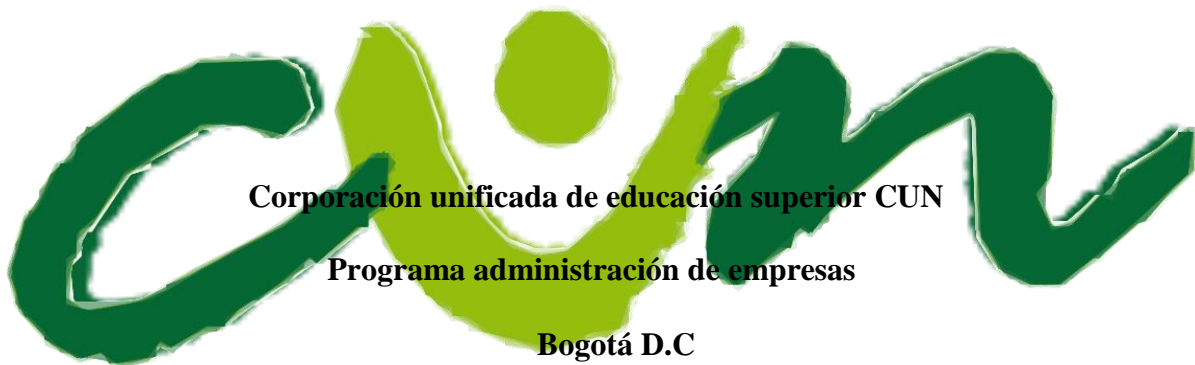


Opción de grado II
Artesanías vive arte Colombia

Trabajo de grado para título de tecnólogo

Janeth mercedes campo castro
tutor.: Claudia rozo



Corporación unificada de educación superior CUN

Programa administración de empresas

Bogotá D.C

Artesanías vive arte Colombia

Janeth mercedes campo castro

Trabajo de grado para título de tecnólogo

Corporación unificada de educación superior CUN

Programa administración de empresas

Bogotá D.C

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a dios a nuestros padres por su apoyo, motivación y el valor que nos inculcado, a nuestros maestros que han sido de gran ayuda en su direccionamiento para culminación de nuestros objetivos y todos los momentos que dedicaron para que este trabajo pudiera terminarse.

Tabla de contenido

INTRUDUCCION.....	1
1. Descripción del negocio.....	2
1.1 objetivo general	2
2. marco legal.....	3
3. misión.....	4
4. visión.....	4
5. valores.....	5
5.1 objetivos específicos.....	6
6. análisis de pestel.....	6
7. 5 fuerzas de porter.....	8
8. Análisis dofa.....	9
9. Cadena de valor.....	11
10. Plan de marketing.....	12
10.1 objetivo de la encuesta.....	12
10.1.2 ficha técnica.....	13
10.1.3 preguntas de la encuesta.....	14
10.1.4 conclusiones generales.....	22
10.2 Objetivo de la entrevista.....	23
10.2.1 ficha técnica del entrevistado.....	24

10.2.2 preguntas.....	24
10.2.3 análisis de las preguntas al entrevistado.....	27
10.2.4 conclusiones generales.....	28
11. descripción del producto.....	29
12. estrategia de publicidad.....	30
12.1 plaza.....	30
13. logo.....	31
14. ventajas.....	31
14.1 ventaja competitiva.....	31
14.2 ventaja comparativa.....	32
15. estrategia de promoción.....	33
16. estrategia de distribución.....	35
16.1 canales.....	35
CONCLUSIONES.....	37
BIBLIOGRAFIA.....	37

Introducción

Cuando hablamos de artesanías, pensamos inicialmente en productos hechos a mano, sin embargo, es imposible clasificar cuántos de ellos existen y en cuantas ciudades del país se fabrican y se comercializan; pero este proyecto esta enfoca en productos de alfarería, que son realizadas a mano, por aquellas personas de escasos recursos, que no cuentan con ningún tipo de empleo.

