

**Diferenciación como  
estrategia para el  
posicionamiento en  
el mercado**



La diferenciación constituye una opción estratégica, no sólo en un producto o servicio sino en toda la organización. Además de ser buenos como empresa, debemos ser diferentes, debemos encontrar factores que nos distinguen de los demás y aprovechar esta diferencia para ocupar un nicho específico en el entorno donde queremos operar.

En el caso de que se presenten imitaciones, podrán disminuirse posicionándose en el mercado con marcas registradas y denominaciones de origen.

Instrumentos de diferenciación desde el punto de vista del producto:

- Envases
- Marcas registradas
- Diseños
- Logos
- Patentes de proceso y producto
- Indicación de procedencia: origen
- Denominación de origen: origen y calidad

Elementos de diferenciación desde el punto de vista de la organización o microempresa:

- Ubicación de la organización o microempresa
- Aspecto interior y exterior de sus instalaciones
- Gama de productos
- Precio
- Imagen de las personas
- Servicios añadidos

La adecuada combinación de estos elementos da como resultado un comercio diferenciado, que permite que el cliente lo identifique y es fundamental para que no lo confunda con el resto de la competencia. En tal sentido existirá:

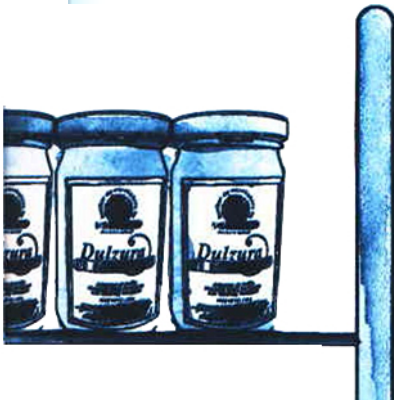
- Una asociación inmediata con las artesanías o productos artesanales y su calidad.
- Fidelidad con la marca, la procedencia y/o denominación de origen.

Se debe tener en cuenta que la marca –en muchos casos– sustituye al producto; tales son los casos de:

En lugar de pedir cerveza, en muchos casos se pide una «polarcita».

En lugar de hojillas se pide una «gilé»

En lugar de harina precocida de maíz, se conoce como «harina pan».



### Posibles usos o utilidades de las artesanías

Las artesanías deben apuntar a satisfacer una necesidad o un interés del comprador, lo cual puede manifestarse de diferentes formas; así tenemos:

- **Uso cotidiano:** cuando el comprador busca que la artesanía o producto artesanal le solucione o le facilite una actividad, un trabajo o sirva como un artículo de uso frecuente. Entre este grupo destacamos los siguientes: como prendas de vestir (sombreros, bufandas, ruanas, etc.). Como utensilios caseros (vasijas, vasos, cazuelas, cubiertos, etc.). Como muebles (camas, sillas, mesas, etc.). Como artículos de oficina (papele- ras, porta-lápices, pisapapeles, etc.). Como prendas decorativas o accesorios (zarcillos, pulseras, collares, etc.).
- **Uso decorativo:** el comprador adquiere la artesanía como recuerdo de viaje, fundamentalmente para adornar algún espacio de la casa, oficina, negocio, etc. Aquí se pueden mencionar, entre otros, las tallas, los cuadros, los tapices, las cerámicas, los móviles, etc.
- **Gusto estético:** el comprador adquiere la artesanía dándole un valor estético especial. No lo hace sólo para decorar y menos por su uso utilitario, sino por la gran satisfacción que le representa ser poseedor de esa obra. En este caso priva para el comprador lo artístico (pro-

