

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

**Propemi**  
BAC Credomatic



## Consejos para resguardar tus márgenes de ganancia

Tiene ya buen tiempo que las empresas enfrentan retos diversos y complejos para sostener sus márgenes de ganancia en el mercado. Mantenerse como una empresa de valor implica, en líneas generales, afinar el canal de distribución a través de un uso intensivo de datos e inteligencia para mejorar la toma de decisiones.

Varios factores están creando la urgencia para que las empresas pongan su atención en estos temas. Por un lado, están las alzas en el precio de los commodities, que pintan mantener costos altos por un buen rato a raíz de las disrupciones de la cadena de abastecimiento global, del reciente rebote de la demanda del consumidor y por la limitada capacidad para satisfacerla. En segundo lugar, si bien las tendencias inflacionarias son al alza para casi todas las categorías de producto, la velocidad del crecimiento de precios es mayor en bienes de consumo que en bienes intermedios o finales, sugiriendo cierta vulneración de participación de mercado para algunos sectores. Si esto no fuera suficiente, encima las empresas están lidiando, aparte, con un mercado laboral más constreñido, con muchos trabajadores que nunca volvieron a la fuerza de trabajo después de los efectos de la pandemia de COVID-19. Finalmente, debe mencionarse que la pandemia cambió dramáticamente el aspecto del panorama de abastecimiento y distribución, ya que muchas empresas cerraron operaciones por los cambios en la composición urbana de muchas ciudades.

Las respuestas de las empresas ante este contexto deben incluir:

- Precio basado en el valor: las promociones y otro tipo de palancas comerciales ayudan a reducir la sensibilidad del precio de tu producto, brindando así un escudo al margen. Sin embargo, cuando tu empresa está en B2B (sirviendo a uno o varios eslabones de la cadena y no directamente al consumidor final), el control sobre este escudo se reduce. Ahí vale la pena negociar precio usando información que respalde el “valor” de tus artículos en el bien final, tal como: porcentaje respecto del precio del bien final, nula sustituibilidad del insumo, etc.
- Construir lealtad de marca: en varios mercados de pequeña empresa es usual que el consumidor considere las diferentes alternativas como commodities (“homogéneas”), a menos que conozcan el nombre de la marca. Para superar esta dinámica, puedes diferenciarte por la forma en que haces negocios, por ejemplo: la singularidad o amplitud de tu oferta de productos, desempeño operativo, capacidad, resiliencia de la cadena de abastecimiento, etc.
- Contratos de largo plazo: esto busca minimizar la variabilidad de los precios; para que esto logre su cometido, debe hacerse incluyendo desde el inicio el costo total del servicio (incluyendo todo lo que implica la entrega del producto al cliente), pagos por desempeño (rangos de crecimiento) y flexibilidad (por ejemplo, la capacidad de vincular/desvincular el precio a la evolución de un commodity clave).

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a [info\\_propemi@baccredomatic sv](mailto:info_propemi@baccredomatic sv) y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

**Propemi**  
BAC Credomatic



- Madurez de los datos: en muchos sectores, el acceso a datos del proceso o externos es inexistente, por lo que se debe usar datos internos y la experticia en la industria que se trate como sustitutos.

El esfuerzo puede venir, por tanto, sustentado en tres acciones:

- Define una estrategia de precios comprensiva: la estrategia de precios debe revelar la disposición a pagar que tenga el cliente. Esto es aún más importante para productos sin marca. Revisa si tu producto puede usar discriminación de precios de segundo grado (tabla de precios basada en cantidades, donde a mayor cantidad ordenada menor el precio) y cobro de comisiones, todo con el objetivo de garantizar que tu empresa está trasladando los costos al cliente y, así, proteger tus márgenes.
- Optimiza el surtido: racionaliza tu portafolio de productos, de manera que cada ítem contribuya a lograr un objetivo específico. Pregúntate: ¿este producto ayuda a incrementar el volumen, aunque tenga margen cero?, ¿este producto te ayuda a acumular margen incluso si sus ventas crecen más despacio que el promedio general de la empresa? Una vez esto en firme, la empresa puede reevaluar periódicamente sus portafolios e identificar oportunidades, ya sea de llenar brechas de mercado o para diferenciarse a través de innovación.
- Gestiona el comercio a través de términos estandarizados y gasto basado en desempeño: el crecimiento sostenible de una empresa en un mercado cambiante depende, por un lado, de asegurar que los términos contractuales con los que hacen negocio responden al contexto actual de negocios y proveen adecuada protección contra la volatilidad del mercado. Asimismo, se debe alinear incentivos que fomenten la consecución de nuevos clientes, expandir el crecimiento y fomentar la innovación.

Adicionalmente, hay una serie de habilitadores que potenciarán el impacto de las acciones anteriores:

- Invierte en los datos, herramientas e inteligencia correctas: la toma de decisiones cada vez más dependerá de contar con información sólida, así como herramientas de análisis adecuadas.
- Encuentra y entrena al talento correcto: de nada sirven los datos y las herramientas sin gente capacitada para sacarles el mayor jugo posible. Atrae al mejor talento a tu empresa para que descubran los patrones detrás de la información; no descartes la opción de construir esa capacidad internamente con gente con potencial que puede ser reentrenada.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a [info\\_propemi@baccredomatic sv](mailto:info_propemi@baccredomatic sv) y descubre la mejor opción para tu negocio.

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

**Propemi**  
BAC Credomatic



- Desarrolla una estrategia holística que abarque el comercio al detalle, si aplica: construye una estrategia a la medida de cada segmento de negocio. Por un lado, se debe tener la capacidad de reasignar capacidad como respuesta a picos de mercado en cada canal, así como de volver a balancear la capacidad una vez que la volatilidad disminuye. También se debe conservar la posibilidad de usar canales no tradicionales para probar productos que puedan pegar hit en ambientes masivos.

El repunte de los costos puede poner en aprietos a tus márgenes de ganancia, pero una estrategia coordinada a la medida de tu mercado puede continuar creando y capturando el valor para la empresa. Propemi BAC Credomatic te ofrece siempre las mejores soluciones financieras para tus proyectos de consolidación y crecimiento empresarial: pregunta hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocios sobre cómo podemos apoyarte.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a [info\\_propemi@baccredomatic.sv](mailto:info_propemi@baccredomatic.sv) y descubre la mejor opción para tu negocio.**