preocupas en las auditorías que debes hacer para asegurarte que la distribución de tu bodega es la más eficiente para tu operación.

Así que es hora de ir al centro de distribución, bodega, garaje (o lo que sea el caso) y revisar paso por paso para asegurarte que lo estás haciendo de la manera más efectiva.

No tengas miedo de cambiar los flujos. Es normal sentir que lo mejor y más fácil es seguir haciendo lo que ya llevas haciendo mucho tiempo, pero eso no significa que sea lo mejor. Repasa el proceso completo, examina qué funciona, qué no y dónde estás perdiendo tiempo y dinero.

Aun cuando todo parezca funcionar debes repetir estas auditorías por lo menos una vez al año y así garantizar que tu proceso es el más adecuado para cumplir los objetivos con la menor cantidad de recursos posible.

Durante tus auditorías, recuerda, una vez al año, debes poner especial atención a estos puntos:



Tus artículos deben estar organizados de la manera más conveniente

Seguramente tienes productos que se venden más que otros, procura tenerlos lo más cerca posible de tu área de empaque y despacho. Es más, si constantemente estás recibiendo las mismas órdenes, ¿por qué no tenerlas preempacadas? Así ahorrarás tiempo en despachar estas órdenes.

No tengas miedo en reorganizar tus productos, puedes hacerlo de diferentes maneras hasta encontrar la manera idónea para despacharlos y esto puede ser:

- Alfabéticamente
- Por color y talla
- SKU
- Los que siempre se venden juntos
- Los más populares, entre muchas otras



Productos y ubicaciones perfectamente identificados

Hablemos ahora de la identificación de tus productos. ¿Están etiquetados? ¿Son fáciles de encontrar? Recuerda que debe ser más fácil encontrar un producto en tu bodega, que una aguja en un pajar.

Este punto es fácil de auditar. Explícale a un amigo cómo clasificas tus productos y cómo están organizados. Después, pídele que busque uno y lo lleve a tu área de empaque lo antes posible. Si se pierde por mucho tiempo en tu bodega, algo está mal. Pregúntale qué problema tuvo para encontrarlo y ahí encontrarás la respuesta acerca de qué debes modificar, ya sea en la manera que codificas la clave de tus productos o en la organización de tu espacio. Recuerda que cualquiera debe poder encontrar fácilmente los artículos en tu bodega (o garaje, si es el caso).



Lo siguiente que debes verificar es cómo estás almacenando tus productos. ¡Cuidado con los más pesados! No los debes colocar en las partes más altas, lo pesado siempre abajo, así ahorras tiempo y evitas accidentes.

Ese producto estrella, el más vendido, debe estar siempre cerca del área de empaque. Y los productos que generalmente se venden juntos... almacénalos juntos. Incluso puede valer la pena crear un kit para tenerlos siempre listos para despacharse.

Etiqueta tus repisas, nombra tus pasillos, si utilizas cajas para almacenar, etiquétalas también, esto te va a ayudar en tu sistema, ya sea una hoja de cálculo o el más avanzado WMS, para poder encontrar fácilmente los productos que necesitas.

Materiales a la mano

Ya hablamos de dónde y cómo están almacenados los productos, pasemos al área de empaque. Lo primero que debes verificar es que todas tus herramientas e insumos estén en el lugar adecuado.

Las tijeras, cintas, cutter, y en general, las herramientas de empaque debes mantenerlas en un solo lugar y accesibles. ¡Ponlas en una caja! Debes tener la costumbre de que todas estas herramientas estén siempre juntas para que no sea un problema encontrarlas cuando las necesitas.

¿Y qué tal tus cajas? ¿Dónde las tienes almacenadas? ¿Están a la mano? Revisa el proceso, y analiza qué tan lejos está cada una de las cosas que necesitas en el proceso de empaquetado. Si tienes que caminar por pasillos o moverte de un lado al otro, están mal ubicadas. Mientras menos pasos tengas que dar, más tiempo y dinero vas a ahorrar.

Haz un ejercicio midiendo el tiempo que tardas en empaquetar un producto y utilízalo como parámetro para ir haciendo modificaciones al proceso y poder evaluarlas.



Áreas bien ubicadas

Siguiendo con el tema del área de empaque, ¿en dónde la ubicaste? Recuerda, menos pasos, menos tiempo. Debe haber un flujo coherente de los productos de tu almacén para que, desde que llegan hasta que salen, usen la ruta más lógica dentro de tu bodega. Muchas veces, el mismo crecimiento de tu operación provoca que la ubicación de tu área de empaque deje de ser la óptima.

¿Y qué pasa con los productos que aún no has empaquetado? Sí, esos que ya están vendidos, ya los pickeaste y todavía no se han empaquetado. Recuerda, debes tener un espacio entre el almacén y el área de empaque para que puedas reservar temporalmente estos productos. Tiene que estar bien etiquetado e identificado. Tener siempre tus productos ubicados eficientará tus procesos.

■ **El tiempo es oro.
Un almacén bien organizado
y un adecuado stock de
materiales te ahorrarán
tiempo y dinero.**

**No escatimes en la planeación
y evalúa periódicamente
si requieres hacer mejoras.**

¿Y ya que lo empaqué? ¡Sí! Necesitas también un espacio para almacenar las cajas listas para ser recolectadas por la mensajería, el área de despacho. Así, debes tener en el flujo de tu bodega un área para productos por empaquetar y otra para órdenes empaquetadas listas para enviarse. Si usas cajas, repisas, racks, tarimas, carritos... no olvides identificarlos.

