

ANÁLISIS Y DESARROLLO DE UN NUEVO CANAL DE VENTAS EN LA  
EMPRESA MAKALA ACCESORIOS COMO UN MEDIO PARA LA EXPORTACIÓN  
Y VENTA NACIONAL DE SUS PRODUCTOS

RUBÉN DARÍO ARANA QUIJANO

AHMED BULTAIF ROLDAN



UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL  
BOGOTÁ D.C.

2009

ANÁLISIS Y DESARROLLO DE UN NUEVO CANAL DE VENTAS EN LA  
EMPRESA MAKALA ACCESORIOS COMO UN MEDIO PARA LA EXPORTACIÓN  
Y VENTA NACIONAL DE SUS PRODUCTOS

RUBÉN DARÍO ARANA QUIJANO

AHMED BULTAIF ROLDAN

Trabajo de tesis para optar al título de especialista en gerencia comercial

Asesor

Alvaro José Angel V

UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL  
BOGOTA D.C.

2009

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	7
1. Desarrollo de entrevistas de profundidad	8
1.1. Entrevista Gerente General Makala Accesorios	8
1.2. Entrevista Proexport y EVOCA	11
1.3. Conclusiones	17
2. Análisis de Intermediarios Potenciales	18
2.1. Comparativo de servicios Ebay, Yahoo Shops, Amazon, Mercado Libre	18
2.2. Comparativo de Costos	27
3. Análisis de requerimientos	28
3.1. Requerimientos del sitio y página en Internet	28
3.2. Requerimientos para Iniciar una pagina en línea con opción de compras	30
3.3. Requerimientos para utilizar el intermediario seleccionado	31
4. Desarrollo de la estrategia comercial	32
4.1. Definición del país a Exportar	32
4.2. Requerimientos para la Exportación	35
4.3. Definición del producto a exportar	36
4.4. Posicionamiento del Sitio Web y medios de publicidad aplicables	38
5. Desarrollo paso a paso de la implementación de la estrategia para comercializar vía Internet con ayuda de una empresa intermediaria	43
5.1. Instructivo paso a paso para ejecución del canal y aplicación del mismo en Makala Accesorios	43
5.2. Mantenimiento del Sitio (Sugerencias y requerimientos)	44
5.3. Próximos desarrollos	45
6. Análisis Financiero	47

6.1. Análisis del precio de venta	47
6.2. Análisis del punto de Equilibrio	52
7. Conclusiones y sugerencias	53
BIBLIOGRAFIA	57
ANEXOS	59

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tabla comparativa intermediarios.....	26
Tabla 2. Tabla comparativa costos intermediarios.....	27
Tabla 3. Producto Interno Bruto USA.....	33
Tabla 4. Precio Unitario Productos.....	47
Tabla 5. Peso por Producto a exportar.....	47
Tabla 6. Precio FOB Calculado por Caja de envío.....	48
Tabla 7. Costos de Envío desde Bogotá.....	49
Tabla 8. Costos de entrada a Miami.....	50
Tabla 9. Precio FOB definitivo.....	51

## TABLA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Collar de referencia Cuero Centros.....	37
Figura 2. Collar de referencia Cuero Eneuro.....	37
Figura 3. Bolso Referencia Argollas.....	37
Figura 4. Google Adwords Home Page.....	40

## INTRODUCCION

Toda la investigación se basa en el desarrollo de un documento que pueda ayudar a otros a iniciar un proyecto de ventas por Internet con la posibilidad de vender en otras ciudades inclusive fuera del país. Debido a esto, los demás capítulos de este trabajo están desarrollados sobre la puesta en marcha de un ejemplo funcional para la empresa utilizada.

Por solicitud de la empresa, no toda la información incluida y/o presentada en este trabajo corresponde completamente a la realidad del negocio. En caso de requerirse mayor información, es posible hacer una solicitud directamente a la empresa.

Makala Accesorios se reserva el derecho de entregar mayor información.

Sin embargo, es importante aclarar que la información incluida es efectivamente veraz y congruente con el proyecto. El análisis de costos se trabajó sobre la base de un ejemplo real.

## 1. Desarrollo de entrevistas de profundidad

Para definir las capacidades y limitaciones de la empresa Makala Accesorios, así como los requisitos para el proceso de exportación, se optó por trabajar entrevistas de profundidad con la Gerente General de Makala Accesorios, Representantes de Proexport y de Evoca, comercializadora internacional que ofrece los servicios de intermediación requeridos.

### 1.1. Entrevista Gerente General Makala Accesorios

Que cantidad de carteras, collares, pulseras y otros pueden exportar?

Respuesta: La capacidad de producción para exportación promedio de la empresa a la fecha, por mes es de 1000 carteras (independiente del diseño), en collares 1000 unidades (incluyendo juego de aretes que le acompañen), 2000 unidades en pulseras. Aunque este volumen responde a la capacidad inmediata de producción de la empresa, ante pedidos de mayor volumen, la empresa está en capacidad de aumentar su volumen de producción mensual por medio de maquila parcial de sus productos a través de proveedores especializados y un control de calidad del 100% de las unidades así como suministro del 100% del material requerido buscando garantizar la excelente calidad de sus productos.

Pregunta: Capacidad para invertir en Internet en dinero y en tiempo?

Desde la elaboración y presentación del anteproyecto a la fecha la capacidad de inversión inicial de la empresa (sin incluir capacidad de endeudamiento dado que la empresa no busca hacerlo) es de \$5,000,000 y \$250,000 cada mes. Este presupuesto para 12 meses, una vez inicie el proyecto, busca apalancar la iniciativa por lo cual la empresa no incluye utilidades esperadas en ventas por este medio para apalancar la operación. El piloto del proyecto tiene un límite máximo de un año a partir de la fecha en que inicie. Como política interna, la empresa busca desarrollar proyectos continuamente, pero por el momento no esta en capacidad de desarrollar y administrar más de uno por vez



(limitaciones en personal). Se aclara que dependiendo del resultado de proyecto se definirá la posibilidad de asignar una persona dedicada a la administración y utilización de Internet como canal de ventas de la empresa.

Pregunta: Ve Internet como una opción para exportar?

Internet ha sido una herramienta de mucha utilidad como medio para establecer comunicaciones con clientes potenciales locales ó durante las exportaciones. Igualmente, a nivel nacional es el medio por preferencia para comunicación con algunos proveedores.

Es claro que la empresa espera utilizar Internet como medio para ampliar su nivel de ventas no solo a nivel nacional sino también internacional.

Debido a que para exportar se requiere registro ante la DIAN, Makala Accesorios bajo régimen simplificado no puede exportar directamente.

Cuál ha sido el proceso para las exportaciones anteriores y que puntos se deben tener en cuenta.

El principal punto radica en tercerizar completamente el proceso. Esto se debe a que Makala Accesorios, al igual que muchas Pymes, no está en capacidad de exportar directamente por encontrarse bajo régimen simplificado. De igual forma, no tiene personal idóneo, correctamente capacitado y disponible para trabajar en una exportación, tarea que por cierto, por el momento no es relevante para el volumen de ventas de la empresa y que en caso de llegar a serlo, tendrá la atención e inversión suficientes. Este estudio demostrará en parte la posibilidad de aumentar las exportaciones y por ende la de invertir en personal entre otros puntos.

Al momento de exportar, los privilegios arancelarios hacen también parte importante en la toma de decisión del país a seleccionar. Sin embargo este tema puede pasar a un segundo plano dependiendo de las condiciones de negocio y la oportunidad que se presente. Siempre será necesario asegurar que sí una excepción arancelaria está disponible sea utilizada. Para

esto, en los productos nacionales se requiere una certificación de origen expedida por el ministerio de industria y comercio. Dicho certificado se expide para cada producto de manera individual por lo que es necesario repetir esta solicitud tantas veces como sea necesario cambiar de producto.

Es igualmente importante definir si los materiales a exportar tienen ó no cualquier tipo de restricción al país de destino. Para determinar esto al igual que para determinar privilegios arancelarios y posiciones arancelarias, proexport suele ser una buena guía. Sin embargo, una CI (Comercializadora Internacional) es más efectiva y aunque cobra por el servicio consigue las certificaciones y hace los estudios pertinentes en caso que la empresa lo requiera.

Uno de los puntos de mayor relevancia para considerar al momento de asegurar la calidad del producto en una exportación es el empaque. Para esto la CI puede ofrecer asesoría, sin embargo después de la primera vez es más económico hacerlo directamente. En la primera exportación la asesoría de una empresa de carga como FEDEX, DHL, Servientrega ó Envía puede resultar gratuita por lo cual es mejor no contratar dicho servicio sino asesorarse con la empresa de carga. Proexport ofrece una cartilla guía que ayuda a determinar los materiales y algunas de las especificaciones más relevantes para tener presente.

La garantía a ofrecer debe ser definida según las necesidades del cliente y el tipo de exportación. Para volúmenes altos de exportación, se envía un 2% (sujeto a acuerdo previo con el cliente) del producto total acordado como material sin costo para cubrir garantías teniendo presente que no existe representación por parte de la empresa en el lugar de destino. De igual forma, se anexa un instructivo para reparaciones por garantía en el caso de empresas comercializadoras. Como última opción se ofrece la reparación ó cambio del producto sin cubrir cambio de envío. En cualquiera de los casos, la modalidad de garantía queda a convenir dentro de la negociación según mejor se ajuste a las necesidades del cliente.

## 1.2. Entrevista Proexport y Evoca (Comercializadora Internacional)

Entrevista Proexport:

Jessica Villanueva (Asesoras Pymes Proexport)

Proexport tiene como fin ofrecer todo el apoyo comercial para los exportadores con origen desde Colombia hacia diferentes mercados internacionales. Uno de los campos en los que se ofrece apoyo, es el de la disponibilidad de información basada en estudios de mercado que se han realizado en los diferentes países en donde se puede hacer la exportación.

Existe un departamento derivado de Proexport denominado el ZEIKY<sup>1</sup> en el cual se puede acceder a toda la información disponible para escoger un mercado o lugar a exportar.

Otro apoyo importante es su ayuda para elaborar todo el plan exportador, es decir, definir la logística y mercado al que se puede enviar la mercancía al exterior. Este servicio es totalmente gratuito. Proexport realiza una visita a la compañía para ver su proceso productivo y hace un diagnóstico de las condiciones en las que actualmente se elaboran los productos, y después del estudio se le hace recomendaciones y puntos a tener en cuenta. Esta asesoría hace parte del programa Expopyme<sup>2</sup> que actualmente adelanta y supervisa Proexport.

Proexport también brinda al futuro exportador cursos en los cuales enseñan todo el proceso que se debe seguir para realizar su primera exportación, en el cual se le brindan las herramientas necesarias para que pueda desarrollar su primera actividad de manera exitosa.

Existen unas agendas comerciales que ha elaborado Proexport en la cual se incluyen ruedas de negocios, visitas al exterior, exposiciones y eventos en los que los exportadores pueden

---

<sup>1</sup> Zeiky es el Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior. Página en Internet:  
<http://www.proexport.com.co/VbeContent/zeiky/Zeiky.asp>

<sup>2</sup> Expopyme, Página en Internet:  
<http://www.proexport.com.co/VBeContent/expopyme/NewsDetail.asp?ID=1001>

participar para hacer acercamientos con compradores internacionales de grandes volúmenes de mercancía.

En Proexport se maneja un grupo de personas especializadas para el manejo de cada negocio por sector, lo que facilita las herramientas de consulta y apoyo para la compañía exportadora. También se tiene una clasificación por tipo de empresa es decir de acuerdo a su clasificación de tamaño.

En la pagina de Proexport se recomiendan varias Sociedades de Intermediación Aduanera (SIA) que pueden servir de apoyo al exportador, el vinculo lo debe hacer directamente el exportador con la compañía.

Un punto importante en el apoyo del ZEIKY es que ayuda al exportador para que pueda ir armando su exportación paso a paso hasta que logra hacer su primera exportación. Una vez terminado se le entrega toda la información a los asesores expertos para que ellos puedan seguir apoyando al exportador.

Igualmente existe la RED COMERCIAL COLOMBIANA<sup>3</sup>, que es otra área en Proexport en la que se reúnen varias empresas para exportar productos fortalecimiento la oferta de los productos al exterior.

En el caso que las exportaciones sean inferiores a USD 1,000 no es necesario hacer contratar una SIA, lo que ayudaría a disminuir los costos de exportación. Sin embargo, al hacer todo el proceso directamente se corre un riesgo de asumir toda la responsabilidad ante posibles problemas ó imprevistos se puedan presentar en la exportación. Es igualmente importante tener presente que las exportaciones no son acumulables porque cada una tiene un tratamiento independiente y deben hacer su proceso de acuerdo a las normas vigentes, lo que se acumula son las muestras comerciales, sin valor comercial.

Aunque aun no se ha logrado firmar el TLC con los de Estados Unidos de America, una opción que esta vigente es el ALCA o ALADI. Sin embargo, esta nación mantiene

---

<sup>3</sup> Página en Internet: <http://www.colombianosnegocian.com>

relaciones comerciales con nuestro país. Esta relación nos permite obtener beneficios arancelarios que por razones de competitividad pueden estar asociados a diferentes sectores económicos.

En cuanto a las limitaciones para exportación del producto, solo aplican las que están contempladas en la restricción arancelaria, dado que los productos de Makala no se encuentran clasificados como alimentos, ni material vegetal ó de producción animal. Sin embargo se debe confirmar con las entidades comercializadoras con el fin de evitar inconvenientes. Para el caso de exportación a Estados Unidos, materiales irritables ó con potencial de serlo para algunas personas no pueden ser utilizados dentro de los productos para uso personal.

Proexport a través del ZEKY en la sección de inteligencia de mercados suministra información para conocer un mercado extranjero y su potencial.

Existen comercializadoras internacionales CI que ayudan a vender el producto ó a conseguir clientes potenciales. Sin embargo, es mejor conseguir un intermediador en el país destino que se encargue de la operación de comercialización.

Si la venta se va a hacer directamente al cliente final con volumen bajo al detal existen algunas condiciones especiales para la comercialización. En el caso de los Estados Unidos es importante tener en cuenta el lugar en el cual este radicada la empresa, puesto que se pueden disminuir tarifas de transporte e impuestos.

## Entrevista con EVOCA (Comercializadora Internacional)

Marcela Castro Rodríguez Gerente Comercial

A continuación se enuncian los comentarios más relevantes durante la entrevista y que hacen parte de la información básica para la toma de decisión sobre la metodología de envío.

- Como comercializadora internacional, Evoca está en capacidad de ofrecer todo el servicio de exportación de mercancía al país deseado, ofreciendo paralelamente beneficios adicionales como la reducción en costos de envío, por intermedio de transportadoras, los cuales se ven reducidos por acuerdos para envíos de alto volumen con un descuento de hasta el 60% en DHL, FEDEX y De Prisa.
- De igual forma es importante tener presente que para Pymes bajo régimen simplificado o régimen común no se genera retención ni Impuesto a la venta (IVA).
- Para reducir costos es viable hacer envíos de muestras gratis donde se cobra dentro de costos de envío el valor del producto y la utilidad correspondiente. Esta opción puede ser de suma utilidad para el envío de material de publicidad que pueda ayudar a posicionar la empresa.
- De igual forma si el periodo de tiempo para el envío no es relevante, mensualmente se pueden hacer envíos consolidados. En este caso el costo de envío se cobra con relación al tamaño y peso de la mercancía sin límites mínimos, lo que permite el envío de paquetes pequeños con ahorros en costo hasta el 90% de la tarifa normal. Dichos envíos consolidados normalmente se hacen una o dos veces por mes.
- Es importante tener presente que la mercancía a exportar no debe ser declarada ni paga ningún tipo de impuesto si la exportación no supera los USD\$ 1,000 por envío y no más de USD\$ 10,000 en un periodo de 12 meses.

- Existen dos formas de hacer envíos, uno es de manera directa donde el producto debe ser entregado directamente al cliente final ó a un tercero (Broker ó centro de acopio intermediario). El costo por este servicio es más elevado, por lo cual es más rentable hacer un envío de mayor volumen y utilizar un servicio de bodegaje. Otra forma es utilizar intermediarios que ofrecen el servicio y pueden cotizarse en el mercado.

