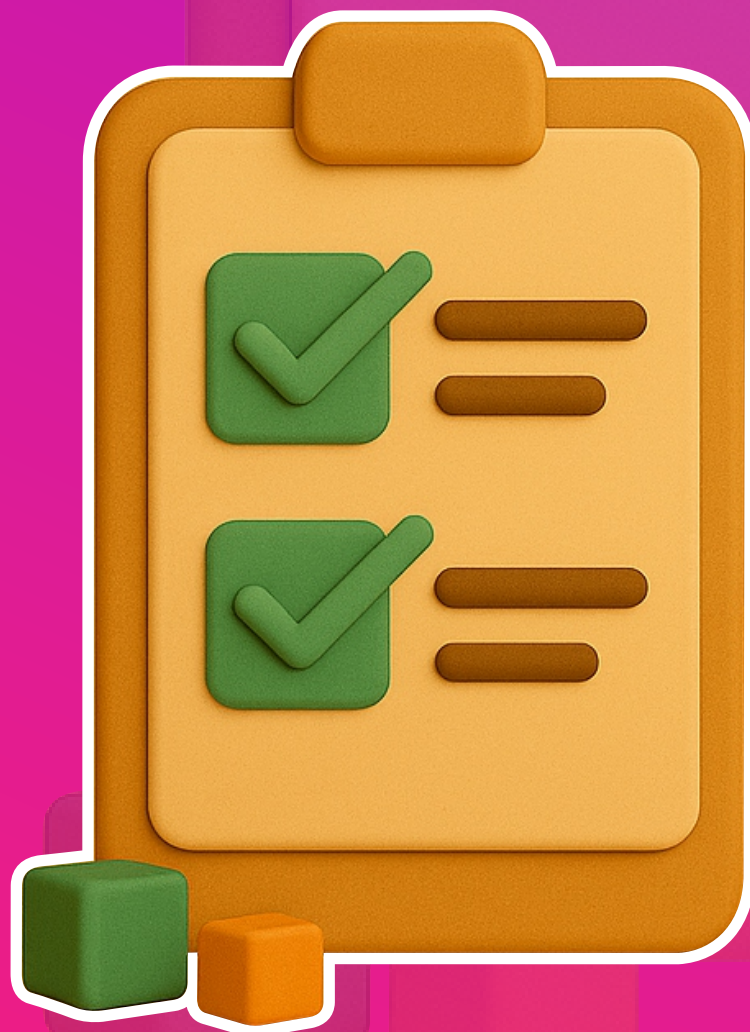


CHECKLIST PARA ARRANCAR EL MES SIN IMPROVISAR





Checklist para arrancar el mes sin improvisar.

Improvisar no es estrategia. Es una trampa disfrazada de “vamos viendo”
Si arrancas el mes corriendo atrás del problema, te estás perdiendo de planificar la solución.

1- Revisá tu stock.

¿Porqué importa?

El stock es el corazón físico de tu negocio. Sin stock no hay ventas. Tener el control de lo que tenés, lo que falta y lo que no rota es clave para tomar decisiones inteligentes, evitar pérdidas y aprovechar oportunidades.

¿Qué hacer?

- Hacé una revisión general del stock físico y digital (si tenés sistema de gestión)
- Clasificá en 3 categorías:
 - **Productos que se venden bien y necesitan reposición inmediata.**
 - **Productos que se venden lento, pero siguen en movimiento.**
 - **Productos que están frenados (sin salidas hace más de 30 días)**
- Prepará un listado con esos 3 grupos.
- A los productos sin movimiento: pensá en promociones, combos o descuentos para sacarlos antes de que se deterioren o pasen de moda.
- Evitá la frase “yo más o menos sé lo que tengo”. No más o menos: Tenés que saber exactamente.

Pros:

- ✓ Detectá oportunidades de venta y productos con baja rotación.
- ✓ Organizá tus compras para evitar exceso o faltantes.
- ✓ Mejorá el orden general de tu espacio (y tu cabeza)



Contras:

- ✗ Vendés productos que no están disponibles = reclamos.
- ✗ Tenés dinero invertido en cosas que no se mueven.
- ✗ Comprás por impulso sin saber si lo necesitás.
- ✗ Transmitís desorden (y el cliente lo huele).