Buscamos generar estabilidad económica y competitiva en el mercado con productos de alta calidad y variedad de diseños.

1. Descripción del negocio.

Artesanías Vive Arte es una empresa que fabrica y comercializa productos de Alfarería que son realizados a mano, y es creada por un grupo de estudiantes de Carrera de pregrado. Este proyecto es realizado con el fin de luchar contra el desempleo que se presenta especialmente en el centro del país colombiano.

La idea principal de este proyecto, es lograr que aquellas personas de escasos recursos en especial aquellas madres cabeza de hogar, cuenten con un apoyo de auto sostenibilidad, a través de nuestros productos de alfarería, ya que estas personas no cuentan con un empleo formal o un apoyo económico para sostener una familia; se pretende que estas personas aparte de generar ingresos económicos y auto sostenibilidad, también siembren desde el inicio de su proceso, oportunidades de aprendizaje y crecimiento, para así dar apoyo constante a esta idea y lograr conseguir mediante estas oportunidades el éxito de Artesanías vive arte de tal forma que se pueda reducir el índice de desempleo que abarca el centro de nuestro país.

1.1 Objetivo general.

Nuestra empresa fabrica y comercializa productos de alfarería que son Elaborados a mano por madres de escasos recursos de la ciudad de Bogotá y que se caracterice por su calidad, diseño, variedad, innovación en todos los productos, buscamos marcar la diferencia en el mercado competitivo con piezas únicas en diseño precolombinos y culturales.

2. marco legal.

La ley Marco de Comercio Exterior, Ley 7 de enero 16 de 1.991.

Estableció los criterios generales de política de comercio exterior, algunos de sus objetivos son:

- Impulsar la internacionalización de la economía colombiana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo. - Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor.
- Apoyar y facilitar la iniciativa privada y la gestión de distintos agentes económicos en las operaciones de comercio exterior.
- Coordinar las políticas en materia de comercio exterior con las políticas arancelaria, cambiaria y fiscal.

Para el logro de tales objetivos, la Ley Marco creó el Consejo Superior de Comercio exterior, el Ministerio de Comercio Exterior, el Banco de Comercio Exterior y PROEXPORT.

Igualmente, se ha profundizado en el proceso de integración económica, ejemplos de ello los Acuerdos de Complementación Económica con Chile y Argentina; los países miembros de la Comunidad Andina han adelantado la armonización del Arancel Externo Común acercándose en la configuración de una Unión Aduanera; el Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Venezuela y México (G-3); el Acuerdo sobre Comercio y Cooperación Económica y Técnica con los países del CARICOM(Mercado Común del Caribe), los Acuerdos de Alcance Parcial con Panamá y Cuba, además, los avances obtenidos en las negociaciones de un Acuerdo de Libre

Comercio entre Colombia, Venezuela y el Mercado Común Centroamericano y el Acuerdo de Complementación Económica que se adelanta entre la Comunidad Andina y el Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay).

Siendo consciente del papel fundamental que cumplen las exportaciones en el desarrollo de los objetivos planteados en la Ley Marco de Comercio Exterior, el Gobierno Nacional ha venido desarrollando medidas que facilitan y simplifican los trámites que los exportadores deben realizar ante las diferentes entidades oficiales.

La ley 677 de 2001, establece las Zonas Especiales Económicas de Exportación, con el objeto de otorgar incentivos a las empresas localizadas o que se localicen en los territorios que la misma señala, cuando se dedican a actividades de exportación.

38 El Decreto 1227 de 2002 reglamentario de la ley 677 señala las condiciones que deben cumplir las empresas para gozar de los beneficios de la ley. (desconocido, 2016)

3. Misión:

proporcionar artículos elaborados en arcilla de la mejor calidad, por medio de nuestros productos dar a conocer parte de nuestra cultura al mundo.