Procedimiento para exportar material por medio de una CI:

1. Facturación de la Pyme a Evoca.
2. Evoca Colombia vende y envía a Evoca Miami.
3. Evoca envía el producto al cliente final.
4. Evoca envía factura al cliente final.

Para poder lograr una correcta cotización por parte de una SIA ó un Operador Logístico se debe suministrar información precisa y real sobre la posible exportación, de esta se puede lograr una buena planeación financiera sobre los recursos que involucra y por otra parte, mejorar el tiempo de respuesta que se da a los clientes.

Lo primero es seleccionar el puerto de origen y el destino para definir las posibilidades de transporte que se pueden conseguir, que son aéreas ó marítimas.

El tipo de transporte se debe definir con anticipación pues los costos en los dos métodos utilizados cambian según el volumen de despacho. El costo del flete aéreo es más alto que el método marítimo.

El siguiente dato relevante es brindar la información precisa del volumen de la mercancía al igual que su peso; esto ayuda a definir los fletes y un tipo embalaje adecuado. En algunos

países es necesario usar elementos que no afecten el medio ambiente. Se puede utilizar la consolidación de carga ó enviar un contenedor completo.

El valor FOB en moneda extranjera es un dato importante ya que ayuda a definir el valor del servicio por parte de la SIA u operador, además de los impuestos que se pueden pagar en el país destino.

El termino de negociación internacional ó INCOTERM define las condiciones comerciales que se pactan con el comprador, para el caso de esta exportación se manejará el termino DDP (Delivered Duty Paid) en el cual el Exportador es totalmente responsable de llevar la mercancía hasta el lugar de destino, entregando la mercancía debidamente nacionalizada. Este término nos permite almacenar la mercancía en el país de destino para luego hacerlo llegar directamente a nuestros compradores finales en los Estados Unidos.

En nuestro plan de investigación hemos tomado una compañía operadora de carga internacional. INTERWORLD FREIGHT es una compañía Colombiana dedicada a ofrecer servicios logísticos de transporte de carga, tiene oficinas en Bogota, Medellín, Cali, Buenaventura y Cartagena.

Esta compañía puede ofrecer diferentes tipos de transporte de mercancía, marítima, aérea y multimodal. Además, tiene el servicio de bodega en los diferentes zonas en las que esta establecida, incluido los Estados Unidos de America. Según el plan exportador que hemos escogido esta es la mejor opción, puesto que el servicio integral nos asegura el proceso mas corto para llegar a los clientes.

El operador de carga permite hacer una consolidación para completar un contenedor, y de esta manera disminuir costos, el riesgo que se corre tiene que ver con el que el puerto de destino sea realmente atractivo para otros exportadores.



### 1.3. Conclusiones

Dado que este trabajo esta enfocado en el desarrollo de una opción de venta para pequeñas empresas, queda claro que la ayuda de una Comercializadora Internacional puede facilitar todo el proceso de exportación especialmente durante los inicios de la empresa y la realización de las primeras exportaciones.

En el caso de Makala Accesorios, servicios para Pymes como los de Proexport no resultan viables debido a que es requerimiento básico que la empresa tenga como mínimo un número de 11 personas en nomina directa.

En la actualidad no es fácil encontrar empresas intermediadoras que permitan ofrecer el servicio de exportación, almacenamiento y despacho. Es claro que la colaboración de un intermediador es la mejor opción. La opción de una persona que intermedie la venta desde el país de exportación no es parte del alcance de este trabajo, dado que una de las prioridades es la de eliminación del mayor número de intermediarios. Opciones como la Red Colombiana de Exportadores se convierte en una alternativa altamente llamativa que puede analizarse y ser de gran utilidad especialmente para algunos productos según país y/o ciudad definida.

Los costos básicos de exportación son en extremo onerosos. Es de suma importancia buscar por medio de una CI, SIA, asociaciones temporales con exportadores comunes ó un operador logístico (Como Interworld Freight), lograr un volumen representativo de exportación que permita reducir los costos al máximo posible.

## 2. Análisis de Intermediarios Potenciales

### 2.1. Comparativo de servicios Ebay, Yahoo Shops, Amazon y Mercado Libre

Dentro de las opciones analizadas, se seleccionaron las de mayor cubrimiento en Internet a nivel nacional e internacional. Dentro de las opciones disponibles pueden identificarse tres tipos de servicios: venta por producto individual, venta por medio de una tienda virtual relacionada y venta por medio de una tienda virtual no relacionada.

Venta por producto uno a uno ó individual: En esta modalidad se utilizan dos modalidades de compra comúnmente, subasta y venta inmediata, la más utilizada en Colombia es [www.pagosonline.com](http://www.pagosonline.com).

Venta bajo modalidad de Tienda virtual relacionada ó dependiente: En este caso el proveedor ofrece la posibilidad de poner a disposición de los clientes todos los productos que se desean mostrar en una página exclusiva. El cliente goza de los mismos beneficios de la venta uno a uno. En esta modalidad el tipo de compra más usual es la compra directa, sin embargo, puede ofrecerse la modalidad de subasta la cual puede ser útil para la venta de material obsoleto para remate. Normalmente las empresas intermediarias ofrecen una completa asesoría respecto a como ofrecer los productos, el control de los mismos en la página y el manejo gráfico de los mismos. Este último punto juega un papel fundamental en la venta por este medio. En esta modalidad el logo del proveedor siempre estará presente dentro de la tienda obteniendo inclusive mayor protagonismo que el nombre mismo de la empresa ó del cliente. Como principal ventaja se resalta que los productos de la tienda pueden aparecer en los listados de venta uno a uno.

Venta bajo modalidad de Tienda virtual no relacionada ó independiente: Algunas empresas intermediarias ofrecen la posibilidad de contar con una tienda virtual independiente de la página oficial del intermediario. Esta modalidad es liderada por Yahoo e-shops pero también es ofrecido en la actualidad por e-bay y muchos otros proveedores de menor reconocimiento. Bajo esta modalidad únicamente se ofrece la opción de venta directa y los pagos son definidos dependiendo del tipo de producto ó ubicación. La principal ventaja es que la página creada es completamente independiente del proveedor ó intermediario lo cuál da una mejor impresión al cliente que la utiliza y la sensación de mayor profesionalismo e inversión por parte de la empresa ó persona que contrata el servicio. Como herramienta para empresas actualmente posicionadas resulta una herramienta de gran utilidad ya que la empresa puede verse en capacidad de desarrollar una estrategia de venta utilizando las bases datos de clientes actuales y publicidad alterna en medios masivos ó directos que permite generar flujo personalizado a la página. Igualmente, su principal desventaja radica en el mismo hecho de encontrarse desligada de la página principal y por ende, del flujo de clientes potenciales que ésta genera. Sí el cliente no tiene opción de generar una inversión en soporte publicitario para generar flujo en la página, usualmente la tienda relacionada ofrece mejores alternativas.

Teniendo presente la necesidad de reunir todos los productos a vender en una página que pueda vincularse a la pagina actualmente creada, este trabajo se enfocará en los servicios que permiten u ofrecen dicha característica.

Por que un E-shop en lugar de una venta normal por medio de una página de ventas en Internet y/o subasta?

1. Medio más económico y efectivo para iniciar ventas en Internet
2. Adicional al mercado generado directamente por la publicidad hecha por la empresa y direccionada a la página [www.makalaacessorios.com](http://www.makalaacessorios.com), esta herramienta permite difundir y ofrecer los productos a nuevas personas que puedan estar interesadas.

3. Debido a la desconfianza en Colombia para la venta de productos por Internet y al desconocimiento de la marca en el exterior, la página permite dar mayor seguridad a los clientes al momento de hacer la compra.
4. Es una opción para publicar más barato y sin necesidad de invertir en la estructura de venta directa en Internet por medio de la página actual. Si no se tiene una página actual es fácil conseguir un paquete completo que la ofrezca.
5. Medio para publicar todo el portafolio de producto, hacer ofertas, ventas especiales, promociones, etc..
6. Tiene un costo fijo mensual asimilable para el inicio de la operación y un costo variable proporcional sobre los productos vendidos por este medio.
7. Es posible personalizar la página y crear un vínculo directo desde la página personal
8. Para el lanzamiento de nuevos productos puede ser útil para determinar su impacto.
9. Posee una población de compradores que permite ser explotada, al igual que un alto nivel de reconocimiento y publicidad, sin los cuales, para Makala la inversión requerida tendría que ser mucho mayor.
10. En cualquier momento puede desmontarse sin mayores requisitos.

Igualmente existen ciertas desventajas que hacen de esta opción un medio no del todo ideal. Entre las principales se encuentran:

1. Manejo del logo del proveedor. En el caso de las opciones de Ebay Prostores y Yahoo Eshops no aplica.

2. Los clientes que llegan buscando por la Pagina directa de la empresa, al momento de pagar son direccionados a la empresa intermediaria (Ebay, Yahoo Espoz, mercado libre) en donde pueden ver otros competidores y productos que pueden afectar la decisión de compra.
3. La flexibilidad para adecuar la página es limitada a los paquetes predeterminados que el proveedor pueda ofrecer.
4. No existe la posibilidad de ofrecer una línea de atención directa al cliente. Solo se puede contactar una vez el cliente ha decidido hacer la compra.
5. No es posible tener un vínculo desde la página del comprador a la página personal de la empresa.

A continuación se presenta un análisis de las propuestas inicialmente enunciadas en el anteproyecto:

Amazon:

Amazon ofrece únicamente por el momento la opción de venta en línea por unidad ó por producto con la posibilidad de unirlos en una página similar a una tienda virtual de la misma manera que Yahoo Shops, Ebay Stores y Prostores ofrecen pero a un costo base mayor que el de sus competidores (USD\$59.99 por mes y una cuota del 7% sobre cada venta). Debido a esto este proveedor no será tenido en cuenta para análisis.

Adicionalmente, cabe notar que no existe manera de exportar y vender directamente desde Colombia lo que implica la necesidad de un socio estratégico en la ciudad o país destino y la página como canal directo de comunicación y comercialización del producto sin la posibilidad de generar vínculos directos.

Ebay:

En Ebay se encuentran disponibles tres tipos de servicio relacionado. El servicio de venta y subasta por medio de la página principal de ebay, Ebay Stores e Ebay Prostores.

Ebay Stores:

Esta es la versión más básica de las tiendas en ebay que permite a sus usuarios gozar de los beneficios de tener una página exclusiva para ventas desde US\$15.95 mensuales, no requiere una cuota inicial y el cargo por producto vendido es de 5.25%, mucho más alto que las demás empresas que prestan este tipo de servicio. Ofrece también una dirección URL (Uniform Resource Locator ó dirección del sitio web) exclusivo para la tienda virtual.

Otras dos versiones más completas de US\$49.95 y US\$299.95 ofrecen ventajas adicionales para microempresas y empresas que basen sus ventas en Internet como el canal más importante para sus ventas. Es posible hacer seguimiento a las ventas, medir el tráfico al lugar y puede ser administrado desde cualquier lugar con una conexión de Internet.

Ebay Prostores:

La principal característica de esta opción es que la página no tiene ninguna relación directa con Ebay en términos de publicidad dentro de la página personal. Sin embargo cuenta con la ventaja de poder incluir algunos productos en Ebay. Es claro que esta opción requiere mayor inversión en publicidad para generar su propio flujo de visitantes dado que la página no tiene ningún vínculo desde Ebay. Existen cuatro divisiones dentro de esta opción: Proestore Express, Proestore Business, Proestore Advance y Proestore Enterprice.

La principal desventaja para utilizar como opción inmediata como producto intermediario para lanzar ventas en Internet, radica en el hecho de que se requiere generar un flujo único para la página. Como se mencionó anteriormente esto implica una inversión aun mayor en publicidad y eventos de índole comercial para posicionar la pagina y generar flujo a través

de la misma. Es sin embargo, una excelente herramienta para administrar una página una vez se cuenta con los clientes y el posicionamiento de marca que le aseguren flujo.

#### Mercado Libre:

Mercado Libre ofrece para Latinoamérica los mismos servicios que ofrece Ebay en Estados Unidos y otros países siendo socio directo de Ebay. Sin embargo, se limita únicamente al servicio básico y a Eshops que es la versión básica de Ebay stores. Aunque comparativamente a nivel de costos no pueden relacionarse por lugar de servicio, la tarifa básica de apenas \$15,000, hace de ésta una opción llamativa para microempresas ó personas naturales que estén iniciando. Es importante hacer notar que para Colombia así como para otros países latinoamericanos, el volumen de ventas más representativo se da en productos electrónicos básicamente y un muy bajo nivel en joyería, bisutería etc.

El anexo 1 del presente trabajo ofrece un ejemplo vigente de esta opción que ha sido creado para Makala Accesorios con el único propósito de evidenciar los servicios y facilidades que ofrece este proveedor.

#### Yahoo E-shops:

Es una de las mejores y más completas opciones vigentes en la red que incluye soluciones completas inclusive si no se cuenta ni siquiera con una página inicial como es el caso de Makala. Durante todo el proceso de instalación y adecuación se puede contar con soporte directamente de Yahoo. Sin embargo, la puesta en marcha tiene un costo inicial adicional que no se cobra en Ebay. Si se requiere, es posible contratar un profesional para adecuar la página, sin embargo los formatos pro forma existentes ofrecen múltiples opciones a sus usuarios. De igual forma, Yahoo E- Shops ó como se conoce hoy en día smallbusiness,

ofrece la posibilidad de administrar todo el inventario y proceso de venta sin necesidad de un software diferente al que se encuentra al entrar a la página de Yahoo una vez inscrito.

Una de sus principales ventajas sobre otras empresas es que ofrece el servicio para transacciones seguras por medio del protocolo SSL (Secure Socket Layer).

De igual forma, una vez el URL ha sido registrado (Uniform Resource Locator ó dirección del sitio web) Yahoo se encarga de listarlo dentro de las más importantes máquinas de búsqueda a nivel nacional. Vale la pena aclarar que este mismo servicio se ofrece por Godaddy que es el usuario bajo el cual Makala registro su URL.

Meta tags son también incluidos al lugar ó página y que permiten incluir algunas líneas de texto bajos las cuales las máquinas de búsqueda pueden direccional a los usuarios a la página.

Dependiendo del tamaño de la empresa ó del negocio, Yahoo ofrece la opción de seleccionar entre tres opciones a costos diferentes que se ajustan a las necesidades según el nivel de inversión deseado y la aplicación y alcance que se busquen con el servicio.

Si se está iniciando en el mundo de ventas por Internet la primera opción de Yahoo inicia en USD\$ 39.95 por mes más USD\$ 50 de instalación la primera vez y una cuota de 1.5% por cada venta realizada. Los requerimientos contractuales son mínimos y se reducen básicamente a manejo de la cuenta, limitaciones y conducta en el medio. Para empresas con mayores necesidades, Yahoo ofrece un paquete estándar por US\$ 99.95 por mes, misma cuota inicial de instalación y un cargo básico por venta de US\$1. Dentro de esta segunda opción se incluyen más herramientas que facilitan la venta, el manejo del inventario y la estadística de visitas.

Finalmente, Yahoo ofrece el servicio Profesional que permite incluir aun más herramientas y hasta 50,000 productos. El costo mensual se incrementa US\$299,95 y la tarifa por venta de producto se reduce a US\$ 0.75 que proporcionalmente al volumen de las ventas puede resultar aun más rentable si se cuenta con más de US\$ 80,000 de ventas por mes.



Dentro de sus principales ventajas se encuentra la disponibilidad de un software dentro de la pagina que no requiere instalación. Este software hace seguimiento a los hábitos de visita de los clientes en la página así como reportes del tráfico en la página y sus productos diariamente.

En la siguiente tabla comparativa puede observarse que Ebay ofrece la mayor cantidad de beneficios en comparación con las demás opciones. Igualmente en el capítulo siguiente de análisis de costos se observa que Ebay con sus servicio básico de tienda Ebay y ProStore Express ofrecen la mejor opción. Teniendo presente que la opción Prostore debe generar su propio flujo y no necesariamente se beneficia de la publicidad de Ebay, se opta por la Opción de Ebay Store Basic.

