



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
artesanías de colombia.s.a.



# Capacitaciones: Mercadeo y Comercialización

Nydia Leonor Castellanos

Febrero de 2005

---

# Contenido

---

1. Cadena de comercialización
2. Bases de Negociación en el Mercado
3. Aspectos de Comercialización y Mercadeo
  - ✓ Términos y Costos de Exportación
4. Tendencias
5. “Benchmarking”
6. Conclusiones



# 1. Cadena en la comercialización

---



## 2. Bases de Negociación en el Mercado

---

### ★ TODOS SOMOS CLIENTES ★

1. ¿Qué es el MERCADO?
  - ✓ Conjunto de compradores de un determinado producto.
2. ¿Qué es NEGOCIACIÓN?
  - ✓ Diálogo entre dos partes para llegar a un acuerdo de comercio con mercancías.

Base de cualquier negociación es la CONFIANZA



## 2. Bases de Negociación en el Mercado (Cont.)

---

### Negociación con Proveedores:

- ✓ Con buenos precios – Descuentos por volumen de compra.
  - ✓ Asociarse para comprar en volumen y tener más poder de negociación.
- ✓ Calidad en el producto
- ✓ Cumplimiento en las entregas
- ✓ Formas de pago



# 2. Bases de Negociación en el Mercado (Cont.)

---

## Negociación con Clientes: (Artesanías de Colombia)

- ✓ Cumplimiento:
  - ✓ Cantidades
  - ✓ Fechas de entrega
  - ✓ Colores, especificaciones, dimensiones
  - ✓ Calidad
  - ✓ Precios
  - ✓ Documentos requeridos
- ✓ Descuentos por volúmen de compra
- ✓ Formas de pago



# 3. Aspectos de Comercialización y Mercadeo

---

## 1. ¿Qué es COMERCIALIZACIÓN?

- ✓ Conjunto de actividades realizadas con el fin de facilitar una venta.

## 2. ¿Qué es MERCADEO?

- ✓ Conjunto de actividades realizadas con el fin de aumentar las ventas y el valor percibido de un producto y generar recordación.

## 3. ¿Qué es COMPETITIVIDAD?

- ✓ Conjunto de capacidades para poder competir; permiten que el producto permanezca y se posicione en un mercado.



# 3. Aspectos de Comercialización y Mercadeo (Cont.)

---

- ✓ Comercialización Nacional
  - Ferias, Puntos de Venta (Almacenes), Institucionales o Empresariales, Almacenes de Cadena.
- ✓ Comercialización Internacional
  - Franquicia en la Florida, Clientes independientes en Estados Unidos y Europa, Almacenes de Cadena





# 3. Aspectos de Comercialización y Mercadeo (Cont.)

---

- ✓ Aspectos más importantes para la Comercialización
  - Precios Competitivos
  - Calidad óptima
  - Cumplimiento
    - En entregas y especificaciones
  - Competencia



### 3. Aspectos de Comercialización y Mercadeo (Cont.)

---

- ✓ Aspectos más importantes para el Mercadeo
  - Producto diferenciado (Diseño)
  - Segmento Objetivo
  - Montaje o exhibición
  - Empaque de los productos
  - Atención de los vendedores
  - Información sobre el producto: *resaltar origen y técnicas como estrategia de divulgación sobre nuestras tradiciones y cultura.*



---

# INCOTERMS: Términos Internacionales de Comercio

## ✓ EX-WORKS

- ✓ Para A de C es el costo al que se compran los productos; para Ustedes es el precio al que le venden a A de C.
- ✓ Este precio ya incluye la ganancia del proveedor, todos los costos (directos e indirectos) incurridos en la producción y el transporte a la bodega de la Empresa.