4. Visión:

para el 2025 Ser líder dentro del sector de productos artesanales elaborados a mano, abriendo nuevos mercados nacionales e internacionales, ser el proveedor preferido por nuestros clientes.

5. Valores

Respeto a sus empleados:

Es fundamental para que los empleados se sientan a gusto y siempre estén motivados que la empresa los trate con respeto y les ofrezca todas las facilidades posibles para el desempeño de su trabajo o para su crecimiento personal y laboral

Constancia:

La compañía debe saber inculcarles a todos sus empleados el valor del trabajo duro y de la constancia. Asimismo, los empleados deben ver que su constancia se ve reflejada en resultados, que redundan en beneficios tanto personales como para la empresa. Esto ayuda a reforzar su sentimiento de identificación con la empresa.

La máxima calidad como meta

Toda empresa debe buscar ofrecer el mejor servicio al mejor precio. Para ello es imprescindible mejorar los procesos productivos y la operativa de la empresa, con el fin de mejorar la eficiencia y eficacia.

5.1 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para evaluar los posibles puntos Estratégicos de venta y posibles clientes.
- Contribuir de forma integral el medio ambiente.
- Establecer procesos técnicos para el mejoramiento en el desarrollo del Producto
- Crear identidad propia, marcar la diferencia en nuestros productos y ser Competitivos.

6. análisis de PESTEL:

Político:

Acuerdos comerciales vigentes entre el gobierno nacional y los países miembros que incentivan la actividad de la exportación, entre estos acuerdos comerciales están: tlc, la can entre otros.

factores económicos:

Actualmente existen incentivos dados por instituciones gubernamentales a nivel nacional que promueven la exportación de artesanías, por otro lado, el establecimiento de aranceles dados por acuerdos comerciales en los que el país está integrado, facilitan grandemente el proceso exportador.

Factores socio-culturales:

La actividad artesanal en Colombia ha venido aumentando considerablemente con el pasar de los años. Por otro lado, se están expandiendo los mercados para este tipo de productos, según un estudio realizado por precolombina, Alemania se está convirtiendo en un mercado potencial para las artesanías.

Tecnológico:

- La revolución de las redes sociales va ser una gran herramienta a la hora de expandir los mercados.
- Estrategias virtuales de marketing

Ecológico:

Decreto 1320 de 1998: por medio de la cual se reglamenta la consulta previa con las comunidades indígenas para explotación de los recursos naturales dentro de su territorio.

proyecto de ley 14 de 2014: por medio de la cual se dictan normas de protección a la actividad artesanal sostenible, su promoción, fomento, desarrollo y la seguridad social integral del artesano y artesana productor en Colombia.

legal:

La ley marco de comercio exterior, y 7 de enero 16 de 1.991.

La ley 677 de 2001

38 el decreto 1227 de 2002 reglamentario de la ley 677

7. 5 fuerzas de PORTER:

Amenaza de nuevos competidores

Es alta, porque cada vez más los países ponen su lupa en la diversidad cultural que ofrece nuestro país, y cada vez se muestran mas interesados en adquirir nuestros productos artesanales, lo que aumenta considerablemente las empresas interesadas en fabricar y comercializar este tipo de productos.

Poder de negociación de los clientes

el mercado objetivo para las artesanías en arcilla en el exterior generalmente están dispuesto a pagar cualquier valor por estos artefactos, porque sus valor cultural que está impreso en cada pieza y la historia que esta cuenta.

Rivalidad entre los competidores actuales

la empresa macondo, macondo: es un portal para venta online de artesanías, encontrarás productos artesanales representativos de Colombia e información de su historia y significado.
todo raquira: empresa colombiana de producción, comercialización y exportación de artesanías elaboradas en arcilla

Poder de negociación de los proveedores

En general no es mayor problema, ya que la materia prima necesaria para realizar estas artesanías son de fácil adquisición en el mercado y de un precio bajo en el mercado

Amenaza de productos o servicios sustitutos

este tipo de productos por su naturaleza tiene características especiales que simboliza la cultura o características de algún lugar, lo que permite que tenga un factor diferenciador.

