

La realidad del Marketing Digital de la Talavera en Puebla y su comercialización en
Bogotá

Fabián Ricardo Herrera Bernal

Monografía de grado para optar por el título de profesional en Negocios Internacionales

Universidad Piloto de Colombia
Facultad de ciencias sociales y empresariales
Negocios Internacionales

BOGOTA

2016

La realidad del Marketing Digital de la Talavera en Puebla y su comercialización en

Bogotá

Fabián Ricardo Herrera Bernal

Monografía de grado para optar por el título de profesional en Negocios Internacionales

Tutor: Javier Nieto

Universidad Piloto de Colombia

Facultad de ciencias sociales y empresariales

Negocios Internacionales

BOGOTA

2016

ota de Aceptación.

Firma del Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá, Junio de 2016

CONTENIDO

Resumen.....	5
Abstract.....	6
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	7
Introducción.....	7
Justificación	8
Marco Conceptual.....	10
¿Qué es la cerámica Talavera?	10
Proceso de fabricación de artículos de Talavera	10
¿Quiénes son los principales fabricantes de Talavera?	12
Importación de talavera a Bogotá.....	15
Importadores y comercializadores de Talavera en Bogotá	15
Arte Talavera.....	16
Casa Jardín Talavera.....	17
Capítulo 1 Portafolio de productos de la talavera hecha en Puebla, México	
Portafolio de productos.....	18
Decoración	18
Hogar	18
Vajillas.....	19
Accesorios.....	19
Artículos Religiosos	19
Capítulo 2 Estrategias de comercialización en plataformas digitales para la talavera poblana en Bogotá	19
Que es marketing digital.....	19
¿Por qué?	21
¿Para qué?	22
¿Cómo?.....	23
Capítulo 3 plan logístico de distribución y comercialización para Bogotá	24
Revolución del Marketing	24
Descripción del producto	26
Empaque del producto.....	26
Etiquetado.....	26
Logística de envío	26
Estrategia de marketing digital.....	27

Resumen

México es un país que cuenta con 52 tratados de libre comercio y con grandes oportunidades de negocio. Su PIB es de US 1.295 billones de dólares según cifras del banco mundial¹. Su importancia económica se radica en el desarrollo de su sector industrial gracias a la inversión extranjera directa reflejada en el número de compañías que han llegado a posicionarse al país. Puebla es la ciudad más reconocida en México cuando de tradición e historia se habla y es allí en donde aparece la oportunidad de negocio gracias a la visita que se realizó a la fábrica Uriarte Talavera, en donde se fabrican elementos de cerámica de manera artesanal y que además cuenta con denominación de origen desde el año 1992, pues allí se fabrican elementos de gran calidad y su valor comercial se respalda con el trabajo a mano realizado por artesanos de la región, expertos en el desarrollo de sus tareas gracias al conocimiento transmitido de generación en generación.

De acuerdo al planteamiento anterior, durante el desarrollo de este proyecto se busca analizar una idea de tipo comercial entre Puebla y Bogotá que promueva la cultura mexicana en Colombia y que además incentive el comercio de cerámica de Talavera en medios digitales para ampliar el mercado de acción.

¹México tiene una inscripción escolar del 104%, un índice de pobreza del 53,2% y desde el 2010 ha venido teniendo un crecimiento constante en el PIB que lo postula como una de las economías más importantes de América Latina.

Abstract

Mexico is a country with 52 free trade agreements and great opportunities to do business. The economy is stronger than other economies in the continent México has us 1.295 billons of dollars. The most important for this country is the economic relationships with Europeans partners and with United States of America because this country is his neighbour and they have been getting good economic relationships for a long time. Mexico is locate in a special because is a connection between Europe, United States of America and South America. In México we can find greats cities, for example Puebla is one of the most important cities, and there is a special place for Mexican people who know about his history and tradition. Day by day Puebla gets to many tourists from different countries looking for an amazing experience of live and there they can get what they are looking for because Puebla has something special about his culture and his crafts made 100% by hand and keeping up his traditional process. This project will check up all about the culture of Puebla and based in the information we want to do business between Puebla and Bogota.

.

Objetivos

Objetivo General

- Analizar las características del mercado de la Talavera en Puebla y Bogotá con el fin de incentivar el uso de plataformas digitales que permitan potencializar su comercialización.

Objetivos Específicos

- Identificar el portafolio de productos y las principales empresas productoras en Puebla y comercializadoras en Bogotá
- Generar posibles estrategias de comercialización en plataformas digitales que permitan a las empresas distribuidoras expandir el mercado.
- Presentar un plan logístico para la comercialización y distribución del producto en Bogotá

Introducción

Esta monografía se basa en una serie de acontecimientos y experiencias vividas durante el desarrollo de la misión académica llevada a cabo en México, exactamente en Puebla donde se encuentra un tesoro cultural que ha hecho de ella un referente internacional cuando de Talavera se trata. La Talavera es un tipo de cerámica elaborada a base de barro y elementos minerales, principalmente con este material se fabrican utensilios de tipo domestico tales como: vajillas, piezas de decoración, materas, artículos religiosos entre otros. La ciudad de Puebla se encuentra ubicada a 120 kilómetros de la Ciudad de México y es conocida como la ciudad colonial más grande de todo México, reconocida por tener un particular centro histórico y por su tradicional producción de Talavera.

