

PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN PARA FOMENTAR LA EXPORTACIÓN DE MANTAS DE ALGODÓN NATIVO DE COLORES DE LA CITE SIPÁN AL MERCADO DE ALEMANIA, 2020

TRADING PROPOSAL TO PROMOTE THE EXPORT OF NATIVE COLORED COTTON BLANKETS FROM THE CITE SIPAN TO THE GERMANY MARKET, 2020

Reception: 2020-03-10 - Acceptance 2020-05-26

Frank Diaz Caro^{1: a}

 ORCID iD 0000-0003-0062-0675

¹ Universidad Ricardo Palma. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Escuela

Profesional de Administración de Negocios Globales.

^a Licenciado en Administración de Negocios Globales.

RESUMEN

El objetivo es generar una propuesta de comercialización que fomente la exportación de mantas de algodón nativo de colores elaborado por los artesanos de la CITE SIPAN al mercado Alemán. Se utilizó el método Hipotético-deductivo y los resultados señalaron que los artesanos de la CITE-SIPAN esperan poder exportar sus productos pero precisan de un seguimiento debido al desconocimiento de las herramientas necesarias para la exportación, mientras que la investigación de mercado señala que según los encargados de retails en la ciudad de Hamburgo, las mantas peruanas de algodón nativo si tendrán aceptación y podrán ser distribuidos si se cumple con los requerimientos mínimos. Se determinó que la propuesta de comercialización debe de cumplir con los requerimientos del mercado alemán en el área de promoción y distribución si fomenta a los artesanos a la exportación de las mantas hecha de algodón nativo de colores.

Palabras clave: Promoción, Algodón nativo; Mercado alemán, Exportación.

ABSTRACT

The objective is to generate a marketing proposal that encourages the export of colored native cotton blankets made by CITE SIPAN artisans to the German market. The hypothetical-deductive method was used and the results indicated that the artisans of the CITE-SIPAN expect to be able to export their products but require follow-up due to the lack of knowledge of the tools necessary for export, while market research indicates that according to the In charge of retail in the city of Hamburg, Peruvian native cotton blankets will have acceptance and may be distributed if the minimum requirements are met. It was determined that the marketing proposal must meet the requirements of the German market in the area of promotion and distribution if it encourages artisans to export blankets made of colored native cotton.

Keywords: Promotion, Native cotton; German marke; Export.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad nos encontramos en graves problemas con las exportaciones, ya que tanto personas como empresas tienen que lidiar con la falta de capacitación en materia de comercialización internacional; es indispensable que un futuro exportador conozca acerca de las necesidades, tendencias, cultura, es decir realizar una investigación del destino a exportar.

El exportador debe tomar en cuenta aspectos relacionados a la exportación entre los que se encuentran la situación financiera, política y económica del país, dicho análisis es fundamental así como realizar un seguimiento constante a futuros cambios que afecten al mercado.

La investigación de Fustamante (2012) explica que en el departamento de Lambayeque existen artesanos que por tradición desarrollan artículos a base del algodón nativo y es el estado a través del Ministerio de comercio exterior y turismo y la cooperación internacional, que han ejecutado una serie de proyectos para mejorar las características en la producción de sus productos. Las visitas de turistas que recibe las tumbas reales de Sipán anualmente, no son suficientes porque según estadísticas el museo de Sipán ha venido recibiendo un poco más de 150 mil visitantes anuales, pero este no se ve reflejado de la misma forma en las ventas de los artesanos.

Objetivo: Diseñar una propuesta de comercialización que fomente la exportación de mantas de algodón nativo de colores de la Centro de Innovación Tecnológica (CITE) SIPÁN al mercado de Alemania.

Debido a que los artesanos de la Cite Sipán, carecen de planes de exportación como especificaciones técnicas y necesidades del cliente, dejan de lado oportunidades de presentar su arte en otros escenarios, y tener la opción de crecer su negocio y a su vez mejorar su calidad de vida y la de su comunidad.