8. análisis Dofa:

Oportunidades:

- facilidad para llegarle al cliente por medio de las plataformas virtuales.
- calidad de nuestros productos, diseños creativos y distintivos

- estar a la vanguardia con productos de alta calidad.
- comodidad de los clientes al hacer su pedido desde su casa.
- es un mercado que está tomando auge para los países del exterior.

fortalezas:

- equipo de trabajo comprometido con la misión de la empresa.
- existencia de organismos gubernamentales que apoyan la labor artesanal en el país.
- personal calificado
- facilidad de difusión virtual.

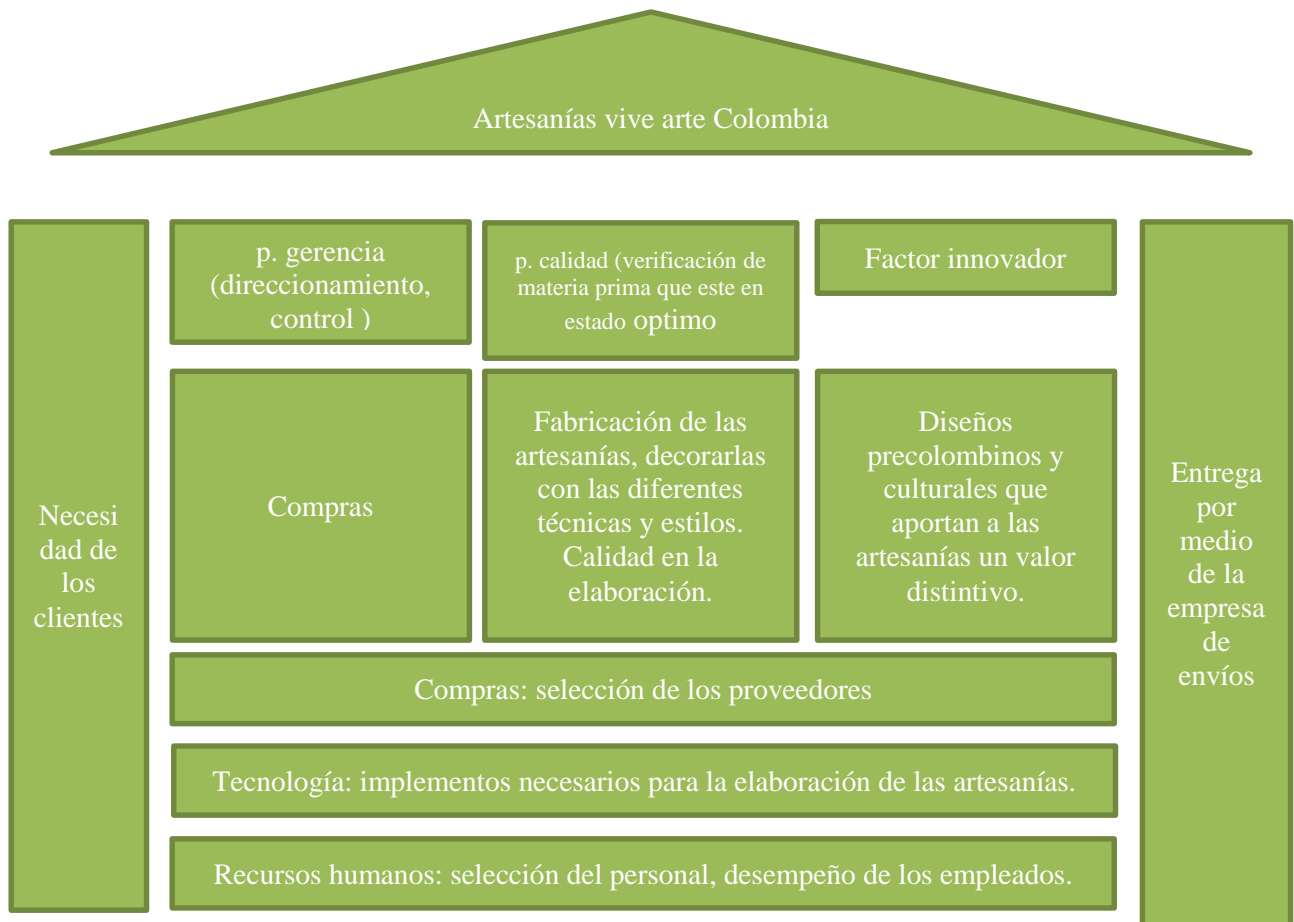
amenazas:

- nuevas empresas en el sector.
- que los clientes no accedan a los sitios web establecidos por desinterés o por problemas de acceso.
- monopolios en el sector artesanal que abarcan el mercado por reconocimiento.

debilidades:

- ser nuevos en el mercado online.
- no todos los clientes saben usar los medios virtuales para hacer compras.
- los productos que ofrecemos no son de primera necesidad para los clientes.

9. Cadena de valor



10. plan de marketing:

10.1 Objetivo de la encuesta

- identificar la viabilidad de la comercialización de productos artesanales realizados en arcilla
- conocer que productos artesanales tienen mayor inserción en el mercado
- determinar el tipo de población a la que podría ir dirigido el producto
- conocer las preferencias de la población al momento de adquirir productos artesanales fabricados en arcilla

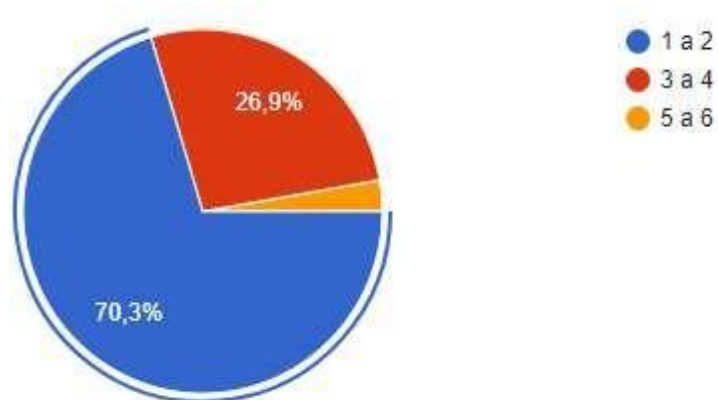
10.1.2 Ficha técnica

objetivo general	recolectar información
autor	Janeth campo
colaboradores	Alfredo Cayon
grupo objetivo	población en general
universo	población en general
muestra	digital
tamaño de la muestra	150 caso
fecha de la toma	5 de octubre

10.1.3 Preguntas de la encuesta

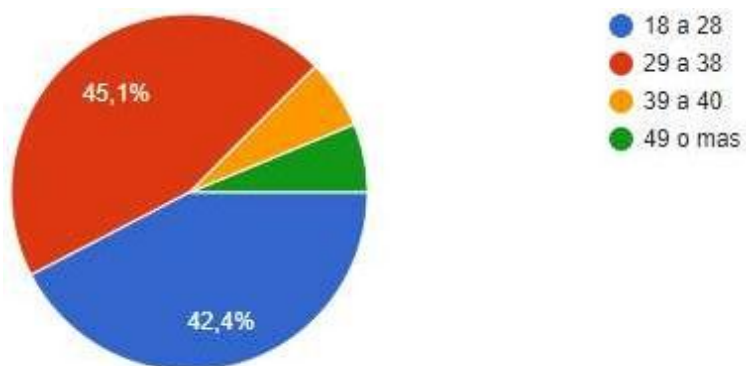
1. **¿a qué estrato socio-económico pertenece?**
2. **¿cuál es su edad?**
3. **¿sexo?**
4. **¿cada cuánto compra usted artesanías en arcilla?**
5. **¿qué modelos de artesanías en arcilla prefiere?**
6. **dónde le gustaría encontrar las artesanías fabricadas en arcilla?**
7. **¿qué medio de pago prefieres para adquirir las artesanías en arcilla?**
8. **¿cuándo compras artesanías en arcilla cual es el principal atributo para adquirirlo?**
9. **¿qué te motivaría a contribuir en la comercialización de artesanías fabricadas en arcilla?**
10. **¿cuándo compras artesanías en arcilla buscas que sean de tipo?**
11. **¿cuándo compras artesanías en arcilla de que tipo prefieres?**