La correcta distribución de tu área de almacenaje, preempaque, empaque y despacho es esencial para poder recortar tiempos y hacer tu proceso más eficiente. Te sugerimos hacer un diagrama de tu bodega. Al tenerlo listo, marca el flujo de tus productos y repítelo hasta que encuentres la mejor distribución de ellos. Este es el primer paso para tener una logística eficiente.



Herramientas y materiales

No solo es importante el espacio físico, las herramientas para la operación juegan un papel muy importante en el proceso de logística.

Existe desde lo básico, que es poder pesar tus productos o tener suficientes cajas, hasta herramientas sofisticadas que te pueden ayudar a eficientar tus procesos o a mejorar la experiencia de tus clientes al recibir sus productos.



Báscula

Sí, aunque no parezca, es esencial que cuentes con una. Tener una báscula te va a ahorrar muchos problemas con las mensajerías, al tener certeza de que te están cobrando lo correcto y poder saber si lo que mandaste llegó completo a su destino. Puedes encontrar básculas muy baratas, por debajo de los \$1,000 pesos o incluso, si tus productos pesan menos de 5 kg, puedes utilizar una báscula de cocina.



Cajas

Suena evidente, pero es muy importante tomarlas en cuenta. Tienes que encontrar la caja ideal para tus productos. Debes empezar buscando muestras de las cajas que mejor creas que funcionan para tus productos.

¡Haz pruebas! Busca el tamaño perfecto para tu producto más vendido, después empieza a hacer las combinaciones más frecuentes y busca cajas donde quepan bien y además queden bien protegidos. Ya que hayas encontrado 2 ó 3 tamaños que funcionen, compra paquetes de cajas, esto te va a ayudar a disminuir tus costos de empaque.

En los puntos siguientes encontrarás información más detallada sobre cajas y otros materiales.



Relleno y protección

Es muy importante que protejas tus productos para evitar que se dañen. Recuerda que las mensajerías muchas veces no son las más cuidadosas con el manejo de los paquetes. Dependiendo del tipo de producto, puedes utilizar plástico burbuja para envolverlo y/o cacahuate para rellenar las cajas. Estos productos no son caros y ayudan mucho a evitar problemas posteriores. Si quieres ahorrar, incluso puedes reciclar periódico para rellenar y proteger tus productos.



Si tu producto es frágil, utiliza una etiqueta que lo indique. Aunque no lo creas, las mensajerías dan un trato especial a las cajas que tienen esta etiqueta. De igual forma si tu producto debe permanecer en una posición específica durante el envío, utiliza una etiqueta que muestre a los repartidores qué lado debe ir hacia arriba.

Los clientes quieren recibir su producto a tiempo, pero sobre todo quieren recibirlo en buenas condiciones, tal como lo vieron en la foto.

El empaque adecuado es esencial para que tus clientes queden satisfechos y vuelvan a comprarte.



Impresora de etiquetas

Lo más probable es que ya tengas una impresora láser o de tinta, y funcionan muy bien. Pero de verdad te recomendamos que inviertas en una impresora térmica de etiquetas. Esto te va a ahorrar mucho tiempo ya que imprimen a velocidades mucho más rápidas que las impresoras convencionales, vas a tener una etiqueta que fácilmente se puede pegar a tu caja y además nunca se queda sin tinta.



Cinta

Es importante sellar bien tu caja. Aquí vas a encontrar muchos tipos de cinta, desde muy barata que puedes comprar en cualquier lugar, hasta “cinta gorila” que va a hacer que luzca increíble tu caja, pero a un costo muy elevado. Te recomendamos, si está dentro de tu presupuesto, que al menos consigas una cinta que traiga la leyenda para avisar a tu cliente que no reciba la caja si está violada. O que tenga algún diseño impreso con el que el cliente pueda identificar si la caja fue abierta durante su trayecto.



Cinta Métrica

Recuerda que el costo del envío no solo depende del peso de la caja. Las dimensiones de tus cajas pueden también llegar a determinar el precio del envío. Mide todas las cajas que utilices para que puedas declarar las medidas a la hora de cotizar con las mensajerías. Si llegas a utilizar una caja diferente, es importante que la midas.

Ya que tengas estas herramientas listas y el espacio ideal, el proceso de empaque va a ser realmente sencillo, ahorrarás tiempo, dinero y podrás enfocarte en maximizar tus ventas.

Cajas

No solo se trata de buscar cajas o utilizar lo que te vayas encontrando en tu garaje o centro de distribución, necesitas buscar la caja ideal para tus productos. Es fácil conseguir cajas de tamaños convencionales, existen muchos fabricantes de cajas, es importante que busques el que te ofrezca la mejor relación calidad/precio. El tipo más común y recomendado de caja es la de cartón corrugado, ya que es resistente, ligera y ocupa poco espacio cuando está plegada.

Otro aspecto muy importante es el tamaño de la caja. Las mejores prácticas dicen que la caja debe ser solo un poco más grande que los productos que se van a enviar, esto para poder poner material de relleno y proteger así los productos de la orden. Ten cuidado de no utilizar cajas excesivamente grandes, ya que puede subir el precio de envío además de que aumenta la posibilidad de que se dañen tus productos.

Si envías productos de diferentes tamaños puedes elegir tener varios tamaños de cajas para poder utilizar la que mejor se adapte a las órdenes. Generalmente se utilizan 3 ó 4 tamaños diferentes de cajas para órdenes estándar.