TABLA COMPARATIVA	Ebay Stores			Ebay Prostores				Yahoo Shops			Mercado Libre
	Basic	Featured	Anchor	Express	Business	Advanced	Enterprise	Starter	Standard	Professional	E-shop
Fuente de Compradores	Ebay	Ebay	Ebay	Pagina personal	Pagina personal	Pagina personal	Pagina personal	Pagina Personal	Pagina Personal	Pagina Personal	Mercado Libre
Ubicación	Busqueda en Ebay y Tienda	Busqueda en Ebay y Tienda	Busqueda en Ebay y Tienda	Pagina virtual personal	Pagina virtual personal	Pagina virtual personal	Pagina virtual personal	Pagina Personal	Pagina Personal	Pagina Personal	Mercado Libre
Pagina de la tienda y paginas adicionales ilimitadas	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	Paginas NO ilimitadas	Paginas NO ilimitadas	Paginas NO ilimitadas	NO
Custom Pages	5	10	15	Limitado a espacio no a paginas	Limitado a espacio no a paginas 5 GB	Limitado a espacio no a paginas 10 GB	Limitado a espacio no a paginas 20 GB	NA	NA	NA	NO/FORMATO ESTÁNDAR
Dirección de la página personal	SI con Ebay	SI con Ebay	SI con Ebay	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI con Mercado Libre
Promotion Boxes	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NA	NA	NA	NO
Logo proveedor	SI	SI	SI/ más pequeño	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI
Acceso a listado de inventario completo	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO
Detención de Cobro por Vacaciones	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Edición y manejo de Fotos	SI	SI	SI	NA	NA	NA	NA	SI	SI	SI	NO
Permite Subir archivos para descarga, membresias,	NA	NA	NA	NO	NO	SI	SI	NA	NA	NA	NA
Permite Bajar Productos Electronicos desde el Store	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO
Cuentas de Correo Electrónico Exclusivas	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO
<b>PROMOCION DEL PRODUCTO</b>											
Ventas Cruzadas	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO
Certificado de Regalos	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO
Cupones	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO
Ventanas de Promoción	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Segmentación por Categorías	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
Encabezado personalizado	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI sin links	SI sin links	SI sin links	SI sin links
Herramienta para mostrar descuentos en pagina	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NA	NA	NA	NO
Email Marketing	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO
Volanteo Promocional	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Administración de palabras clave en Search Engines	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NA	NA	NA	NO
<b>Order Processing</b>											
Integración de disponibilidad con listados de inventario real fisico	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO
Notificación de pedidos via fax	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO
<b>Formas de Compra y Envio</b>											
Export orders to UPS Worldship®	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO
Modalidades de Compra	Subasta/ Precio Fijo	Subasta/ Precio Fijo	Subasta/ Precio Fijo	Precio Fijo	Precio Fijo	Precio Fijo	Precio Fijo	Precio Fijo	Precio Fijo	Precio Fijo	Subasta/ Precio Fijo
Servicio de Intermediación para compra/venta	SI - PAY PAL			SI - PAY PAL				NA			SI - Mercado Pago
<b>Formas de Pago</b>											
Tarjeta de Crédito	SI	SI	SI	NA	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Consignación	SI	SI	SI	SI				SI	SI	SI	SI
Pay Pal (No aplica para Colombia)	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	Mercado Pago 9% de recargo
<b>Reporting</b>											
Click trails report	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO
Frequent search topics for your site	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO
Traffic Reports	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Accounting Assistant	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO

Tabla 1. Tabla Comparativa Intermediarios.

## 2.2. Comparativo de Costos

Para cualquiera de las opciones anteriores, los costos de envío desde Colombia son iguales y corresponden a los costos de envío, aranceles y recargo de la entidad mediadora para la exportación y almacenamiento temporal previo a despacho.

TABLA COMPARATIVA COSTOS	Ebay Stores			Ebay Prostores				Yahoo Shops			Mercado Libre
	Basic	Featured	Anchor	Express	Business	Advanced	Enterprise	Starter	Standard	Professional	E-shop
Plan Sugerido según Volumen de ventas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	Up to \$12k/mo.	\$12K-\$80K/mo.	More than \$80K/mo.	NA
Moneda de transacción	USD	USD	USD	USD	USD	USD	USD	USD	USD	USD	COL
Precio Mensual	\$15,95	\$49,95	\$299,95	\$9,95	\$29,95	\$74,95	\$249,95	\$39,95	\$99,95	\$299,95	\$ 14.999
Configuración inicial	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 0
Costo base por Transacción	5,25%	5,25%	5,25%	1,50%	0,50%	0,50%	0,50%	1,50%	1,00%	0,75%	4,49%
Herramientas para administraci	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	NA	NA	NA	NA

Tabla 2. Tabla comparativa Costos Intermediarios.

En la tabla anterior debe resaltarse el hecho de que Ebay Stores ofrece todos los servicios disponibles, muchos de los cuales no representan costo adicional, como es el caso de Yahoo Shops.

En general los precios de la tabla son fijos sin embargo mensualmente se ofrecen paquetes promocionales que incluyen tarifas más bajas o primeros meses de uso sin costo alguno.

### 3. Análisis de requerimientos

#### 3.1. Requerimientos del sitio y página en Internet

Uno de los principales requisitos para iniciar efectivamente una página en Internet por medio de la cuál se busque comercializar un producto, es que se logre garantizar un mínimo de visitas al sitio. Esto puede lograrse por medio de diferentes estrategias de publicidad que más adelante será enunciadas. Sin embargo teniendo presente que Makala Accesorios ya tiene una pagina en Internet sin opción de compra este estudio contemplará la mejor manera de lograr flujo al sitio de compra por medio de un intermediario como Ebay ó Mercado Libre. Como se mencionó anteriormente, los intermediarios ofrecen el valor agregado de tener un alto potencial de atraer diversos clientes. Su principal desventaja es que el sitio ó pagina principal del intermediario comparte sus servicios a competidores directos. Debido a esto como propuesta para el trabajo en desarrollo, se analizarán algunas de las principales herramientas para posicionar la página de Makala y utilizar una e-store ó e-shop por medio de un vínculo que permita llegar directamente al momento de hacer la compra buscando reducir el impacto de la competencia. A futuro, una vez posicionada la página se sugiere evaluar otras alternativas como la aplicación de venta desde la misma página de la empresa.

Como requisitos básicos para el sitio ó pagina de Internet se encuentran los siguientes:

- Definir diseño de la página. Es necesario tener presente al público a quien va dirigida la información. Para reducir el margen de error es posible hacer una investigación de otros sitios similares y extraer las buenas ideas que puedan encontrarse. Es necesario tener siempre presente que la página representa la imagen de la empresa de cara a todas los clientes actuales ó potenciales que la visiten. De igual forma es necesario evaluar la efectividad del diseño y la información que se presente antes de hacerla oficial y pública a los clientes.

- Es indispensable asegurar que la experiencia de visitar la página resulta completamente positiva desde el punto de vista del flujo de la información, el impacto visual, la efectividad y utilidad de la página que para la empresa en estudio representa un detalle especial en la fotografía de los productos y en el texto que los describa.
- Registro del nombre de dominio: El nombre de dominio es la dirección en Internet que será utilizada para entrar a la página y por medio de la cuál más adelante clientes actuales ó potenciales utilizarán para hacer sus búsquedas en maquinas de búsqueda. En lo posible y sí el presupuesto de la empresa lo permite, es necesario y se sugiere, registrar todos los nombres relacionados ó que puedan a futuro ser requeridos como marcas paralelas ó de productos. InterNIC proporciona una lista de registradores de nombres de dominio acreditados pueden ayudar a determinar si el nombre que se desea está disponible. Como regla principal es indispensable al momento de determinar un nombre, asegurarse de que en la zona geográfica donde se proyecta operar a nivel local ó con exportaciones, dicho nombre no esté ya tomado por otra empresa ó que en el caso de otros países de habla distinta al español, la pronunciación ó el nombre escrito no tenga un significado no deseado. De igual forma la selección del nombre debe buscar asegurar que su pronunciación por personas con otro idioma no resulte difícil buscando evitar barreras adicionales de entrada el mercado. En el caso de Makala Accesorios el nombre utilizado será MAKALA el cual aunque no necesariamente resulte dentro de las mejores opciones iniciales es el nombre actual de la empresa y este hecho representa una limitación para la empresa. Buscando asegurar que el nombre no representara una barrera de entrada se solicitó a 10 extranjeros seleccionados al azar dentro de un grupo de conocidos. (5 Norte Americanos, 2 Canadienses, un Francés y dos Alemanes ) que nos dieran su opinión respecto al nombre. Los resultado fueron positivos, encontrando únicamente algo de complicación en la lectura más no el pronunciación por parte del Alemán. Aun que esta muestra no es representativa permite lograr una aproximación inicial al impacto del nombre sobre el producto en otros países. De igual forma de utilizaron las bases de datos de la Cámara de

- Búsqueda del servidor: La pagina creada debe residir en un equipo denominado servidor. El servidor presenta las páginas Web a los usuarios que las solicitan desde su explorador. Para la mayoría de las pequeñas empresas resulta razonable el pago a una empresa especializada en servicios de alojamiento ó a un proveedor de servicios Internet (ISP) para que mantengan su sitio en uno de sus servidores Web. En el caso de Makala Accesorios se contrataron los servicios de una empresa en la que se registró el nombre en la pagina [www.godaddy.com](http://www.godaddy.com).
- Como paso final, es indispensable que una vez la página sea subida a Internet, se pruebe por completo y exhiba a una muestra de personas que les permita encontrar errores ó posibles mejoras que sean necesarias antes de que la página se oficialice. En el caso de Makala, después de las pruebas preliminares, se dio a conocer a la fuerza de ventas y se pidió retroalimentación al respecto. La pagina se actualizará una vez cada mes inicialmente y cada vez que sea requerido incluir ó excluir fotografías de productos ó promociones vigentes.

### 3.2. Requerimientos para Iniciar una pagina en línea con opción de compras

Creación y comprobación del sitio: Pueden contratarse diseñadores de Web profesionales para que construyan el sitio para crear un sitio de comercio electrónico que incluya el procesamiento de pedidos y pagos con tarjeta de crédito en línea. El servicio de listado global de Microsoft de Web Presence Developers ofrece varias opciones si se desea contactar desarrolladores de Web especializados en la creación de sitios con Microsoft Office FrontPage 2003, una avanzada herramienta de creación de sitios Web incluida en Windows Small Business Server 2003 Premium Edition. No obstante, se puede crear un sitio con FrontPage tras recibir la formación necesaria. Si se aprende a crear un sitio, también resultará más fácil actualizarlo. Es indispensable pedir opiniones sinceras cuando cree el sitio. También deberá probar de forma exhaustiva y reiterada el rendimiento del sitio con distintos navegadores, en una red

privada antes de publicarlo en la pagina Web. El alcance de este trabajo no busca cubrir el detalle del desarrollo y costo de una página más profesional que la que se puede crear sin costo adicional con cualquiera de los proveedores enunciados anteriormente y que ya ofrecen el servicio de compra y pago.

Para la opción de compras el diseño requiere de mayor grado de conocimiento por lo que se sugiere asegurar que el proveedor a contratar, ofrezca dicho servicio. Dicho servicio debe ofrecer la intermediación para contratar una empresa certificadora que asegure confiabilidad en las transacciones de la página, tanto para el cliente final como para la empresa.

### 3.3. Requerimientos para utilizar el intermediario seleccionado

Publicación del sitio y mantenimiento necesario: Después de probarlo, puede usted ó el diseñador Web, cargar los archivos del sitio Web en el servicio de alojamiento que contrató a tal efecto. Conéctese luego a Internet, escriba su nombre de dominio y espere a que su sitio aparezca en línea. Después de celebrar el lanzamiento del sitio, no hay que olvidar que el trabajo no ha terminado. Para que los clientes tengan la impresión de que su empresa es dinámica y funciona, es probable que deba agregar o cambiar el contenido del sitio con regularidad. Un sitio con referencias a fechas de eventos celebrados en años pasados puede hacer dudar a los visitantes de si su empresa sigue todavía en activo.

## 4. Desarrollo de la estrategia comercial

### 4.1. Definición del país a Exportar

Proexport ofrece a través de su portal en Internet, específicamente en la sección “Colombia Exporta”, la posibilidad de determinar los países potenciales para compra. A partir de la descripción del producto ó productos se puede confirmar que para el mercado de bolsos y cinturones, Canada, Mexico, Estado Unidos e Italia figuran como cuatro de los países potenciales para exportación. Para la tesis se analizará la opción de envío a Miami.

La partida arancelaria a utilizar para el bolso es 42.02.39.00.00 con descripción del capítulo 42.02: “Trunks, suitcases, vanity cases, attache cases, briefcases, school satchels, spectacle cases, binocular cases, camera cases, musical instrument cases, gun cases, holsters and similar containers; traveling bags, insulated food or beverage bags, toiletry bags, knapsacks and backpacks, handbags, shopping bags, wallets, purses, map cases, cigarette cases, tobacco pouches, tool bags, sports bags, bottle cases, jewelry boxes, powder cases, cutlery cases and similar containers, of leather or of composition leather, of sheeting of plastics, of textile materials, of vulcanized fiber or of paperboard, or wholly or mainly covered with such materials or with paper” y 42.02.39: “Other”. La base arancelaria correspondiente es del 5.3% para los Estados Unidos

La partida arancelaria a utilizar para los collares es 71.17.90.00.00 con descripción en el capítulo 71.17 : “Imitation Jewlery” con una base arancelaria del 11% para los Estados Unidos.

Para el caso puntual de Makala Accesorios, La Florida resulta ser un mercado de alto potencial al cual ya se han hecho dos exportaciones en los pasados 18 meses. Basados en la experiencia de dichas exportaciones la empresa espera dar prioridad a este país y específicamente Miami para inicial el proyecto.



## Entorno Económico de Estados Unidos de América

Hemos tomado la decisión de analizar la exportación de los productos a Estados Unidos de América, debido a su desarrollo en el negocio de comercio electrónico, como un canal de distribución de alta penetración en los hogares y como un mecanismo de compra que ha mejorado la solución de necesidades de los consumidores<sup>4</sup>. En el momento de tomar la decisión del país a exportar, se debe revisar su entorno económico.

Estados Unidos de América tiene 266 millones de habitantes con un Producto Interno Bruto de USD\$ 13.130 billones, su GDP<sup>5</sup> (Gross Domestic Product) promedio per cápita es de USD\$ 44.000 lo que lo ubica como uno de los países de mayor ingreso por persona en el mundo.

Actualmente Estados Unidos de América ocupa la posición número nueve según el GDP (PIB), y esta economía ha registrado un crecimiento de 3.1% en el 2004, 4.4% en el 2005 y 3.1% en el 2006, haciendo que se encuentre estable en el su comportamiento económico.

Actualmente enfrenta una crisis financiera generada por el sector inmobiliario.

