

GUÍA GRATUITA



ALMACÉN QUE VENDE

30 días para impulsar tus ventas
y hacer que tus clientes vuelvan.



LEE. PRUEBA. ANOTA.

Un reto a la vez, en tu local.

ESTA GUÍA SE USA CON EL NEGOCIO ABIERTO.

Pensada para dueños que llevan más de un año atendiendo y necesitan pasar de sobrevivir a vender con método.

01	Mira tus números	4-5
02	Encuentra las fugas	6-7
03	Activa las ventas	8-13
04	Pasa a la acción	14-16
05	Revisa antes de lanzar	17
06	Resuelve tus dudas	18
07	Completa tus 30 días	19-22

Diagnóstico: elige tu ruta · p. 3

Caso completo · p. 23 / Tareas diarias · p. 25

Plantilla de cartel y mensajes · pp. 27-28

TU FORMA DE AVANZAR

Lee una idea, prueba un cambio y anota qué pasó. El índice es clicable y los campos se completan en lectores compatibles. Gratis y sin registro.

¿QUÉ NECESITA TU NEGOCIO HOY?

Marca lo que observas. No es un examen: te ayuda a elegir una primera acción sin cambiar todo a la vez.

☐ Pasan horas con pocas compras.

A · Revisa disponibilidad: página 8.

☐ Compran un producto y se van.

B · Prueba un complemento: página 10.

☐ Vienen una vez, pero no vuelven.

C · Dales una razón para volver: página 12.

☐ No sabes cuánto deja una oferta.

Primero revisa tus costos: página 16.

☐ Solo tú sabes cómo atender una reserva.

Deja una rutina junto a la caja: página 13.

Mi prioridad esta semana:

Si no conoces tus números, comienza registrando siete días. Después elige una sola ruta y define cómo sabrás si mejoró.

CAP. 01

“TRABAJO TODO EL DÍA. ¿POR QUÉ NO ME ALCANZA?”



CONOCE A PAULA

Tiene un almacén hace dos años. Atiende casi todo el día y no sabe qué promoción realmente le conviene.

Caso ficticio. Imagen ilustrativa.

Su primer cambio no fue comprar más mercadería: fue contar las compras y mirar cuánto gastaba cada cliente.

1

Lo que quiere conseguir

Más compras, clientes que regresan y acciones que dejen margen.

2

Lo que necesita observar

Ventas, número de compras y solicitudes que no puede atender.

HAZLO EN 5 MINUTOS

Escribe tu dificultad principal: ¿entran pocos clientes, compran poco o no vuelven?
Elige una para empezar.

CAP. 01

NO NECESITAS ADIVINAR. NECESITAS DOS DATOS.

N.º DE COMPRAS

MONTO PROMEDIO

40 × \$4.000

= \$160.000 al día

Con 40 compras de \$4.400, el total sería \$176.000. Son \$16.000 más con la misma cantidad de transacciones. Es una simulación, no una promesa.

TU PUNTO DE PARTIDA

Ventas del día

N.º de compras

Venta ÷ compras

COMPARA DE FORMA JUSTA

Usa los mismos días y horarios. Si no tienes registros, compara los días 1-7 con los días 22-28. Anota quincena, feriados y cambios de precio.

CAP. 02

¿POR DÓNDE SE TE ESCAPAN LAS VENTAS?

Marca lo que has visto esta semana en tu local.

- ☐ Faltan los productos más pedidos.

Revisa tus 10 básicos antes del horario fuerte.

- ☐ Los precios no se ven o confunden.

Muestra producto, formato y precio final.

- ☐ La oferta solo se entiende si tú la explicas.

Deja una instrucción breve junto a la caja.

- ☐ Publicas “tenemos de todo”.

Comunica una ocasión concreta de compra.

- ☐ El cliente compra una vez y desaparece.

Dale una razón útil y real para volver.

ELIGE SOLO UNA

Empieza por una fuga que puedas corregir en 48 horas. Guarda las otras para las siguientes pruebas.

BAJAR EL PRECIO TAMBIÉN TIENE PRECIO.

EJEMPLO DIDÁCTICO · VALORES SIN IMPUESTOS

PRECIO HABITUAL

\$2.000

Costo: \$1.500

Quedan \$500

CON DESCUENTO

\$1.800

Costo: \$1.500

Quedan \$300

De 10 a 17 ventas

Para igualar los \$5.000 que dejaban 10 unidades, necesitas vender 17 con descuento. Todavía faltan otros gastos.