2- Actualizá tus precios.

¿Porqué importa?

Porque tu margen depende de esto. No se trata solo de “ganar más”, sino de proteger tu negocio. En contextos de inflación o cambios de proveedores, si no revisás tus precios, podés estar trabajando al costo o incluso perdiendo dinero sin darte cuenta.

¿Qué hacer?

- Recalculá tus precios en base a costos actuales de compra, envíos, packaging y comisiones si vendés online.
- Revisá tu margen: ¿cuánto ganás por producto? ¿estás cubriendo tus costos fijos?
- Chequeá a tu competencia, no para entrar en guerra de precios, sino para entender si estás desfasado.
- Actualizá tus canales: precios visibles en redes, cartelera, etiquetas, tienda online.

Pros:

- ✓ Protegés tu rentabilidad.
- ✓ Podés comunicar tus precios con seguridad y claridad.
- ✓ Evitás confusiones en el cliente (y el problema en el punto de venta).



Contras:

- ✗ Perdes dinero por vender desactualizado.
- ✗ El cliente se siente engañado si ve un precio en redes y otro en caja.
- ✗ Complica a tu equipo: tienen que chequear precios cada vez.
- ✗ En época de cambios rápidos, quedarte quieto te hace retroceder.



Neurokit: no se trata de remarcar todo el tiempo, sino de entender el valor real de lo que ofrecés. Tal vez no subís precios, pero ajustás estrategias. (pack, combos, más valor por el mismo precio)

3- Organizá tus redes sociales.

¿Porqué importa?

Hoy, las redes sociales son el primer lugar donde el cliente te ve. No importa si te conoce o no: entra a tu perfil antes de escribirte o visitarte. Lo que ve ahí, define si te elige o te cierra. Si tu perfil está desordenado, desactualizado o sin alma, perdés sin saberlo.

¿Qué hacer?

- Bloqueá 1 hs. a la semana para planificar contenido. No lo dejes al azar.
- Armá un mini calendario con 4 publicaciones básicas:
 - a) Producto o servicio.
 - b) Promoción o beneficio.
 - c) Tip o consejo relacionado a lo que hacés.
 - d) Contenido emocional que conecte con tu comunidad.

Pros:

- ✓ Te mantenés presente en la mente del cliente.
- ✓ Aumentás interacciones y recuerdo de marca.
- ✓ Ahorras tiempo durante la semana.



Contras:

- ✗ Si improvisás, lo hacés sin estrategias.
- ✗ Publicás cualquier cosa solo por “estar”.
- ✗ Perdés chances de diferenciarte.
- ✗ Si tu perfil no habla, el cliente piensa que cerraste.

4- Confirmá medios de pago y promociones vigentes.

¿Porqué importa?

Una de las principales causas de abandono en el proceso de compra es la falta de claridad. El cliente quiere saber rápido como puede pagar y qué promociones tiene disponibles. Si no lo informás, estás dejando dinero sobre la mesa.

¿Qué hacer?

- Hacé una limpieza mensual de carteles, flyers, posteos y promociones vencidas.
- Actualizá cartelería física, historia destacada en Instagram y cualquier canal que uses.
- Asegurate que el personal sepa explicar bien medios de pago disponibles.

Pros:

- ✓ Reducís fricción en la venta.
- ✓ Mejorás la experiencia del cliente.
- ✓ Transmitís profesionalismo.

Contras:

- ✗ Carteles viejos generan desconfianza.
- ✗ El cliente se va porque no sabe si puede pagar con su tarjeta.
- ✗ Perdés tiempo explicando en el momento de lo que podrías haber mostrado antes.
- ✗ Desorganización = pérdida de oportunidades.



5- Definí un objetivo para el mes.

¿Porqué importa?