MATERIAL Y MÉTODOS

Población y muestra

La población encuestada se conforma por los artesanos empadronados en el Centro de Innovación Tecnológica Turístico-Artesanal Sipán en Lambayeque, el cual fue recolectado solicitándolo en el área administrativa de la CITE el padrón de inscripción contiene a 152 artesanos. Para la investigación del mercado alemán, se tomó una población de 310 encargados de retails de productos de decoración y regalo en la ciudad de Hamburgo, el cual se realizó mediante encuestas virtuales en Survio.com, para ambas encuestas el tipo de muestreo utilizado en las investigaciones fueron no probabilístico y el diseño es no experimental.

Recolección de datos

El instrumento de recolección de datos fue mediante encuestas físicas.

Para determinar el tamaño de la muestra de artesanos de la Cite Sipán y los encargados de retails de productos de decoración y regalo, se utilizó 95 grados de confianza, 0,9 de probabilidad, 0,1 de no probabilidad, 10% de error de muestra.

Para medir la realidad de la Cite – Sipán y su capacidad exportadora se tomó un cuestionario conformado por siete preguntas, en tanto para analizar la aceptación del producto según encargados comerciales de decoración y regalo se tomó un cuestionario virtual de seis preguntas.

Procesamiento de datos

Una vez finalizada las encuestas, se analizó mediante gráficos estadísticos y tabla de frecuencias los resultados.

RESULTADOS

1. El resultado de la situación actual en la que se encuentran los artesanos de la Cite-Sipán, arrojo que:
 - a) El 100% de encuestados no ha realizado ninguna exportación.
 - b) El 78% de los encuestados cree en el algodón nativo si sería competitivo en el mercado internacional, mientras que solo un 22% cree que no.

- c) El 22% menciona que el algodón nativo no tendría oportunidad de competir con empresas internacionales.
 - d) El 75% de los encuestados si quisiera exportar sus productos, mientras que el 25% de los encuestados no cree que es factible exportar.
 - e) El 67% de los artesanos si cree que Alemania, el 22% opina que sería Francia y el 11% opina que sería España.
 - f) El 45% de los encuestados si ha recibido talleres mientras el 55% menciona que no ha recibido ese tipo de capacitación.
 - g) El 48% menciona que la información es insuficiente, el 23% mencionan que ha sido regular y el 29% expresa que fue buena la capacitación.
 - h) El 57% de la muestra concluyo que si quisiera elaborar las mantas para exportar al mercado Alemán, mientras el 43% no lo quiere así.
- 2) El resultado que arrojó las encuestas virtuales de los encargados de retails de decoración y regalo en Hamburgo fueron:
- a) El 93% de los encuestados menciona que si existe alta demanda de mantas, mientras que el 7% menciona que no hay mucha demanda.
 - b) El 97% de encuestados menciona que si le interesaría adquirir los productos hechos en Perú, y solo el 3% no lo compraría.
 - c) El 100% de los encuestados menciona que si obtendría mayores ventas, mientras que solo el 3% menciona que no.
 - d) El 64% de los encuestados menciona que pagaría desde 70 hasta 90 euros por la manta, el 21% pagaría de 30 a 60 euros y solo el 15% lo adquiriría por más de 100 euros.
 - e) El 78% de los encuestados desea que las etiquetas del producto fuesen elaboradas del mismo material del producto, un 12% quisiera que las cajas más vistosas y el 10% quisieran que la manta sea diseñada con gráficos alemanes.
 - f) El 67% de los encuestados menciona que lo compraría por tienda retail, un 18% en supermercados y el 15% en un mall.

Mincetur, (2019) menciona que los centros de innovación tecnológica se encuentran alrededor del país brindando capacitaciones, buscando la sostenibilidad en los negocios, pero la falta de un asesoramiento continuo y de propuestas de exportación no les ayuda a ingresar a nuevos mercados.

Existe la predisposición por crear un producto con valor agregado, por lo que se propone la elaboración de mantas con diseño moche, empaquetado y distribuido según reglamentación de la Unión Europea.

Las mantas según Hopking,(2010) tiene como función cubrir el frio, tapete, alfombra o ser utilizada como en este caso como un artículo de decoración.

