Envío y margen: memorándum para quien comentó ENVÍO

The Sales Department · Oficina de Augusta Penwright (Mrs. Margin) · GYSD

> *Vender más está muy bien. Pero el envío que nadie revisa se lleva el margen por la puerta de servicio, y nadie firma la salida. Siéntese. Son siete pasos, uno a la vez.*

1. Saque el costo real del envío por pedido

No use la tarifa de lista. Revise las facturas de la paquetería y sume todo lo que cuesta mandar un pedido:

- la guía,
- la caja, el relleno y la cinta,
- el tiempo de quien empaca,
- los reenvíos y los paquetes devueltos.

Ese número es su costo real por pedido.

2. Póngalo junto al margen de cada producto

Haga una lista de sus productos con dos columnas: cuánto le deja cada uno y cuánto cuesta enviarlo. Si el envío se come casi todo lo que deja un producto, ese producto no puede viajar gratis por sí solo.

3. Elija una política, no una ocurrencia

Hay tres caminos honrados. Elija uno por producto o por tienda y escríbalo:

- **Envío al costo:** el cliente paga lo que cuesta mandarlo. Usted no gana con el envío, pero tampoco pierde.
- **Envío cobrado:** tarifa fija, clara y visible.
- **Envío gratis con mínimo de compra:** solo a partir de cierto monto.

4. Si regala el envío, ponga un mínimo de compra

Calcule el mínimo para que el margen del pedido pague el envío y aun así le quede ganancia:

- **Punto de partida:** costo real del envío ÷ su margen en porcentaje (en decimal).
- Ese monto apenas empata. Súbalo hasta el punto en que el pedido sí le deja algo.
- Pruébelo y ajústelo con sus propios números. Ninguna regla general sirve para todos.

5. Muestre el envío desde el principio

Diga cuánto cuesta el envío, o desde qué monto es gratis, en la página del producto y en el carrito. No espere al último paso del pago para darlo a conocer. Las sorpresas al final no le hacen ningún favor a nadie.

6. Use el envío gratis como herramienta, no como costumbre

Dé envío gratis con un propósito y con fecha de fin. Por ejemplo:

- para subir el monto promedio del pedido,
- en una temporada,
- en productos que dejan buen margen.

Si nadie recuerda por qué se regala, ya es costumbre. Y las costumbres se pagan.

7. Revíselo cada mes

Compare lo que cobró de envío con lo que le costó enviar. Si la diferencia crece, ajuste el mínimo, la tarifa o la política antes de que llegue el siguiente estado de cuenta.

Lista de revisión (un minuto)

- ☐ Conozco mi costo real de envío por pedido, con empaque y devoluciones.
- ☐ Sé qué productos no aguantan el envío gratis por sí solos.
- ☐ Tengo una política escrita: al costo, cobrado o gratis con mínimo.
- ☐ Mi mínimo de compra cubre el envío y deja ganancia.
- ☐ El costo del envío se ve antes del último paso del pago.
- ☐ El envío gratis tiene un propósito y una fecha de fin.
- ☐ Reviso cada mes lo cobrado contra lo pagado.

> *«Vender más es el principio. Ganar más es el trabajo.»* ***Augusta Penwright, Mrs. Margin · The Sales Department***

Guía general y educativa. No es asesoría personalizada ni promete resultados: cada negocio debe hacer sus propias cuentas.