BUSINESS CANVAS MODEL

Empresa: Basualdo Mayorista

Segmento de mercado

El principal segmento al que apunta la organización en cuestión son las personas que componen el “sector profesional”, que son aquellas de la provincia de San Juan que tienen negocios o comercios, ya sean de barrio, almacenes, autoservicios en los cuales se comercializan los productos de limpieza y perfumería que la organización vende. Se define a este segmento como el principal objetivo de Basualdo, ya que son los clientes que compran por volúmenes grandes (mayoreo) y son recurrentes, es decir que realizan pedidos por semana o por meses, y que por consecuencia más ingresos le generan a la empresa. Luego, tiene otro sector al que está dirigida (es secundario), el cual es el consumidor final, que busca comprar artículos de limpieza, de perfumería y de consumo básico al precio más accesible del mercado.

Propuesta de valor

Basualdo busca la comercialización de productos para la limpieza general, el cuidado personal y la higiene, ofreciendo un servicio de calidad y brindándoles a sus clientes las mejores oportunidades para el crecimiento de su negocio (precios accesibles para favorecer el desarrollo de los almacenes, autoservicios, comercios). Además, dicha empresa busca satisfacer necesidades de sus clientes, proporcionándoles el mejor y más completo surtido, maximizando la calidad de servicio en la tienda física de la empresa, basado en la atención especializada, el respeto, la calidez y la amabilidad que ellos merecen.

Canales

El principal canal de comercialización de la organización es la tienda física con la que cuenta la empresa, donde se llevan a cabo la gran parte de las transacciones que realiza Basualdo y además donde también se busca generar la buena relación con el cliente, tanto en el trato como en la calidad de la venta y de los productos. Existe la opción de la realización de ventas telefónicas, con las cuales, los clientes, de manera anticipada, realizan el pedido que quieren hacer y luego pasan por la tienda a abonarlo y retirarlo. Cabe aclarar que la empresa cuenta con la posibilidad de realizar envíos a los comercios o domicilios de los clientes los cuales no cuentan con los medios (camionetas o no pueden pagar un flete) para retirar sus pedidos.

En cuanto a los canales de comunicación, la empresa cuenta con su propia página web, la cual tiene carácter informativo (dirección, teléfonos, como comprar, registrarse, etc.) y en los últimos años se ha empezado a hacer más foco en el contacto con el cliente por medio de redes sociales tales como son Instagram y Facebook, donde lo que se busca es mostrar la variedad de ofertas y el surtido de productos que se venden en la tienda. Además, los clientes registrados y recurrentes reciben en sus casillas de mail, las ofertas antes de ser publicadas para que los mismos cuenten con un servicio especial. También se comenzaron a implementar una serie de encuestas en el salón de ventas, para conocer que tan conformes están los clientes con el servicio brindado y la calidad de los productos y se les pregunta si les es útil recibir las ofertas por medio de WhatsApp o si prefieren seguir recibiendo ofertas por el mail.

Relación con los clientes

La empresa busca siempre empatizar con sus clientes (ofrecer precios razonables para contribuir al desarrollo de sus negocios), intentando generar una relación de confianza con ellos con el objetivo de que los clientes valoren esta buena relación y en vez de fijarse en los precios, termine eligiendo a Basualdo por la buena relación, amabilidad en el trato y la confianza que le genera dicha organización. Con esto, podemos decir que la empresa apunta a la calidad del servicio, más que nada en cuanto a la rapidez, condiciones y términos de las ventas (por ejemplo, si un cliente realiza un pedido, darle la confianza de que se cuenta con todo lo que va a pedir y que lo va a recibir en el menor tiempo y mejores condiciones posibles). Todo esto, con el objetivo de hacer al cliente parte del valor que se quiere ofrecer, es decir, hacerlos sentir que gracias a ellos el negocio funciona. También, la organización cuenta con servicios como Extra-Cash (los clientes pueden retirar dinero de su cuenta bancaria en la caja donde están siendo atendidos), para brindarles mayor comodidad. Hay que nombrar, que la empresa cuenta con su ranking de clientes profesionales, el cual les ayuda a guiarse para saber cuáles son los clientes mas fieles y los que mas ingresos le generan a la empresa, para poder brindarles un servicio especializado y personalizado en el salón de ventas. Además, Basualdo les brinda a sus clientes la posibilidad de comprar en cuenta corriente (luego de haber realizado una evaluación crediticia y de haber presentado cierta documentación) o de realizarles reservas de precios en ofertas, para así fomentar la venta incluso sin tener los fondos necesarios.