Según el relato brindado por el historiador de la fábrica de cerámica (Talavera Uriarte) Rafael Martínez a los estudiantes de la Universidad Piloto de Colombia, los *conquistadores encontraron en México una producción de cerámica que contaba con varios siglos de desarrollo y que además era de una excelente calidad, por tal razón se comenzó a emplear para diferentes ceremonias de tipo religioso, funerarios y utensilios de uso doméstico tradicional que reflejaban la belleza de su cultura*´.(Rafael Martinez)

Con el paso del tiempo, se adoptaron ciertos rasgos de la cultura China y Europea lo cual hizo más llamativa la elaboración de la talavera y lucia mucho mejor, sin dejar de lado sus tradicionales procesos de producción. En 1992 la cerámica de Talavera obtuvo el reconocimiento como denominación de origen mexicano y se encuentra registrada en el instituto de derechos de autor.

Actualmente en la ciudad de Puebla se encuentran ubicadas tres de las más grandes empresas productoras de Talavera (Uriarte Talavera, Talavera de la Luz y Celia Talavera) las cuales poseen enormes capacidades de producción para pensar en un proceso de comercialización en línea y expansión de su mercado respaldado por un proceso de globalización que permite la apertura de mercados y más aún en un país como México que cuenta con más de 52 tratados de libre comercio.

Justificación

Durante la visita realizada a la empresa URIARTE TALAVERA en Puebla, pude ver la calidad y capacidad de producción de una de las grandes fábricas de cerámica de talavera, además, según la investigación realizada directamente en la fábrica, existen otras dos empresas que se dedican al desarrollo de la misma tarea y que también cuentan con importante capacidad de producción y comercialización del producto.

Tras analizar el comportamiento del grupo durante el recorrido por las instalaciones de la fábrica, se pudo apreciar el interés que genera este producto en las diferentes generaciones, no solo en adultos mayores como comúnmente se pensaría. Alrededor de quince de las treinta personas adquirieron una pieza de cerámica talavera ya sea dentro o fuera de la fábrica, entonces es ahí cuando surge una idea de negocio y más si sabemos que contamos con una calidad reconocida a nivel mundial, una capacidad de producción capaz de abastecer la necesidad del mercado y una aceptación positiva en diferentes

sectores de la población. Por otra parte, la cerámica talavera de Puebla cuenta con denominación de origen otorgada a partir del año 1992, esto significa que tenemos un punto más a favor cuando de producción se trata, pues esto genera un valor agregado al producto que lo hace diferente a cualquier otro y que solamente se puede vender cerámica conocida como talavera si es fabricada en la ciudad de Puebla. De igual manera las artesanías mexicanas son artículos con un buen nivel de acogida y aceptación en los mercados nacionales e internacionales. A nivel internacional las artesanías mexicanas tienen un amplio reconocimiento y son muy bien valoradas gracias a su cultura marcada por cientos de años de evolución por lo que representa un mercado atractivo con gran potencial de crecimiento constante y prometedor. El mercado colombiano ha acogido de manera positiva la comercialización de artesanías mexicanas de talavera, específicamente en Bogotá ya se encuentran tiendas en donde podemos comprar talavera fabricada en Puebla a pesar que no existen estrategias de publicidad que promuevan los elementos. Vale la pena analizar más a fondo las condiciones de este mercado y desarrollar un plan estratégico de comercialización online y métodos de logística.

Para el desarrollo de los objetivos planteados en la monografía debemos conocer y familiarizarnos con los términos empleados dentro del sector y que hacen parte importante del estudio principal la elaboración, mercadeo, distribución y comercialización de Talavera.

Marco Conceptual

¿Qué es la cerámica Talavera?

La loza de talavera es el resultado de la fusión de diferentes culturas del mundo en las cuales encontramos rasgos de alfarería española andaluza y marroquí, mayas típicas persas y además figuras y caracteres autóctonos de la cultura china que se complementan con estilizados dibujos del México pre hispano. Es tan poblana como el mole, los chiles en nogada, el camote y los ángeles de la Catedral de Puebla, pero resume tradiciones culturales de cuatro continentes. La definición técnica de Talavera –registrada en el Instituto de Derechos de Autor (IDA) es la siguiente: "cerámica propia de la zona de Puebla, elaborada con barro y conformada por un cuerpo cerámico recubierto con vidriado estannífero, decorado con colores metálicos y trabajado manualmente en sitio". (Corazon de Puebla)

Para efectos de esta monografía, La talavera es un tipo de cerámica fabricada de manera artesanal a base de barro moldeado y combinado con diferentes elementos que fusiona rasgos de diferentes culturas. La técnica de vidriado fue adoptada hace años y los artículos han sido usados desde hace años para diferentes ceremonias de tipo religioso, fúnebre o como objetos de decoración domestica entre otros.