Line	2005-I	2005-II	2005-III	2005-IV	2006-I	2006-II	2006-III	2006-IV	2007-I
1	12154.0	12317.4	12558.8	12705.5	12964.6	13155.0	13266.9	13392.3	13551.9
2	8488.8	8632.6	8810.5	8899.3	9034.7	9183.9	9305.7	9373.7	9540.5
3	1009.7	1036.0	1044.1	1005.7	1042.6	1042.8	1053.8	1056.5	1074.0
4	2432.1	2484.3	2557.0	2591.3	2622.1	2692.2	2732.4	2705.4	2759.4
5	5047.0	5112.3	5209.4	5302.4	5370.0	5448.9	5519.5	5611.8	5707.1
6	2029.6	2024.7	2078.5	2176.0	2221.1	2239.0	2224.1	2152.4	2117.3
7	1960.4	2012.5	2072.7	2115.5	2176.8	2179.5	2161.3	2132.4	2118.9
8	1233.1	1255.7	1287.0	1312.6	1367.3	1391.2	1415.2	1417.1	1431.4
9	323.3	328.8	334.2	352.0	375.7	400.2	416.1	428.4	439.6
10	908.7	926.9	952.9	960.5	991.7	991.1	999.1	988.7	991.8
11	727.3	756.8	785.7	803.0	809.4	788.2	746.1	715.3	687.5
12	69.3	12.2	5.8	60.5	44.3	59.5	62.8	20.0	-1.6
13	-671.1	-679.8	-725.0	-782.4	-763.3	-780.4	-799.1	-705.3	-714.2
14	1260.8	1301.2	1316.0	1359.6	1406.6	1447.4	1484.5	1531.9	1549.9
15	869.2	904.0	911.1	943.7	985.4	1016.4	1047.8	1072.3	1084.0
16	391.5	397.2	404.9	415.9	421.2	431.0	436.7	459.6	465.9
17	1931.9	1981.0	2041.0	2141.9	2169.9	2227.8	2283.6	2237.2	2264.0
18	1619.2	1662.8	1717.0	1808.9	1828.7	1879.8	1933.3	1879.9	1902.7
19	312.7	318.1	323.9	333.1	341.1	348.0	350.3	357.3	361.4
20	2306.7	2339.8	2394.8	2412.5	2472.1	2512.5	2536.1	2571.4	2608.3
21	864.0	870.4	896.0	883.4	921.5	926.9	932.0	949.7	946.6
22	577.7	585.0	604.3	587.7	610.8	620.6	620.7	645.2	634.8
23	286.2	285.4	291.7	295.7	310.7	306.3	311.3	304.5	311.7
24	1442.7	1469.5	1498.7	1529.0	1550.6	1585.7	1604.1	1621.7	1661.7

Tabla 3. Producto Interno Bruto USA<sup>6</sup>

<sup>4</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Estados\\_Unidos](http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos)

<http://guiadelmundo.com/paises/usa/poblacion.html>

<sup>5</sup> [http://www.indexmundi.com/es/estados\\_unidos/producto\\_interno\\_bruto\\_\(pib\).html](http://www.indexmundi.com/es/estados_unidos/producto_interno_bruto_(pib).html)

<sup>6</sup> <http://www.bea.gov/national/nipaweb/TableView.asp?SelectedTable=5&FirstYear=2005&LastYear=2007&Freq=Qtr>

La tasa de desempleo para el año 2006 fue del 5.10%, la cual ha venido disminuyendo en los últimos años.

Estados Unidos de América importa cerca de USD\$ 1.700 Billones en diferentes tipos de bienes, los principales lugares de procedencia mas representativos son Canadá 16%, China 15,9%, México 10,4%, Japón 7,9%, Alemania 4,8% (2006)



La distribución de la población con mayor crecimiento se encuentra en los Estados de California, Texas y Florida. La mayor densidad de población se encuentra en la zona de los lagos y el océano Atlántico<sup>7</sup>.

Estados Unidos de América tiene una población de 211 millones de Usuarios de Internet lo que lo ubica como una población muy importante con un excelente nivel de compra, el cual ya ha desarrollado las actividades necesarias para hacer comercio y cualquier tipo de actividad cotidiana que se requiera de uso personal en el hogar.

---

<sup>7</sup> <http://www.internetworldstats.com/blog.htm>

#### 4.2. Requerimientos para la Exportación

Los requerimientos analizados para la exportación se contemplan teniendo presente la intermediación de un operador logístico, al igual que las limitaciones que una tiene una Pyme bajo régimen simplificado para hacer una exportación de manera directa.

Análisis de mercado: Por medio de proexport y la Camara de Comercio de Bogotá es posible encontrar bases de datos actualizadas para la comercialización de productos afines.

Para efectos de este estudio también se analizó el volumen de transacciones y productos disponibles de igual condición actualmente comercializados en Internet por medio de Yahoo, Ebay, Mercado Libre y Amazon.

Determinación de Origen: La determinación de origen permite gozar de beneficios arancelarios. El certificado de origen debe ser tramitado para productos nacionales ante el ministerio de industria y comercio<sup>8</sup>

Peso Bruto y Volumen: El peso bruto y el volumen se utilizan para determinar el costo del envío junto con el volumen. El peso total es calculado con base en el peso de la mercancía, más el empaque individual (sí aplica) y el peso del embalaje correspondiente. El volumen es igualmente determinado sobre el embalaje final. La determinación del peso y volumen pueden ser definidas por el transportador final.

Contratación de un intermediario: Aunque existen múltiples formas de enviar un producto, este estudio no busca hacer un comparativo de los mismos. Para optimizar el costo de cada exportación resulta más económico hacer una consolidación de mayor volumen y administrar el inventario para despachos unitarios desde una bodega en la ciudad de destino. Dicho servicio también es ofrecido por un operador logístico. En el caso de INTERWORLD FREIGHT el costo se ve reflejado como un valor adicional negociado para

---

<sup>8</sup> Ver anexo 2 “Como exportar” fuente Zeiky

cada pedido. El costo del despacho final de la bodega al cliente final se carga al cliente según procedimiento de Ebay.

Contratación del transporte y Seguro: La tarifa correspondiente es evaluada y determinada por la empresa intermediadora ó un Operador de Carga.

#### 4.3. Definición del producto a exportar

Aunque las tendencias pueden afectar claramente el tipo de producto a exportar, inicialmente dentro del portafolio de productos incluidos se ofrecerán referencias con terminado artesanal típico Colombiano (En Tagua y semillas de Eneuro y Asayan, Fique, tela típica Tayrona, de Hamaca, entre otros), productos en plata y algunos de los diseños de más éxito en Colombia. Cabe aclarar que una de las principales ventajas de utilizar el canal es que puede disponerse del espacio para ofrecer productos en prueba y determinar el grado de éxito de los mismos antes de hacer una exportación de alto volumen.

Para el caso de los collares, pulseras y aretes se ofrecerán productos 100% antialérgicos buscando evitar inconvenientes futuros.

Todos los productos actualmente tienen una garantía de seis meses y en caso de daños específicos relacionados con el uso, no generados por la calidad de los mismos, accidentes etc. se ofrece el arreglo sin costo alguno durante los tres meses siguientes a la entrega física del producto. Para el caso de las ventas este servicio podrá ser utilizado excluyendo los costos de envío y retorno los cuales deberá cubrir el comprador si desea utilizar este servicio.

Para las ventas de mayor volumen se ofrecerán garantías adicionales como material suelto para reemplazo (con un instructivo para hacer los arreglos), producto adicional sin precio (muestra(s) gratis cuyo volumen dependerá del volumen de la compra) buscando facilitar y agilizar la respuesta al cliente final.

Aunque todas las referencias que la empresa ofrece están en condiciones de ser exportadas, para efectos del estudio se analizarán 3 referencias:

Figura 1. Collar referencia Cuero Centros.



Figura 2. Collar referencia Cuero Eneuro:



Figura 3. Bolso Referencia Argollas:



El detalle de los materiales así como de los costos se reservan por parte de la empresa por lo que para efectos del análisis financiero se utilizará costos aproximados de una referencia ya descontinuada por la empresa.

Dentro de las tendencias de mercado y como suele ocurrir con otros productos, las artesanías típicas no necesariamente son la mejor opción para exportación. Esto se debe a que la competencia local es mucho más fuerte. Diseños innovadores con productos nacionales y mano de obra local pueden dar una ventaja competitiva para la exportación de los productos de la marca.

#### 4.4. Posicionamiento del Sitio Web y medios de publicidad aplicables

En cualquiera de las opciones seleccionadas es determinante apoyarse en publicidad paralela en Internet ó en otros medios asequibles al presupuesto de la empresa.

Igualmente es necesario desarrollar una estrategia de comunicación con todos los clientes actuales y nuevos por medio de la cuál vean una ventaja al momento de visitar y comprar en la página en Internet.

El primer paso para posicionar el lugar, ya sea la página principal ó la de venta suministrada por un intermediario, es asegurar que el sitio sea reconocido correctamente y calificado positivamente por los clientes actuales y/o potenciales. Para esto la principal herramienta que puede utilizarse es la base de datos de clientes actuales. Ofrecer un descuento especial por comprar por este medio y contestar una encuesta puede ser una herramienta valiosa. En el caso de este proyecto, dado que no se posee una base de clientes actual para el exterior, puede ser evaluada por medio de clientes potenciales a partir de una promoción similar. Sin embargo, existen empresas especializadas como es el caso de WebTrends Corporation<sup>9</sup>, que permiten, por medio de un software especializado, medir tráfico e información de la página que se desee. Es recomendable dar espacio a los clientes para ofrecer sus comentarios sobre la página y su experiencia general con la marca. Los buenos comentarios pueden inclusive ser publicados para sumar valor agregado al sitio.

---

<sup>9</sup> [www.webtrends.com](http://www.webtrends.com), también están disponibles otros lugares como [www.godaddy.com](http://www.godaddy.com) y [www.clickincome.com](http://www.clickincome.com)

Es indispensable, que el sitio sea actualizado periódicamente. Mantener un lugar sin actualizaciones es garantía para ahuyentar clientes. La mejor solución es mantener una actualización gráfica del sitio, incluir promociones mensuales ó semanales e incluir nuevos productos y comentarios.

En general, el visitante debe encontrar el contenido de la página ó sitio, informativo, interesante, fácil de encontrar y de navegar.

Se recomienda asegurar que la ortografía esté correcta, que los links funcionen, que cada lugar de la página permita ir a otro del sitio (evitar callejones sin salida), asegurar que los datos de contacto de la empresa sean correctos, que la velocidad del sitio sea adecuada y que la página sea evaluada por terceros que nos ayuden a determinar la calidad, efectividad e impacto del sitio.

De igual forma, para cuando la página cuente con un volumen medio o alto de referencias se recomienda incluir una opción de búsqueda que facilite a los clientes encontrar el producto que se busca.

El paso final es la publicidad del sitio. Asegurar que sea encontrado es la primera parte, para esto es necesario registrar el nombre de la página en las principales máquinas de búsqueda. Se recomienda especialmente utilizar las que están más de moda y por lo tanto poseen mayor flujo como es el caso de Yahoo y Google.

Google Adwords: Por un costo desde \$30,000, es posible publicar un aviso de la empresa basándose en el alto flujo de la máquina de búsqueda de Google. Para esto Google Adword le guiará de manera que seleccione las mejores frases ó palabras relacionadas con su aviso buscando generar el mayor impacto posible a clientes potenciales.

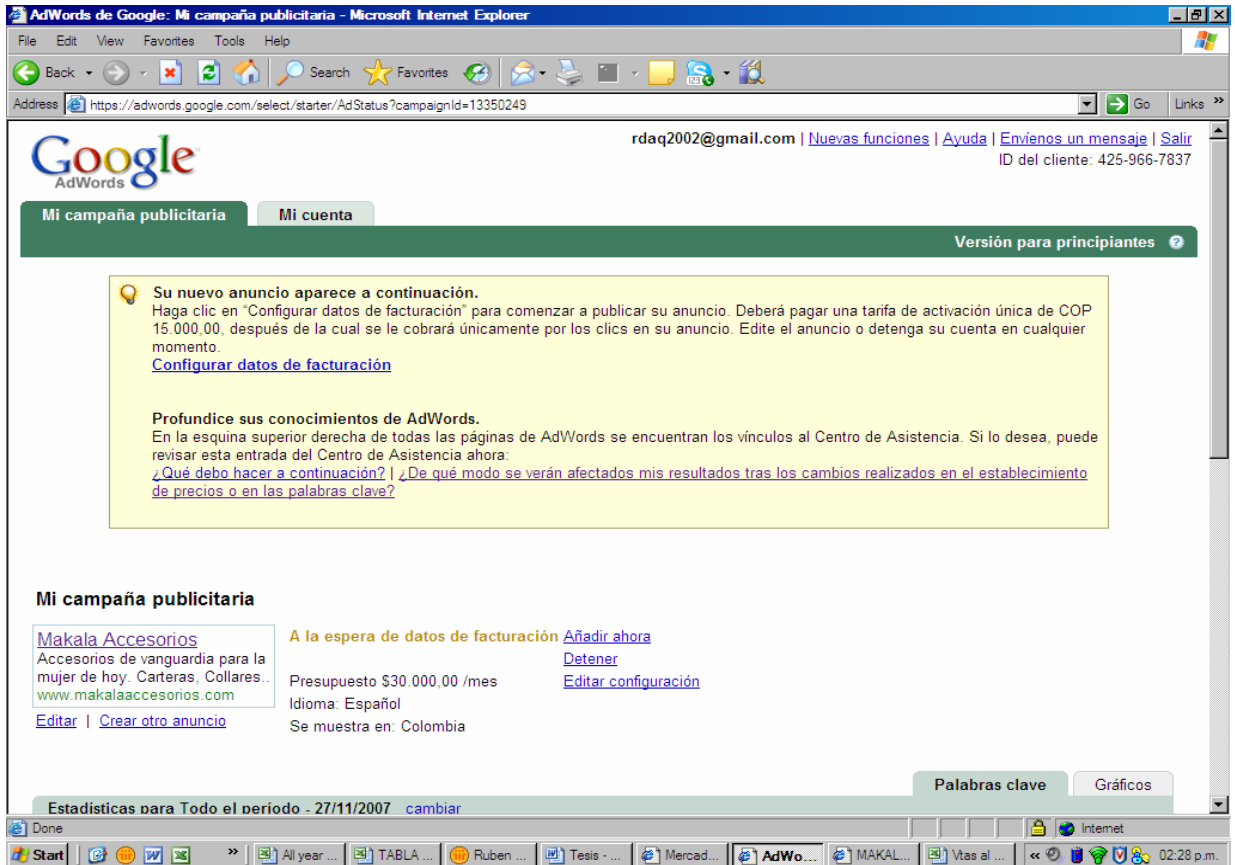


Figura 4. Google Adwords Home Page

A continuación se enuncian algunas de las metodologías más comunes para publicitar la página en Internet. En caso de ser posible es recomendable hacer uso de publicidad en medios comunes como prensa y radio fuera de Internet para buscar mayor impacto y dar a conocer el lugar durante su lanzamiento. Se recomienda de igual forma hacer un lanzamiento del sitio y utilizar las bases de datos actuales para informar a clientes.



### Programas de Afiliados:

Son programas desarrollados para hacer publicidad de otras empresas en su sitio ó que éstas hagan de su empresa. Para esto se paga una comisión por cada cliente que sea remitido a la pagina deseada. Es indispensable tener presente que la información que pueda aparecer en la página no genere ningún tipo de impacto negativo sobre la imagen de marca y flujo de la página <sup>10</sup> ó que la publicidad de la empresa no salga publicada en páginas no deseadas. Ebay ofrece este servicio para sus afiliados a cualquiera de la modalidad de sus tiendas.

### Webrings:

Los webrings son completamente gratis y permiten a varias páginas hacer publicidad entre ellas. Esto implica que se necesita obligatoriamente que la publicidad de las páginas donde se va a presentar el aviso deseado, debe aparecer en la página de la empresa para lo cual se debe asegurar que no existan impactos negativos por la publicidad de terceros.<sup>11</sup>

### Banners:

Los banners son avisos que pueden comprarse en Internet para pautar publicidad de su empresa. Estos avisos son controlados y pautados por la empresa que se contrate. Esta modalidad ha perdido impacto debido al alto volumen de avisos y a la incomodidad que representa para los usuarios o navegantes en la red.

### Correo Electrónico:

Lo primero y más importante es que un correo electrónico debe ser enviado a bases de datos ó clientes potenciales con su autorización. El resultado de no hacerlo es el denominado spam para lo cuál existen grandes bases de datos en las cuentas de correo electrónico que permiten eliminar dichos correos no deseados. El peor error que se puede

---

<sup>10</sup> [www.linkshare.com](http://www.linkshare.com) , <http://pages.ebay.es/afiliados/> ó [www.marketing-eficaz.com/afiliados.html](http://www.marketing-eficaz.com/afiliados.html) son ejemplos de esta modalidad para hacer publicidad.

<sup>11</sup> [Http://dir.webring.com/rw](http://dir.webring.com/rw)

cometer en el envío de correo como herramienta de comunicación y publicidad, es precisamente caer en uno de estos listados.

