

Su propia cadena de expendios

¿UN NEGOCIO CON DECENAS DE SUCURSALES Y BAJA INVERSIÓN?
SÍ EXISTE. SON LA VENDING MACHINES. APRENDA AQUÍ CÓMO ELE-
GIR LAS MEJORES MÁQUINAS Y SU UBICACIÓN

Tonatiuh Suárez-Meany*

“**H**ACE MUCHOS AÑOS, HABA UNOS LUGARES DONDE VENDIAN DIVERSOS PRODUCTOS Y LES DECÍAN tiendas”... Tal vez así comiencen sus historias las nuevas generaciones, dentro de algunos de años.

¿Le parece una exageración? Vea, entonces, que hasta hace dos décadas, era común solicitar en las farmacias preparados especiales o que atendieran recetas sobre una fórmula. En las misceláneas era normal comprar productos a granel y muchos de estos no eran empacados. Hoy todo es distinto.

Como lo explica Naomi Klein en su libro *NoLogo*, esa tendencia se perdió y para conservar parte de la tradición que implicaba ser atendido por una amable persona —generalmente el dueño de la tienda— se desarrollaron marcas con imágenes de personas, como la Tía Jemina o el pionero de Pilgrims Pride. Pero los productos comenzaron a empacarse mediante procesos automáticos y a venderse por máquinas: las vending machines.

A pesar de que las vending (o máquinas despachadoras) surgieron por primera vez en Londres durante 1880, con una expendedora de timbres, y llegaron a Estados Unidos hasta ocho años después, con la primera vendedora de chicles Adams; tuvieron su mayor expansión posterior en EU, llegando a ser casi un símbolo nacional, a tal grado que casi siempre tenían un emblema patriótico incrustado en cada uno de sus costados. Actualmente hay vendings en todo el mundo.

Podemos entender por vending machine toda aquella máquina tragamonedas o con capacidad de deslizar tarjeta de crédito o cualquier otro medio electrónico que, a cambio de nuestro dinero, nos ofrece un bien o incluso un servicio (en este sentido, el teléfono público es una especie de vending machine, aunque muchos no estarán de acuerdo).

La mercancía que ofrecen van desde chicles hasta rebanadas de pastel... si el “fruit cake vendor” de 1930, hoy considerado un ejemplar de museo, expendía porciones del tradicional panqué de frutas secas.

Ya en la década pasada se podían encontrar máquinas expendedoras de pro-



* Director de la Consultora en ubicación Investigación de Geoestrategias. tonatiuhs@geoestrategias.com.mx



Software

Inter Acción Software

Más de 10 años
de experiencia.

Multiplataforma, trabajando
en tiempo real en múltiples
sucursales.

generales

▲ SAC (ERP con CRM)

- Facturación
- Punto de Venta
- Compras
- Producción
- Contactos (clientes, proveedores y personal)
- Inventarios
- Bancos
- Pagos
- Cobranza

▲ Interview (Recursos Humanos)

▲ Plan Acc (Planeación por Objetivos)

▲ Call Centers y Help Desk

especializadas

▲ 15 soluciones listas para
entregar (automotriz, in-
mobiliario, restaurantero,
médico/dental, etc.)

▲ Desarrollo a la medida y
consultoría

Publicidad en
Avive Screens

Distribuidores
Bienvenidos

(81)83 36 2832

ventas@interaccion.com.mx

www.interaccion.com.mx

ductos para perro. Los artículos más extraños se han ofrecido en estas máquinas, que también pueden presentarse en las más raras formas: payasos, Tío Sam, esfinges... hasta las ahora tradicionales esferas con luces y música.

Esta especie de robots pasivos han permitido ampliar los horarios de compra y acercado los productos populares a miles de personas; casi siempre implican una disminución de costos operativos e incrementan las ganancias unitarias.

Si esta larga lista de características ya le hizo interesarse en incursionar en este sector, no es mala idea que antes de poner una vending, haga un "examen de conciencia" para saber si cumplirá con nuestras expectativas específicas.