Producto/Línea de productos	Tamaño de caja	Relleno
R-00XX Relojes dama y caballero	1 - 13x11x9.5	Poliburbuja chica
C-0XXX Cinturones dama y caballero	1 - 13x11x9.5	Poliburbuja chica
EC-00XX Carpetas piel y vinil carta	6 - 28x13x33	Poliburbuja chica
SE-00XC Sets de escritorio chicos	2 - 19x11x14	Cartón corrugado
SE-007C Set de escritorio grande	4 - 28x11x19	Cartón corrugado

Ejemplo 1. Relación de tamaño de caja ideal por línea de producto.



Personalizar tus empaques e incluir un detalle bonito hará que tus clientes se sientan especiales.

Mejorar su experiencia de compra puede ser muy sencillo y económico, todo depende de tu creatividad.

Recuerda que las paqueterías no solo toman en cuenta el peso físico de la caja. La mayoría de ellas calcula el peso volumétrico y utilizan el más grande de los dos. Es por eso la importancia de que la caja sea lo más pequeña posible, siempre dejando espacio para relleno. Haz pruebas de tus órdenes más frecuentes para que encuentres la configuración ideal y disminuyas tus costos de envío y empaçado.

¡No todo son cajas! Existen muchas maneras de enviar los productos además de cajas, eso dependerá de los productos que envíes. Es muy común, por ejemplo, que las tiendas de ropa manden las órdenes en bolsas. O también podrías utilizar sobres de cartón como medio de empaque. Sacar tu creatividad y buscar la solución que mejor se adapte a tus productos.

Elegir la mejor caja o empaque definitivamente requiere que le dediques tiempo. Recuerda tienes que ser creativo. Utiliza esta guía en tu búsqueda de la mejor caja.

Precios por 20 cajas		
Tamaño	Distribuidor 1	Distribuidor 2
1	60.00	75.60
2	60.00	106.20
3	80.40	
4	80.40	132.40
5		158.40
6	115.20	190.80
7		475.20
8	678.96	802.80

Ejemplo 2. Comparativo de precios de cajas por distribuidor.

¿Quieres sobresalir? Utiliza una caja customizada. El costo de imprimir la caja tiene muy poco impacto sobre el costo total del envío y mejora por mucho la presentación de tu pedido. Recuerda que la primera impresión jamás se olvida.

Además, una caja personalizada te ayuda a crear marca: cada vez que alguien la vea, va a reconocerte y sabrá que están comprando tus productos. Podrás también darle al empaque la personalidad propia de tu marca, creando una mejor experiencia para tus clientes.



2. Tecnología

Canales de Venta

Es muy importante que tengas claros los canales de venta que vas a utilizar en tu empresa, sobre todo hoy en día, que comenzar a vender en línea es realmente sencillo.

Debes analizar las opciones y buscar al proveedor que te ofrezca los mejores *features* para tu tienda, como pueden ser:



Diseño responsivo

Cada vez es más común que la gente utilice sus móviles o *tablets* para navegar en internet y realizar compras. Por lo tanto, es muy importante que tu sitio esté diseñado para esto. La solución más común es el diseño responsivo, que significa que tu página web se muestre correctamente tanto en una computadora de escritorio como en un dispositivo móvil. El navegador se va a encargar de ajustar los elementos de acuerdo con la resolución, para que los clientes puedan navegar cómodamente sin importar el dispositivo.



SEO

La mayoría de las compras en línea se generan a través de búsquedas orgánicas, esto se refiere a que aparecieron en los buscadores de forma natural, no fueron influenciados por algún pago de publicidad. Por lo tanto, es indispensable que tu sitio cuente con optimización para los motores de búsqueda. Tu proveedor debe tener por lo menos la capacidad para agregar características de SEO, como meta descripciones o títulos de búsqueda alternos.



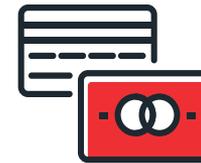
Cupones y descuentos

Es necesario que la plataforma cuente con la opción de crear cupones o certificados. Esto es el día a día del e-commerce. Debes poder crear cupones con montos fijos o porcentajes, ya sea a toda la orden o a algún producto en específico. Deben tener fecha de expiración. Incluso, se deben poder aplicar al envío para ofrecer tarifas más bajas o descontar su costo.



Aplicaciones de terceros

Para el manejo de acciones u operaciones que no estén incluidas en el servicio de tu proveedor, es importante que tu tienda se pueda conectar a aplicaciones de terceros, como puede ser una aplicación para controlar los envíos (**Pakke**), programas de recompensas (**Ikniu**), control de inventarios, etc. Esto te permitirá controlar todo el proceso para garantizar una buena atención al cliente.



Métodos de pago

La regla es simple: “Más opciones, más ventas”. Hay quien prefiere tarjeta de crédito, otros, efectivo en tiendas de conveniencia, transferencia electrónica o incluso *PayPal*. Tu solución de comercio electrónico debe tener integración con la mayoría de los métodos de pago, para que tus clientes puedan elegir la opción que más les guste.

**Apóyate
en la tecnología.
Cada vez hay más
aplicaciones en
el mercado que en su
mayoría no requieren
saber de sistemas,**

**sólo un poco de disciplina
para controlar de manera
sencilla las órdenes
de tus clientes y darles
el seguimiento adecuado.**

Software de envíos

¿Estas dudando en utilizar un software para controlar tus envíos? Si en la ejecución del proceso de distribución te estás encontrando con alguno de estos problemas, es probable que necesites un software para controlar la distribución y los envíos de tu empresa.