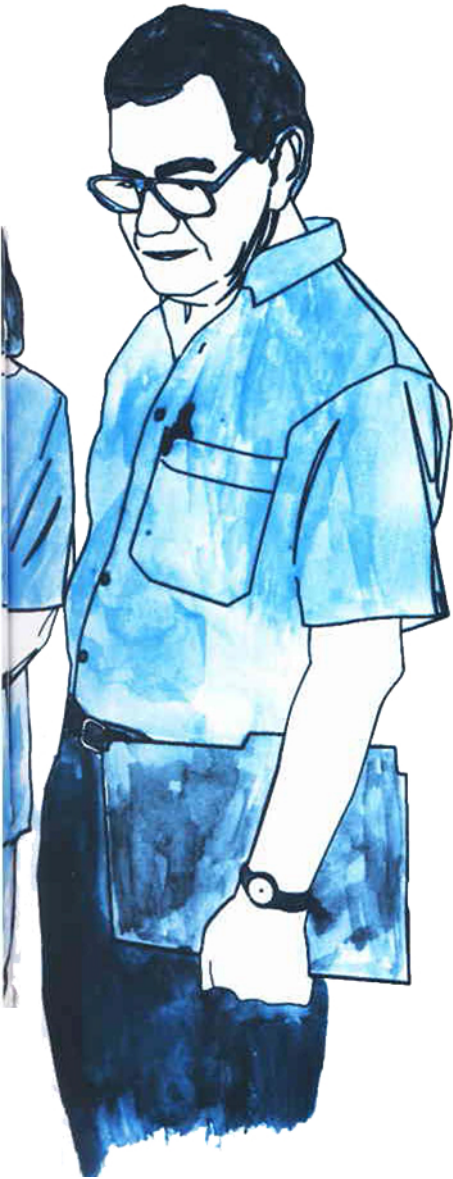
ductos originales, artesanía contemporánea).

- **Para dar regalos:** muchos compradores adquieren las artesanías o productos artesanales para poder contar con detalles llamativos, raros y baratos con los cuales pueden hacer excelentes regalos.
- **Para hacer más llamativos otros productos:** algunos comerciantes compran artesanías para utilizarlas como empaque de otros artículos, mejorando su presentación y haciendo más atractivos sus productos. Ejemplo: para ventas de dulces.



### Tipos de compradores o clientes

El mercado está constituido por los clientes reales, todas las personas que compran el producto o utilizan los servicios, y por los clientes potenciales, las personas que aunque actualmente no compran el producto, en un futuro pueden llegar a hacerlo, ya que viven cerca, consumen productos similares, poseen ingresos suficientes, etc.



### El comprador de artesanías y productos artesanales:

No todo el que compra artesanías lo hace porque quiere utilizarlas, ni tampoco todo el que las compra les da el mismo uso. Existen varios tipos de compradores, a saber:

**a** Comprador intermediario: este tipo de cliente compra para vender a un comprador final quien sí va a utilizar el producto, o compra para vender a otro intermediario.

A este comprador le interesa, ante todo, obtener ganancias en el proceso de compra-venta. Sin embargo, debemos suministrarle información adecuada sobre la calidad, características y proceso de producción de las artesanías en la búsqueda de aumentar las ventas.

**b** El comprador que utiliza el producto: dentro de éstos podemos encontrar:

- Quienes compran el producto y le dan el uso para el cual fue elaborado: una cesta para cargar algo; un sombrero para ponérselo, etc.
- El comprador que utiliza la artesanía para decorar un espacio o ambientar un negocio, un estudio, etc.

**c** El comprador que conoce y le gustan las artesanías o productos artesanales: son clientes convencidos, generalmente leídos, cultos y que se interesan por la parte histórica del producto, y hacen comparaciones con artículos que se producen en otros lugares. Ven y analizan las artesanías como la identidad cultural de los países.

**d** El comprador turista: se dividen en dos grupos:

**1** Los que ven en las artesanías o productos artesanales piezas raras, las valoran por ser hechas con las manos o de manera artesanal; generalmente son turistas extranjeros.

**2** Los que compran artesanías o productos artesanales pensando simplemente en llevar un detalle (*souvenir*); pueden ser turistas extranjeros o nacionales.