La estrategia de comercialización de este producto a utilizar es la intensiva debido a que busca aumentar las ventas mediante un gasto publicitario, intenta adaptar el producto al mercado alemán, cumpliendo los requerimientos de promoción y distribución.

Análisis del mercado

El país de destino adoptado según el resultado de la encuesta es Alemania ya que además tiene condiciones climáticas que predispone el consumo de este producto, Alemán (2017) menciona que el consumo anual en muebles y artículos decorativos asciende a 1.764 euros al año, de los cuales 484.24 es destinado a la adquisición de regalos y artículos decorativos y de acuerdo a la segmentación demográfica el mercado objetivo lo constituyen personas entre 25 y mayores de 65 años, el total de personas que figuran en este rango es un millón doscientos

noventa y tres mil habitantes, teniendo la ciudad de Hamburgo con una demanda potencial de 626 millones de euros.

Para el cliente alemán la información de la calidad, el uso y la seguridad de los productos que utiliza es importante, por ello las certificaciones y el etiquetado son requisitos mínimos.

Para Guía multisectorial, (2018) los consumidores alemanes suelen comparar precios y ser recurrentes en los descuentos, puesto que las ofertas les llaman mucho la atención y acercarse a los puntos de venta para aprovechar los precios bajos.

Por lo que recomienda utilizar los descuentos por cantidad de unidades como medio de promoción es una buena alternativa ya que atraería mayor cantidad tiendas retails interesadas.

Los métodos para conseguir contacto con el cliente serán mediante el ministerio de comercio exterior y turismo del Perú, que se hace presente en beneficiar a los emprendedores que desean internacionalizarse, pues transfiere información acerca de inversionistas, oportunidades de negocios, compradores, gestión de red de contactos, permitiendo ingresar a mercados con mayor éxito, por ello nos brinda a encargados comerciales, responsables de brindar información específica para el comercio. A continuación se muestra la Relación de encargados comerciales peruanos a contactar en Alemania:

Encargados comerciales en Alemania

Oficina Comercial De Perú En Hamburgo

- Consejero Comercial: Gyco Manuel Gordon Calienes
- Teléfono: + 49 (0) 40 360 980 400
- E-Mail: Ggordon@Mincetur.Gob.Pe

Embajada Del Perú En Berlín

- P.S. Carlos Jaime Montoya Montero
- Teléfono : (49 30) 2064 1061
- E-Mail : Montoya@Embaperu.De

Consulado General En Frankfurt

- P.S. Edgar Alvarado Salamanca
- Teléfono : (49 069) 1330 9273
- Fax : (49 069) 295 740
- E-Mail : Ealvarado@Rree.Gob.Pe

En la feria NADELWELT Karlsruhe se reúnen más de 200 expositores, es la mayor feria de artesanía en Alemania para consumidores finales. En los tres días se presenta como un evento de ventas y de exhibición, donde también ofrece cursos amplios y diversificados de todas las técnicas textiles.

Alemania cuenta con empresas que laboran con eco textiles, muchas de las cuales se reúnen dos veces al año en la feria InNaTex, esta feria internacional de productos se reúnen entre 200 a 250 empresas, donde se venden artículos de algodón orgánico, pero adicionalmente productos confeccionados con seda, lana, lino y bambú. Los concurrentes son representantes de tiendas.

Tabla 1

Precios Serpost envíos Perú – Alemania

SPB-INTERNACIONAL	PAQUETES	NO CERTIFICADO	ECONÓMICO	ALEMANIA	\$14.00	DE 21 A 50 GRS.
SPB-INTERNACIONAL	PAQUETES	NO CERTIFICADO	PRIORITARIO	ALEMANIA	\$16.00	DE 21 A 50 GRS.

Fuente: http://clientes.serpost.com.pe/prj_CalculadorTarifa/Web_Calculador.aspx (Consultado 21/08/2019).