Proceso de fabricación de artículos de Talavera

De acuerdo a la experiencia que se tuvo con la misión académica durante la visita a la fábrica URIARTE TALAVERA se apreció el desarrollo del proceso de fabricación de las piezas el cual se relata a continuación:

- Preparación del barro.

Luego de una exhausta selección y filtración del polvo, se mezcla con agua para generar el barro que amasan con los pies o en su defeco con piedras naturales durante un plazo

aproximado de dos semanas hasta que el barro expulse cualquier impureza o filtración de aire que estropee el proceso de horneado.

- Moldeado.

Luego de haber reposado por un tiempo estimado, el barro toma una contextura perfecta para ser moldeado a mano en un torno impulsado por un motor mientras que el alfarero le va dando la forma a la pieza, se pueden producir de 30 a 50 piezas al día según el tamaño de la misma.

- Primera horneada.

Pasado el tiempo de secado a temperatura ambiente, la pieza ingresa al horno a una temperatura de 900° y se deja allí durante 10 horas. Al finalizar este proceso, la pieza sale totalmente sólida y lista para el siguiente proceso.

- Esmaltado.

Posteriormente, se aplica por inmersión un esmalte elaborado cuidadosamente a base de estaño y plomo que va a servir de asiento para la decoración de la pieza. La capa de pintura que cubre la pieza debe cumplir con cierta medida de grosor según el dibujo y el brillo que la pieza vaya a llevar.

- Estarcido.

El estarcido es el proceso de tallar la pieza según las figuras y relieves que tenga, este se realiza con finos cinceles que permiten maniobrar y moldear las piezas.

- Pintura.

Luego de haber tallado las figuras, se seleccionan los colores y pigmentos respetando las características de talavera poblana. Se pintan con pinceles elaborados con pelo de cola de caballo para que la pintura no sufra ningún cambio en su composición.

- Segunda horneada.

Por último se envía la pieza por segunda vez al horno y es allí donde va a tomar el particular brillo y relieve de talavera poblana.²

¿Quiénes son los principales fabricantes de Talavera?

En la ciudad de Puebla se encuentran ubicados tres de los más grandes fabricantes y comercializadores de Talavera. Los tres cuentan con una capacidad de producción atractiva, con instalaciones perfectamente adecuadas para el desarrollo de su tarea, ellos son: Uriarte Talavera, Talavera la Luz y Celia Talavera. Estas tres empresas se dieron a la tarea de la fabricación durante el siglo XVIII cuando la producción de loza esmaltada tomó fuerza en la ciudad de Puebla dejando atrás otras tareas de manufactura como la creación de textiles y la curtación de cueros. Este hecho le dio gran reconocimiento a la región y a los alfares poblanos durante la época.

1. Uriarte talavera

Talavera Uriarte es la fábrica de talavera más importante en todo el mundo debido a su capacidad de producción y a la tradición que ha tenido desde su inauguración. Los procesos son artesanales y se realizan a mano. Cuenta con una línea de producción

² Definición del proceso de producción y fabricación de la talavera.

calificada y además su denominación de origen le da un valor agregado significativo a los productos que se comercializan cada vez más alrededor del mundo.

“Uriarte Talavera es una empresa fabricante de Talavera establecida en 1824 en la ciudad de Puebla, México.

Todas nuestras piezas son elaboradas completamente a mano con la técnica de cerámica vidriada hecha en América durante la dominación española, llamada Talavera de Puebla. Su fabricación se realiza conforme a la Norma Oficial Mexicana, contando con la certificación de denominación de origen (DO4)” (Talavera)

Para efectos de la monografía, vamos a seguir un modelo empresarial planteado por URIARTE TALAVERA debido a que desde sus inicios ha contado con procesos de fabricación totalmente artesanales y además es una de las que cuenta con mayor trayectoria. Fue esta empresa también la que en 1992 logro obtener la denominación de origen y desde entonces, México específicamente Puebla es la única ciudad que puede fabricar cerámica Talavera. Además de esta fábrica existe otra también muy importante en la ciudad y es conocida con el nombre de TALAVERA LA LUZ.

2. Talavera la Luz

Esta empresa es quizás una de las empresas con menos años de fundada, pero en pocos años de fundada ha logrado posicionarse como una de las mejores del mercado gracias a que mantiene los tradicionales procesos de elaboración y además cuenta con artesanos altamente calificados que adquirieron su conocimiento de generación en generación. Situada en la ciudad de Puebla en el que cuenta con años de tradición y es reconocida internacionalmente por sus esculturas y su legado de importantes alfareros de la ciudad.

