

## Descripción de los productos o servicios e identificación de proveedores y clientes



**Carmela Paseadora de Perros**  
La mejor!  
315 2463 271 315 3766 868  
carmela.blogspot.com

- > PASOS PERSONALIZADOS
- > PASOS GRUPALES
- > BAÑOS

mail: carmela.paseadora.de.perros@gmail.com

**CASA**  
CASA  
CASA

**CONCIERTO**  
Concierto de Estrings  
Infantiles  
Sábado 22 de Febrero  
a las 13:00 horas  
Preservar para los años  
empresario de la ciudad  
Calle 1000  
Calle 1000

Tomatoes

Purple Onions

Green Onions



# PaZos

Emprendedores Constructores de Paz

## Pazo 2: Descripción de los productos o servicios e identificación de proveedores y clientes

### Organización Internacional para las Migraciones (OIM)

**Alejandro Guidi**

Jefe de Misión

Programa Migración y Niñez

**Juan Manuel Luna**

Coordinador de Programa

Equipo Técnico

**Sandra Ruiz**

**Soraya Mesa**

**Mónica Ochoa**

### Adaptación pedagógica y comunicativa, concepto, diseño, ilustración y producción general.

Taller Creativo de Aleida Sánchez B. Ltda.

[www.tallercreativoaleida.com.co](http://www.tallercreativoaleida.com.co)

Bibiana Alturo M.

Zamara Zambrano S.

Aleida Sánchez B.

### Ilustración original

Lucho Durán

### Colorista

Mario Urazán

### Edición de contenidos - Corrección de textos

Jorge Camacho Velásquez

ISBN Obra Completa 978-958-8909-44-8

ISBN Pazo 2: 978-958-8909-47-9

ISBN CD\_ROM 978-958-8909-52-3

Primera edición, Septiembre de 2015

© Organización Internacional para las Migraciones (OIM)

*Esta publicación es posible gracias al generoso apoyo del pueblo de los Estados Unidos a través de su Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID) y OIM. Los contenidos son responsabilidad de la OIM y no necesariamente reflejan las opiniones de USAID o el gobierno de los Estados Unidos de América.*

Se autoriza la reproducción total o parcial de esta publicación para fines educativos u otros fines no comerciales, siempre que se cite la fuente.



# PaZo 2

## Descripción de los productos o servicios e identificación de proveedores y clientes

- Productos o servicios
- Clientes y proveedores
- Valor agregado
- Clientes bien identificados
- Productos o servicios bien definidos



Punto de partida

PaZo 1

PaZo 2

PaZo 3

PaZo 4

PaZo 5

Módulo para el facilitador o la facilitadora

## Productos o servicios

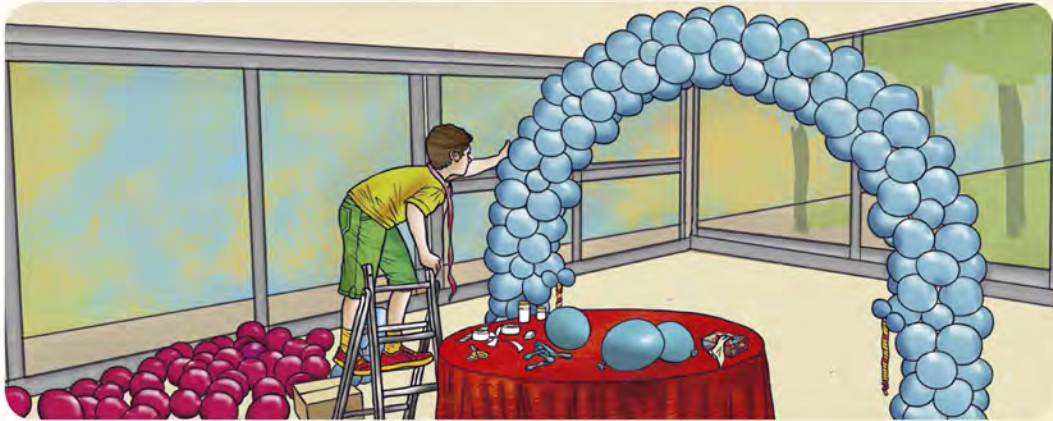
Hasta este momento has descrito qué quieres hacer en tu emprendimiento y cómo lo podrías hacer. Ahora vas a describir cuáles son los productos o servicios que vas a ofrecer.

Un producto es algo tangible, que se puede tocar, y que fabricas en tu unidad productiva. Algunos ejemplos de productos son: pizzas horneadas por ti, un vestido que confecciones, un video que grabes y/o edites.

Un servicio es algo intangible: es un conjunto actividades que realizas para ofrecerlas a otras personas o empresas que las necesitan y están dispuestas a pagar por ellas. Un servicio, por ejemplo, es llevar cosas a domicilio, arreglar o hacer mantenimiento de redes y computadores, alquilar videos, entre otros.