El correo electrónico, sin embargo, suele ser una herramienta de alto impacto, una vez se posee la base de datos adecuada para hacerlo. Envío de cupones, mercadeo personalizado, promociones, seguimiento a clientes, servicio postventa, etc. Son algunos de los ejemplos del alto potencial de esta herramienta. La clave de un manejo sano de éste servicio radica en no abusar de él. Más de un correo por semana ó inclusive por mes puede resultar molesto para los clientes lo cual puede resultar generando un impacto perjudicial y completamente opuesto al deseado.

Otras modalidades son:

Patrocinio de Chats, eventos, bloggins, etc.

Bloggins:

Son diarios digitales donde personas interesadas en un mismo tema pueden escribir sus opiniones, conseguir ayuda y contactar personas de gustos y opiniones semejantes.

Compra de bases de datos de clientes potenciales con perfil relacionado

Free press o Press release:

Corresponde a publicaciones realizadas contactando medios normales como prensa (físicamente o en Internet) y radio.

Grupos de noticias en Internet (El portal del tiempo es una opción)

Herramientas de Ebay, Mercado Libre, Yahoo y otros intermediarios del servicio de venta<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Ejemplo de herramientas para publicidad en Mercado Libre:  
<http://pmsapp.mercadolibre.com.co/jm/ml.pms.servlets.tools.CreateToolControlDispatcher?action=tutorial>  
ANEXAR ANEXO 4..AL TRABAJO

## 5. Desarrollo paso a paso de la implementación de la estrategia para comercializar vía Internet con ayuda de una empresa intermediaria

### 5.1. Instructivo paso a paso para ejecución del canal

#### Pasos para la Aplicación del nuevo canal

1. Definición de capacidad a exportar
2. Estudio de mercados potenciales
3. Definición del producto, país y ciudad a exportar.
4. Contratación del servicio de Internet
  - 4.1 Registro del Dominio
  - 4.2 Selección del Host (servidor) y del Proveedor del servicio
  - 4.3 Diseño de la página en Internet (con el mismo proveedor con un tercero o directamente por medio de software especializado como Frontpage)
  - 4.4 Prueba de la página. Incluye prueba de todos los vínculos, velocidad de carga, compatibilidad con los browsers más utilizados, impacto de la imagen y diseño, facilidad de acceso
5. En el caso de tener una pagina en Internet (como es el caso de de Makala Accesorios), se incluye un paso adicional de vínculo de ventas de la página principal ( [www.makalaaccesorios.com](http://www.makalaaccesorios.com)) a la pagina de ventas donde se hace conexión a la tienda en ebay, Mercado Libre o el intermediario seleccionado.
6. Contratación del servicio del proveedor en Internet para la tienda virtual.
  - 6.1. Certificación del usuario
  - 6.2. Diseño de la página
  - 6.3. Aclaración de forma de pago: En este paso debe incluirse pago con tarjeta de crédito, transferencia bancaria y/o consignación a cuenta.
  - 6.4. Aclaración de Forma de envío: En común acuerdo con la CIA definición de tiempo de entrega y medio FEDEX, DHL, UPS, etc.

7. Definición del precio a utilizar en cada producto según punto de equilibrio y precios del mercado para productos semejantes. Es indispensable tomar el tiempo de analizar la competencia en el medio dentro del país o ciudad objetivo.
8. Exportación de productos por medio del intermediador para el almacenamiento en una bodega ó entrega directa a cliente final. Debido a los costos se sugiere incluir un acuerdo con el intermediador para el almacenamiento del producto en una ciudad concéntrica al país donde se busca vender (en Caso de Makala Miami).
9. Cierre mensual de ventas, Análisis de costos y gastos, PYG y Balance de la operación. Es indispensable mantener los costos y gastos de esta operación como un centro de costos aparte de la operación regular de la empresa.
10. Mantenimiento continuo (seguimiento continuo a sitio, respuesta a preguntas de los clientes, completar transacciones y registro de las mismas) y actualización de productos.
11. Encuestas y seguimiento a clientes postventa. Este paso es determinante para mantener bases de datos adecuadas y clientes actuales satisfechos.

Es importante tener presente que para el seguimiento contable, de inventarios y clientes, Ebay ofrece un software incluido de fácil manejo que permite mantener la información actualizada. Es recomendable mantener un seguimiento paralelo dentro del manejo convencional que la empresa trabaja para los demás productos buscando así unificar los controles y la información de cierre a fin de mes o a cierre de semana.

## 5.2. Mantenimiento del Sitio (Sugerencias y requerimientos)

Teniendo presente que la selección recomendada de acuerdo a los resultados en el comparativo de servicios y de costos a continuación se enuncia un listado de sugerencias para asegurar el adecuado mantenimiento de la página en Internet y de la tienda para ventas en el país seleccionado:

1. Actualización del contenido de la página cada semana y del rediseño de la misma periódicamente.
2. Publicación de promociones según eventos de la empresa. Es necesario coordinar el uso de la página con promociones vigentes, dando prioridad ó descuentos especiales buscando facilitar el posicionamiento de la misma.
3. Rotar los diferentes servicios ofrecidos en Internet para hacer publicidad, mezclándolos con medios impresos, volanteo, radio y cualquier tipo de publicidad que la empresa este utilizando. Es importante recordar que si bien la pagina de Internet busca ofrecer un medio para la venta y en otros países ó inclusive dentro de Colombia, es también un medio de referencia y consulta para el mercado local existente.
4. Mantenimiento, actualización y utilización de las bases de datos actuales y especialmente las generadas por medio de la página WEB y las ventas de los canales regulares como las de Internet.

La respuesta a sugerencias, cambios en el mercado, reacción a la competencia y definición de estrategias periódicas requiere de un alto sentido de urgencia así como de sentido común. El éxito o fracaso depende del uso adecuado del canal que al igual que cualquier otro puede ó no ser un éxito dependiendo de la estrategia comercial, del buen nombre de la empresa, la construcción de una buena imagen, un excelente respaldo postventa y buena calidad en cada producto.

### 5.3. Próximos desarrollos

Dentro de las opciones de mayor prioridad para la empresa, la importación de productos o materias primas no locales directamente desde fuentes como China, India o Suramérica, es una de las mas importantes, teniendo presente la necesidad de reducir al máximo posible la cadena de proveedores que hacen el suministro final a la empresa.

Aunque este segundo paso esta fuera del alcance de este trabajo de grado, la empresa considera de alta importancia y máxima prioridad utilizar Internet como medio para

abastecerse de insumos directamente de sus fuentes en otros países. En este caso, asegurar la calidad del proveedor se convierte en uno de los retos más complejos y donde realmente se requiere de una investigación más profunda y detallada para asegurar la viabilidad del proyecto. Se sugiere hacer un análisis de la metodología utilizada por grandes cadenas e importadores.

En segundo lugar pero de igual importancia, otro proyecto por desarrollar para la empresa es de posicionar su propia página en Internet ([www.makalaaccesorios.com](http://www.makalaaccesorios.com)) como una opción de uso para compra de los productos al mayor y a detal a nivel nacional ó internacional. En esta segunda etapa, se requiere de la investigación, análisis de costos y rentabilidad esperada para la inversión implícita del servicio de venta directa a través de la página.

Finalmente, la empresa espera utilizar Internet como un medio para comprar ó contratar terceros para la comercialización de sus productos bajo la marca Makala Accesorios. Para esto, la opción de franquicias seria la siguiente opción a analizar.

Este capitulo ha sido incluido por solicitud directa de la empresa esperando dar continuidad a dichos proyectos al tiempo que colabora con los desarrollos de proyectos de grado como es el caso del presente trabajo.

## 6. Análisis Financiero

### 6.1. Análisis del precio de venta

El costo de cada unidad que se conforma por los tres artículos que serán vendidos en los Estados Unidos son:

	Precio Unitario
<b>Collar 1</b>	\$ 11.352
<b>Collar 2</b>	\$ 12.294
<b>Bolso</b>	\$ 12.550

Tabla 4. Precio Unitario Productos

Este valor esta expresado en pesos Colombianos, los cuales reflejan el costo de cada uno de los artículos a su valor de compra.

En la estimación de los costos de exportación tenemos como una de las principales variables el peso de cada uno de los artículos.

Logística	Precio Unitario	Peso /Caja Kg	Cantidad de unidades por Caja	Cantidad de Cajas por Envio	Total Unidades	Total Peso Kg
<b>Collar 1</b>	\$ 4,94	12,5	500	2	1000	25
<b>Collar 2</b>	\$ 5,35	10	500	2	1000	20
<b>Bolso</b>	\$ 5,46	18,6	100	10	1000	186
					<b>Total Peso</b>	<b>231</b>

Tabla 5. Peso por Producto a exportar

Con este peso estimamos el valor del flete lo que nos deja con la cotización presentada por INTEWORLD que es nuestro agente u operador logístico de carga en:

total flete usd	Usd\$593,67
-----------------	-------------

Con base a las unidades presentadas ya podemos elaborar nuestro cuadro de unidades a exportar en la cual del collar y enviaremos 1000 unidades de cada referencia.

En la grafica tenemos el costo unitario de cada referencia en dólares con una cotización del cambio a un valor de \$2300 para la divisa.

	Precio Unitario	Peso Cajas	Cantidad de unidades por Caja	Cantidad de Cajas por Envío	Total Unidades	Total Peso	Precio FOB por caja
<b>Collar 1</b>	\$ 4,94	12,5	500	2	1000	25	\$ 4.935,48
<b>Collar 2</b>	\$ 5,35	10	500	2	1000	20	\$ 5.345,19
<b>Bolso</b>	\$ 5,46	18,6	100	10	1000	186	\$ 5.456,59
				<b>USD\$</b>			\$ 15.737,26

Tabla 6. Precio FOB Calculado por Caja de envío

Según la información del cuadro anterior tenemos un Valor FOB para nuestra exportación por USD\$20.108 lo que nos deja con una carga de gastos de envío de la mercancía a Miami como lo describe los siguientes cuadros



<b>COSTOS ENVIO DESDE BOGOTA</b>		
* Comisión de Aduanas = USD 0.35% sobre el valor FOB	0,0035	\$ 55,08
* Manejo Aduana = USD 140.00	140	\$ 140,00
* Documentación / elaboración = USD 22.00	22	\$ 22,00
* THC = USD 100	100	\$ 100,00
* Inspecciones / Revisiones = USD 32.00	32	\$ 32,00
* Acompañamiento = COP 950.000	950000	\$ 413,04
* Asistentes al momento del cargue, solicitado por Gabriel = USD 110.00	110	\$ 110,00
<b>TOTAL COSTOS DE ENVIO DESDE BOGOTA + Fletes</b>		<b>\$ 1.465,79</b>

Tabla 7. Costos de Envío desde Bogotá

Y en la ciudad de Miami se incurrirían con los siguientes gastos de nacionalización de la mercancía.

<b>COSTOS ENTRADA MIAMI</b>	
Aduana Importación Miami	
Mensajería = USD45	\$ 45,00
Manejo USD = 55	\$ 55,00
Customs Entry Processing USD = 135	\$ 135,00
US Custom Bond (Costo mercancia / 1000 * USD5)	\$ 78,69
US Customs Duty and Fee	\$ 0,00
Merchandise Processing Fee (.25% con min USD 25)	\$ 39,34
Harbor Maintenance Fee .125% ocean cargo]*	\$ 0,00
* Para el ejercicio el transporte será aéreo	
Airline or Terminal document charges Import Fee	\$ 25,00
FDA (Food and Drug Administration)	\$ 0,00
<b>Total</b>	<b>\$ 378,03</b>

Tabla 8. Costos de entrada a Miami

Una vez tomados todos estos datos hacemos un nuevo calculo para nuestro producto a exportar lo que nos da la siguiente información

	<b>Precio Unitario</b>	<b>Peso Cajas</b>	<b>Cantidad de unidades por Caja</b>	<b>Cantidad de Cajas por Envio</b>	<b>Total Unidades</b>	<b>Total Peso</b>	<b>Precio FOB por caja</b>
<b>Collar 1</b>	\$ 5,51	12,5	500	2	1000	25	\$ 5.513,74
<b>Collar 2</b>	\$ 5,97	10	500	2	1000	20	\$ 5.971,44
<b>Bolso</b>	\$ 6,10	18,6	100	10	1000	186	\$ 6.095,90
				<b>USD\$</b>			<b>\$ 17.581,08</b>

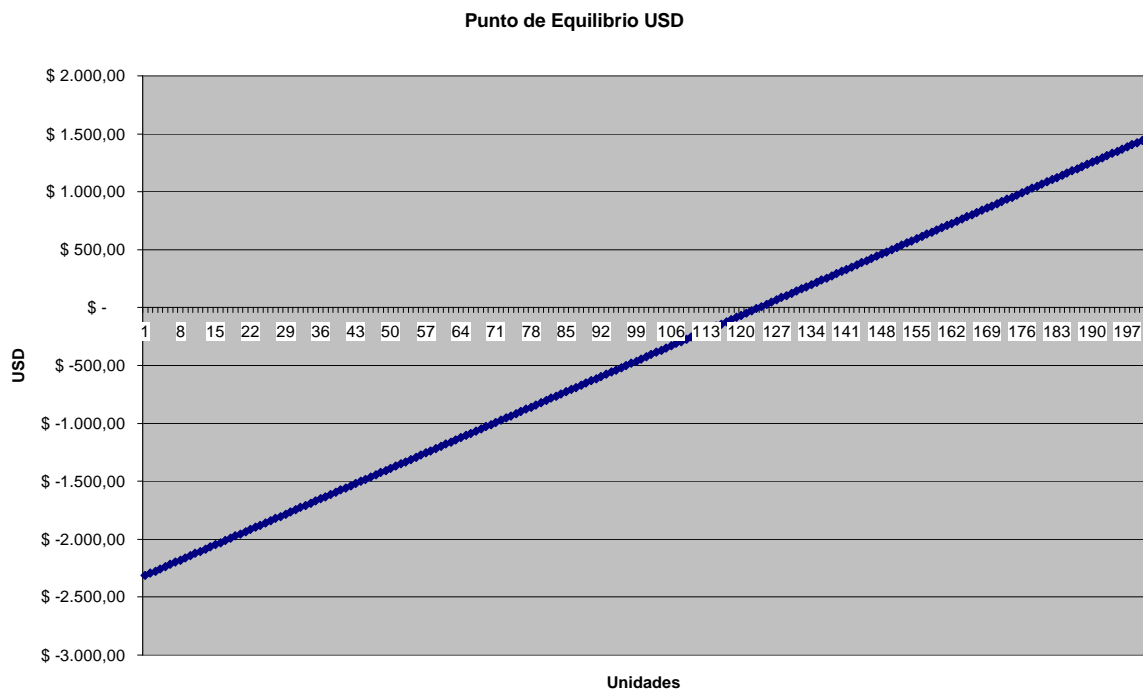
Tabla 9. Precio FOB definitivo

Esto nos deja unos precios competitivos de acuerdo a lo que podemos encontrar en Ebay, solo tenemos 11 artículos que están por debajo del precio en un total de 57 ofertas.

## 6.2. Análisis del punto de Equilibrio

Con la información del valor de la exportación podemos plantear nuestro punto de equilibrio, es muy importante tener en cuenta que se han tenido presente todos los datos de los costos fijos y variables que afectan la ecuación.

En el ejemplo analizado, para llegar al punto de equilibrio se requiere vender como mínimo 124 unidades de cada una las referencias.



Grafica 1. Punto de Equilibrio

## 7. Conclusiones y sugerencias

A pesar de que en Colombia han mejorado notoriamente las herramientas disponibles para llegar a una exportación exitosa, aun para pequeñas y medianas empresas dicha labor resulta difícil ó casi imposible si no se cumple con las condiciones mínimas de presupuesto y tamaño que limitan la posibilidad de usar dichas herramientas. Para la empresa en análisis, una de las principales barreras de salida, resulta en conseguir un intermediario que permita hacer la exportación a su nombre. Sin embargo, una vez sorteado este obstáculo, el cual se genera para cualquier exportación sin que se utilice la metodología propuesta vía Internet, la necesidad de contar con un intermediario que venda el producto, efectivamente puede ser reemplazado por la utilización de una herramientas como Ebay, como medio para ofrecer de manera virtual cualquier producto, además ofrece la ventaja de permitir llegar a mas clientes de una manera económica y esta al alcance de cualquier microempresa ó empresario pequeño.