Los negocios que crecen, tienen foco. Un objetivo mensual te permite elegir dónde poner tu energía y medir si tu esfuerzo da frutos. No se trata de hacer mil cosas, sino de hacer una bien hecha.

¿Qué hacer?

- Elegí **un solo objetivo smart** (específico, medible, alcanzable, relevante y con tiempo).

Ejemplos:

- ◆ Vender 10 unidades más de un producto específico.
- ◆ Subir 100 seguidores de calidad.
- ◆ Lograr 5 reseñas nuevas en Google.

- Pensá acciones concretas para alcanzar ese objetivo.
- Hacete un chequeo a mitad de mes: ¿vas bien o necesitás ajustar?

Pros:

- ✓ Ordenás tus estrategias y sabés en qué enfocarte.
- ✓ Motivás a tu equipo (si tenés)
- ✓ Medís tu avance con datos, no con sensaciones.

Contras:

- ✗ Si no definís objetivos, vivís apagando incendios.
- ✗ Te llenás de tareas sin saber porqué.
- ✗ No sabés si estás avanzando o repitiendo lo mismo cada vez.



Neurokit: las ventas no se improvisan. Se construyen desde el orden y la intención. Este checklist es más que una lista: es un GPS para tu mes comercial.

- Aplícalo cada mes, repetilo, afiná tu proceso.
- No lo hagas perfecto: hazelo real.
- Porque de los negocios que planifican, son los que venden.



Si tus precios no están actualizados, tus números no cierran. Así de simple. Y no se trata de subir precios porque sí, sino de tener control sobre tus costos, márgenes y percepción del valor. Hoy el cliente no siempre elige lo más barato: elige lo que siente que vale lo que cuesta.

Actualizar tus precios es profesionalizar tu comercio. Es pararte en otro nivel, tomar decisiones basadas en datos y no en miedo.

¿Qué hacer?

Paso 1: Armá una planilla o cuaderno donde tengas:

- Nombre del producto o servicio.
- Costo actual (tené en cuenta si subió el proveedor, el envío, el packaging, etc).
- Precio actual de venta.
- Margen que estás ganando en pesos y en porcentaje.

Paso 2: Calculá un margen realista:

- ¿Querés ganar un 100%? ¿El 50%? ¿Sabés cuánto necesitás para cubrir gastos fijos?

Recordá que tu ganancia no es todo lo que sobra: tenés que pagar alquiler, luz, redes, herramientas, vos mismo.

Paso 3: Investigá a tu competencia:

- ¿Cómo están tus precios frente a otros similares? no para copiar, sino para analizar.
 - Si estás más barato: ¿te estás regalando?
 - Si estás más caro: ¿estás comunicando el valor que ofrecés?

Paso 4: Revisá todos tus canales:

- Cartelería física, lista de precios en mostrador, redes sociales, tienda online, historias destacadas.... Todo debe estar actualizado para evitar confusión.



Paso 5: Comunicá con seguridad:

- Si subís precios, podés explicarlo brevemente o sumarle más valor al producto (mejor presentación, sumás un tip, packaging con marca, etc).
No pidas disculpas por cobrar lo que vale tu trabajo.

Pros:

- ✓ **Cuidás tu rentabilidad:** ganás lo que corresponde por tu esfuerzo y tiempo.
- ✓ **Tomás decisiones con datos:** ya no trabajás en automático: sabés qué productos realmente te dejan ganancia y cuáles no.
- ✓ **Mejorás tu percepción como marca:** un comercio que actualiza precios transmite orden, seriedad y transparencia.
- ✓ **Podés hacer promociones estratégicas:** si conocés bien tus márgenes, podés ofrecer descuentos sin perder dinero.
- ✓ **Evitás discusiones innecesarias:** el cliente no se sorprende ni reclama si la info es clara y coherente.
- ✓ **Generás confianza:** mostrar precios actualizados (y coherentes) genera sensación de profesionalismo y estabilidad.