1. ¿a qué estrato socio-económico pertenece?



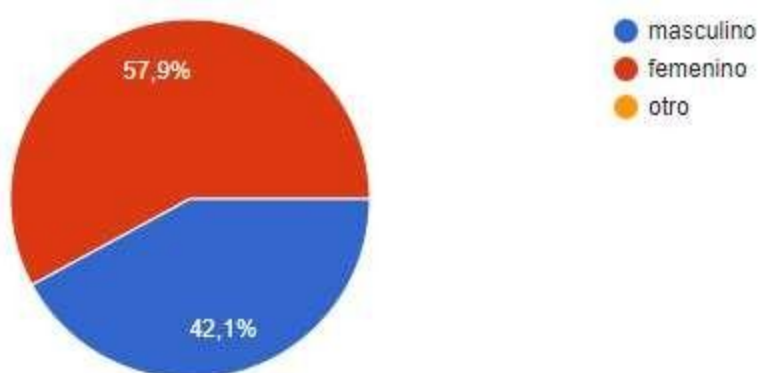
según los datos estadístico podemos inferir que 70% de la población, estratifica la artesanía en estrato socio-económico de 1 a 2, basándose en los conocimiento a priril que se tiene de sobre adquisición fabricación y calidad del producto, por lo cual es necesario infundir estos conceptos a los potenciales clientes para obtener un valor agregado, que aumente la rentabilidad de su comercialización.

2. ¿Cuál es su edad?



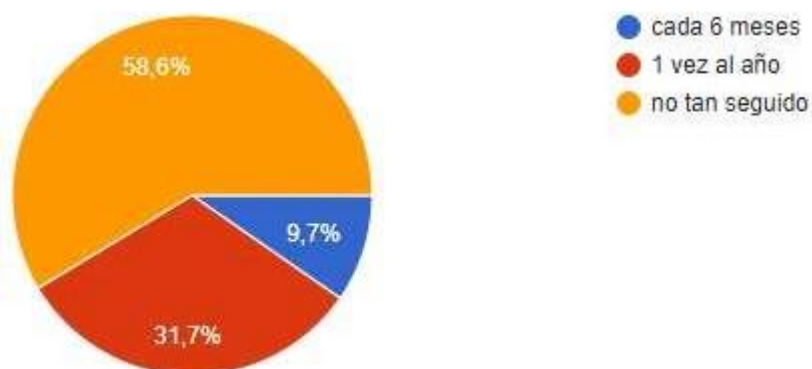
Estadísticamente observamos, que la población cliente potencial, está definida en el rango de 29-38. años, basándonos en que la mayor parte de la población a esta edad tiene su vida marital definida es propicio adecuar y donar con múltiples utensilios de artesanía sus hogares, para lo cual a este tipo de población se le debe metodizar la mercadotecnia basado en esta variante para evitar perspectiva inicial de compra de los posibles cliente, no obstante se evidencia otro índice de edad potencial de 18- 28, lo cual se debe que en la artesanía la bisutería abarca este tipo de población con productos de uso personal..

3. ¿Sexo?