Un segundo reto resulta en lograr destacar los productos de la empresa de los de la competencia que está utilizando el mismo canal. La calidad, buena comunicación y diseño de la página en Internet se hacen requisito ineludibles para lograr captar la atención de un cliente potencial.

Si bien es factible vender desde un producto hasta miles por este medio, para lograr un correcto posicionamiento en precio vs. La competencia, es necesario hacer una inversión mayor para exportar un volumen de producto mayor que permita reducir los costos fijos de la exportación. Dentro de este análisis se requiere incluir los costos de almacenamiento y servicio de envío y/o administración de inventario en el país seleccionado. Una segunda opción resulta, dependiendo del producto, en ventas mayores donde la unidad mínima de compra se mide por paquetes de producto y no unidades individuales. Esta última opción tiene la desventaja de reducir significativamente el target de clientes potenciales interesados en comprar a través de este medio y el precio se convierte la variable decisoria sin lugar a dudas.

Entre más bajo es el precio del producto, más compleja es la operación, por cuanto, el volumen requerido para lograr el punto de equilibrio es alto y requiere de una mayor impacto en ventas sobre los clientes potenciales para el producto. Adicionalmente, este canal se ha convertido en una excelente herramienta para reducción de costos, por lo que de las 4P los competidores aplican estrategias enfocadas en precio más que en calidad, Logística y/o promoción. La principal razón es que la calidad no puede comprobarse, la logística se puede igualar fácilmente gracias a los servicios ofrecidos y la promoción es indispensable para hacer notar el producto.

La principal ventaja de utilizar este medio, además de reducir la necesidad de un intermediario, radica en que permite llegar a un alto volumen de clientes potenciales y por lo mismo desarrollar una base de datos, que adecuadamente alimentada puede generar retención de clientes periódicos que ayuden a asegurar un volumen de ventas mínimo para sostenimiento y beneficio de la empresa. El reto, entonces, resulta en como retener ó inclusive fidelizar dichos cliente, pero este tema esta fuera del alcance de este trabajo.

Debido a que el contacto directo o inclusive vía telefónica, se vé altamente reducido, la calidad, periodicidad e impacto de las comunicaciones electrónicas resulta ser un diferenciador por el cuál un cliente puede o no volver a comprar. Debido a esto, el seguimiento continuo y respuesta oportuna se hacen indispensables. La utilización de herramientas de CRM por ende, se recomienda.

La elaboración de una pagina Web que sea amigable y permita fácilmente al consumidor poder conocer elementos de la empresa y los productos que vamos a comercializar es clave durante el proceso de venta, la mayoría de los usuarios especialmente en el mercado de los Estados Unidos verifican las referencias antes de realizar cualquier compra, el mercado de la Internet los hace que puedan explorar gran cantidad de proveedores con el mismo producto en tan solo unos segundos, para convertirse en su mejor opción de compra el conocimiento del la mayor cantidad de datos aseguran la confianza para una excelente compra.

Se debe recurrir a varias opciones dentro de los proveedores de comercialización que existen en la Internet, podemos resaltar a eBay, Yahoo, derrámate, Mercadolibre como los

principales medios de consulta de los consumidores, pertenecer a los mas importantes aseguran que se logre un proceso de venta exitoso.

Los ahorros significativos se pueden lograr en el área logística, es muy importante conseguir un buen acompañamiento de un excelente proveedor que pueda recomendar las mejores opciones para disminuir los costos de una exportación, también es importante que tenga suficiente soporte en el manejo del transporte y almacenamiento. Por ultimo que su canal de respuesta a nuestro cliente final sea mas eficiente que el de llevar la mercancía hasta sus bodegas, pues la parte final del proceso en la que el cliente pueden generar el mejor punto de evaluación de su satisfacción.

Buscar constantemente opciones de apoyo en las diferentes organizaciones del Estado que puedan aportar al mejor desempeño de la exportación, son valores agregados que facilitan el proceso. Igualmente revisar todos los tratados comerciales entre los países comercializadores, facilita en gran medida la penetración del nuevo mercado.

Recurrir a otras opciones online para promover los productos es una de las mejores alternativas que se puede adoptar, tener la posibilidad de llegar a un público más amplio y segmentado, asegura que la respuesta del consumidor puede ser mas precisa. Contar con ayudas como los adwares, ó los links que se llegan a implantar en blogs u otros medios de comunicación de la red, permiten generar buen ruido y que clientes potenciales se interesen en nuestros productos. El soporte de una buena página WEB y un canal de distribución óptimo son el paso final para lograr que todos los puntos estén alineados para ser coherentes con cualquier estrategia que se llegue a manejar.

Establecer un moderno sistema de comunicación en el que se pueda garantizar una respuesta inmediata al consumidor, en el que sienta que tiene todo el respaldo para hacer sus compras, la red nunca duerme eso quiere decir que siempre hay personas que están dispuesta a efectuar sus compras a cualquier hora del día, pero contar con una respuesta inmediata hace que se logre esa confianza tan necesaria en cada negocio. El uso de comunicación VOIP (Telefonía IP que gracias a su bajo costo es una excelente opción para PYMES) puede mejorar esa relación y establecer un contacto directo en Internet entre distribución y consumidor.

El uso de varios sistemas de pago que puedan dar facilidad al consumidor y que se encuentren en las opciones optimas de uso de los clientes, fortalece el proceso de credibilidad que debemos generar con el consumidor, saber que sus transacciones serán seguras es muy importante para nuestro usuario a la hora de pagar, solo se logra con proveedores respaldados y conocidos entre el grupo que habitualmente utiliza la red para comprar.

Revisar constantemente los indicadores económicos, permite tomar mejores decisiones en el corto y mediano plazo, la exportación exige que para un buen resultado la economía del país de origen siempre este devaluando, de lo contrario generara unos gastos altos y una baja rentabilidad. El crecimiento económico del país destino también ayuda a asegurar el éxito del negocio. Los índices inflacionarios solo son el reflejo de la probabilidad de que las ventas sigan creciendo, entre mas alta sea esta, menores serán los ingresos, pues gran parte del mercado se dedicara a revisar su gasto antes de hacer cualquier compra.

Los costos de exportación pueden llegar a ser muy elevados, lo mejor es hacer llegar la mercancía al puerto de destino y generar un punto de acopio para la distribución local. Aunque los costos de bodegaje pueden aumentar se debe garantizar la rotación de la mercancía, este costo se puede equilibrar al disminuir el impacto del transporte sobre el volumen de la carga.



## BIBLIOGRAFIA

ALLEN, Robert G. Multiple Streams of Internet Income. New Jersey, USA. Ed: Jhon Wiley. Capítulos: 3 – 9.

ANDRIANI, Carlos S. Un nuevo sistema de gestión para lograr PYMES de clase mundial. Mexico. Ed. Norma. 330 p.

DRALLE, Lynn. The Unofficial Guide to making Money on Ebay. Hoboken, NJ, USA. Ed. Weley Publishing. 358 p.

GUTIERREZ PERILLA. Rogelio. Manual para Importadores y Exportadores. Bogotá. Ed Guadalupe Ltda.. 305 p

RICH, Jason R. The Unofficial Guide to starting a business Online. Ebay. Hoboken, NJ, USA. Ed. Weley Publishing. 420 p.

Plant, Robert. Ecommerce, Formulación de una Estrategia. Buenos Aires, Argentina. Prentice Hall. 376 p.

Ejemplo de herramientas para publicidad en Mercado Libre:

<http://pmsapp.mercadolibre.com.co/jm/ml.pms.servlets.tools.CreateToolControlDispatcher?action=tutorial>

EXPOPYME. Paginas instructivas para PYMES que van a exportar:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/expopyme/NewsDetail.asp?ID=1001>

Paginas para Creación de cuentas en Internet y administración de páginas:

[www.webtrends.com](http://www.webtrends.com), [www.godaddy.com](http://www.godaddy.com) y [www.clickincome.com](http://www.clickincome.com)

ZEIKY : Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior:

<http://www.proexport.com.co/VbeContent/zeiky/Zeiky.asp>

## ANEXO 1

Ejemplo página Mercado Libre:

Página Tienda Makala Accesorios:

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the Mercado Libre website for the store 'MAKALA ACCESORIOS'. The browser's address bar shows the URL 'http://eshops.mercadolibre.com.co/makalacolombia/'. The website header includes the Mercado Libre logo and navigation links: Home, eShops, Inscripción, Mi MercadoLibre, Vender, and Ayuda. Below the header, there is a banner for 'MAKALA ACCESORIOS' with a description: 'Makala Accesorios es una empresa 100% Colombiana dedicada al diseño, elaboración y comercialización de accesorios creados especialmente para las mujeres que buscan estar a la vanguardia de la moda.' The seller information shows 'Vendedor: MAKALACOLOMBIA (0) NUEVO' with a '0%' rating for both positive and negative feedback, and a 'Ver Reputación' link. A search bar is located on the left side. The main content area features a 'Galería de artículos' with a single item displayed: 'Collar Cascabel - Línea Verano Ref. C190-07' priced at '\$ 30500.00'. Below the gallery, there is a 'Diccionario de iconos' section with links for Foto, MercadoLider, MercadoLider Gold, Subasta Normal, Precio de Reserva, Compra Inmediata, MercadoPago, and Hot. The footer contains a list of countries (Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, eBay, Ecuador, México, Panamá, Perú, Rep. Dominicana, Uruguay, Venezuela) and various site links like 'Home', 'Sobre MercadoLibre', 'Investor Relations', 'Publicidad', 'Mapa del Sitio', 'MercadoSocios', 'Políticas', 'Centro de Seguridad', 'Programa de Protección al Comprador', and 'Opiniones y Catálogo BETA'. The Windows taskbar at the bottom shows the Start button, several application icons, and the system clock displaying '08:36 p.m.'.



Página Ejemplo Producto para venta:

The screenshot shows a web browser window displaying a Mercado Libre product listing. The browser's address bar is empty, and the page title is "Collar Cascabel - Línea Verano REF. C190.07". The page features the Mercado Libre logo, a navigation menu with options like "Inscripción", "Preguntas", "Home", "Vender", "Mi Cuenta", "Mapa del Sitio", and "Salir". Below the navigation is a search bar with the text "Buscar:" and a yellow "Ir" button. A blue banner with a watch image asks "¿Buscas el reloj ideal? Conoce la opinión de expertos" with a right-pointing arrow. The main product section is titled "Collar Cascabel - Línea Verano REF. C190.07" and includes a breadcrumb trail: "Relojes y Joyas -> Joyería -> Collares". The product image shows a necklace with various colored beads and a black cord. To the right of the image, the price is listed as "Precio Final: \$ 30500.00" and "o 6 cuotas de \$ 5506" via MercadoPago. The seller is identified as "MAKALACOLMBIA (0)" with a "Nuevo" badge and a reputation of "0% calificaciones positivas (0% negativas)". The product is new, located in Distrito Especial, and has 7 visits. A "Comprar" button is visible. Below the product details, there are links for "Inscríbete gratis aquí", "¿Cómo Comprar?", "¿Cómo Vender?", "Ver preguntas al Vendedor", "Sequ coastal este artículo", and "Envíale este artículo a un amigo". A warning section states: "Consejos para una transacción segura y exitosa. Haz clic aquí. El vendedor asume la total responsabilidad por la publicación del artículo. ¿Crees que este artículo está en contra de las políticas de MercadoLibre? Infórmao aquí." The description section is highlighted in yellow and contains the text: "Garantía: 6 meses de Garantía contra todo tipo de defecto. Si deseas mantenimiento o garantía contra todo puedes solicitarla adicionalmente (costo adicional n o incluido). Juego de collar y aretes elaborado con cadena bronce, cinta de raso, figuras bronce."

Inscripción Preguntas Home **Vender** Mi Cuenta Mapa del Sitio Salir

Navegar Vender Buscar Mi MercadoLibre MercadoPago Comunidad Ayuda

Buscar: Ir

¿Buscas el reloj ideal?  
Conoce la opinión de expertos

Collar Cascabel - Línea Verano REF. C190.07 Artículo: #5579786

Relojes y Joyas -> Joyería -> Collares

Precio Final: \$ 30500.00 **Compra Inmediata**

o 6 cuotas de \$ 5506 MercadoPago Paga en cuotas | Ver formas de pago

Vendedor: MAKALACOLMBIA (0) Nuevo  
Puntaje del vendedor: 0  
0% calificaciones positivas (0% negativas)  
Miembro desde: 05/11/2007 | Ver reputación  
Ver artículos del vendedor | Ver eShop

Tipo de producto: Nuevo  
Ubicación: Distrito Especial  
Finaliza en: 28d 21h (22/07/2008 17:43)  
Cant. de ofertas: 0 Visitas: 7

Cantidad: 1  
Tu Oferta: \$ 30500.00 **Comprar**

Inscríbete gratis aquí ¿Cómo Comprar? ¿Cómo Vender? ¿? Ver preguntas al Vendedor Sequ coastal este artículo Envíale este artículo a un amigo

► **Consejos para una transacción segura y exitosa. Haz clic aquí.**  
► El vendedor asume la total responsabilidad por la publicación del artículo. ¿Crees que este artículo está en contra de las políticas de MercadoLibre? Infórmao aquí.

**Descripción**  
Garantía: 6 meses de Garantía contra todo tipo de defecto. Si deseas mantenimiento o garantía contra todo puedes solicitarla adicionalmente (costo adicional n o incluido)  
Juego de collar y aretes elaborado con cadena bronce, cinta de raso, figuras bronce.

Microsoft Internet Explorer window showing a MercadoLibre product page for 'Collar Cascabel - Linea Verano REF. C190-07 - \$ 30500.00'. The page includes a description, payment methods (MercadoPago, VISA, Mastercard, Bancolombia, Efecty), shipping details, and a 'Preguntas al Vendedor' section.

Address: [http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-5579786-collar-cascabel-linea-verano-ref-c190-07-\\_JM](http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-5579786-collar-cascabel-linea-verano-ref-c190-07-_JM)

MercadoLibre? Infórmalo [aquí](#)

### Descripción

Garantía: 6 meses de Garantía contra todo tipo de defecto. Si deseas mantenimiento o garantía contra todo puedes solicitarla adicionalmente (costo adicional n o incluido)

Juego de collar y aretes elaborado con cadena bronce, cinta de raso, figuras bronce, cascabeles y monedas en nacar.

Único color disponible.

[Volver arriba](#)

### Formas de Pago y Envío

Métodos de Pago aceptados:

Usando **MercadoPago** puedes pagar con ( ) hasta en **24 cuotas** con tarjeta a [tasas convenientes](#).

También puedes pagarle directamente al vendedor con:  
Consignación , Efectivo , A convenir

---

Datos de Envío:

El artículo se encuentra en: Bogotá, Distrito Especial, Colombia ([Envío este artículo a otros países](#))  
Envío a cargo del: Comprador  
Métodos de envío: A convenir , Mensajería Especializada  
Costo de envío: No especificado

[Volver arriba](#)

### Preguntas al Vendedor

[Hazle una pregunta al Vendedor](#)

[Volver arriba](#)

Done | Start | Internet | 08:37 p.m.

## ANEXO 2



### ¿QUE HACER PARA EXPORTAR?

Bienvenido al ZEIKY, su Centro de Empresarial de Negocios. Nuestra labor es asesorar en los temas básicos de comercio exterior, a los empresarios que van a iniciar el proceso de exportación de sus productos.