Fuente de ingresos

La empresa encuentra su mayor fuente de ingresos en las ventas por mayoreo a los clientes profesionales, sector en el cual la organización se encuentra muy bien posicionado y es mas conveniente que comprar por ejemplo en supermercados (que venden por unidad), recibiendo principalmente pagos en efectivo, con tarjetas de débito, pagos con código QR de Mercado Pago y en cuenta corriente. También, obtiene ganancias de la venta por unidad a consumidor final, pero en menor medida que la venta por mayoreo a clientes profesionales, y reciben los mismos medios de pago y además la tarjeta alimentar (para productos de consumo básico). Además, la empresa percibe ganancias del alquiler de salones de venta, los cuales se encuentran en el mismo predio donde está la tienda física de Basualdo.

Recursos claves

Entre los principales recursos con los que tiene que contar la organización son el salón de ventas físico, el cual se debe encontrar bien organizado, limpio y de fácil circulación; miembros de la organización capacitados e instruidos en sus áreas, con conocimientos en el objetivo y metas que la organización persigue; fletes, camiones y camionetas para el reparto de la mercadería; deposito amplio de mercadería para poder almacenar grandes volúmenes de productos para cubrir necesidades de los clientes mas grandes; maquinaria necesaria para poder trasladar pallets y mantener todo en su lugar; servidores que funcionen para el correcto manejo de la información entre las distintas áreas de la organización y para cargar facturas, remitos, ordenes de compra, entre otros comprobantes; coordinación entre las distintas áreas; recursos financieros para poder realizar compras de grandes magnitudes para cubrir las necesidades de los clientes; oficinas o sectores físicos para cada área de la empresa, con el objetivo de mantenerlos conformes y cómodos en sus espacios de trabajo.

Actividades claves

Entre las principales actividades que realiza la organización se encuentran la realización de constantes capacitaciones y charlas a sus empleados para transmitirles la propuesta de valor de la empresa y para mantenerlos alineados al objetivo, motivados y cómodos en su puesto y ambiente de trabajo (espacio físico y equipo en el que se desempeña), también para proporcionar a sus trabajadores las herramientas necesarias para su desarrollo dentro de la compañía, asegurándoles un buen clima laboral e igualdad de oportunidades.; realización de encuestas a los clientes para conocer sus opiniones y mantenerlos conformes con el estándar de servicio que la empresa quiere alcanzar; a partir de estas encuestas, llevar a cabo las acciones necesarias para resolver conflictos o necesidades que se le presenten a los clientes siempre que estén en la órbita de la empresa; mantenimiento del salón de ventas para que la misma esté ordenada, limpia y segura para la circulación de los clientes en la misma; realización de grandes ofertas para fomentar la venta y que haya movimiento y salida de productos que no están comercializándose mucho; control exhaustivo en la tienda para corroborar el cumplimiento de objetivos (número de ventas, satisfacción del cliente, satisfacción del empleado).

Asociaciones claves

Los principales socios para Basualdo son sus proveedores mas importantes (P&G, Johnson and Johnson, Unilever), los cuales son aquellos que tienen mas impacto en el mercado en el que se desarrollan, lo que los lleva a ser muy dominantes en este sector, y por esta razón son la clave de que la empresa pueda vender las marcas lideres (manejadas por los proveedores antes nombrados), satisfaciendo así las necesidades de sus clientes de comprar lo mejor, al mejor precio. Por esta razón la empresa cuenta con el Código de Conducción de Negocios de Proveedores es una herramienta valiosa en su relación comercial con sus socios de negocios. Este código demuestra su compromiso de continuar negociando de la manera correcta, creciendo en relaciones comerciales con terceros que comparten sus nuestros estándares y que les permitirá continuar llevando a nuestros clientes, ofertando productos y servicios con altos estándares de calidad; también forman parte importante de la entrega de valor las empresas de fletes y transportes que se encargan de llevar la mercadería al deposito de la empresa y que también se encargan de los repartos a los clientes.

