



LA PAPAYA GAZETTE

EL EMPAQUE COMO VALOR AGREGADO

Viajando por Norteamérica, visitando muchas de sus instalaciones, me trajó a colación dos conclusiones obvias acerca del negocio del mayoreo:

1. Si Ud. ya tiene capacidad para re-empacar, ¡felicidades! Explótelas.
2. Si no la tiene, POR FAVOR, CONSIDERE LA POSIBILIDAD DE AGREGARLA A SU NEGOCIO (no deje de leer, porque no estoy intentando llevarle a la bancarrota).

MEJORE EL VALOR AGREGADO DE SU PRODUCTO A TRAVÉS DEL EMPAQUE.

Haga un rápido recorrido por el supermercado local, las tiendas club, las tiendas express, franquicias, etc., y verá que se ha incrementado más de diez veces el número de productos hortícolas y frutícolas que hoy en día se ofrecen al consumidor ya empacados en envases de plástico y charolas cubiertas con telilla de plástico. Las razones obvias de este cambio son, que de esta manera hay menor merma y se utiliza menos mano de obra en la tienda para el manejo del producto a nivel de detalle.

¿PORQUÉ HACER ESTO?

Hay mayor margen potencial de ganancia en esta presentación que en la venta de una caja completa al mayoreo. En el caso del mayoreo tradicional, cualquiera de sus competidores puede mejorar el precio por caja, cobrando unos centavos menos y llevándose al cliente a pesar

de que Ud. abrió el mercado de este producto.

No todos los clientes son iguales. Algunos exigen y pagan por mayores niveles de calidad. Los clientes que están dispuestos a pagar por la excelencia merecen la mejor calidad.

Etiquetas específicas: Puede haber mayor ventaja para Ud. si cuenta con sus propias etiquetas para re-empacar el producto que presenta a sus clientes. Por supuesto debe considerar la posibilidad de agregar a su etiqueta el código de barras y cualquier otro requerimiento que su cliente pueda tener.

¿Y CUANTO ME VA A COSTAR HACER ESTO?

1. Espacio en piso
2. Mesas de trabajo
3. Inventario de todos los tipos de envolturas, envases de plástico, etc. que ofrezca.

En el momento en que su personal de ventas levante un pedido, Ud. tendrá que contratar a personal de tiempo parcial (a destajo preferentemente) para re-empacar el producto de acuerdo a la solicitud del cliente.

He incorporado a esta información una foto de muestra de un empaque de papaya Martha's Best en envase de plástico. Este es un concepto nuevo de empaque para nosotros y posiblemente también para Uds. En sus tiendas, Costco ofrece este empaque con 4 piezas, pero no tienen ninguna patente ni por esta idea ni por otros EMPAQUES CON VALOR AGREGADO que exhiben en sus

anaqueles. Entonces, ¿por qué no ofrecer a sus clientes este mismo empaque?

Las instalaciones que Ud. pueda construir para el re-empaque definitivamente incrementarán el valor de su negocio, **NO LO DEVALUARAN**. Recuerde que cualquiera con una camioneta y un teléfono celular puede apropiarse de su clientemayorista si lo único que vende es una caja grandota de frutas o verduras. **ES MUCHO MÁS DIFÍCIL QUE ESTE MISMO CLIENTE MAYORISTA LE ABANDONE, SI LE AGREGA VALOR A SU PRODUCTO.**

Por favor, lláme a Dorothy o a mi si tiene alguna pregunta, comentario o alguna otra idea que quiera discutir. Estaremos encantados de escuchar sus sugerencias y de ayudarle a añadir un valor agregado a sus ventas de papaya Martha's Best. Buena suerte en sus operaciones de re-empaque y venta.

Jim Weathers
Martha's Best Papaya
1-877- PAPAYA9

