

## Puntos de Venta

El tema de desarrollo de puntos de venta es fundamental para una economía fuerte. La **estrategia central** es crear puntos de venta totalmente nuevos que den a conocer mejores formas de

- hacer negocios
- crear cultura empresarial
- mejorar calidad de vida
- crear capacidad de compra que permita al resto de la economía beneficiarse de mejores ventas

## Productos Prioritarios

Alimentos y bebidas básicos con estructura de costos, precios y comisiones apegados a la “estrategia central” (EC).

El productor de por ejemplo “Mango” acostumbrado a que se le de 1 peso por kilo, claro que puede recibir 5 pesos, el problema es que aún no sabrá qué hacer con él incremento. La cadena de distribución actual trata de colocar el precio de menudeo en 30 y 35 pesos que tendería a ser el precio estándar a nivel internacional de menudeo o ligeramente menor.

La EC buscaría llevar el producto al destino a niveles por debajo de ese precio en tiendas y dirigido hacia comunidades por varias razones.

- La vida de comunidad es central en la producción de alimentos naturales de alta calidad que impactan en calidad de vida, incluida la salud.
- La comunidad se ha rezagado en desarrollo y servicios, teniendo un potencial económico muy grande aún no aprovechado.
- El **desarrollo de comunidad** (DC) lleva implícito el despegue económico nacional mediante desarrollo de muy diversas industrias, servicios y comercio en todos los sectores,, basados en DEMANDA INTERNA mexicana, sea vivienda, turismo, vestido, alimentos, telecomunicaciones, transporte, educación, tecnología, etc.

## Ejemplo Práctico

Tomemos 1 producto básico, el que sea, leche, mango, frijol, no importa, la mecánica es la misma. Llegar con un precio final al público más económico que el precio de menudeo en supermercados y tiendas de autoservicio, pero generando un mejor ingreso a las familias involucradas en el proceso. Este mejor ingreso NO deberá ser puramente dinero en efectivo, sino una mezcla de efectivo y vales con la finalidad de enseñar a gastar balanceadamente. Esto no se detalla aquí y es tema de otro número.

Partamos de Frijol, con precios de menudeo de 30-35 pesos el kilo y costos en la cosecha de 10 pesos.

Reduzcamos nuestro punto de análisis a la distribución de 5 toneladas semanales para observar en detalle la lógica operativa.

La milpa recibe por sus 5 toneladas 50,000 pesos.

En las siguientes fases, transporte, logística y distribución reservaremos cifras redondeadas respectivamente por 1.000, 0.50 y 1.00 pesos, siendo que el rabón que lleve las 5 toneladas cobra 5000, logística 2,500 y distribución 5000 que se refiere a 5 viajes diarios de 1000 pesos cada uno, camioneta de 1 tonelada y así la semana de 5 días para el distribuidor está calculada para un ingreso desahogado de 20,000 pesos brutos menos combustibles y mantenimiento y sin contar que el día tiene aún espacio para distribuir otros productos, propios de esta EC.

La camioneta pues, lleva 40 bultos de 25 kilos diarios o sus

equivalentes en bolsas de kilo pre-pesadas y con etiqueta, que son motivo de otro negocio y otra generación de empleos.

Estábamos con un precio por kilo de 10 pesos + 1 + 0.5 +1 hasta después de la distribución, llegamos a la venta de mayoreo/menudeo a 12.50 tentativamente.

Hay 40 bultos de 25 kilos cada uno por colocar. Un bulto de 25 kilos por punto de venta al menudeo para kilear o menudear es razonable.

Si este punto de venta tiene frijol y otros productos, la venta colaborará al ingreso de la familia “menudeista” sólo en una fracción de su ingreso, PERO DEBE SER UNA CANTIDAD MUY BUENA sin dejar de respetar el principio de llegar por abajo del precio de menudeo en tiendas de autoservicio.

En principio tendría 10 pesos por kilo para llegar a 22.50 al público en su comunidad. Este puede ser un precio sugerido de mayoreo para impulsar a la venta por bulto y permitir escalas de precios (tema importante en la educación comercial) para que pueda tener mejoras en ingreso por EL TIEMPO dedicado a vender cantidades menores y hacer el esfuerzo de llegar a consumidores menores.

Esto lo puede llevar de 10 a 15 pesos de margen y precio de 22.50 por bulto y hasta 27.50 para ventas por kilos, medios y cuartos.

Así ese día la familia que desplaza su bulto de 25 kilos tendría por ese concepto (frijol), de 250 pesos a 375 pesos diarios según la velocidad a la que lo vende. Lo vende rápido, le queda tiempo para vender otro bulto, ganará 500 en los dos bultos. Lo vende lento durante el día, su tiempo se remunera con 750 en los mismos 2 bultos.

## La familia “menudeista”

Es un concepto especial, que debe distinguirse de la “miscelanea” actual que expende muchos productos “líderes” o de marca líder.

Para visualizar la diferencia pensemos que hay muchos tipos de puntos de venta. (A) La tienda de autoservicios, (B) la miscelanea típica que vende marcas líderes y otras no tan conocidas. (C) La tienda naturista que vende sólo marcas típicas de tienda naturista a los que llamaremos puntos de venta TRADICIONALES.

Estaríamos hablando que la familia “menudeista”, formaría un nuevo punto de venta diferenciado de los demás: (1) no marcas líderes sino producto nacional operando bajo esta EC, (2) precios muy competitivos, preferente más bajos que cualquiera de los otros y (3) , un nivel de ingresos alto para la familia con la finalidad de cumplir la EC que es aumentar la capacidad de compra de estas familias y fortalecer el MERCADO INTERNO nacional.

**Si tendrá distintivo de “Red” o no, es un tema aún no definido, pero en principio cada familia menudeista es independiente y no debería mezclarse con los puntos de venta Tradicionales porque puede perderse su fin SOCIO-ECONOMICO de formar un paradigma y EC muy claro para BENEFICIO económico y cultural de México.**

**Operan bajo contrato para formalizar políticas y funcionamiento porque DEBE causar beneficio para quien se apegue a las pautas de la EC.**