Contras:

- ✗ **Podés tener miedo a perder ventas:** es normal sentir miedo al remarcar, pero si no lo hacés, el que pierde sos vos.
- ✗ **Si te olvidás de actualizar en redes o cartelería, generás confusión:** ejemplo: El cliente ve en Instagram "\$4.000" y llega al local y le cobráis "\$5.400".
Resultado: frustración y sensación de engaño, aunque no sea tu intención.
- ✗ **Hay productos que ya no te conviene vender:** al actualizar precios, quizás descubras que ciertos productos no te dan márgenes. Duele pero te da la chance de reemplazarlos por algo mejor.
- ✗ **Requiere tiempo y decisión:** a veces lo pateamos porque tenemos tiempo o porque nos incomoda enfrentar los números.



Bonustip: aumentar precios no es perder clientes. Si comunicamos con claridad y seguís ofreciendo una buena experiencia, los buenos clientes se quedan. Y si se van los que solo buscaban lo más barato, no perdés ventas: ganás rentabilidad y foco.



Errores comunes al definir precios (y cómo no caer en la trampa):

Cobrar no es tirar un número al azar. Es estrategia. Y acá te dejamos los errores más comunes que cometen muchos emprendedores y comerciantes (incluso con años de experiencia) cuando ponen precios a sus productos o servicios.

- **Le pongo el precio que me parece:** sin calcular costos ni márgenes. Esto es como jugar al fútbol con los ojos vendados. Podés hacer un gol, pero es más probable que te pegues un palo.



Neurokit: siempre calculá cuánto te cuesta hacerlo, cuánto querés ganar y si ese precio es coherente con el mercado y tu cliente ideal.

- **Copio el precio de la competencia:** ¿y si tu competencia no saben ni cuánto ganan? no sabés si ellos están vendiendo con pérdida, si tienen otro modelo de negocio, o si están quemando stock.



Neurokit: analizá, compará y usalo como referencia. Pero tus números son tuyos, no de otro.

- **Lo dejo barato para que se venda rápido:** error de principiante que muchos arrastran por años. Vender mucho con poco margen puede dejarte sin energía, sin stock y sin ganas de seguir.



Neurokit: no es vender por vender. Es vender con estrategia, con ganancia y con visión a futuro.

- **No tengo en cuenta mis gastos fijos:** vos no vivís del aire. Y tu negocio tampoco. Luz, internet, herramientas, tu tiempo, tu sueldo, todo eso tiene que estar incluido en el cálculo de precios.



Neurokit: sumá todo lo que necesitás para sostener tu actividad. Lo que no cuenta, se paga de tu bolsillo.



- **Tengo miedo de que me digan que es caro:** lo que realmente da miedo es trabajar gratis. Si alguien dice que es caro, puede ser que no entiende el valor. Y eso se comunica. No se negocia.



Neurokit: el precio no se justifica, se comunica con seguridad. Si sabés lo que ofrecés, se nota.

- **No reviso mis precios hace meses:** en este país, si no actualizás, te fundís. Y no exageramos. En contextos inflacionarios, tus precios se desactualizan más rápido de lo que pensás.



Neurokit: hacelo parte de tu rutina. una vez al mes, revisá tus costos y ajustá lo que haga falta. Sin miedo.



Cierre de solución: el precio correcto no es el más barato. Es el que te permite crecer, sostenerte y seguir ofreciendo valor.

BONUS DIGIKIT



Tu tabla modelo para calcular el precio ideal de un producto o servicio.

Objetivo: ayudarte a poner un precio que te permita cubrir tus costos, ganar dinero y no regalar tu trabajo.

Concepto	¿Qué incluye?	Tu valor estimado \$
Costo fijo mensual	Luz, alquiler, internet, servicios, impuestos (prorratedo por unidad)	Ej: \$ 1.000
Costo variable del producto	Materiales, insumos, empaques, etc.	Ej: \$ 2.500



Concepto	¿Qué incluye?	Tu valor estimado \$
Tu tiempo	¿Cuánto vale tu tiempo por hora? ¿Cuánto tardas en hacerlo?	Ej: \$ 1.500
Margen de ganancia deseado	Porcentaje de ganancia que querés ganar (Ej: 40%)	Ej: \$ 2.000
Total recomendado de venta	Sumá todo lo anterior	Ej: \$ 7.000

¿Cómo usarla?