En tu negocio usa ventas y costos sobre una misma base tributaria. La contribución no es utilidad neta. Si necesitas separar IVA, valida el cálculo con tu contador.

CAP. 03

QUE NO FALTE LO QUE HACE ENTRAR AL CLIENTE.

Paula anota lo que le piden y no encuentra. Descubre que los huevos faltaron tres tardes. Esa es una pista para revisar reposición, no una venta asegurada.

EL PUNTO PARA REVISAR TU REPOSICIÓN

6

unidades por día

×**2**

días de espera

+**4**

de reserva

$$6 \times 2 + 4 = \text{revisar al llegar a 16 unidades}$$

Ajusta la reserva según demanda, espacio y vencimientos. En congelados, respeta las condiciones de conservación del fabricante y utiliza carteles para exhibir ofertas.

RETO DEL MOSTRADOR

Haz tu lista de 10 productos prioritarios. Revísalos al abrir y antes de la hora con más clientes.

CAP. 03

ARMA UNA SOLUCIÓN. NO UNA BOLSA DE SOBRANTES.

Elige una ocasión real: desayuno, once o almuerzo fácil. Junta productos que se usan de verdad en la misma comida.

EJEMPLO DE CARTEL

LA ONCE RESUELTA

Pan de molde 500 g + queso 250 g

Marcas o variedades: _____

Precio final: \$_____ | Fecha: _____

Antes de publicar: completa los datos, verifica existencias e indica unidades disponibles, duración y condiciones. Si anuncias ahorro, debe ser real y comprobable.

NO NECESITAS REBAJAR SIEMPRE

Un combo puede costar lo mismo que los productos por separado. Su valor puede estar en la comodidad de llevar todo listo.

CAP. 03

“¿TE FALTA EL PAN PARA LAS HAMBURGUESAS?”

Sugiere algo útil una sola vez. Informa el precio y acepta el “no” sin insistir.



Cliente: “Llevo hamburguesas”.

Tú: “¿Te faltan panes? Este paquete cuesta \$_____”.

Escena ficticia creada para explicar una sugerencia útil. No representa a un cliente real ni un formato comercial de Meat Deli.

MIDE LA PRUEBA EN UN TURNO

Veces que sugeriste

Clientes que aceptaron

Revisa el monto promedio y la contribución. Vender un complemento que no deja margen no resuelve el problema.

CAP. 03

MENOS MENSAJES. UNA RAZÓN MEJOR PARA IR.

Invita en caja: “¿Quieres recibir una o dos novedades por semana? Puedes dejar de recibirlas cuando quieras”.

MENSAJE PARA ADAPTAR

Hola, somos [almacén]. Este viernes [fecha] tendremos [producto y formato] a \$[precio final].

Hay [cantidad] disponibles. Reserva para retirar entre [hora] y [hora], en [dirección]. Válido [plazo y condiciones].

Si prefieres no recibir novedades, avísanos.

Antes de enviarlo: completa todos los campos y confirma stock. Contacta a quienes aceptaron. Evita grupos que expongan sus números sin autorización.

UNA PRUEBA PEQUEÑA

Comunica una novedad útil. Anota consultas, reservas y retiros efectivos. Las respuestas al mensaje no son ventas.

CAP. 03

EL CLIENTE VUELVE CUANDO TIENE UN MOTIVO.

1

Detecta algo que sí quiere

Pregunta qué producto le gustaría encontrar o reservar.

2

Haz una promesa que puedas cumplir

“Los viernes recibimos ese producto. ¿Quieres que te avise?”

3

Cumple y registra el regreso

Confirma disponibilidad antes de avisar. Registra la segunda compra, no solo el mensaje.

Ejemplo de Paula: ofrecer una reserva para la once del viernes puede ser más útil que enviar descuentos todos los días.

MIDE SIN COMPLICARTE

En un registro voluntario, asigna un código por cliente y marca si vuelve a comprar. Compara personas con un plazo similar para regresar.

CAP. 03

QUE LA OFERTA NO VIVA SOLO EN TU CABEZA.

Quien atiende debe poder explicar la oferta, confirmar disponibilidad y registrar una reserva sin improvisar.

HOJA PARA DEJAR JUNTO A LA CAJA

Oferta y formatos

Precio final y vigencia

Stock y límite de reserva

Cómo registrar un pedido

A quién consultar un problema

ENSAYO DE 5 MINUTOS

Pide a quien te ayuda que atienda una consulta, una reserva y un faltante. Si trabajas solo, deja las respuestas escritas para reducir olvidos.