- Escribes a mano las direcciones de remitente y destino para cada paquete
- Haces filas en las oficinas de la mensajería para entregar tus pedidos
- Vas de mensajería en mensajería buscando la mejor opción
- Surtes las órdenes una por una
- Se te dificulta el proceso de picking y packing

■ **Un *marketplace* es una plataforma donde varios vendedores ofrecen todo tipo de productos. En cambio, en una tienda *e-commerce* el propietario del sitio es el dueño del inventario y el *target* es más específico.**

Ambos canales tienen sus ventajas: mientras que el *e-commerce* permite manejar escalas de precios y programas de lealtad, un *marketplace* suele tener un tráfico mucho mayor, aunque los pedidos son de menor volumen. Considera esto cuando establezcas tu estrategia de logística.

¿Qué debe tener el software de envíos?

Es claro que una aplicación de envíos debe ayudarte a crear las etiquetas para los envíos de tus pedidos (guías), evitando que tengas que ir físicamente a la oficina de la mensajería a imprimirlas. Debe concentrar todos tus canales de venta, ya sea conectándose a tus tiendas en línea, a tu ERP, permitiéndote subir archivos de carga o incluso dejando que ingreses directo en el sistema las órdenes. Pero debes tener claros los puntos básicos que debe cubrir para que sea realmente de ayuda en tu proceso de distribución.

- **Debe estar integrado:** Seguramente vendes a través de varios canales, ya sea un *marketplace*, como Amazon o Mercado Libre, tu propia tienda en línea, o incluso a través de una tienda física. Es muy importante que todos estos canales se centralicen en un solo software que te ayude a hacer la distribución de los pedidos. Transcribir las órdenes en el software puede consumir mucho tiempo y llevarte a cometer errores.
- **Te debe permitir seguir tus flujos y hacer el trabajo como tú lo decidas:** Cuando comiences a procesar tus órdenes, es importante que el software que decidas utilizar te deje seguir tus flujos operativos de la manera que tu prefieras. Debe tener las herramientas necesarias para que busques y filtres las órdenes y así puedas operar y programar su distribución de la manera que haga más sentido para tu negocio.
- **Trabaja por lotes:** Si decides utilizar un software de distribución y envíos, lo que buscas es ahorrar tiempo y dinero. No hace sentido trabajar orden por orden. Es muy importante que puedas operar cientos de órdenes sin importar el canal en el que se originaron, los productos que contienen o su destino final. Poder imprimir todas las guías con un solo clic es mucho más eficiente que tener que escribir una por una o terminar copiando y pegando cada dirección en el software de la mensajería.
- **Mantiene la información actualizada:** Es muy importante mantener tus canales de venta y clientes actualizados con la información de los envíos. Tu software debe recibir la información de las mensajerías y mandarla a tus canales de venta para mantenerlos actualizados y notificar a tus clientes sobre lo que va pasando con sus pedidos, ya sea vía *e-mail* o SMS.
- **Debe crecer contigo:** El software que elijas debe tener la posibilidad de adaptarse a tu operación ahora que comienzas y mandas unos cuantos paquetes, y después, cuando tu empresa crezca y tengas que enviar miles de paquetes, con un equipo grande que se encargue de tu distribución.

3. Costos de envío

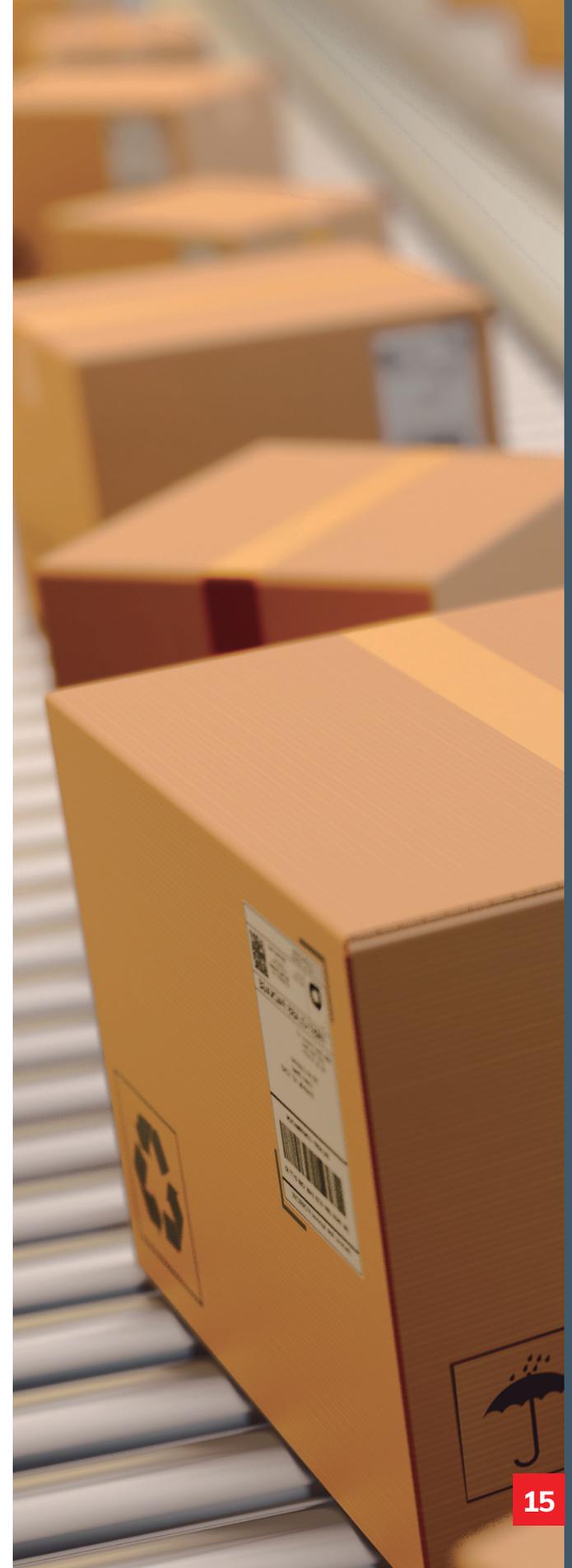
En el mundo de la distribución existen muchas tarifas disponibles dentro de las mismas mensajerías.