“Talavera de la Luz se fundó en la ciudad de Puebla en 1996, en un esfuerzo por contribuir a preservar una tradición artesanal que representa un legado cultural de más de 400 años)”³.

³ Definición directamente de la página de Talavera la luz,
<http://www.talaveradelaluz.com/es/content/qui%C3%A9nes-somos>

Como bien menciona la fábrica en el aparte de su página web, ellos no solamente se dedican a la fabricación de piezas tradicionales sino que además diversifican su mercado con la elaboración de mapas en Talavera tradicional lo cual ha sido una novedad y el mercado ha aceptado el hecho. Lo innovación en sus productos hizo posicionar a la empresa en uno de los lugares más importantes del sector y a pesar de ser una de las empresas más jóvenes del mercado tiene índices de producción y fabricación capaces de suplir el mercado además de una posición importante en el mismo. En tercer lugar tenemos a Talavera Celia.

3. Talavera Celia

Esta es la tercera empresa que se va a tener en cuenta para el desarrollo de esta monografía debido a las cualidades de la misma, ya que al igual que las demás se encuentra ubicada en la ciudad de Puebla y todos los procesos para la fabricación de las piezas se llevan a cabo de manera artesanal.

Talavera Celia, taller de origen Poblano, fundado en 1992, con el objetivo de preservar a la Talavera Poblana como expresión cultural de identidad regional⁴

Talavera Celia ofrece a sus clientes una gran variedad de productos elaborados a mano y sus diseños son originales. Una de sus principales líneas de producción y quizás las mas fuerte es la producción de artículos religiosos que se elaboran con los procesos básicos y los colores con los que se pintan son netamente minerales para no perder la esencia de la talavera real. Esta línea ha acogido un sector importante del mercado y es su fuerte. Además de lo anterior, la fábrica cuenta con unas zonas sociales importantes tales como salas de negocio, cafeterías que ofrecen al cliente los más representativo de la comida

⁴ Definición de la talavera de la página web oficial <http://www.talaveracelia.com/nosotros.html>

mexicana y aulas de educación en donde los clientes aprenden sobre el proceso de fabricación, además, son testigos directos de la fabricación de las piezas, desde el primero hasta el último paso del proceso, así mismo existen salas para la celebración de eventos y cierre de negocios que hacen de la fábrica una experiencia de vida.

Importación de talavera a Bogotá

A pesar de que en Colombia no es muy popular el mercado en estudio, encontramos que si existen empresas que se dedican a la importación de cerámica talavera fabricada en Puebla y que además se mueven en un mercado discreto pero activo que adquiere estos productos de manera periódica tanto así que durante los últimos 3 años ha tenido un 80% de crecimiento según documentos fundamentados en bases de datos de Proexport.⁵ Los comercializadores de Talavera no cuenta con plataformas digitales de publicidad que ayuden al desarrollo del comercio, solamente llevan a cabo el proceso de distribución en el almacén y en la página web de la empresa en donde podemos ver las diferentes clases de productos y diseños, pero no en una red social o una plataforma masiva de información en donde se puedan lanzar estrategias de publicidad dando a conocer el mercado y de esta manera poder ampliar su campo de acción.

Importadores y comercializadores de Talavera en Bogotá

Bogotá es una ciudad con aproximadamente 7.878.783 millones de habitantes según cifras del Departamento Nacional de Planeación (DNP).⁶ en su población se mezclan las diferentes culturas de cada una de las regiones de Colombia debido a la migración que se presenta en la ciudad de personas provenientes de distintas partes del país que se establecen en la capital y comienzan aquí su actividad laboral, por esta razón Bogotá es conocida como la ciudad de todos. Para fines de la monografía debemos conocer quien

⁵ Crecimiento del sector de productos de cerámica,
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36517086>

⁶ Según censo del DANE la población estimada para el 2015,
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/Bogot%C3%A1%2015.pdf>

forma parte del mercado y basar nuestro plan comercial sobre lineamientos de distribución confiables y efectivos.

Según la investigación realizada, pude descubrir que en Bogotá existen dos empresas importadoras y comercializadoras de Talavera mexicana y los productos más comercializados en Bogotá pueden llegar a ser los de jardinería y los de tipo religioso teniendo en cuenta las características del mercado, pues en primer lugar cabe aclarar que en Bogotá existen barrios con casas de estilo colonial y estilo campestre que normalmente están adornadas con piezas de artesanía y en segundo lugar, el mercado solo cuenta con dos empresas importadoras de Talavera, es decir hay un espacio en el cual se puede desarrollar el ejercicio de comercialización. El perfil de los posibles compradores que se direcciona a personas de género femenino con una capacidad adquisitiva estándar ya que se encuentran piezas desde 10.000 hasta 1.000.000 de pesos colombianos, por lo tanto no se necesita ser rico para adquirir una pieza y por el uso que se le da a este tipo de utensilios, los clientes posiblemente van a ser personas mayores con capacidad económica positiva lo cual favorece el negocio.