Cabe destacar, que la empresa es socia clave de todos sus clientes (en especial los denominados profesionales), por lo que, Basualdo busca la buena relación con sus principales compradores y hacerlos sentir que son la pieza fundamental de su negocio y por esta razón los considera socios fundamentales en el desarrollo de las actividades de su empresa.

Estructura de costos

Los principales costos que la empresa presenta son los costos de los grandes volúmenes de mercaderías con los que tienen que contar para satisfacer las necesidades de los clientes, costos de mantener una relación estable y de confianza con los clientes, los salarios de una gran cantidad de personas que emplea en su tienda, el mantenimiento de la misma y de todos los espacios y maquinarias necesarias para el desarrollo del negocio, las capacitaciones y charlas a trabajadores, inversión en nuevos canales de comunicación con los clientes.

En esta presentación, voy a hablar acerca de la empresa “Basualdo Mayorista”. Basualdo es una empresa sanjuanina fundada en 1980 que se desempeña en la comercialización, principalmente mayorista, de artículos de limpieza y perfumería, en la que se tiene como foco la satisfacción del cliente, ofreciendo el mejor precio y surtido de productos, acompañado de una atención esmerada por parte de personal capacitado y un ambiente agradable con un local amplio y ordenado y con un trato personalizado para cada segmento de clientes que la organización tiene como destino. Para lograrlo ha puesto en funcionamiento una estrategia que se basa en cuatro preceptos fundamentales: Buscar lo inusual, Gestionar el cambio, Escuchar, aprender y reaccionar, No complicar las cosas, para cumplir dichos preceptos se debe tener en cuenta el contexto incierto en el que se desarrolla la empresa, para adaptarse y ser flexible frente a los cambios que dicho contexto requiera para la supervivencia del negocio. En este sentido, vemos un ejemplo claro, en el último año, donde la pandemia, hizo que la organización tuviera que reorganizar sus filas y llevar todo su esfuerzo a lograr la seguridad y el cuidado tanto de sus clientes como de sus empleados a su tienda física, logrando sostener de manera satisfactoria una importante demanda de productos de limpieza y de higiene en general. Además, durante los últimos años la empresa se vio amenazada por la falta de innovación y adaptación a las nuevas tecnologías en sus procesos, sin embargo, fueron estos aspectos los que marcaron un punto de inflexión en la organización, haciendo que la misma apunte a la profesionalización de sus métodos, sin embargo la empresa aun habiendo actualizado en cierta medida sus procesos se sigue viendo afectada por la falta de innovación en sus formas, las cuales están mejorando pero progresan de manera más lenta que los avances tecnológicos, por lo que Basualdo debe ver esto como una oportunidad y buscar profesionales y nuevos procedimientos que ayuden a la organización a crear sistemas de ventas, de comunicación y de organización acordes a las necesidades de sus clientes y a lo que el mundo de la administración actual demanda para negocios como Basualdo.

NUESTRA MARCA EXCLUSIVA, UNA MEGA OPORTUNIDAD PARA TU NEGOCIO

CLEANLINE son productos elaborados por marcas líderes del mercado y representan la opción más inteligente para tu negocio ya que garantizan la mejor relación precio-calidad.

Productos de altísima rotación con el más amplio surtido.

En embalajes pequeños, ideales para la reventa y con la mejor rentabilidad.

Mantener una fuerte posición en el mercado como el mejor proveedor para clientes profesionales de alimentos, ofreciendo soluciones diseñadas desde el punto de vista del cliente con alta productividad basada en la excelencia operacional: procesos optimizados, herramientas adecuadas y personas motivadas.

se basa en la responsabilidad y compromiso con el futuro.