Según Serpost,(2019) el precio para él envío de la muestra de un catálogo, que pese en promedio 50 gramos, el costo mínimo es de 14 dólares americanos como muestra la siguiente imagen:

Para él envío de muestras será necesario una Declaración Simplificada de Exportación. La cual se debe presentar:

- Declaración Jurada de Valor
- Un destinatario;
- Un país de destino;
- Las mercancías, que son objeto de una única transacción;
- Un único lugar de entrega;
- Una única moneda de transacción;
- Mercancías almacenadas en un solo lugar
- Mercancías amparadas en un solo manifiesto de carga.

Acosta, (2017) Menciona que para la circulación de productos textiles en territorio europeo, se necesitara la obtención de un certificado de calidad, que bien lo puede desarrollar una certificadora internacional como Bureau Veritas, la cual analiza el producto textil para arrojar indicadores como estos:

1. Evaluación de plomo: busca medir la cantidad de plomo utilizada en la prenda, ya que para tanto el teñido como el estampado se utiliza este mineral para fijar el color y obtener solidez, siendo reglamentado una cantidad menor a 300 ppm “partes por millón” para la distribución, esta prueba tendría un valor de 0, ya que el materia que se utiliza tiene una pigmentación natural.
2. Evaluación de Formaldehido: Este químico es utilizado para acabados de algodón, bactericida o conservante, el promedio tiene que ser menor a 75 ppm para su distribución.
3. Evaluación de pthalatos: Este químico permite a los plásticos darle flexibilidad, y puede ser contaminante para las personas ya que se puede absorber por la piel, vía respiratoria o digestiva, por ello no pueden contener un porcentaje mayor a 0.1% de los pthalatos como son: DEHP, DBP, BBP, DINP, DODP, DnOP.

Para la creación de la propuesta de comercialización se diseñó los siguientes aspectos técnicos para la elaboración del producto:

Tabla 2
Ficha técnica comercial

Denominación del bien	Manta de algodón nativo
Denominación Técnica	Mantas de algodón (excepto las eléctricas)
Partida Arancelaria	6301.30.00.00
Materia Prima	Algodón Áspero
Unidades de Medida	80 x 140 centímetros
Descripción General	Tejido elaborado artesanalmente utilizando algodón nativo de colores con diseño de la cultura moche.

Fuente: Elaboración Propia.

Elaborar mantas de algodón nativo de colores naturales ofrece ventajas óptimas para el país de destino ya que según el estudio de (Aleman, 2017) Alemania tiene una tendencia al uso de colores que sean o simulen componentes de fibras naturales, mientras que para el diseño de la manta es recomendable no variar el diseño tradicional, ya que las estadísticas demuestran que los Alemanes valoran la cultura, pero si será importante estandarizar el producto como en tamaño y forma, por lo cual se sugiere las siguientes características para la

elaboración de las mismas:

- a) Forma: Rectangular
- b) Medidas exteriores: 80 x 140 cm
- c) Iconografía: Diseño de la cultura moche
- d) Es importante resaltar el dibujo con colores vivos.
- e) Detalles de acabado para los bordes: Flecós

La propuesta se detalla en el siguiente esquema de marketing:

PRODUCTO	PLAZA	PROMOCIÓN	PRECIO
<ul style="list-style-type: none"> ● Manta artesanal con diseño de la cultura moche elaborada a mano. ● Etiqueta elaborada de algodón nativo. ● Empaquetado en cajas negras con letras impresas doradas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El principal canal de distribución directa son Retails, de ventas de productos textiles, artículos de decoración y regalo. ● Buscar nuevos canales de distribución a través de los encargados comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Envío de muestras. ● Diseño de catálogos. ● Elaboración de tarjetas de presentación. ● Publicidad vía redes sociales y página web. ● Visitas Comerciales. ● Presentación en ferias internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Precio por pieza 90 euros, dándoles al público la opción de descuentos de acuerdo al tipo de productos y la cantidad.

Figura 1. Esquema Marketing Mix 4Ps.