A continuación quiero mencionar a los tres importadores de talavera mexicana que hay en Bogotá y a la vez indagar sobre sus inicios y la forma en la cual realizan sus procesos comerciales.

Arte Talavera

Arte Talavera es una empresa Colombia que tiene como función principal la importación y comercialización de talavera mexicana hecha por artesanos y como se puede ver en su página web, sus productos *son elaborados por artesanos mexicanos provenientes de familias tradicionales dedicadas a rescatar, durante generaciones, la historia y la creación de cerámicas. Además, Cada artesanía es hecha 100% a mano haciendo de cada pieza, una pieza única.* (Talavera)

Esta estrategia le ha venido dando valor agregado relevante a los productos que al fin de cuentas es lo que lo hace diferente de los demás. Esta fábrica cuenta con sedes en Pereira y Bogotá, su forma de comercio es tradicional aunque ha venido implementando una estrategia de comercialización en redes sociales tales como Instagram y Facebook en donde ya podemos encontrar su perfil y ver sus diseños.

Casa Jardín Talavera

Esta es quizás la empresa de importación y comercialización de talavera más importante que podemos encontrar en el país ya que cuenta con tres almacenes en Bogotá, ubicados en centros comerciales reconocidos como son el centro comercial Santa Bárbara, el centro comercial San Martín y el centro comercial Unicentro, son líderes en la venta de piezas de cerámica talavera elaborada a mano y su propósito es satisfacer a los clientes brindándoles productos de óptima calidad los cuales tienen un proceso largo de elaboración. Con estas condiciones han logrado ampliar su participación en el mercado a nivel regional y nacional. El punto débil de la empresa es que aún no está en plataformas digitales, por tal razón sus productos no han sido lanzados al comercio digital y los clientes no tienen la posibilidad de interactuar directamente con la empresa. Esta quizás es una oportunidad para brindar asesoría a la empresa aplicando conocimientos adquiridos y técnicas de publicidad masiva. Dentro de sus productos encontramos gran variedad de materas, jarrones, utensilios para cocina, elementos de decoración, artículos religiosos entre otros, es decir su portafolio es muy variado.

Capítulo 1 Portafolio de productos de la talavera hecha en Puebla, México

La Talavera autentica es la que proviene del estado de Puebla, donde tuvimos la oportunidad de visitar y conocer acerca de este producto tradicional de Atlixco o Cholula, ya que según nos explicaron, el tipo de barro que se da en esta zona es histórico y solo proviene de esta región; elaboradas a mano estas “artesanías” tienen un valor agregado diferente y un valor económico muy alto.

Portafolio de productos

Más que el portafolio de productos, la Talavera es un producto con diferentes usos o en diferentes presentaciones, como lo son platos, jarrones, tibores, floreros, incluso artículos religiosos y también lo usan para la decoración de interiores y exteriores. A continuación presentamos las categorías y sus diferentes productos de una manera detallada.

Decoración

Dentro de ésta categoría, podemos encontrar productos elaborados con altos estándares de calidad, de los cuales podemos encontrar: Bomboneras, Floreros, Fruteros, Jarrones, Macetas, los cuales serán para el uso del hogar.

Hogar

Básicamente en esta categoría para el hogar los productos de talavera son para el embellecimiento del hogar, tales como espejos, relojes, lavamanos, artículos para los lugares de estudio, que hacen de la casa un ambiente agradable y vistoso y con productos de calidad y tradicionales.

Vajillas

Para esta categoría encontramos simplemente todo tipo de artículos para el decorado de la comida y de la cocina, como Platos y Platonos, ensaladeras, jarras, teteras, servilleteros.

Accesorios

Para la categoría podemos encontrar diferentes productos de talavera, como candelabros, cruces, recipientes para aromatizantes, entre otros para la decoración, utensilios de cocina de cualquier ambiente y cualquier espacio.

Artículos Religiosos

Los artículos religiosos como las cruces, las imágenes de la virgen de Guadalupe, hacen parte de esta categoría, la cual nos recuerda la tradición y lo importante que es la talavera en todo aspecto en Puebla

Capítulo 2 Estrategias de comercialización en plataformas digitales para la talavera poblana en Bogotá

Que es marketing digital

Actualmente nos encontramos en la era del internet y todos tenemos el poder de llegar a cualquier lugar por medio de la red. Cada vez más personas alrededor del mundo interactúan por medio de dispositivos móviles y estos han tomado tanta importancia que se hace imposible imaginar un mundo sin ellos pero es gracias al internet que estos pueden ser utilizados y cada quien decide de qué manera hacerlo. Las empresas han decidido utilizarlo como una gran fuente de información en donde se crea una iteración

directa que con el paso del tiempo se fue perfeccionando y hoy el día se conoce con el nombre de Marketing Digital.