Hay muchos costos involucrados. Además, como cualquier otro producto, existen precios de mayoreo y menudeo. El costo de tu envío va a depender de muchos factores como el empaque, la mensajería, el tamaño, tu tecnología, etc.

Para que ahorres costos en cuanto a los envíos, es importante crear un mix entre las mensajerías para poder obtener las tarifas donde son más competitivos dependiendo de los factores que mencionamos.

También es importante que conozcas los elementos que utilizan las mensajerías para calcular los precios y así puedas crear la mejor estrategia para minimizar tus costos de envío. Los más comunes e importantes son los que listamos a continuación.

- **Peso amparado:** Cuando compras una guía de paquetería, esta te permite enviar cierto peso sin cobrar sobrepeso, por ejemplo, puedes tener una guía que ampara 5 kg, así si mandas de 1 a 5 kg no se te cobrará más por sobrepeso, ya que la guía lo ampara. Cada mensajería tiene diferentes guías con diferentes pesos amparados, puedes encontrar guías desde 1 kg hasta 20 ó 30 kg.
- **Sobrepeso:** Es lo que va a cobrar la mensajería por cada kilogramo extra que mandes por arriba del peso amparado, así, si tienes una guía de 5 kg y mandas 6 kg, te van a cargar 1 kg extra de sobrepeso.
- **Precio Base:** Corresponde al monto que te cobra la mensajería por el paquete dependiendo del peso que ampara la guía. Básicamente es el precio por los kilos amparados por la guía.



No subestimes el peso volumétrico. Saca tu calculadora para estimar el costo real de tus envíos

para poder decidir si trasladar
el costo al cliente o determinar a partir
de qué monto te conviene absorberlo,
sin sacrificar tu utilidad.



- **Cargo de combustible:** Dado que el precio del combustible varía mes con mes de manera global, las mensajerías se cubren cobrando un cargo variable que mes con mes se modifica. Este generalmente ronda entre el 5 y 10% del precio de la guía.
- **Cargo por reexpedición:** Cada mensajería tiene poblaciones a las cuales no puede acudir, entonces, recurre a otras mensajerías que sí cubren esas poblaciones para poder realizar las entregas. En esos casos la mensajería te va a cobrar un cargo por reexpedición. Es importante que sepas a qué locaciones llega cada mensajería, ya que puede resultar mejor opción mandar tus paquetes con la mensajería que no reexpide los envíos para la locación a la que va tu orden.
- **Cargo por exceso de dimensiones:** La mayoría de las empresas de mensajería aceptan paquetes con las siguientes dimensiones máximas:

Peso	68 kg
Longitud	270 cm
Circunferencia	(2 veces la altura + 2 veces el ancho): 419 cm

Si tu paquete excede estas dimensiones, puede aplicar un cargo adicional, dependiendo de la mensajería.

- **Peso real:** Se refiere al peso en kilogramos del paquete. Como indicamos en el punto *Herramientas y materiales*, una báscula es esencial para saber que la mensajería está aplicando correctamente las tarifas de envío.
- **Peso volumétrico:** Es una medida de la densidad de un paquete, es decir, es un cálculo que permite establecer una equivalencia del peso en función del tamaño de la caja. Esto significa que, si el paquete es voluminoso, aunque sea ligero, aplicará la tarifa sobre el valor que sea mayor entre el peso físico y el volumétrico:

$$\text{Peso volumétrico} = [\text{largo} \times \text{ancho} \times \text{alto (cm)}] / 5000$$

4. Estrategias de envío

¿Cuánto vas a cobrar por el envío?

Es muy importante que definas una estrategia en el precio que vas a ofrecer para el envío de las órdenes.