Tabla 3

Análisis FODA de la Cite Sipán

FORTALEZA	OPORTUNIDAD
<ul style="list-style-type: none"> ● Los artesanos se encuentran predispuestos a exportar sus productos. ● La manta con imágenes tradicionales son apreciadas en el mercado alemán. ● Las características del algodón nativo es que no necesita ser teñido y tiene un color llamativo que encaja perfectamente en los gustos de los alemanes, además que al ser de fibra larga, se confecciona con mucha facilidad las mantas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Se cuenta con un TLC Perú-UE, donde Alemania es miembro ● Apertura hacia el mercado de artesanías. ● El mercado de decoración y regalo en Alemania es el más grande de toda Europa y crece a un ritmo anual del 3%.
DEBILIDAD	AMENAZA
<ul style="list-style-type: none"> ● Existe una comercialización deficiente ya que la producción solo se destina para ventas locales. ● Falta de conocimiento de los artesanos en lo que respecta especificaciones técnicas de textiles para la exportación, por lo que se realiza de forma empírica. ● Poca atención a la percepción de las necesidades del cliente y de cómo promocionarlos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Posibles plagas en la cosecha de algodón que finalmente dificulte la elaboración del producto. ● Hechos inesperados que retrasen la llegada del producto como "huelgas, paros, siniestros". ● Crisis políticas o económicas que pongan al país en inestabilidad. ● Reducción de apoyo del Mincetur ● Desastres naturales como terremotos, sequías, etc.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 4

Importaciones Internacionales a nivel mundial de la partida 63.01.30 (expresados en miles de dólares americanos)

Importadores	2015	2016	2017	2018
Mundo	402 792	401 923	452 208	473 999
Estados Unidos América	176 226	171 692	206 397	199 312
Japón	40 864	37 644	37 105	38 783
Alemania	17 369	20 267	20 593	25 347
Reino Unido	17 035	17 156	17 618	18 588
Canadá	11 098	11 687	14 823	16 150
Australia	15 053	16 390	13 690	14 194
Francia	6 241	7 408	8 436	10 012
Emiratos Árabes Unidos	6 307	4 858	10 308	7 722
Polonia	4 336	2 887	4 084	6 673

Fuente: https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm(Consultado 18/03/2020).

La tabla muestra que según la partida 63.01.30 (Mantas de algodón, excepto las eléctricas), Alemania se encuentra en el tercer puesto a nivel mundial en importaciones de mantas de algodón, con un crecimiento constante.

Tabla 5

Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 63.01.30 (expresado en miles de dólares americanos)

Importadores	2015	2016	2017	2018
Mundo	10 416	9 529	11 610	12 442
Estados Unidos de América	4 175	4 316	5 633	5 287
Reino Unido	385	383	685	1156
Lituania	682	639	733	933
Dinamarca	219	463	585	867
Alemania	455	641	475	656
Bolivia	127	390	493	652
España	238	222	216	535
Canadá	173	211	272	354

Fuente: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm (Consultado 18/03/2020).

Se aprecia que Alemania es el quinto destino de las exportaciones peruanas de mantas de algodón a mercados como los Estados Unidos y el Reino Unido, creciendo el valor exportado en función a los años, lo que constituiría a Alemania como un buen destino para exportar.

Tabla 6

Indicadores de Alemania

Indicadores	País: Alemania
Población	830 192 14
Tasa De Inflación	1,8%

Crecimiento PBI	1,9%
Demanda De La Partida 6301 En Tonelada (2018)	16
	Situación Económica Interna: Estable
Riesgo País (Confianza)	Situación Política: Estable
	Situación Externa: Estable
Barreras Arancelarias	12%
Preferencias Arancelarias	0%
Barreras No Arancelarias	Alta Exigencia
PIB 2018	334 437 0 Euros
PIB Per Capita 2018	40,300 Euros
Idioma	Alemán
Tasa De Desempleo 2019	3,1%
Estrategia De Entrada	TLC Perú – UE

Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/> (pp. 03-07).