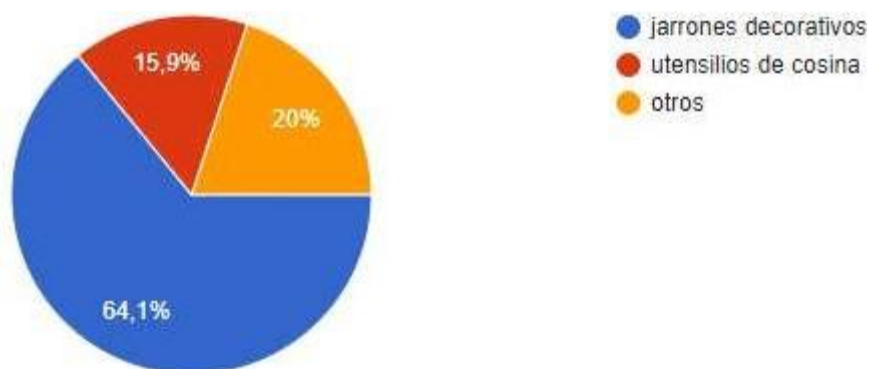
Podemos deducir claramente que el género femenino es quien se interesa más por la artesanía, lo cual se debe a que son las encargadas la decorar los hogares y de lucir elementos de bisutería, propios de este arte. por lo cual se le debe inducir en una posible venta elementos lo lujoso y vistosos.

4. ¿Cada cuánto compra usted artesanías en arcilla?



notablemente podemos deducir que la compra de una artesanía es ocasional (58%), no tan seguido, el mayor flujo de venta se produce en eventos culturales, donde se incluyen espacios para su adquisición, por lo cual se debe optar por crear espacio propios con más frecuencia, incentivar la motivación al arte y reconocer el valor cultural que este ilustra.

5. ¿Qué modelos de artesanías en arcilla prefiere?



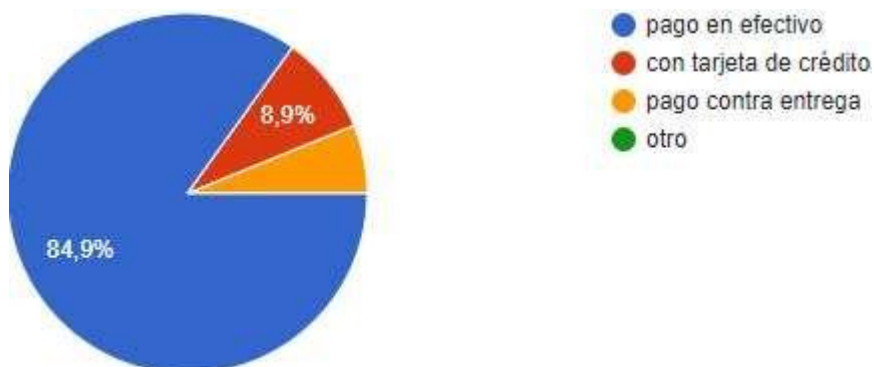
La artesanía tiene un impacto cultural más decorativo que artístico como tal, contribuyendo esto que sean los jarrones decorativos lo de mayor índice de venta y comercialización, abatiendo con 64% de preferencia con respecto a otros productos.

¿dónde le gustaría encontrar las artesanías fabricadas en arcilla?



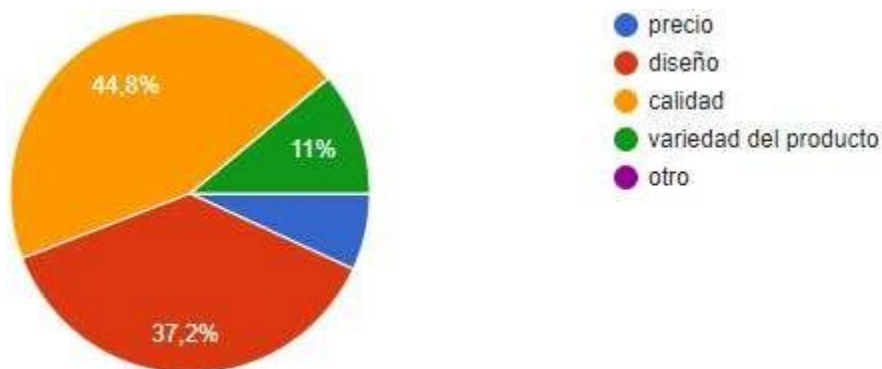
Preferiblemente los potenciales clientes prefieren las compras el directamente en las artesanía, esto se debe a que es más confiable su calidad y variedad del producto, sin embargo el apoyo en otro puntos de venta ayuda a estar más presente en diferentes sectores.