- Calculá tus **costos fijos mensuales** (total del mes) y dividilos por la cantidad de productos o servicios que esperás vender.
- Sumá los **costos variables específicos** de ese producto.
- Asigná un valor a tu tiempo: ¿cuánto vale una hora tuya? ¿cuánto tardás en producir eso?
- Agregá el **margen de ganancia** que querés. Sugerencia inicial: mínimo 30% - 40%.
- La suma de todo eso te da el **precio de venta recomendado**.



Neurokit: si vendés solo por vender barato, tu negocio te va a salir carísimo. Si vendés con estrategia, cada venta te acerca a vivir de lo que amas.

Vamos a pasar esto a un ejemplo real, en el cual los costos no son reales sino ficticios para que puedas ver en el ejemplo, como podés llevarlo a la práctica.



- **Calculá tus costos fijos mensuales:** sumá todos los gastos fijos mensuales de tu negocio.

- *Alquiler:* \$ 200.000
- *Luz:* \$ 120.000
- *Internet:* \$ 50.000
- *Impuestos:* \$ 250.000
- *Sueldo:* \$ 500.000
- **Total de costos fijos: \$ 1.120.000**

Si vendés aproximadamente 7.000 productos al mes, el costo fijo por unidad es: **$\$ 1.120.000 / 7.000 = \$ 160$**

- **Sumá el costo variable del producto:** supongamos que comprás el alfajor “Rasta” a \$ 950 y la bolsa camiseta te cuesta \$ 50.

- **Costo variable total: \$ 950 + \$ 50 = \$ 1.000**

- **Asigná un valor a tu tiempo:** considerá el tiempo que dedicas a vender y reponer el producto. Si estimás que tu tiempo vale \$ 1.800 por hora y dedicas 1 minuto por producto:

- **$\$ 1.800 / 60 = \$ 30$ por producto**

- **Aplicá el margen de ganancia deseado:** sumá los costos anteriores: \$ 160 (fijo) + \$ 1.000 (variable) + \$ 30 (tiempo) = \$1.190

Aplicá un margen de ganancia del 40%.

- **$\$ 1.190 \times 0,40 = \$ 476$**

- **Calculá el precio final recomendado:** sumá todos los componentes:

- **$\$ 1.190 + \$ 476 = \$ 1.666$**



Conclusión: con este método, el precio ideal para vender el alfajor “Rasta” sería de \$ 1.666. Este cálculo te asegura cubrir todos tus costos y obtener una ganancia razonable. Podés ajustar el margen de ganancia según tu estrategia comercial, y la competencia en tu zona.



Neurokit final: este contenido es poderoso. Pero más lo sos vos. Si llegaste hasta acá, no es casualidad. Es porque querés que tu comercio no solo se mantenga, sino que crezca, se ordene y venda más. Y la buena noticia es que podés hacerlo. Ya tenés las herramientas. Solo necesitás aplicarlas.

Este Digikit te mostró como arrancar el mes sin improvisar, con un paso a paso claro, práctico y aplicable.

Pero si querés que el cambio sea real, profundo y hecho a tu medida, entonces el próximo paso es personalizarlo.

No postergues más

Tu comercio no puede seguir perdiendo dinero por no tener precios bien calculados, ni oportunidades por no planificar.

EL MOMENTO ES AHORA.

¿Y si lo llevamos al siguiente nivel?

En Digitper podemos convertir este contenido en una **estrategia hecha exclusivamente para tu marca, tu rubro, tus necesidades reales**. Desde armarte un PDF a medida con tus productos, hasta diseñarte una **página web vendedora, profesional y alineada con tu identidad**.

QUIERO MI ESTRATEGIA PERSONALIZADA

Contactanos y empezamos a transformar tu comercio en lo que siempre soñaste.