El envío de bienes desde Perú hacia Alemania por vía aérea ofrece vuelos en conexión pudiendo durar 13 o 14 horas, partiendo del aeropuerto Jorge Chávez al aeropuerto de Bremen, siendo este el punto más cercano a Hamburgo, ya que Lima solo tiene conexión con los aeropuertos de Frankfurt, Berlín y Bremen. Siendo los principales servicios de vuelo los siguientes:

Tabla 7

Rutas de cargas aéreas con origen desde el aeropuerto Jorge Chávez

Línea Aérea	Vía Conexión	Frecuencia	Servicios	Portal de la Empresa
LAN	Madrid - Barajas	5 x Semana	Carga	https://www.latamcargo.com
KLM	Hamburgo	Diario	Carga	http://www.af-klm.com/Cargo/B2b/Wps/Portal/B2b/
American Airlines	Dallas Miami	Diario	Carga	https://www.aacargo.com/Utility/Sales_Latinamerica.jhtml
United Airlines	Houston	2 x Semana	Carga	http://www.unitedcargo.com

Fuente: <http://rutasaereas.promperu.gob.pe/> (Consultado 09/12/2019).

Se sabe que el presupuesto promedio de distribución de 22 piezas o 26 kg en KLM cargo tiene un flete aproximado de 218 a 241 dólares según (SIISEX, 2018).

En contraste con otros productos de exportación el transporte de los textiles exclusivos se realiza usualmente por vía aérea, elevando un poco el valor del flete, pero equilibrándolo debido a que los detallistas o retailers requieren de pequeños lotes de alta calidad porque están dispuestos a costear un precio alto por los mismo, que a diferencia de los supermercados y tiendas por departamento que manejan grandes volúmenes a bajos precios hechos en India o China, adicionalmente los trámites para carga aérea después de la llegada son menos costosas que los trámites para carga marítima.

En caso se efectuó volúmenes más altos, la exportación marítima se da bien desde el puerto del Callao, hacia el puerto de Hamburgo en Alemania, siendo las tarifas promedio en un contenedor de 20 pies \$2280; \$2490 el de 40 pies o en mercadería consolidada \$80 dólares el metro cúbico, siendo en promedio 24 días de tránsito. Aquí se tendría que considerar el flete terrestre que resultara del viaje desde Lambayeque al Callao.

Tabla 8
Líneas Navieras con destino Alemania

Línea naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
CMA CGM	CMA CGM PERU SAC	UNIMAR	25	SEMANAL
MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	24	SEMANAL
MOL	MOL PERU SAC	NEPTUNIA	25	SEMANAL
Hamburg Sud	COSMOS	LICSA	24	SEMANAL
CCNI	AGUNSA	IMUPESA	25	SEMANAL

Fuente: <http://rutasmaritimas.promperu.gob.pe/itinerario?prutamaestra> (Consultado 09/12/2019).

DISCUSIÓN

Según lo investigado, ingresar a un nuevo mercado debe tener estrategias de entradas donde resalta la promoción y distribución del producto en donde se presentan las siguientes alternativas:

Desarrollo de promoción

El “Sampling” o envió de 10 muestras sin valor comerciales cual cumple la regla de “ver para creer”, por lo que se plantea él envió de las texturas de las telas hechas de algodón nativo en los diferentes colores en un tamaño 15 cms de largo x 15 cms de ancho, dentro de un catálogo.

La finalidad de estas muestras es demostrar las características del producto y según el Art.2 de la Ley general de Aduanas, aprobado por el decreto legislativo 1053, “Los telares no deben exceder los 30 centímetros”, cumpliendo cabalmente esta reglamentación, por lo que las muestras no se encontrarían afectas al pago de AdValorem.



Figura 2. Propuesta de Catalogo.



Figura 3. Propuesta de Tarjeta de Presentación.

Mientras que para darle fuerza de promoción la creación página web es importante porque brindará una atención a los clientes en cualquier momento del día, se hace importante personalizar la paginas a detalle con la dinámica del negocio de venta textil, por ello se plantea aplicaciones como el carrito de compras y el catalogo virtual.

En este sentido la limitación geográfica se acorta, y adicionalmente mejora la comunicación cliente – vendedor, mediante chat en línea, chat con bots y formularios de contacto, o conectándolo directamente con tu whatsapp, permitiendo menor tiempo de respuesta.