Muchas veces los clientes pueden decidir hacer o no la compra dependiendo del precio del envío. Estas son las estrategias que generalmente utilizan las tiendas en línea para establecer sus precios de envío:

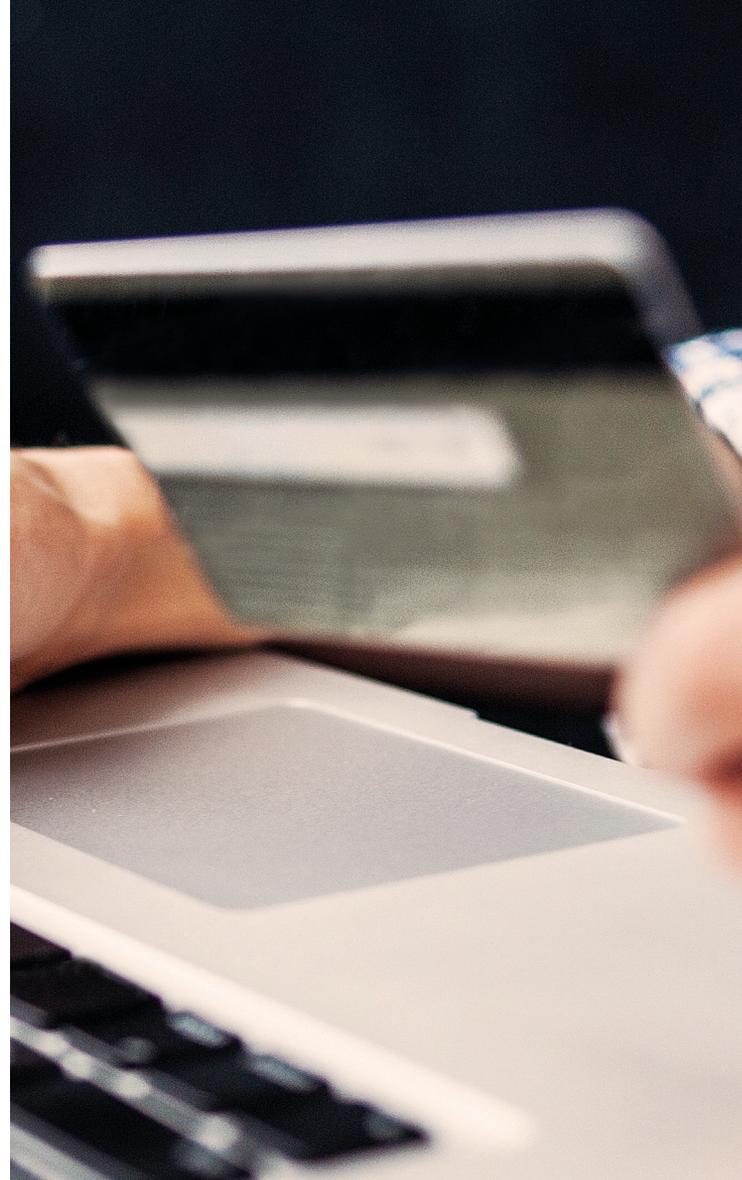
Envío gratis

Es la más atractiva de todas, que además te puede ayudar a cerrar las ventas y disminuir tus porcentajes de abandono de carrito. Es un gran gancho para atraer clientes y te va a colocar por encima de tu competencia. Pero, dependiendo de tu margen, puede disminuir considerablemente tus ganancias. Esta estrategia te va a exigir absorber el precio del envío o aumentar el precio de tus productos.

Si por el momento no ofreces envío gratis y tienes duda sobre cómo impactaría a tu negocio, puedes crear una promoción ya sea restringiéndola a algún monto mínimo a los productos con los que tienes más margen. Así podrías ver qué tanto te ayuda el ofrecer los envíos gratis contra el aumento en tus ventas.

La estrategia de poner mínimos te puede ayudar también a incrementar tu ticket promedio, aumentando tu utilidad para poder absorber el costo el envío. Pero recuerda que esto depende del tipo de productos que estás vendiendo y sobre todo del margen de utilidad con el que trabajas.

Por ejemplo, los productos de lujo suelen tener márgenes muy altos, lo que hace que regalar el envío sea accesible y muy atractivo para los clientes. Sin embargo, los electrónicos suelen tener márgenes muy bajos y precios de envío altos, por las dimensiones, lo que hace muy difícil que se pueda regalar el envío.



En algunos marketplaces es forzoso ofrecer envío gratuito a partir de cierto monto.

Revisa bien las condiciones de cada plataforma para encontrar el punto de equilibrio, donde tus ventas se maximicen, sin que tus costos consuman tus ganancias.



Cobrar lo que te cuesta el envío

Algunas tiendas en línea calculan en tiempo real el precio del envío, dependiendo de los productos del carrito. Sabemos que no es muy exacto, ya que depende mucho de la persona que empaque los productos, pero se va a acercar mucho a la realidad y si le aumentas un margen de error, no vas a tener que preocuparte por tener que absorber gastos de envío que reduzcan tu utilidad.

Esta estrategia también ayuda a crear confianza con tus clientes, ya que verán que no estás inflando los precios para absorber el envío, ni obteniendo ganancias a partir de este, sino que simplemente estás cotizando los envíos para ofrecerles el precio justo que les corresponde.

Es obvio que esta estrategia no tiene el poder de persuasión que tienen los envíos gratis, pero te ayuda a estar seguro de que estás cobrando lo que debes cobrar, sin poner en riesgo tus ganancias. Generalmente, esta estrategia funciona con productos de grandes dimensiones donde el costo es realmente alto y los clientes no esperan que las tiendas lo absorban.

Tarifas Fijas

Otra opción es ofrecer tarifas fijas a tus clientes que pueden depender de rangos de precios o zonas geográficas. Esta es la opción que requiere más análisis, ya que tienes que calcular el promedio de costos de envío de las órdenes que mandas para poder establecer tu precio. Vas a terminar, con algunos envíos en los que pierdes dinero y otros en los que ganas dinero. Es por esto que es importante un buen análisis para que no termines cobrando un exceso a tus clientes, con lo que te saldrías del mercado, o cobrando muy poco, generando una disminución considerable en tus ganancias.