CAP. 04

10 CONVERSACIONES. UNA MEJORA CONCRETA.

Durante tres días, haz estas preguntas entre atenciones. Escucha y anota sin discutir las respuestas.

1

“¿Qué vienes a buscar y a veces falta?”

Busca una necesidad repetida.

2

“¿Qué te serviría poder reservar?”

Evalúa si puedes cumplirlo con tu stock.

3

“¿Qué haría más fácil comprar aquí?”

Puede ser un precio visible o un horario confiable.

La respuesta que más se repitió fue:

Esta semana voy a probar:

CAP. 04

CINCO MINUTOS DE REGISTRO. MENOS DECISIONES A CIEGAS.

Completa al cerrar. Cuenta transacciones, no productos. Las ventas de la oferta ya están incluidas en el total.

Día	Ventas \$	Compras	Promedio \$	Sin stock
Lun				
Mar				
Mié				
Jue				
Vie				
Sáb				
Dom				

Total ventas \$

Total compras

Promedio semanal \$

Promedio semanal = ventas totales ÷ compras totales. Los campos no calculan automáticamente. Si no hubo compras, deja el promedio sin calcular.

CAP. 04

¿ESTA OFERTA REALMENTE ME CONVIENE?

EJEMPLO · VALORES NETOS

Ingreso del combo	\$5.000
Productos + envase + comisión	– \$3.500
Contribución antes de gastos fijos	\$1.500

Los \$1.500 representan el 30% del ingreso neto. Todavía faltan arriendo, remuneraciones y otros gastos. No es utilidad neta.

TU PRUEBA, CON LA MISMA BASE TRIBUTARIA

Ingreso neto

Costos variables

Contribución

PREGUNTA CLAVE

¿La oferta generó una compra nueva o reemplazó otra más rentable? Revisa el resultado total de los productos, no solo los combos vendidos.

CAP. 05

LISTO PARA OFRECER. LISTO PARA CUMPLIR.

Marca cada punto. Si queda un pendiente, asígnale un responsable antes de publicar.

- ☐ La oferta resuelve una necesidad concreta.
- ☐ Verifiqué productos, formatos y existencias.
- ☐ Calculé costos y contribución.
- ☐ El cartel tiene precio final, fechas y condiciones.
- ☐ Informé cuántas unidades hay disponibles.
- ☐ Quien atiende sabe explicar la oferta.
- ☐ Sé cómo registrar reservas y retiros.
- ☐ Enviaré mensajes solo a quienes aceptaron.
- ☐ Definí cómo medir y cuándo revisar el resultado.

Pendiente principal y responsable:

Al cerrar cada día: registra ventas y compras, revisa reservas y prepara los productos prioritarios del próximo turno.

CAP. 06

“SÍ, PERO EN MI NEGOCIO...”

No tengo dinero para publicidad.

Empieza con precios visibles, stock y una oferta en el local. Prueba mensajes con permiso antes de pagar anuncios.

En mi barrio solo buscan precio.

Pregunta qué más valoran: rapidez, horario o disponibilidad. Prueba una mejora pequeña sin rebajar todo.

Nadie compra mi combo.

Revisa si lo vieron, lo entendieron y lo necesitan. Pregunta a cinco clientes; cambia una variable y vuelve a medir.

Vendo más, pero me queda menos.

Revisa descuentos, comisiones, envases, mermas y sustitución de ventas. Ajusta o detén la acción.

Trabajo completamente solo.

Mantén una prueba activa y una rutina corta. Escribir tareas ayuda, pero no reemplaza a una persona para cubrirte.

¿Y si no mejoro en 30 días?

Revisa ejecución, stock y comparación. Documenta lo aprendido y prueba otra hipótesis por siete días.

CAP. 07

NO CAMBIES TODO. AVANZA POR SEMANAS.

01

OBSERVA

Días 1-7

Registra ventas, conversa con 10 clientes y elige una fuga.

02

PRUEBA

Días 8-14

Calcula una oferta, prepara el cartel y mide su aceptación.

03

HAZ QUE VUELVAN

Días 15-21

Comunica una novedad con permiso, cumple reservas y documenta la atención.

04

REPITE Y EVALÚA

Días 22-30

Repite lo que funciona, compara y decide tu próxima prueba.

CAP. 07

MARCA CADA DÍA EN QUE HICISTE TU PARTE.

El objetivo es aplicar y aprender. Una casilla marcada significa que ejecutaste la tarea, no que el resultado esté garantizado.