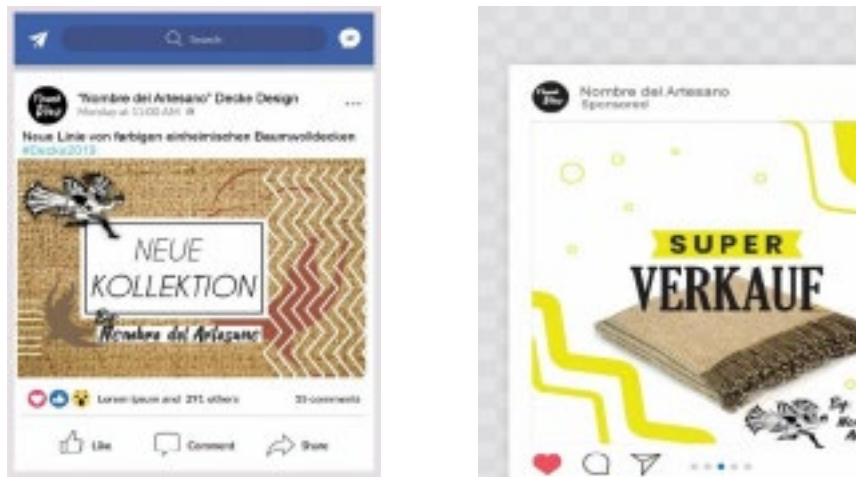


Figura 4. Propuesta de publicidad en redes sociales.

En esta presentación de una publicación del Facebook, es importante crearse el perfil para publicar continuamente promociones o simples diseños de la marca, en esta ocasión se presenta como un lanzamiento donde se muestra diseños de fondo en forma de algodón sobre un telar, una imagen representativa de la cultura moche y el nombre con otra letra del artesano que elabora las mantas.



Figura 5. Diseño de la etiqueta hecha de algodón nativo.

De igual forma el diseño para el Instagram, ya que se basa en colores llamativos para publicidad virtual, donde se ha configurado el idioma al alemán, dando un estilo propio a la marca, se hace resaltante que el Instagram se publicita mejor con imágenes llamativas como se observa en la imagen, busca utilizar el # hashtag el cual etiqueta en este caso Peruvian Decke, el cual en español significa manta peruana, mostrado la colección X del año 2019.

En el desarrollo de la propuesta de distribución se recomienda utilizar una etiqueta hecha del mismo insumo de la prenda, es decir de algodón nativo, ya que es una alternativa innovadora de promoción para los productos artesanales, ya que evitara el uso productos plásticos, brindando además un estilo distintivo.

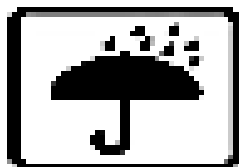
En la etiqueta se aprecia que se detalla el nombre del artesano, la calidad del algodón, la procedencia y la utilización de dos idiomas inglés y alemán como indica la norma.

El empaque debe ser diseñado de forma que proteja el producto desde la fabricación hasta el cliente, un mal empaquetado puede ser contraproducente ya que puede ser dañada la prenda, pudiendo generar el rechazo total del lote por parte del comprador, pudiendo no solo perder la venta, sino que también del cliente.

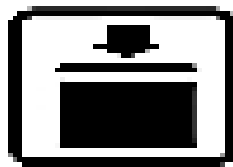
Se ha elegido cajas de cartón con las siguientes dimensiones 45 cm alto x 40 cm ancho x 60 cm largo, que podrían caber en promedio 11 mantas.



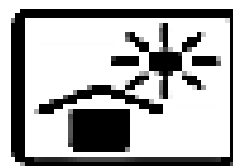
Figura 6. Caja de Cartón para (11) mantas.



MANTÉNGASE SECO



LÍMITE MÁXIMO DE ESTIBA



MANTÉNGASE FRESCO

Figura 7. Iconos y símbolos que deberán llevar en las cajas.

Es importante que a la cajas no les entre agua, ya que la manta es sensible en la proliferación de hongos o moho, por ello además debe mantenerse fresco para que no se propague ningún tipo de microbio alergénico y no estropear las cajas con mucho peso para mantener estética de la misma.