Ventajas

Las máquinas no se corrompen y permiten entregar cuentas claras hasta en negocios que podrían prestarse a lo contrario si fueran manejados por seres humanos. Trabajan 24 horas por lo que pueden dejarse en estacionamientos nocturnos sin que les dé miedo; además, no se sindicalizan ni discuten. No toman vacaciones más que cuando se descomponen.

Pueden ser políglotas o al menos bilingües, por lo que darán buenos servicios en zonas turísticas.

Desventajas

Sin embargo, sólo siendo francos apreciaremos que no todo es color de rosa.

VANDALISMO. Es uno de los principales enemigos de las vending. Aunque hay máquinas más o menos blindadas, siempre estarán expuestas a los robos y maltratos. Si bien lo que se pueda robar de ellas no necesariamente será una fortuna, los ataques constantes derivan en fuertes pérdidas.

VARIACIONES DE LA MODA. Al establecer una tragamonedas hay que cerciorarse de que la máquina pueda expender otros productos en caso que el artículo para el cual fue diseñada pueda pasar de moda. O al menos estar seguros de que no se trata de una moda transitoria y que durará más que la vida útil de la máquina.

NO EXISTE CONTACTO CON EL CLIENTE. Una máquina que funciona correctamente será tan buena amiga para una empresa o producto como enemiga será una que no funcione. Para un sediento es algo muy desagradable gastar su última moneda en una máquina descompuesta que no le dará ni disculpas.

PARADOJAS VENDING. Si el emprendedor que coloca máquinas requiere de numerosos colaboradores para recolectar las monedas o darles mantenimiento a las máquinas, entonces no habrá servido de nada el intento de ahorro de nómina. Por eso es muy importante que la máquina esté en buen estado, con garantías del fabricante, quizá una póliza de mantenimiento.

MORRALA. Por otro lado está el problema de que una vending funciona con cambio y no siempre la gente lo tiene, es necesario elegir una vending que tenga varias opciones de monedas o hasta billetes.

Qué vender

Habrán gustos exóticos que clamen por la venta de libros en vending, pero sería una mala elección pues se deben ofrecer productos que la mayoría de la gente use: café, dulces, comida en general, cigarros, periódicos, productos de higiene personal, timbres postales, tarjetas telefónicas...

Por ejemplo, en un mismo edificio, una expendedora de periódicos venderá más, cerca de la dirección general que cerca del área de informática, aunque estén a unos metros. El éxito de una vending no depende de la máquina sino del producto que ofrece. Debemos concentrar nuestros esfuerzos de investigación en saber qué productos prefieren.

Cuánto y dónde

Las vending pueden servir a prácticamente todas las personas que pasen frente a ellas, si sabemos dar una variedad de productos. Normalmente su ubicación se restringe por orden de importancia a oficinas, hospitales, estaciones de transporte, hoteles, gasolineras, deportivos, centros recreativos, centros comerciales, escuelas e incluso tiendas. No es un negocio al que le beneficie la vía pública debido al vandalismo.

Normalmente no importará mucho lo que ocurra afuera del predio donde se encuentre

una vending, por lo que una investigación de mercado exterior resulta casi innecesaria.

Al ubicar una máquina, debemos estar conscientes de que toda la gente que pasa compra cosas, pero debemos colocar esas cosas dentro de las máquinas. Por lo tanto, debemos saber qué compra. Para averiguarlo, puede hacer un sondeo con las personas que pasan enfrente de donde estará la máquina, que serán básicamente empleados y visitantes, y preguntarles cosas sencillas: edad, profesión; ¿para qué productos realiza un gran esfuerzo en obtenerlos cuando los necesita estando aquí?, ¿qué producto requiere normalmente y tiene que salir para obtenerlo?, ¿salir por ese producto es grato o por el contrario representa un esfuerzo innecesario?, ¿cada cuánto compra diferentes productos que podríamos introducir en la máquina?, ¿cuánto gasta? A partir de esta información podrá generar un cuadro como en el siguiente ejemplo:

El sondeo

1	2	3	4	5	6
	Porcentaje de personas que si comprarían en una vending el producto (X)	Promedio de frecuencia (cuántas veces al mes comprarían los que si comprarían)	Monto comprado	Clientes potenciales	Mercado microlocal estimado
Empleados	50% (.50)	10	5	500	12,500
Visitantes mensuales	20% (.20)	.1 (cada 10 meses)	6	5500	660
TOTAL					13,160

Aplique el cuestionario —a la mayor cantidad de personas— para dos grupos: el de los empleados y el de los visitantes. Obtenemos nuestros indicadores para cada grupo.

En 1 coloque el dato del porcentaje de personas que comprarían el producto que nos interesa colocar; en 2 el promedio de cuántas veces al mes compraría y en 3 cuánto compraría.

En 5 anote los clientes potenciales, esto se obtiene de distintas fuentes: el número de empleados lo obtendrá al estimar la superficie o preguntando a las respectivas administraciones; el número de visitantes a veces es fácil obtenerlo si hay libro de entrada y nos permiten hojearlo.

Luego multiplique todos los rubros y nos dará el mercado microlocal, estimado en pesos, tanto para empleados como para visitantes que al sumarlo obtendremos el total. Se trata de una estimación a partir de sondeos, pero nos dará una idea aproximada del valor del mercado.

En la sección Vending Machines incluida en la lista de 1,500 oportunidades de negocio que aparece en esta edición, encontrará 90 alternativas para invertir en este rubro. Si sigue los pasos aquí expuestos tiene altas posibilidades de éxito.

Para el establecimiento más pequeño del mundo

En cada alternativa de máquina y ubicación que encuentre, déjese guiar por estos puntos:

PREGUNTAS GENERALES

PREGUNTA	10 PUNTOS	5 PUNTOS	0 PUNTOS
¿Cuánto tiempo lleva siendo popular el producto que quiero vender?	<input type="checkbox"/> Más de 5 años	<input type="checkbox"/> De 1 a 5 años	<input type="checkbox"/> Menos de 1 año
Si el producto para el cual está hecha la máquina deja de venderse, ¿se puede expender otro sustituto en la misma máquina?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
¿El consumo de energía y renta de piso será menor que los gastos de contratar a una persona?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
¿Dependo de un solo proveedor que puede descontinuar los insumos?	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	
¿El personal podrá ser ocupado en otras máquinas vending o labores?	<input type="checkbox"/> Sí: tiempo completo	<input type="checkbox"/> Sí: medio tiempo	<input type="checkbox"/> Ningún tiempo

PREGUNTAS SOBRE LA UBICACIÓN

PREGUNTA	10 PUNTOS	5 PUNTOS	0 PUNTOS
¿Tengo posibilidades de instalarlo en un lugar muy transitado y seguro al mismo tiempo?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
¿Está cerca de algún lugar donde la gente pueda obtener cambio para alimentar la máquina? (si la máquina no ofrece todas las posibilidades de cambio)	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	
¿Existe el tipo de instalación que indica el manual? Por ejemplo trifásica, bifásica, etc.	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
¿Es visible la máquina de varios puntos? (No sólo de frente)	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
¿Está al lado de un sitio donde se generan formaciones que impidan pasar a comprar en los momentos más transitados?	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	
¿Hay vigilancia incluso indirecta como cámaras de video?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
¿Inmediatamente afuera del edificio hay comercio ambulante?	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Ocasionalmente	<input type="checkbox"/> Sí
¿Los baños están en diferentes pisos que las oficinas?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
¿Está en la entrada del edificio o establecimiento?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No, pero en un lugar a donde va buena parte de los que entran	<input type="checkbox"/> No

Al sumar los puntos, entre mayor sea el puntaje mejor será el lugar.