El termino Marketing Digital no es nuevo, pues se conoce desde los años 90 cuando se dice que fue utilizado por primera vez por las grandes plataformas comerciales y con el pasar del tiempo, más exactamente en la última década, se ha estudiado la relación con el consumidor de manera profunda y el efecto que ha causado este hecho dentro de la sociedad.

Dentro del Marketing Digital, se incluyen todos los medios de comunicación electrónicos: radio, televisión, sitios web, app, blogs, redes sociales, e-mail entre otros además del ya conocido marketing tradicional.

Hoy en día la mayoría de las empresas cuentan con un sitio web y todas con el propósito de realizar publicidad, por tal razón el Marketing Digital ha venido presentando una evolución constante y cada vez es más importante dentro de la sociedad.

Su principal objetivo es la generación de demanda, es decir que el número de clientes interesados en un producto o un servicio sea cada vez mayor y que demuestren su interés dejando sus datos registrados en un sitio web convirtiéndolos a estos en posibles clientes potenciales y que se pueda estudiar a fondo cada una de sus necesidades con el propósito de estar siempre dispuesto a suplirlas. (Sainz, 2015)

Para poder generar estrategias de distribución en nuestro documento, primero tendremos que entrar a evaluar algunos aspectos importantes del entorno de relaciones económicas entre México y Colombia, donde las importaciones que realizo Colombia para el 2015 fueron de “54.057,6 Millones de Dólares” (Datosmacro).

Esto nos da un campo de información para un análisis detallado, y una base para las estrategias que plantearemos más adelante y para lo cual será importante ya entrar a mirar el mercado del talavera en Colombia. Es importante resaltar que la mayoría de las empresas productoras de este producto son empresas familiares, Microempresas que representan un porcentaje importante para la economía de Puebla, este es el primer aspecto importante a tener en cuenta, ya que de acuerdo a esto nos haremos a una idea de cómo se preparan nuestras estrategias en la idea de la importación, comercialización y distribución del talavera Mexicana.

El objetivo general de esta Monografía es realizar un análisis de la situación real de la Talavera en Puebla e incentivar a la creación de plataformas digitales que ayuden a incrementar la comercialización del producto en Bogotá basados en un modelo logístico eficaz para la distribución del producto mexicano que debido a su tradicionalidad es muy demandado no solo en México sino en todo el mundo. Se va a enfocar en la distribución y comercialización en Colombia, específicamente en Bogotá, para lo cual se plantean unas estrategias que enfocan específicamente a los importadores Colombianos, y como pueden acceder a este producto de una manera fácil y rentable a partir de 3 preguntas (porque, para que, como).

¿Por qué?

Gracias a las experiencias vividas en la misión académica de México, pude visualizar en Puebla un producto que es muy llamativo y muy importante para la economía de esta región, es por esto que me surgió la idea de la importación y comercialización del mismo, pero por medio de plataformas digitales. Sabemos que en Bogotá, existen

empresas comercializadoras de este producto, pero nosotros lo queremos hacer de manera diferente, adaptándola a los nuevos estilos de comercio presentados en los últimos tiempos, sacando provecho de las plataformas y las facilidades que existen en la web.

Lo queremos hacer porque consideramos que este producto tiene un legado histórico para los mexicanos y lo pudimos constatar en nuestra visita a Puebla, el valor cultural que tienen este tipo de productos, es tan grande que nosotros queremos establecerlo aquí en Colombia principalmente en Bogotá, con altos estándares de calidad.

“La cerámica ha conjugado la utilidad y la belleza de los pequeños y grandes elementos que el hombre emplea en su vida diaria. Se trata de un arte práctico que desarrolla su belleza precisamente en su utilidad.” (Doniz)

Es la mejor respuesta al por qué lo queremos hacer, no hay duda de que lo tradicional es lo que mantiene vigente a un sitio, es por eso que con la distribución y comercialización de este producto mantenemos vigente la historia de un pueblo de un país, y generamos valor monetario para nosotros y satisfacción para otros.

¿Para qué?

Lo hacemos básicamente para 3 cosas:

- Para generar ingresos económicos a los desarrolladores de este proyecto, creando un hábito de negocio donde el objetivo principal es obtener ganancias.
- Crear un hábito de consumo diferente al convencional, es decir por medio de plataformas electrónicas, desarrollando el mercado digital y de servicios y sacando provecho de las actividades económicas con un producto con altos estándares de calidad y con diferentes usos y desde luego para diferentes tipos de personas.

- Lo haremos para revolucionar las transacciones de compra y venta tradicionales, desde un modelo de distribución diferente a los demás, es decir cambiar la visión de las comercializadoras en aspectos tan puntuales como la manera de empacar un artículo, de transportarlo, y todo lo relacionado con la logística de los productos de talavera desde que llegan a Colombia, hasta que finalmente pasan por el cliente y/o consumidor final.