01 ☐	02 ☐	03 ☐	04 ☐	05 ☐	06 ☐
07 ☐	08 ☐	09 ☐	10 ☐	11 ☐	12 ☐
13 ☐	14 ☐	15 ☐	16 ☐	17 ☐	18 ☐
19 ☐	20 ☐	21 ☐	22 ☐	23 ☐	24 ☐
25 ☐	26 ☐	27 ☐	28 ☐	29 ☐	30 ☐

AL ABRIR

5 min
Revisa tus básicos.

ANTES DEL FLUJO

5 min
Stock y reservas.

AL CERRAR

10 min
Anota y prepara.

¿QUÉ CAMBIÓ EN TU NEGOCIO?

Compara períodos equivalentes. Una semana con feriado o distinta fecha de pago puede cambiar el resultado.

Indicador	Inicio	Final
Ventas totales \$		
Número de compras		
Monto promedio \$		
Solicitudes sin stock		
Contribución de la acción \$		

EJEMPLO FICTICIO

De \$980.000 a \$1.078.000 = +10%.

Cálculo: $(\text{final} - \text{inicio}) \div \text{inicio} \times 100$.

Si la base es cero, compara montos, no porcentajes.

CAP. 07

VENDER MÁS ES EL OBJETIVO. MEDIR TE DICE CÓMO SEGUIR.

CONTINÚA

Suben ventas y contribución.

Repite y comprueba que puedas sostener stock y atención.

AJUSTA

Suben ventas, pero cae la contribución.

Revisa precio, costos y compras que la oferta reemplazó.

VUELVE A PROBAR

No observas una mejora clara.

Revisa la ejecución y cambia una hipótesis. Evita gastar más por inercia.

Mi próxima prueba será:

Fecha de revisión:

UNA PRUEBA QUE FALLA TAMBIÉN TE ENSEÑA.

Caso completamente ficticio. Los datos permiten practicar; no son resultados de Meat Deli ni de sus clientes.

SEMANA 1 · EL PUNTO DE PARTIDA

Paula registra \$980.000 en 245 compras: \$4.000 por compra. Anota 12 solicitudes sin stock, principalmente huevos y pan.

SEMANA 2 · EL ERROR

Prueba un combo rebajado de productos que sus clientes ya compraban juntos. Vende 12 combos, pero en ese conjunto la contribución neta semanal baja de \$30.000 a \$24.000. El descuento reemplazó ventas que dejaban más.

SEMANA 3 · EL AJUSTE

Retira la rebaja, mejora el cartel y revisa sus básicos antes del horario fuerte. Prueba una reserva para la once del viernes y registra retiros efectivos.

LA DECISIÓN IMPORTANTE

Paula no repite una promoción solo porque se vendió. Mira el resultado del conjunto y anota qué cambió.

MIRA EL RESULTADO. BUSCA LA EXPLICACIÓN.

Indicador	Semana 1	Semana 4
Ventas semanales	\$980.000	\$1.078.000
Número de compras	245	250
Monto promedio	\$4.000	\$4.312
Solicitudes sin stock	12	4

¿Qué observa? Las ventas suben 10%. Las compras pasan de 245 a 250 y el promedio sube 7,8%. No suma esos porcentajes: las ventas son compras por monto promedio.

¿Qué decide? Mantener la revisión de básicos y probar otra semana las reservas. En el conjunto promocionado, la contribución neta llega a \$33.000. Aún debe revisar gastos del negocio.

Son semanas hipotéticas equivalentes. En tu caso revisa quincena, precios, horarios y feriados. Una mejora observada no demuestra por sí sola qué acción la causó.

30 DÍAS. UNA TAREA A LA VEZ.

Sigue registrando ventas cada día. Integra las preguntas a la atención; reserva tiempo adicional para preparar el cartel.

- 01** Anota ventas y número de compras.
Dos cifras al cierre.
- 02** Registra cada solicitud sin stock.
Lista de faltantes.
- 03** Pregunta a tres clientes qué mejorarían.
Tres respuestas.
- 04** Repite la conversación con tres clientes.
Seis respuestas.
- 05** Completa diez conversaciones.
Una necesidad repetida.
- 06** Lista tus 10 productos prioritarios.
Lista junto a la caja.
- 07** Suma la semana y elige una prioridad.
Base de comparación.
- 08** Elige una ocasión de compra.
Once, desayuno u otra.
- 09** Calcula productos y costos variables.
Contribución estimada.
- 10** Completa cartel, fechas y stock.
Oferta lista.
- 11** Explica la oferta a quien atiende.
Una instrucción común.
- 12** Prueba la oferta en un turno.
Unidades y ventas.
- 13** Pregunta a cinco clientes qué entendieron.
Una corrección posible.
- 14** Decide mantener, ajustar o detener.
Decisión con motivo.
- 15** Invita a recibir novedades con permiso.
Registro voluntario.