## ✓ FOB:

- ✓ Es el precio al cual cotiza y vende A de C para exportación.
- ✓ Costo del Producto + Costo del Transporte al puerto de embarque + Costo de Documentos de Exportación + Margen de la Empresa

## ✓ CIF:

- ✓ Es el precio del producto puesto en el destino final al que se exportó.
- ✓ Precio FOB + Seguros + Flete (Al puerto destino + Ciudad final)



# Costos de Exportación

---

✓ <b>Producto Ex-Works</b>	<b>100%</b>	<b>75.000</b>
Etiqueta y empaque	+ 2%	
Transporte interno	+ 6%	
Manejo exportación	+ 7%	
Costos Agencia de Exportación	+ 15%	
✓ <b>Precio FOB-Bogotá</b>	<b>130%</b>	<b>97.500</b>
✓ Precio CIF	160%	
✓ Nacionalización país destino	+ 9%	
✓ <b>Precio al IMPORTADOR</b>	<b>+ 169%</b>	<b>126.750</b>



# Costos de Exportación (Cont.)

✓ Gastos de bodegaje, distribución y margen del Importador	+100% (Acumulado) <b>338%</b>	<b>253.500</b>
✓ Margen del Almacén, Impuestos, y demás gastos	+100% (Acumulado) <b>676%</b>	<b>507.000</b>

**Resumen:**

Ex-Works	1.00
FOB	1.30
CIF	1.60
Nacionalización	1.69
Ganancia	3.38
Almacén Final	6.76



## 4. ¿Qué es una Tendencia?

---

- ✓ “Es la aplicación en los productos de las manifestaciones, sensaciones y sentimientos que se instalan en la colectividad humana, a partir de la evolución de la sociedad.”
- ✓ Surgen a partir de estudios de mercados, para definir preferencias e inclinaciones de un grupo determinado de individuos.



# 4. Tendencias

---

- ✓ Se fundamentan en:
  - Movimientos, ideologías, credos, corrientes; en formas de ver la vida.
- ✓ Representan preferencias e inclinaciones de un cliente o segmento de mercado determinado.
- ✓ Reflejan necesidades, deseos y hasta rechazos de un grupo identificable de consumidores.



# 4. Tendencias (Cont.)

---

- ✓ Tipos de tendencias:
  - ✓ **Color** : colores que cuentan una historia sobre un tema específico. *Ejemplo*: la naturaleza, un sentimiento o un sitio geográfico.
  - ✓ **Diseño**: De acuerdo a conceptos y movimientos que ya están establecidos en el mundo del diseño. *Ejemplo*: Minimalismo, Retro.





# 4. Tendencias (Cont.)

---

- ✓ Tipos de tendencias:
  - ✓ **Forma:** Abstraídas de cualquier medio de inspiración. *Ejemplo:* formas redondeadas, las geométricas.
  - ✓ **Textura:** Inspiradas en las características de una textura en particular. *Ejemplo:* áspero, rugoso, brusco.
  - ✓ **Materiales:** Posibilidades de aplicación y mezcla de uno o varios materiales. *Ejemplo:* Mezcla de maderas y fibras naturales en el diseño de mobiliario.



# 4. Tendencias (Cont.)

---

- ✓ Para qué se usan?
  - Para el desarrollo de productos nuevos y frescos.
  - Para crear nuevos mercados, definiendo temporadas de compra y dando nuevas opciones para el consumidor.
  - Para permitir conocer la obsolescencia de un producto mediante el análisis de su ciclo, el cual está directamente relacionado con la demanda.



# 5. “Benchmarking”

---

## 1. ¿Qué es “BENCHMARKING”?

- ✓ Análisis profundo de la competencia; se hace para ver cómo estamos frente a nuestros competidores

## 2. Aspectos analizados:

- ✓ Precio
- ✓ Calidad: terminados y acabados
- ✓ Diseño
- ✓ Innovación
- ✓ Exhibición



## 5. “Benchmarking” (Cont.)

---

- ✓ Ejercicio práctico para comparar productos similares.
- ✓ Productos parecidos por materiales, forma, diseño o concepto.  
Por esta razón, pueden ser productos sustitutos.



# 6. Conclusiones

---

- ✓ SIEMPRE estar orientados al segmento objetivo definido
  - Diseño y comercialización de nuestros productos se debe hacer a partir de la demanda y no de la oferta.
- ✓ Debemos seguir recalcando y exaltando que el producto es artesanal.
  - Esta connotación, bien fundamentada y documentada sigue siendo un valor agregado importante; eleva el estatus del producto y el valor percibido.
  - Material e información sobre origen de los productos, materias primas, regiones donde se trabaja y población, procesos de producción, técnicas artesanales, etc.