Cada negocio es diferente, por lo que es importante buscar la estrategia que te funcione mejor. Para esto puede ser necesario que corras algunas pruebas, mezclando por temporadas las tres estrategias de costeo. Calcula tus promedios de cuánto estas pagando por los paquetes. Checa en qué productos tu margen te permite absorber o subsidiar el envío, o incluso, a partir de qué monto de la orden podrías hacerlo.

Hacer una mezcla de las tres estrategias también puede resultar beneficioso para tu empresa, lo más importante es que realices análisis constantemente, cada 3 ó 4 meses por ejemplo, para verificar si elegiste la mejor opción, si estás generando utilidad o pérdida de los envíos y si las estrategias te ayudan a aumentar las ventas. Y, según el caso, ajusta tus estrategias de costeo de envío para asegurarte que siempre utilizas la mejor para tus productos y mercado.



Envíos Internacionales

¿Realmente vale la pena realizar ventas en el extranjero? Definitivamente nadie quiere perderse del mercado global y los trillones de dólares que se mueven en línea, pero esto dependerá totalmente del tipo de productos que estás vendiendo.

Escoge los productos correctos

Ese producto que vendes fácilmente en tu país puede tener restricciones en otro. Es importante que sepas qué puedes o no ingresar a los países donde quieres que lleguen tus productos.

También es importante que conozcas las regulaciones del país en cuanto a importaciones. Tal vez tengas que mandar formatos especiales o tramitar normas para poder ingresar tus productos a otros países. Infórmate bien antes de empezar a vender en el extranjero, esto para evitar que termines perdiendo productos en las aduanas de otros países o pagando enormes tarifas de importación.

Outsourcing

Una buena práctica puede ser buscar una empresa que te ayude con la logística internacional, existen muchas empresas, Amazon por ejemplo, que se pueden encargar de realizar la logística para la exportación e importación de tus productos en otros países.

Picos en la operación

¿Estás preparado para enfrentar un aumento considerable en el volumen de tu operación? Que tu flujo operativo esté bien definido no es garantía de que tu operación pueda soportar un aumento en su volumen. Es importante que evalúes cada parte de tu proceso para que estés tranquilo de que en el momento en el que aumenten tus ventas, vas a poder manejarlas adecuadamente.

La zona de empaque

Seguramente dentro de tu bodega, garaje, o donde sea que estés operando, tienes un área para preparar tus envíos. Esta debe estar lista para recibir cualquier pico de operación. Procura tener un extra en todo el material que utilizas para empaquetar, como pueden ser etiquetas, cajas, cinta.

También procura que todo esté en su lugar, mantén tu estación ordenada para que, en ese momento de crisis, cuando el volumen crezca, sea fácil de encontrar cada una de las herramientas y material que necesitas para poder operar.

La gente

Tal vez te aventuraste y manejas tú solo el proyecto, pero piensa que en un aumento considerable del volumen puedes no ser capaz de preparar por ti mismo



todas las órdenes. Incluso si ya tienes un equipo, es muy probable que no puedan soportar solo doblar tu operación. Puede suceder que si aumenta considerablemente tu volumen de ventas, necesites conseguir ayuda extra.

Esto puede ser con gente que ya esté trabajando en tu negocio, buscando temporales o contratando gente nueva. Para cualquiera de los casos es importante que cuentes con un manual por escrito que defina los pasos que se siguen para la preparación de tus órdenes. De esta manera, este nuevo personal podrá rápidamente empezar a ayudarte con la distribución de tus órdenes.

El inventario

Seguramente hoy ya cuentas con un inventario de emergencia para poder soportar picos en la operación, si no, es buen momento para calcularlo y tenerlo listo. Este dependerá del tiempo que toma producir o adquirir tus productos y del historial de ventas y crecimiento que has tenido.

Constantemente debes revisar reportes de tu volumen de ventas, cuántos productos no logras entregar, las devoluciones que tienes al mes. Esto te debe ayudar a calcular el nivel de inventario que necesitas para poder manejar con éxito un incremento en tus ventas. Debes tener siempre en tu cabeza tu nivel de ventas mensual, así como tus niveles de inventario y tiempos de entrega.

El proceso

Como lo hemos dicho en repetidas ocasiones: Operar orden por orden no es la mejor manera de hacerlo, sobre todo cuando tienes un número mayor de lo que normalmente operas.

La mejor manera para operar la distribución de tus órdenes, es sin duda trabajar por lotes que compartan alguna característica. Estas pueden ser: tu CEDIS, el tipo de envío, la mensajería, su tamaño, color, etc. Generar lotes va a facilitar y agilizar tus procesos.

Cuando generas un lote es importante que pienses en él como una pieza única, no debes modificarlo, si ya lo iniciaste, térmalo; no le aumentes o quites órdenes ya que esto puede afectar en la eficiencia de tu proceso. Cuando generas lotes, estás disminuyendo tu larga lista de pendientes en pequeñas partes fáciles de operar, y así se deben quedar.

Lo más común es que el lote se le asigne a una persona por cada proceso que se debe realizar. Así, asignas a una persona el lote para que realice el *picking*, quien al terminarlo lo asigna a otra persona o grupo para que haga el *packing* y finalmente lo entregue al equipo de despacho. Sin embargo, en equipos pequeños puede resultar complejo, por lo que asignar un lote a una sola persona para que ejecute el proceso completo también puede ser eficiente. Lo importante es que no empiece otro lote hasta que el anterior se haya cerrado.