**NUESTRO HORARIO DE ATENCION:** **Lunes a Jueves:** 9:00 AM a 4:00 PM Jornada Continua  
**Viernes:** 9:00 AM a 1:00 PM Jornada Continua

A continuación encontrará los pasos básicos para realizar una exportación. Le aconsejamos complementar esta información con la Guía Para Penetrar Mercados Internacionales disponible en la página Web de Proexport y El Programa de Formación Exportadora – PFE (consulte mayor información al respecto a través de nuestra línea de Comercio Exterior)

#### 1. REGISTRO COMO EXPORTADOR:

El Gobierno Nacional ha expedido el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de MINHACIENDA, por el cual se reglamenta el Registro Único Tributario (RUT), el cual se constituye como el nuevo y único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos Y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de exportación, se debe tramitar el registro especificando esta actividad. Teniendo en cuenta que el RUT sustituyó e incorporó, entre otros, el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, es importante que los interesados observen estrictamente las disposiciones establecidas para el efecto, tanto en el Decreto 2788 como en la resolución 8348 ambos de 2004. Esto último se sustenta en la Circular Externa # 062 de Mincomercio, que deroga las circulares externas No. 020 y No. 031 del 19 y 25 de febrero de 2000, y la No. 050 del 30 de Octubre de 2003 de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

#### 2. ESTUDIO DE MERCADO Y LOCALIZACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL:

La exportación requiere inicialmente de una selección de mercados, donde se determinen las características específicas del país o región a donde se quiere exportar: identificación de canales de distribución, precio de la exportación, hábitos y preferencias de los consumidores del país o región, requisitos de ingreso, vistos buenos, impuestos, preferencias arancelarias y otros factores que están involucrados en el proceso de venta en el exterior. Para esto Usted cuenta con herramientas como el sistema de Inteligencia de Mercados de la página Web de PROEXPORT.

#### 3. UBICACIÓN DE LA POSICIÓN ARANCELARIA:

Para localizar la posición arancelaria de su producto tiene dos opciones: 1) a través del arancel de aduanas y 2) con la ayuda informal que le brinda el Centro de Información Empresarial ZEIKY. (Es importante aclarar que la DIAN es el único Ente autorizado para determinar posiciones arancelarias, según el Decreto 2685 de 1999 Art.236 y la Resolución 4240/00 Art. 154 al 157 de la DIAN – División de aranceles, tel. 607 99 99 Ext. 2128/2129. Costo: medio salario mínimo).

#### 4. PROCEDIMIENTO ANTE EL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

**4.1. Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de determinación de Origen:** si el comprador en el exterior exige el certificado de origen para obtener una preferencia arancelaria, el exportador deberá bajar de la página del Ministerio de Comercio, la forma 02 ó 02A (para Artesanías), con su correspondiente instructivo. Este certificado tiene vigencia de dos (2) años a partir de su aprobación. Diligencielo y preséntelo en original y una copia, junto con el Certificado de Cámara de Comercio y copia del nuevo RUT, en la ventanilla de correspondencia del MINCOMERCIO, Calle 28 No. 13A – 15, Primer piso, Local 1 en Bogotá, o en la Dirección Territorial más cercana.

**4.2 Solicitud de Criterios de Origen:** luego de tener aprobada la Solicitud del Criterio de Origen de su producto (FORMA 02 ó 02A) y si requiere Certificado de Origen consigne \$10.000 en la cuenta empresarial No. 01099215-4 en BANCAFE a nombre del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Según el país al que vaya a exportar, tenga en cuenta los siguientes códigos para la consignación: Una vez tenga la confirmación de pedido del exterior, elabore la factura comercial, diligencie el certificado de origen y preséntelo en la Calle 28 No. 13A – 15, Primer piso, Local 3 (Grupo Operativo Bogotá) o en la Dirección Territorial más cercana, acompañado de copia o fotocopia de la factura comercial. Se debe tener en cuenta que a partir del 1 de octubre de 2007 circular 032 de 2007, este tramite se debe hacer vía electrónica, a través de [www.vuce.gov.co](http://www.vuce.gov.co) modulo FUCE (Preguntar procedimiento en Zeiky).

Código 250	SGP: Países de la Unión Europea, Europa Oriental, Japón y Canadá	Código 257	PANAMA
Código 251	ATPA: Estados Unidos	Código 258	CHILE

Centro Empresarial De Negocios – ZEIKY  
Calle 28 # 13A-15, Piso 1, Local 8, Bogotá D.C., Colombia  
INFOMUNDO CONTACT CENTER : en Bogotá (1) 4199450 o a nivel nacional (01900) 331-0021



Código 252	Certificado Origen para exportación de textiles Unión Europea	Código 260	Terceros Países
Código 255	COMUNIDAD ANDINA y ALADI (Países de Latinoamérica Incluyendo Cuba, excepto Argentina, Brasil, Uruguay).	Código 271	CARICOM
Código 256	GRUPO DE LOS TRES: Únicamente México	Código 273	CAN - MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay).

#### 4. PROCEDIMIENTOS DE VISTOS BUENOS:

Es importante que consulte si su producto requiere de vistos buenos y/o permisos previos para la autorización de la exportación. Estos deben ser tramitados antes de presentar la declaración de exportación (DEX) ante la DIAN. Algunos ejemplos: ICA (Sanidad animal y vegetal), INVIMA (Medicamentos, Alimentos, Productos Cosméticos), Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (Preservación Fauna y Flora Silvestre), DAMA (Madera), INCODER (reúne al INCORA, el INAT, el INPA y el DRI), INGEOMINAS (Piedras Preciosas y Esmeraldas), Ministerio De Cultura (Arte, Cultura y Arqueología), etc. Otros productos están sujetos a cuotas como el azúcar y la panela a Estados Unidos, o el banano y atún a la Unión Europea, entre otros. (A partir de enero de 2005 no es necesaria la Visa Textil para USA Y Puerto Rico. Ver Circular Externa No. 047 de 2004 Mincomercio).

#### 5. PROCEDIMIENTOS ADUANEROS PARA DESPACHO ANTE LA DIAN:

Una vez tenga lista la mercancía verifique los términos de negociación (INCOTERMS) y si es el caso utilice un Agente de Carga (Vía Aérea) o Agente Marítimo para la contratación del transporte internacional. Compre el formulario Declaración de Exportación- DEX (Cód. 62.003.2000), que cuesta COP\$6.000, en Bogotá en la Avda. 88 No. 22-81 (DIAN), diligéncielo y trámitelo directamente si su exportación tiene un valor inferior a USD\$1.000. Si su exportación es superior a USD \$1.000 debe realizar este procedimiento a través de una Sociedad de Intermediación Aduanera – SIA, que esté autorizada por la DIAN para hacerlo. La Declaración de Exportación debe presentarse ante la Administración de Aduanas por donde se va a despachar la mercancía, anexando los siguientes documentos:

1. Factura Comercial
2. Lista de Empaque (si se requiere)
3. Registros Sanitarios o Vistos Buenos (si lo requiere el producto)
4. Documento de Transporte
5. Otros documentos exigidos para el producto a exportar

Una vez presentados los documentos e incorporados al sistema informático aduanero, este determina si se requiere inspección física o documental, la cual se hace en las bodegas del puerto de salida, la aerolínea o en el lugar habilitado por la DIAN. Terminada esta diligencia y si todo está bien la mercancía puede ser embarcada y despachada al exterior.

#### 6. MEDIOS DE PAGO

Es importante tener en cuenta la forma en que su cliente pagará la exportación. Para esto existen diferentes instrumentos de pago internacional, como cartas de crédito, letras avaladas, garantías Standby, entre otras, que le brindan seguridad en la transacción. **¡ASEGÚRESE!**

Lo invitamos a que contacte a su asesor de BANCOLODEX en el ZEIKY, para que de manera conjunta estructuraremos cada uno de sus negocios de acuerdo con sus necesidades.

#### 7. PROCEDIMIENTOS CAMBIARIOS (REINTEGRO DE DIVISAS):

Toda exportación genera la obligación de reintegrar las divisas a través de los intermediarios cambiarios (bancos Comerciales y demás entidades financieras) por tanto los exportadores deben efectuar la venta de las divisas a estos intermediarios, para lo cual se debe reclamar y diligenciar ante dicha entidad el formulario Declaración de Cambio N°2.

#### **ESPECIAL: EXPORTACION DE MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL**

Todo producto que se exporte por esta modalidad debe cumplir con las normas sanitarias o vistos buenos pertinentes, en caso de requerirse. Los requisitos para utilizar este tipo de exportación son:

- Elaboración de Factura Comercial o Factura Proforma, indicando el valor para efectos aduaneros y cantidad.
- Certificado de origen si es exigido por el comprador en el exterior.
- Diligenciamiento de la Declaración Simplificada de Exportación (Cod 610) en la oficina de la DIAN por donde se va a despachar la mercancía (esto se hace a través del sistema electrónico de la DIAN)
- **NOTA:** Existen algunos productos que no se pueden exportar por este régimen. Para consultar el listado, vea el estatuto aduanero (Dec. 2885/99). Cada exportador tiene un cupo de USD \$10.000 anuales bajo esta modalidad.

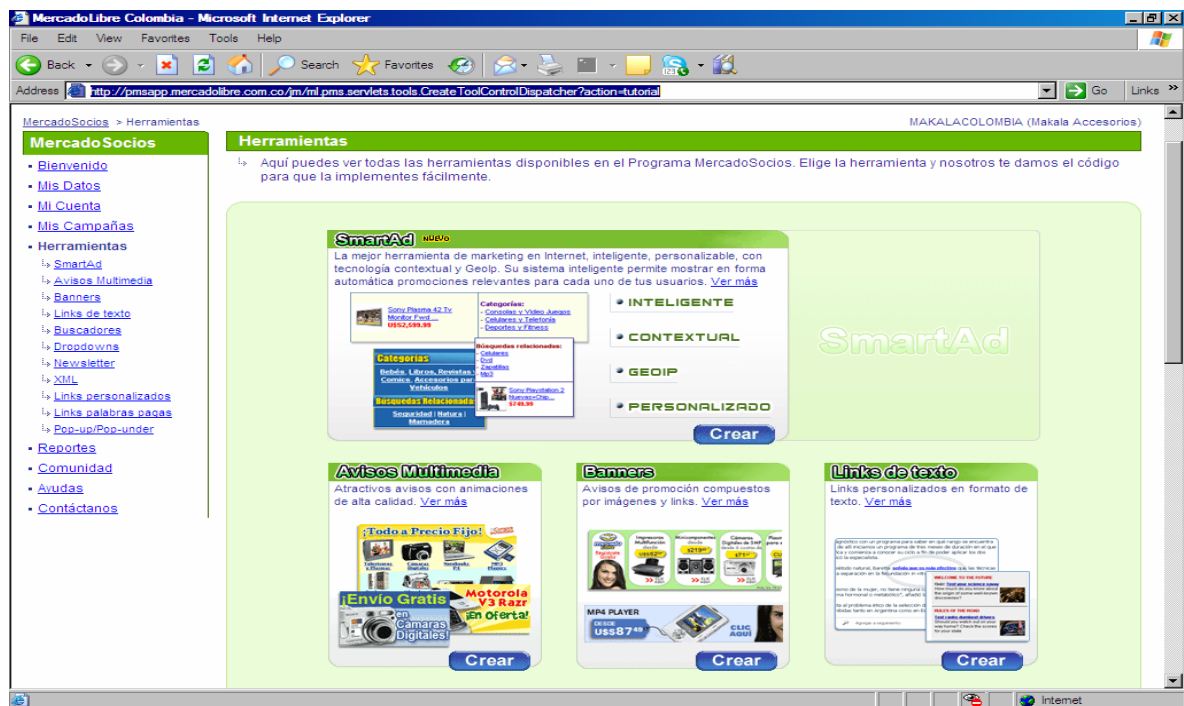


## ANEXO 3

Ejemplo de la pagina

<http://pmsapp.mercadolibre.com.co/jm/ml.pms.srvlets.tools.CreateToolControlDispatcher?action=tutorial>

Que ofrece servicios promocionales en internet para Mercadolibre.



The screenshot shows the MercadoLibre Colombia website interface in Microsoft Internet Explorer. The browser's address bar displays the URL: <http://pmsapp.mercadolibre.com.co/jm/ml.pms.srvlets.tools.CreateToolControlDispatcher?action=tutorial>. The page title is "MercadoLibre Colombia - Microsoft Internet Explorer".

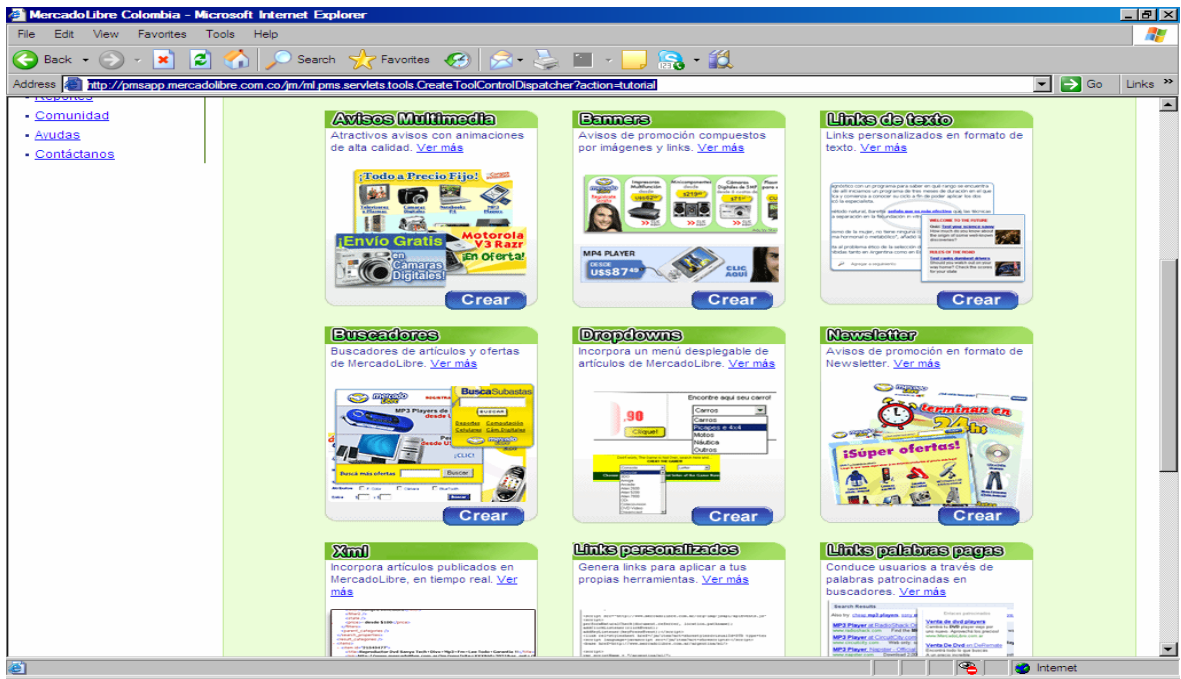
The main content area is titled "Herramientas" (Tools) and features a green header. Below the header, there is a navigation menu on the left with the following items:

- MercadoSocios > Herramientas
- MercadoSocios
- Bienvenido
- Mis Datos
- Mi Cuenta
- Mis Campañas
- Herramientas
  - SmartAd
  - Avisos Multimedia
  - Banners
  - Links de texto
  - Buscadores
  - Dropdowns
  - Newsletter
  - XML
  - Links personalizados
  - Links palabras pagas
  - Pop-up/Pop-under
- Reportes
- Comunidad
- Ayudas
- Contactanos

The main content area contains several promotional tool cards:

- SmartAd**: Described as "La mejor herramienta de marketing en Internet, inteligente, personalizable, con tecnología contextual y Geolo." It lists features: INTELIGENTE, CONTEXTUAL, GEOIP, and PERSONALIZADO. A "Crear" button is visible.
- Avisos Multimedia**: Described as "Atractivos avisos con animaciones de alta calidad." It features a "Crear" button.
- Banners**: Described as "Avisos de promoción compuestos por imágenes y links." It features a "Crear" button.
- Links de texto**: Described as "Links personalizados en formato de texto." It features a "Crear" button.

The browser's status bar at the bottom shows the Internet Explorer logo and the text "Internet".