Las mantas estarán en una caja más pequeña de color negro y reciclable, el cual se eligió dicho color debido a que le ofrece elegancia a este producto exclusivo, dándole al producto una personalidad propia pero con conciencia medio ambiental. Debe estar impreso el nombre del artesano, el modelo, origen y las dimensiones del producto en color dorado, ya que la cultura moche se caracterizó por su orfebrería en oro. El tamaño de la caja será de 4 cms x 35 cm x 55 cms:



Figura 8. Caja para (01) Manta.

Se propone la siguiente distribución que consideramos la más adecuada para la exportación de la manta de algodón nativo:

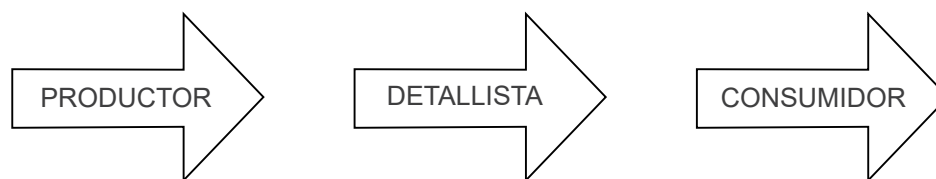


Figura 9. Canal de Distribución seleccionado.

Esta forma de distribución, se da a partir que los artículos de regalo y decoración en las tiendas minoristas o detallistas no utilizan intermediarios para la importación, debido a que encarecen el costo del producto, prefiriendo un trato directo con el exportador, debido a que genera una mayor comunicación y permitiendo mejorar el producto acorde a la tendencia del mercado.

El costo promedio de 2 cajas 13 kilos cada uno, tiene un flete vía terrestre que oscila entre 80 a 90 soles de envío desde Chiclayo a Lima, menciona asesores de empresa OLVA.

En conclusión se determinó que la propuesta de comercialización si fomenta a los artesanos a la exportación de mantas de algodón nativo al mercado Alemán, debido a que genera ventajas competitivas y satisface las necesidades de los clientes, en tanto el diagnóstico del mercado alemán resulta favorable para el producto, ya que las encuestas arrojan que las mantas de algodón nativo obtendrían una buena demanda debido a las características de la materia prima, el valor histórico de la cultura moche y la elaboración hecha a mano por los artesanos, tomando en consideración que el precio que estarían dispuestos a pagar es más de 90 euros por prenda lo que sería muy rentable, estableciendo que el precio localmente es de 80 soles, los colores del algodón cumple muy bien los gustos y preferencias del público objetivo. Los artesanos necesitan un seguimiento continuo y apoyo en la elaboración de sus planes de exportación, por ello la elaboración de una estrategia de comercialización intensiva permite un mejor reconocimiento del producto en el mercado alemán debido a que busca mejorar la posición competitiva de las mantas y una estrategia de distribución directa permite una reducción de costos y satisface las exigencias de los puntos de ventas retails.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, C. (2017). Guía de exportación y estudio de la *Chenopodium quinoa* Willdenow para el mercado Alemán. (Tesis para obtener grado de bachiller). Univesidad Ricardo Palma, Lima.
- Aleman, C. (2017). Desarrollo de un plan de negocios para la exportación de artesanías de cobre al mercado alemán. (Tesis para obtener grado de bachiller). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Jalisco.
- Fustamante, K. (2012). Procesamiento artesanal del algodón nativo: una actividad económica viable o sólo una tradición. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Guía multisectorial de Alemania (2018). Recuperado 6 de agosto de 2019, de siicex website: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/953575846rad93C0D.pdf>.
- Hopkins, M. (2010). Tradición e innovación en los diseños de mantas textiles en el Perú. (Tesis Pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Lista de Exportadores Seleccionados (2019). Recuperado 5 de setiembre de 2019 de trademap website: https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm
- Rutas Marítimas Para el Norte de Europa (2019). Recuperado 12 de agosto de 2019. de siicex website: <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/itinerario?prutamaestra=null,7>

Correo electrónico: Frank99_4@hotmail.com