¿Cómo?

La realización de este proceso será a través de PROCOLOMBIA, que será clave en la obtención de datos y cifras que nos serán útil para conocer más el mercado de este producto y en general de todo México, conociendo los aspectos importantes en cuando a logística de una exportación desde allá y desde luego la importación desde Colombia.

1. La primera estrategia para comercializar talavera en Bogotá por medio de plataformas digitales será una alianza de E-COMMERCE o comercio electrónico con las plataformas más importantes en Colombia, en este caso “Los portales más reconocidos por ser pioneros en Colombia fueron MercadoLibre y Virtual Éxito, todavía vigentes y creciendo, cuando en el país apenas se estaba empezando a dimensionar el potencial que traía tener una presencia digital.

Con el pasar de los años y con una cultura digital creciente y un proceso de bancarización en las clases medias y bajas, se ha abierto paso a nuevas iniciativas que buscan satisfacer las necesidades de nichos específicos”.⁷

⁷ En Colombia, existen ya diferentes tipos de plataformas de comercio electrónico ya establecidas con las cuales podemos tener un tipo de relación comercial y vender talavera mexicana, creando un tipo de negocio diferente al convencional. (<http://socialgeek.co/colombia-2/comercio-electronico-colombia/>)

2. Crear una página web, donde se brinde todo tipo de información del producto, imágenes, pero adicional una plataforma de compra de talavera, todo esto para generar confianza a los clientes pero también generando ingresos económicos para nosotros, no solo estamos teniendo relaciones comerciales con las empresas mexicanas sino que también generamos facilidad en la adquisición de estos productos sin necesidad de viajar y ni siquiera saliendo de su casa, brindando confianza para las personas que gusten de este tipo de productos tradicionales y vanguardistas. Esta página web tendrá un rastreador como todas las de distribución donde se podrá seguir curso de su producto.
3. Por medio de las plataformas de E-COMMERCE, generaremos diferentes líneas de servicios para que nuestros clientes puedan seleccionar, crearemos opciones de interacción, por ejemplo si el cliente quiere enviar un regalo de un producto de talavera a otra persona lo podrá hacer, incluso si está en otro país.
4. Como la talavera es un producto 100% artesanal, por medio del sitio web, desarrollaremos espacios donde las personas puedan diseñar sus propios artículos, donde los puedan personalizar a su gusto generando un valor agregado para nosotros, con el fin de que cada día generemos más credibilidad y podamos seguir expandiéndonos.

Capítulo 3 plan logístico de distribución y comercialización para Bogotá

Revolución del Marketing

Bien cabe argumentar que el Marketing Tradicional ha mantenido al cliente como enfoque principal durante todo el tiempo que se ha aplicado siempre y cuando se cumpliera con las metas propuestas por la empresa.

Hoy en día es casi una obligación para las compañías tener al cliente como el eslabón más importante dentro de la cadena comercial y en donde debe enfocar toda su atención, entonces siguiendo esta teoría, el cliente en la actualidad.

Con este nuevo modelo de mercadeo, el cliente está en la cúspide de la cima y todas las empresas están a su servicio y ha obtenido tanto poder que se ha tenido que rediseñar el popular modelo de las 4Ps. Como primera medida se piensa en implementar una nueva P que vendría siendo la de personas y se estaría situando en el centro del modelo tradicional, es decir las 4Ps existentes, trabajan en función de esa quinta P.

Un nuevo modelo que incursiona en el mercado y llamado las 4Cs, propone restablecer el modelo tradicional de las 4Ps y se basa en la teoría de que el modelo antiguo ve el mercado desde el punto de vista de la empresa mientras que esta nueva propuesta lo hace desde la perspectiva del cliente. (Sainz, 2015)

La transformación de los modelos se ve reflejada en la siguiente gráfica:



Descripción del producto

Los componentes de la talavera son esencialmente tres: barro, esmalte y pinturas. De acuerdo a esto, para obtener un artículo que cumpla con los estándares de calidad debe tener las siguientes condiciones: textura homogénea, ser colorido y horneado libre de grietas o quemaduras.

Empaque del producto

Teniendo en cuenta que la talavera es sumamente frágil y debe ser manipulada con mucho cuidado debe estar protegida por un empaque seguro. En primer lugar el exportador mexicano va a cumplir con todos los requisitos para que la mercancía llegue en óptimas condiciones pero además nosotros como comercializadores locales vamos a implementar un empaque diseñado con material reciclable y estéticamente agradable para el cliente con el fin de brindar un valor agregado, ya sean diseños de cumpleaños o simplemente un empaque personalizado.

Etiquetado

Se buscara mantener un control de la mercancía por medio de etiquetas pero adicionalmente agregaremos un adhesivo que sirva como distintivo de la marca para generar un posicionamiento en el mercado.