MercadoLibre Colombia - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Home Search Favorites Refresh Print Mail Stop

Address <http://pmsapp.mercadolibre.com.co/jm/ml.pms.servlets.tools.CreateToolControlDispatcher?action=tutorial> Go Links

### Xml

Incorpora artículos publicados en MercadoLibre, en tiempo real. [Ver más](#)

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<items>
  <item>
    <id>1234567890</id>
    <title>Camiseta amarilla</title>
    <description>Camiseta amarilla de fútbol</description>
    <price>10000</price>
  </item>
</items>

```

**Crear**

### Links personalizados

Genera links para aplicar a tus propias herramientas. [Ver más](#)

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<links>
  <link>
    <url>http://www.mercadolibre.com.co/</url>
    <description>Inicio MercadoLibre</description>
  </link>
</links>

```

**Crear**

### Links palabras pagas

Conduce usuarios a través de palabras patrocinadas en buscadores. [Ver más](#)


Search Results

Abra by [class.html](#)

**Crear**

### Pop-up/Pop-under

Implementa avisos que se abren cada vez que un usuario ingrese a tu sitio. [Ver más](#)



**Crear**

[Home](#) | [Inscripción](#) | [Cómo funciona](#) | [Herramientas](#) | [Historias de éxito](#) | [Comunidad](#) | [Ayudas](#)  
[MercadoSocios](#) | [MercadoLibre](#)

El Programa MercadoSocios se rige por el [Contrato Operativo](#). El uso de este sitio web implica la aceptación de los [Términos y Condiciones](#) de MercadoLibre Colombia S.A.  
 Copyright © 1999-2007 MercadoLibre Colombia S.A.

<b>NOMBRE DEL POSTGRADO</b>	ESPECIALIZACION EN GERENCIA COMERCIAL
<b>TITULO DEL PROYECTO</b>	ANALISIS Y DESARROLLO DE UN NUEVO CANAL DE VENTAS EN LA EMPRESA MAKALA ACCESORIOS COMO UN MEDIO DE EXPORTACION Y VENTA NACIONAL DE SUS PRODUCTOS
<b>AUTORES</b>	RUBEN DARIO ARANA QUIJANO, AHMED BULTAIF ROLDAN
<b>AÑO Y MES</b>	2009 MARZO
<b>NOMBRE DEL ASESOR</b>	ALVARO JOSE ANGEL
<b>DESCRIPCION</b>	<p>Este estudio fue desarrollado con el único fin de buscar facilitar a microempresas y Pymes la posibilidad de establecer un canal de ventas adicional a los comúnmente utilizados. Con base en Internet y utilizando como medio intermediadores con mercados virtuales como Ebay, estas pequeñas empresas pueden llegar a un mayor volumen de personas en otras ciudades e inclusive fuera del país. Para ventas en el exterior, es necesario establecer también, uno de los medios más sencillos por medio de las SIA(Sociedades de intermediación Aduanera) y las CI (Comercializadoras Internacionales). El estudio muestra finalmente una guía básica de cómo iniciar y que puntos tener presente desde la contratación del servicio hasta la exportación del producto.</p> <p>This study was developed only with the purpose of facilitating small and medium enterprises (SME) implementation of a new channel in addition to the regular ones they are already using. Based on The Internet and using as a mean, online marketplaces such as Ebay, this small business can reach a bigger amount of customers in other cities and even out of the country. In order to sell abroad, it is also essential to establish one of the ways to do so, with the help of customs brokerage companies or International Traders. Finally, this study also has a basic follow up guide to show highlights about how to star from hiring the Internet service up to the exportation of the goods.</p>
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Internet, Bisuteria, Collar, Bolso, Web, Exportacion, Comercio, Internacional, Pagina, Pyme,
<b>SECTOR ECONOMICO</b>	42.02 Y 71.17
<b>TIPO DE INVESTIGACION</b>	DESCRIPTIVA
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	Analizar y desarrollar la aplicación de un canal de ventas vía Internet como medio de comercialización para la exportación y venta a nivel nacional en la Empresa MAKALA ACCESORIOS
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar los requerimientos básicos para llevar los productos de la empresa a Internet y comercializarlos</li> <li>- Desarrollar un análisis de costos y volumen de ventas necesarios para superar el punto de equilibrio de la operación en Internet.</li> <li>- Establecer mediante un análisis comparativo, las tres empresas intermediarias, más sobresalientes para la comercialización de productos a través de Internet</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los requisitos mínimos requeridos por la regulación Colombiana Para la Exportación de bienes materiales</li> <li>- Diseñar los pasos para hacer efectiva la activación de un nuevo canal para ventas vía Internet.</li> <li>- Determinar el tipo de producto a exportar y la zona geográfica a seleccionar teniendo en cuenta el impacto de acuerdos económicos, políticas arancelarias e impositivas y variaciones en tasa de cambio.</li> </ul>
<b>FUENTES BIBLIOGRAFICAS</b>	<p>ALLEN, Robert G. Multiple Streams of Internet Income. New Jersey, USA. Ed: Jhon Wiley. Capítulos: 3 – 9.</p> <p>ANDRIANI, Carlos S. Un nuevo sistema de gestión para lograr PYMES de clase mundial. Mexico. Ed. Norma. 330 p.</p> <p>DRALLE, Lynn. The Unofficial Guide to making Money on Ebay. Hoboken, NJ, USA. Ed. Weley Publishing. 358 p.</p> <p>GUTIERREZ PERILLA. Rogelio. Manual para Importadores y Exportadores. Bogotá. Ed Guadalupe Ltda.. 305 p</p> <p>RICH, Jason R. The Unofficial Guide to starting a business Online. Ebay. Hoboken, NJ, USA. Ed. Weley Publishing. 420 p.</p> <p>Plant, Robert. Ecommerce, Formulación de una Estrategia. Buenos Aires, Argentina. Prentice Hall. 376 p.</p> <p><u><a href="http://pmsapp.mercadolibre.com.co/jm/ml.pms.servlets.tools.CreateToolControlDispatcher?action=tutorial">Ejemplo de herramientas para publicidad en Mercado Libre:</a></u>  <u><a href="http://pmsapp.mercadolibre.com.co/jm/ml.pms.servlets.tools.CreateToolControlDispatcher?action=tutorial">http://pmsapp.mercadolibre.com.co/jm/ml.pms.servlets.tools.CreateToolControlDispatcher?action=tutorial</a></u></p> <p>EXPOPYME. Paginas instructivas para PYMES que van a exportar:  <a href="http://www.proexport.com.co/VBeContent/expopyme/NewsDetail.asp?ID=1001">http://www.proexport.com.co/VBeContent/expopyme/NewsDetail.asp?ID=1001</a>  Paginas para Creación de cuentas en Internet y administración de páginas:  <a href="http://www.webtrends.com">www.webtrends.com</a>, <a href="http://www.godaddy.com">www.godaddy.com</a> y <a href="http://www.clickincome.com">www.clickincome.com</a>  ZEIKY : Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior:  <a href="http://www.proexport.com.co/VbeContent/zeiky/Zeiky.asp">http://www.proexport.com.co/VbeContent/zeiky/Zeiky.asp</a></p>
<b>RESUMEN CONTENIDO</b>	<p><b>INTRODUCCION</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollo de entrevistas de profundidad <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Entrevista Gerente General Makala Accesorios</li> <li>1.2. Entrevista Proexport y EVOCA</li> <li>1.3. Conclusiones</li> </ol> </li> <li>2. Análisis de Intermediarios Potenciales <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Comparativo de servicios Ebay, Yahoo Shops, Amazon, Mercado Libre</li> <li>2.2. Comparativo de Costos</li> </ol> </li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Análisis de requerimientos <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. Requerimientos del sitio y página en Internet</li> <li>3.2. Requerimientos para Iniciar una pagina en línea con opción de compras</li> <li>3.3. Requerimientos para utilizar el intermediario seleccionado</li> </ul> </li> <li>4. Desarrollo de la estrategia comercial <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Definición del país a Exportar</li> <li>4.2. Requerimientos para la Exportación</li> <li>4.3. Definición del producto a exportar</li> <li>4.4. Posicionamiento del Sitio Web y medios de publicidad aplicables</li> </ul> </li> <li>5. Desarrollo paso a paso de la implementación de la estrategia para comercializar vía Internet con ayuda de una empresa intermediaria <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Instructivo paso a paso para ejecución del canal y aplicación del mismo en Makala Accesorios</li> <li>5.2. Mantenimiento del Sitio (Sugerencias y requerimientos)</li> <li>5.3. Próximos desarrollos</li> </ul> </li> <li>6. Análisis Financiero <ul style="list-style-type: none"> <li>6.1. Análisis del precio de venta</li> <li>6.2. Análisis del punto de Equilibrio</li> </ul> </li> <li>7. Conclusiones y sugerencias</li> </ul> <p>BIBLIOGRAFIA</p> <p>ANEXOS</p>
<b>METODOLOGIA</b>	<p>Entrevistas en profundidad con Makala, Proexport y Evoca</p> <p>Analisis comparativo de los principales proveedores para intermediacion de ventas por internet y paginas de soporte.</p> <p>Investigacion basica de requerimientos para el desarrollo de una pagina en internet con opcion de venta en linea.</p>

## CONCLUSIONES

A pesar de que en Colombia han mejorado notoriamente las herramientas disponibles para llegar a una exportación exitosa, aun para pequeñas y medianas empresas dicha labor resulta difícil ó casi imposible si no se cumple con las condiciones mínimas de presupuesto y tamaño que limitan la posibilidad de usar dichas herramientas. Para la empresa en análisis, una de las principales barreras de salida, resulta en conseguir un intermediario que permita hacer la exportación a su nombre. Sin embargo, una vez sorteado este obstáculo, el cual se genera para cualquier exportación sin que se utilice la metodología propuesta vía Internet, la necesidad de contar con un intermediario que venda el producto, efectivamente puede ser reemplazado por la utilización de una herramientas como Ebay, como medio para ofrecer de manera virtual cualquier producto, además ofrece la ventaja de permitir llegar a mas clientes de una manera económica y esta al alcance de cualquier microempresa ó empresario pequeño.

Un segundo reto resulta en lograr destacar los productos de la empresa de los de la competencia que está utilizando el mismo canal. La calidad, buena comunicación y diseño de la página en Internet se hacen requisito ineludibles para lograr captar la atención de un cliente potencial.

Si bien es factible vender desde un producto hasta miles por este medio, para lograr un correcto posicionamiento en precio vs. La competencia, es necesario hacer una inversión mayor para exportar un volumen de producto mayor que permita reducir los costos fijos de la exportación. Dentro de este análisis se requiere incluir los costos de almacenamiento y servicio de envío y/o administración de inventario en el país seleccionado. Una segunda opción resulta, dependiendo del producto, en ventas mayores donde la unidad mínima de compra se mide por paquetes de producto y no unidades individuales. Esta última opción tiene la desventaja de reducir significativamente el target de clientes potenciales interesados en comprar a través de este medio y el precio se convierte la variable decisoria sin lugar a dudas.

Entre más bajo es el precio del producto, más compleja es la operación, por cuanto, el volumen requerido para lograr el punto de equilibrio es alto y requiere de una mayor impacto en ventas sobre los clientes potenciales para el producto. Adicionalmente, este canal se ha convertido en una excelente herramienta para reducción de costos, por lo que de las 4P los competidores aplican estrategias enfocadas en precio más que en calidad, Logística y/o promoción. La principal razón es que la calidad no puede comprobarse, la logística se puede igualar fácilmente gracias a los servicios ofrecidos y la promoción es indispensable para hacer notar el producto.

La principal ventaja de utilizar este medio, además de reducir la necesidad de un intermediario, radica en que permite llegar a un alto volumen de clientes potenciales y por lo mismo desarrollar una base de datos, que adecuadamente alimentada puede generar retención de clientes periódicos que ayuden a asegurar un volumen de ventas mínimo para sostenimiento y beneficio de la empresa. El reto, entonces, resulta en como retener ó inclusive fidelizar dichos cliente, pero este tema esta fuera del alcance de este trabajo.

Debido a que el contacto directo o inclusive vía telefónica, se vé altamente reducido, la calidad, periodicidad e impacto de las comunicaciones electrónicas resulta ser un diferenciador por el cuál un cliente puede o no volver a comprar. Debido a esto, el seguimiento continuo y respuesta oportuna se hacen indispensables. La utilización de herramientas de CRM por ende, se recomienda.

La elaboración de una pagina Web que sea amigable y permita fácilmente al consumidor poder conocer elementos de la empresa y los productos que vamos a comercializar es clave durante el proceso de venta, la mayoría de los usuarios especialmente en el mercado de los Estados Unidos verifican las referencias antes de realizar cualquier compra, el mercado de la Internet los hace que puedan explorar gran cantidad de proveedores con el mismo producto en tan solo unos segundos, para convertirse en su mejor opción de compra el conocimiento del la mayor cantidad de datos aseguran la confianza para una excelente compra.

Se debe recurrir a varias opciones dentro de los proveedores de comercialización que existen en la Internet, podemos resaltar a eBay, Yahoo, derrámate, Mercadolibre como los principales medios de consulta de los consumidores, pertenecer a los mas importantes aseguran que se logre un proceso de venta exitoso.

Los ahorros significativos se pueden lograr en el área logística, es muy importante conseguir un buen acompañamiento de un excelente proveedor que pueda recomendar las mejores opciones para disminuir los costos de una exportación, también es importante que tenga suficiente soporte en el manejo del transporte y almacenamiento. Por ultimo que su canal de respuesta a nuestro cliente final sea mas eficiente que el de llevar la mercancía hasta sus bodegas, pues la parte final del proceso en la que el cliente pueden generar el mejor punto de evaluación de su satisfacción.

Buscar constantemente opciones de apoyo en las diferentes organizaciones del Estado que puedan aportar al mejor desempeño de la exportación, son valores agregados que facilitan el proceso. Igualmente revisar todos los tratados comerciales entre los países comercializadores, facilita en gran medida la penetración del nuevo mercado.

Recurrir a otras opciones online para promover los productos es una de las mejores alternativas que se puede adoptar, tener la posibilidad de llegar a un público más amplio y segmentado, asegura que la respuesta del consumidor puede ser mas precisa. Contar con ayudas como los adwares, ó los links que se llegan a implantar en blogs u otros medios de comunicación de la red, permiten generar buen ruido y que clientes potenciales se interesen en nuestros productos. El soporte de una buena página WEB y un canal de distribución óptimo son el paso final para lograr que todos los puntos estén alineados para ser coherentes con cualquier estrategia que se llegue a manejar.



Establecer un moderno sistema de comunicación en el que se pueda garantizar una respuesta inmediata al consumidor, en el que sienta que tiene todo el respaldo para hacer sus compras, la red nunca duerme eso quiere decir que siempre hay personas que están dispuesta a efectuar sus compras a cualquier hora del día, pero contar con una respuesta inmediata hace que se logre esa confianza tan necesaria en cada negocio. El uso de comunicación VOIP (Telefonía IP que gracias a su bajo costo es una excelente opción para PYMES) puede mejorar esa relación y establecer un contacto directo en Internet entre distribución y consumidor.

El uso de varios sistemas de pago que puedan dar facilidad al consumidor y que se encuentren en las opciones optimas de uso de los clientes, fortalece el proceso de credibilidad que debemos generar con el consumidor, saber que sus transacciones serán seguras es muy importante para nuestro usuario a la hora de pagar, solo se logra con proveedores respaldados y conocidos entre el grupo que habitualmente utiliza la red para comprar.

Revisar constantemente los indicadores económicos, permite tomar mejores decisiones en el corto y mediano plazo, la exportación exige que para un buen resultado la economía del país de origen siempre este devaluando, de lo contrario generara unos gastos altos y una baja rentabilidad. El crecimiento económico del país destino también ayuda a asegurar el éxito del negocio. Los índices inflacionarios solo son el reflejo de la probabilidad de que las ventas sigan creciendo, entre mas alta sea esta, menores serán los ingresos, pues gran parte del mercado se dedicara a revisar su gasto antes de hacer cualquier compra.

Los costos de exportación pueden llegar a ser muy elevados, lo mejor es hacer llegar la mercancía al puerto de destino y generar un punto de acopio para la distribución local. Aunque los costos de bodegaje pueden aumentar se debe garantizar la rotación de la mercancía, este costo se puede equilibrar al disminuir el impacto del transporte sobre el volumen de la carga.