Una vez decidido el proceso, cualquiera que te haya parecido el más eficiente para tu negocio, es importante que lo evalúes constantemente para realizar los cambios necesarios para mejorarlo, si algo no funciona quítalo, si crees que se puede cambiar algo, hazlo, es importante estar en un proceso de mejora continua, no dejes que tu proceso se estanque al pasar los años.



Outsourcing

Muchas empresas, micro, pequeñas y grandes, deciden realizar por ellas mismas el proceso de distribución de sus órdenes. Sin embargo, otras deciden contratar empresas especializadas que se encarguen de realizar ese proceso por ellas. No importa el tamaño de tu negocio o su volumen de ventas, cualquiera de las dos opciones es un buen camino para elegir para tu empresa.

Si ya has revisado varias veces tu proceso, has hecho cambios, y tu día a día son problemas que no logras resolver o que te quitan la mayor parte de tiempo, haciendo que pierdas foco de los temas importantes de tu empresa, tal vez lo que más te convenga sea contratar una empresa de logística para que se encargue de tu operación.

Pero antes puedes de tomar esa decisión puedes analizar otras soluciones, por ejemplo:

Contratar empleados

Si tú estás tratando de hacer todo por ti mismo, puede ser una mejor opción contratar un outsourcing. Esto te va a ayudar a tener tiempo libre y poder hacer crecer tu negocio.

Contratar una empresa logística

Si definitivamente no quieres contratar más gente, es importante considerar una empresa de logística para que te ayude con tus envíos. El modo de operar es sencillo, ellos almacenarán tus productos y se encargarán de llevar el control de tu inventario, así como del proceso completo de picking, packing y envío.

Cuando vayas a elegir la empresa de logística es importante que tomes en cuenta estos aspectos:

- **Ubicación geográfica:** Es indispensable que encuentres un centro de distribución que se encuentre

cerca de tus clientes, sobre todo si tu ubicación no es muy céntrica. Normalmente las empresas de logística cuentan con almacenes distribuidos en el país lo cual te puede ayudar a que el tiempo en tránsito de tus clientes, así como los costos de envío se reduzcan considerablemente.

- **Tiempo de proceso:** Es común que una empresa pequeña pueda recibir, surtir y enviar un pedido en muy poco tiempo, pero esto no sucede en grandes centros de distribución. Estos ya tienen definidos sus tiempos y procesos por lo que es importante que tomes en cuenta los tiempos que ya tienen planeados y definidos para poder realizar el proceso de distribución de cada orden.
- **Opciones de envíos:** Cada una de las empresas de logística, elige utilizar diferentes medios de envío o couriers. Es importante que la oferta de tu proveedor sea la misma o mejor que la que estás ofreciendo a tus clientes.

- **Tamaño:** Como pasa con todos tus proveedores, decidirse por una empresa muy grande de logística puede ayudarte a cubrir todas tus necesidades, sin embargo, a la larga, puedes terminar siendo uno más en la larga lista de sus clientes. Busca el proveedor de logística que no sea tan pequeño como para que no pueda crecer contigo, ni tan grande como para que no le ponga importancia a tu cuenta.
- **Costos:** Uno de los factores más importantes es el costo, ya que el sistema de cobro va a cambiar de proveedor en proveedor. Lo más común es que te cobren por servicio, esto es un costo por pallet de almacenaje, otro por pieza que piqueen y empaquen y al final el costo por envío. Otros pueden realizar cobros parejos por orden o incluso hacer un mix en la forma de cobrar.

Dropshipping

Muchas empresas están adoptando este esquema, donde los proveedores directamente envían los productos a sus clientes sin que tengan que pasar por tus manos. Sin duda tiene algunos beneficios porque no tienes gastos de almacenamiento y el riesgo de tener tu inversión detenida es mucho menor, pero también dependes casi totalmente de la formalidad de tu proveedor y puede ser que tus costos de envío se multipliquen, porque el pedido de un cliente puede incluir productos de varios proveedores, y por lo tanto se tendrá que dividir en varios paquetes.

No es necesario que te decidas por un solo camino para la distribución de tus órdenes, un mix de los tres esquemas puede funcionar bien, así puedes tener productos que envías tú, otros con una empresa de logística y por último hacer dropshipping para otro tipo de productos. Lo más importante es que analices las ventajas y desventajas para realizar cada uno de estos según tus productos y elijas el mix que más te convenga.

■ **Casi todas las empresas logísticas te ofrecen precios mucho menores que las mensajerías comerciales,** *porque concentran grandes volúmenes de envíos, pero las tarifas están sujetas a montos mínimos. Elige una que no te ponga condiciones, o donde puedas cumplirlas fácilmente, para que realmente aproveches los beneficios.*

Esperamos que esta guía te sea de utilidad

Para tener más información sobre temas relevantes de logística y cómo impactan en tu negocio, visita nuestro blog en la página pakke.mx.

También puedes acceder a Pakke Learning Center en la página learning.pakke.mx. Ahí podrás encontrar artículos, inscribirte sin costo a cursos en línea y participar en webinars y conferencias en línea con expertos en logística que te ayudarán a diseñar la mejor estrategia de almacenamiento y distribución para tu empresa.

Queremos ser tu mejor aliado .



pakke 

Más opciones, más envíos

■ **Pakke.mx**

Contacto:
hola@pakke.mx



@pakkemx