Makro será reconocido por sus trabajadores, proveedores, clientes y asociados, como una empresa profesional que tiene conciencia de los impactos generados por sus negocios, y un permanente compromiso con un futuro mejor para las nuevas generaciones.

Misión

Buscar nuevas oportunidades para desarrollar nuestro negocio e influenciar positivamente en la cadena de valor, usando de forma eficiente los recursos disponibles, minimizando el impacto en el medio ambiente y contribuyendo a la estabilidad del planeta, ahora y en el futuro.

Principios

La búsqueda de altos niveles de sustentabilidad en nuestro negocio nos conducirá naturalmente a la innovación en productos, procesos, infraestructura, desarrollo de personas, o servicio al cliente. Cualquier idea nueva que busque cambiar la forma en que hacemos negocios, debe considerar el impacto en las personas, el planeta y los resultados.

PROGRAMAS SOCIALES

Makro quiere contribuir con el desarrollo y el bienestar de la comunidad donde desarrolla sus actividades. Por eso, buscamos aliados que puedan ayudarnos a lograr este objetivo.

Fundación Pescar

Es una organización civil sin fines de lucro cuyo objetivo principal es el fortalecimiento del vínculo entre educación, juventud y empleo. Para lograrlo, la Fundación posee diversas líneas de acción entre las cuales se destaca el Programa “Centros Pescar – Educando para el Trabajo” que consiste en la implementación de centros educativos para mejorar las oportunidades de los jóvenes, brindándoles formación personal y laboral.

Dentro de Makro funcionan 3 centros PESCAR, en las sucursales de Córdoba, San Martín y Quilmes, con un promedio de 15 chicos por año en cada uno.

Techo

Es una organización con 15 años de historia en 19 países de Sudamérica y Centroamérica. Sus planes contribuyen a la construcción de viviendas para personas de bajos recursos, junto con la organización de mesas vecinales, programas de capacitación, trabajo, salud y educación. Makro se sumó a esta causa comunitaria en 2013. En promedio, construimos seis casas por año y donamos otras seis.

Fundación Caminando Juntos

Es una Organización de la Sociedad Civil Argentina que desde 2008 se dedica al desarrollo de proyectos de promoción social para sectores vulnerables de la Argentina a través de la obtención y canalización de recursos. Los ejes del trabajo son: inversión social, voluntariado corporativo e individual, donaciones en especies y proyectos corporativos.

Makro participa del programa “Invertir Vale la Pena” desde 2014 en conjunto con P&G. En este programa, doce voluntarios de cada una de las empresas dictan doce módulos relacionados a Finanzas e Inserción Laboral, entre otros.

MEDIO AMBIENTE

Makro entiende que cualquier negocio causa impacto en el ambiente. Por eso, buscamos minimizarlos con estrategias que consideren la renovación de infraestructura, la revisión de procesos, la contratación de especialistas en temas como gestión de residuos, uso eficiente de recursos e innovación en nuestras operaciones. Además del cumplimiento legal de nuestras actividades, procuramos reducir nuestras emisiones de gases invernadero, disminuir nuestro consumo de recursos naturales y limitar la generación de residuos.

Ha mantenido los valores de Lealtad e Integridad como los pilares de su filosofía empresarial. Su objetivo apunta a lograr el beneficio de accionistas y empleados, contribuyendo siempre al bienestar de las sociedades donde se inserta. ha logrado un crecimiento sólido y sostenido, mediante una estrategia que apunta a invertir en las personas que forman parte del equipo y al crecimiento en base a resultados.

Para lograrlo ha puesto en funcionamiento un método que se basa en cuatro preceptos fundamentales:

Buscar lo inusual.

Gestionar el cambio.

Escuchar, aprender y reaccionar.

No complicar las cosas

Ser el líder de la categoría dentro del segmento mayorista especializado, generando valor de marca basado en la calidad de servicio al cliente: más rápido, mejor y con más eficiencia.

Ser el Mega especialista: Sabiendo cómo hacer las cosas dentro del mercado, asesorando a nuestros clientes profesionales y brindándoles el mix de surtido más completo.