Logística de envió

La empresa que se pretende contratar es Servientrega debido a que esta empresa cuenta con certificados de calidad y protección del medio ambiente, además de que la logística de transporte es integral y es una de las más importantes en Colombia, contando con servicios a todos los destinos nacionales y garantiza la calidad del servicio.

Cabe aclarar que Servientrega va a ser la empresa encargada del transporte de los productos, pero la compra por parte de los clientes va a ser directamente en nuestra plataforma de ventas.

Estrategia de marketing digital

Partimos desde la idea de que el marketing digital ha venido sufriendo una serie de cambios a lo largo del tiempo y que hoy en día lo más importante para el desarrollo de la estrategia es el cliente. Se tiene como foco principal el contacto constante con el mismo para conocer sus necesidades y de la misma manera poder satisfacerlas, el reto es entenderlo y conocer su experiencia con el producto haciendo los cambios en el producto que él consumidor requiera.

- Por medio de nuestra plataforma digital se pretende lanzar estrategias de publicidad que den a conocer nuestros productos y además que el cliente pueda conocer a cerca de la Talavera y todo su proceso de transformación.
- Generar alianzas estratégicas con buscadores digitales (clickeo) para que cada vez que un cliente digite la palabra ****talavera**** en el buscador, nuestra plataforma digital aparezca de primeras.

se busca implementar estrategias masivas de comunicación y visibilidad de la marca a través de las siguientes tareas digitales:

1. Blogs: como un centro de producción y exposición de los productos
2. Fan page: como un eje de la comunidad digital y una plataforma donde realizar promociones, concursos y demás.
3. Perfil en twitter: como una base para el dialogo y atención directa con el cliente.

4. Facebook: como un canal de comunicación moderno, visual y de identificación con el prescriptor.
5. Youtube: como una plataforma de videos de la marca y de los procesos de fabricación de los productos, además de un refuerzo a nuestro branding.

Conclusiones

- Tras analizar el mercado de la Talavera en México y en Bogotá, se puede concluir que existe una disrupción en el mercado, por lo tanto hay un campo de acción en el cual se puede poner en marcha el plan de comercialización de Talavera en plataformas digitales que permitan dar a conocer el producto y del mismo modo se pueda expandir el mercado.
- La elaboración de un plan logístico para la comercialización del producto cuenta con varios puntos positivos que favorecen el proyecto. Estos puntos son: Colombia cuenta con una empresa de envíos eficiente que agiliza el proceso de entrega y garantiza la calidad de sus tareas, esta empresa es Servientrega, además esta empresa está comprometida con el medio ambiente y sus políticas se basan en el cuidado del mismo lo que le da un valor agregado al proceso de distribución, la adición de un empaque personalizado hace el producto diferente de los demás.
- La creación de plataformas digitales de comercialización va a ser que el producto tengo un campo de acción más grande dándose a conocer en diferentes nichos de mercado de manera masiva lo cual es muy positivo para el proyecto.

Recomendaciones

- Promover la cultura mexicana a través de productos autóctonos de la región puede generar relaciones comerciales fructíferas para nosotros como negociadores internacionales ya que nos permite identificar las características de la economía en evolución como lo es la mexicana.
- La talavera es un negocio que cuenta con todas las características para penetrar cualquier mercado porque cumple con las condiciones de calidad exigidas. Su campo de acción puede ser el doméstico o religioso teniendo en cuenta la cultura del país al cual se quiere dirigir.

Bibliografía

Corazon de Puebla. (s.f.). Obtenido de <http://www.corazondepuebla.com.mx>

Datosmacro. (s.f.). *Expansion/Datosmacro*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/paises/comparar/colombia/mexico?sc=XE88>

Doniz, R. (s.f.). *Mexico Desconocido*. Obtenido de Puebla, Mexico: <http://www.mexicodesconocido.com.mx/la-talavera-poblana.html>

Sainz, J. M. (2015). *El marketing Digital en la practica*. ESIC EDITORIAL.

Talavera. (s.f.). *Arte Talavera*. Obtenido de <http://artetalavera.weebly.com/>

Talavera, U. (s.f.). *Uriarte, testimonio vivo de la artesanía mexicana*. Obtenido de <http://www.uriartetalavera.com.mx/acerca.php>

<http://talavera.com.co/web/nosotros>

<http://www.uriartetalavera.com.mx/acerca.php>

<http://www.corazondepuebla.com.mx/talavera.html>

<http://www.talaveracelia.com/nosotros.html>

http://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/DirectorioDetalle/talavera-castillo-sa-de-cv_5165

<http://www.corazondepuebla.com.mx/>

<http://artetalavera.weebly.com/>

<http://www.quiminet.com/productos/vajillas-de-talavera-18258465304/proveedores.htm>

<http://www.casadellibro.com/libro-el-plan-de-marketing-digital-en-la-practica/9788415986959/2609639>