30 DÍAS. UNA TAREA A LA VEZ.

Sigue registrando ventas cada día. Integra las preguntas a la atención; reserva tiempo adicional para preparar el cartel.

- 16** Prepara una razón real para volver.
Producto o reserva útil.
- 17** Confirma stock y envía la novedad.
Mensaje completo.
- 18** Registra reservas y hora de retiro.
Pedidos confirmados.
- 19** Revisa qué reservas se retiraron.
Compras efectivas.
- 20** Practica consulta, reserva y faltante.
Rutina de atención.
- 21** Revisa contribución y sustituciones.
Segundo ajuste.
- 22** Repite la acción con mejor evidencia.
Inicio de comparación.
- 23** Cuenta tus básicos antes del flujo.
Disponibilidad revisada.
- 24** Anota aceptación de una sugerencia.
Prueba del complemento.
- 25** Registra segundas compras voluntarias.
Señal de regreso.
- 26** Pregunta qué facilitó la compra.
Retroalimentación breve.
- 27** Revisa costos, envases y comisiones.
Costos actualizados.
- 28** Cierra la semana comparable.
Totales completos.
- 29** Compara inicio y final.
Cambios y contexto.
- 30** Elige tu próxima prueba de siete días.
Responsable y fecha.

TU PRÓXIMA OFERTA, LISTA PARA COMPLETAR.

Completa, guarda e imprime esta página. Verifica stock y costos antes de exhibir. El precio debe ser final para el cliente.

Nombre de la oferta

Productos, marcas y formatos incluidos

Precio final total \$

Válida desde / hasta

Unidades disponibles

Condiciones y retiro

No anuncies ahorro si no existe. Si cambian las condiciones, actualiza el cartel antes de ofrecerlo.

WHATSAPP QUE AYUDA. SIN SATURAR AL CLIENTE.

O1 / REPOSICIÓN

Hola, [nombre]. Ya llegó [producto y formato] a \$[precio final]. Como pediste que te avisáramos, te cuento que hay [cantidad]. Puedes retirar [horario y dirección]. ¿Te reservo?

O2 / RESERVA

Tu reserva de [cantidad y producto] queda confirmada para [día y hora], por \$[total final]. La guardamos hasta [hora]. Si necesitas cambiar el retiro, avísanos por aquí.

O3 / RECOMPRA

Hola, [nombre]. Esta semana tendremos [novedad útil] a \$[precio final], disponible [fecha/horario]. Si te sirve, puedes reservar. Si prefieres no recibir novedades, avísanos.

Completa todos los campos. Envía novedades solo con permiso y respeta la baja. Un mensaje no confirma stock: revísalo antes de prometer una reserva.

QUÉDATE CON EL MÉTODO. REPITE LO QUE APRENDES.

Una necesidad real. Una acción concreta. Un registro sencillo. Una decisión basada en el resultado.

PARA USAR BIEN TUS NÚMEROS

No confundas ventas, cobros y utilidad. Cobrar un fiado antiguo no es una venta nueva. Separa retiros personales. El costo de lo vendido no equivale a todas las compras de mercadería del mes.

Para aproximar el resultado operativo: ventas netas menos costo de lo vendido, comisiones y gastos del período. Registra mermas sin duplicarlas. Valida el tratamiento tributario y el cierre con tu contador.

FUENTES PARA CONSULTAR

SERNAC · derechos del consumidor >

SERNAC · promociones y ofertas >

Sercotec · Digitaliza tu almacén >

Los casos, montos y escenas son ficticios. Las nuevas imágenes fueron generadas para esta guía y no muestran clientes reales. Las fuentes respaldan orientaciones, no un crecimiento asegurado.

Uso digital: guarda una copia tras completar los campos. Si tu lector no admite formularios, abre el archivo en uno compatible o imprime las hojas de trabajo. Este PDF es navegable y rellenable; no incluye cálculos automáticos.

GUÁRDALA. ÚSALA. COMPARTE LO QUE APRENDES.



Vuelve a la página de la guía para usar la calculadora de ofertas y descargar una copia nueva.

[ABRIR GUÍA Y CALCULADORA](#)

¿Buscas congelados para tu negocio? [Revisa opciones en el catálogo Meat Deli.](#)