Identifica en cada una de las siguientes figuras si corresponde a un servicio o a un producto. Marca con una equis (X) al frente de cada dibujo.

- Globoflexia para fiestas infantiles y adultas.



Producto

Servicio

- Bisutería con material reciclado



Producto  Servicio

- Mensajería en bicicleta con app\*



Producto  Servicio

\* ¿Sabes que es un app? Es una aplicación de software que se instala en dispositivos móviles para ayudar al usuario en una tarea concreta, ya sea de carácter profesional o de entretenimiento.

## Cientes y proveedores

En cualquier caso, si tu emprendimiento es de productos o de servicios, necesitas identificar tus proveedores y tus clientes. Un **proveedor** es quien te vende productos para comercializar o materia prima para fabricar un producto. Un **cliente** es quien compra los productos que haces o utiliza los servicios que ofreces.

Con proveedores y clientes se completa el **ciclo de producción o servucción**, que si quisiéramos graficar sería algo así:



## Valor agregado

Todo proceso de producción o servucción genera un **valor agregado** ¿Qué es el **valor agregado**?

Resulta que cuando desarrollas el ciclo de producción o de servucción vas agregando valor a los insumos iniciales. Por ejemplo, en una fábrica de pan, mezclas la harina con otros insumos como huevos, mantequilla y sal, para convertirla en un producto final llamado pan. Los insumos harina, huevos, mantequilla, sal, etc., son diferentes al producto pan. Y el pan o los panes que hiciste valen más que los insumos utilizados, entonces les agregaste valor.

Ahora ese pan está listo para consumir, pero debe ser llevado de la fábrica al lugar de venta. Este proceso es un **servicio**: el servicio de repartición del pan producido en las diferentes tiendas que lo ofrecen a los consumidores. Y también agrega valor. No vale lo mismo el pan en la puerta de la fábrica que puesto en la tienda del barrio o la vereda.

Una vez el pan es llevado a las tiendas y se pone a la venta, se genera allí otro valor agregado, que tiene que ver con el servicio de ponerlo cerca de la gente que lo puede comprar. Estas personas que compran el pan y lo consumen se denominan consumidores finales.

Por último, en el proceso de producción se generan unos residuos reutilizables como la miga de pan, que puede convertirse en un nuevo producto a través de otro proceso de producción: la miga de pan se empaqueta en bolsas y se comercializa para ser usado en la cocina como producto para apanar.

*Como puedes ver, cada fase del ciclo de producción o servucción agrega valor.*

Ahora que ya sabes cómo es un ciclo de producción o de servucción, escribe cuál puede ser el valor agregado de tu emprendimiento (puede ser acercar un producto al consumidor final, empacarlo de manera novedosa, transformar un insumo en un nuevo producto, reutilizar un desecho). Para definir el valor agregado de los productos o servicios de tu emprendimiento piensa muy bien en qué habilidades o destrezas tienes tú o con cuáles ventajas cuenta tu emprendimiento frente a otros negocios parecidos.

¿Cuál crees que sería el valor agregado de tu emprendimiento?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Piensa muy bien en esto que escribiste: ese valor que le agregas a tu materia prima o tus insumos, es lo que hace que tu producto o servicio sea diferente y por esa diferencia la gente debe estar dispuesta a pagar.





Algunos valores agregados son claramente identificables; por ejemplo: agregaste valor si compraste manzanas sueltas y las vendes empacadas. Este valor agregado es evidente.

En otros casos el valor agregado es de tipo social y, aunque no es tan evidente, vale la pena hacerlo notar para que la gente lo reconozca y esté dispuesta a pagar por él. Por ejemplo, cuando un grupo de mujeres indígenas se reúne a tejer sombreros tradicionales, agregan valor no sólo porque transforman las diferentes fibras en un sombrero sino porque al hacerlo conservan un saber ancestral, propio de su cultura. Esto es un valor agregado social.

Otro ejemplo: cuando un grupo de jóvenes se reúnen a hacer música rap o hip-hop y le cantan a la vida, además de producir canciones se están alejando de las pandillas, y debido a este valor agregado la gente se siente motivada a contratarles para que participen en festivales de música, porque son un ejemplo de paz y reconciliación.

¿En qué forma crees que tu emprendimiento puede contribuir a la paz?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Cientes bien identificados

¿Qué personas o empresas crees que estarían dispuestas a pagar más por lo que estás ofreciendo? Ensayá una primera respuesta:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**¡Ahora sigue avanzando!** Identificar cuáles son esos potenciales clientes de tu emprendimiento que estarían dispuestos a pagar por tu servicio o tu producto y su valor agregado, es muy importante, pues una vez sepas quiénes son puedes especificar aún más el tipo de productos o servicios que vas a ofrecerles.

Por ejemplo, si tus clientes son niños y niñas específicamente, para ellos es importante que lo que compran (a través de sus padres) sea llamativo y tenga muchos colores y formas diferentes; y como son los padres de esos niños y niñas los que tienen el dinero para comprar, pues deben ofrecerles un producto seguro y de calidad.

En la siguiente lista identifica más específicamente a qué grupos de personas y de qué edades van dirigidos tus productos o servicios:

Producto o servicio	Edad de los consumidores	¿Hombres o mujeres?	Otra característica importante

Necesitas diferenciar muy bien tus productos o servicios para cada uno de los grupos de clientes. Ten presente que un mismo producto se puede ofrecer a diferentes grupos de clientes; por ejemplo: si tu producto es pizza, para las personas adultas podrías ofrecer una porción grande en forma de triángulo y para las niñas y los niños porciones más pequeñas con formas de animales y sabores más dulces.

¿Recuerdas que unas hojas atrás, cuando estabas definiendo el tipo de emprendimiento, pensaste también en cuáles necesidades ibas a satisfacer con tu negocio?

Como seguramente ya lo habrás experimentado, estas necesidades también se diferencian según los grupos de clientes. Por ejemplo, las niñas y los niños no piensan en consumir productos de aseo, piensan más en algo rico para comer, algún juguete de moda o quizás un videojuego. A su vez, las niñas y las mujeres tienen gustos diferentes a los de los niños y los hombres.

Piensa entonces muy bien a quién  
o a quiénes van dirigidos los productos  
y servicios que vas a ofrecer.



Ahora bien, a la hora de definir tus clientes potenciales debes identificar también cuál es el ingreso promedio de esas personas, para que de esta manera ofrezcas productos con precios acordes a su nivel de ingreso.

Revisa y complementa si es necesario la tabla anterior, para que estés segura-o del tipo de clientes que buscarás con tu emprendimiento.

## Productos o servicios bien definidos

Ahora que ya tienes más claramente identificados a tus clientes, vas a dar un paso más: vas a definir los tipos de productos o servicios que les ofrecerás y las ventas que harás.

Aunque a estas alturas ya tienes una idea bastante precisa de qué tipo de productos o servicios vas a ofrecer, es el momento de especificarlos mejor, teniendo en cuenta lo visto sobre el valor agregado y la identificación de los clientes.

**Piensa, por ejemplo, en armar “combos” que sean llamativos para tus clientes.** Por ejemplo: si vas a vender pan, un combo puede ser pan y jugo o pan y café; o si vas a vender pizza, un combo puede ser un pedazo de pizza y una gaseosa.

En el anexo de herramientas que acompaña esta guía, en la Tabla 1 – Ventas, debes hacer una lista de cada uno de los productos y combos que vas a ofrecer.

Puedes empezar a escribir tus ideas en la tabla siguiente y después abrir el anexo en Excel para completar la tarea:



Producto	Precio unidad	Cantidad esperada ventas al mes
En esta casilla escribe el nombre de tu producto o servicio	En esta casilla escribe a qué precio vas a vender el producto ofrecido	En esta casilla escribe cuántas unidades del producto ofrecido esperas vender

Ten en cuenta que debes tener varios productos para ofrecer variedad a tus clientes y que así como en el ejemplo de la pizza, una porción de pizza es un producto, un vaso de gaseosa es otro y el combo de pizza más gaseosa es otro.

Asimismo, define el precio de cada unidad, teniendo en cuenta lo que te cuesta fabricar tu producto u ofrecer tu servicio, y el nivel de ingresos de tus clientes, y calcula cuántas unidades de cada producto o servicio debes vender al mes.

**Si escribes directamente en la Tabla 1 – Ventas del anexo de Excel**, una vez ingresas el precio y la cantidad, la tabla automáticamente los multiplica y así obtienes el ingreso de cada mes por cada uno de los productos.

**Con ayuda de esta tabla, programa cómo deberían ser tus ventas durante los primeros 4 meses de tu emprendimiento.** Ten en cuenta que es normal que las ventas iniciales no sean tan altas como esperas; pero a medida que trabajes y des a conocer tu producto o servicio, irán aumentando los clientes y por ende las ventas.

**Para incrementar las ventas debes buscar nuevas oportunidades para mostrar tu producto o servicio.** Piensa en estas alternativas para promocionar tu emprendimiento y ampliar las ventas:

- Imprimir tarjetas o plegables de promoción.
- Hacer un bonito aviso que llame la atención para tu punto de venta.
- Hacer publicidad a través de Facebook y otras redes sociales.
- Hacer unos afiches para poner en sitios de tu barrio muy visibles.
- Hacer promociones del tipo 2x1.

*“Da tu primer paso con fe, no es necesario que veas la escalera completa, solo da tu primer paso”.*

*Martin Luther King*











**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA



OIM Organización Internacional para las Migraciones