7. ¿Qué medio de pago prefieres para adquirir las artesanías en arcilla?



se evidencia claramente con margen superior de 85% que se prefiere cancelar este tipo de producto en efectivo, estos se debe a múltiples factores con son la no tan elevado costo que con que estos productos se encuentra en el mercado, así como la poca aplicación a pagos digitales que implementan sus comercializador.

8. ¿cuándo compras artesanías en arcilla. La cuál es el principal atributo para adquirirlo?



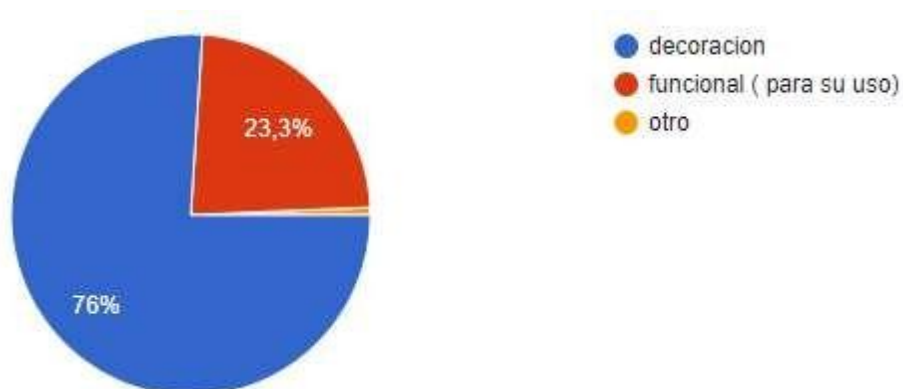
Un 48% respalda que es la calidad el atributo de mayor percepción al adquirir un producto, y no atenuando esta variable los demás, esto se debe que el mayor uso a los productos artesanos es decorativo por lo cual la consistencia física que promueva su durabilidad resalta. Debido a que fragilidad es un una percepción intrínseco que tiene los clientes potenciales frete a estos productos.

9. ¿Qué te motivaría a contribuir en la comercialización de artesanías fabricadas en arcilla?



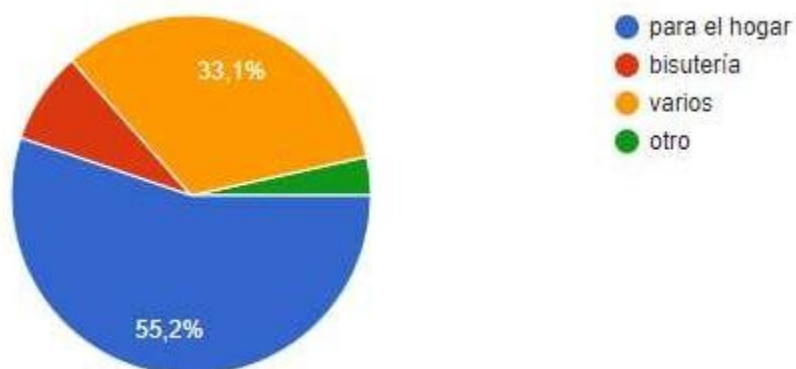
la mayoría de estos productos son comercializados locativamente por pequeños comerciantes, lo cual fomenta el empleo, y este el factor que resalta en la percepción de los clientes, resaltado estadísticamente con 65%, la contribución que estos aportan a la disminución del desempleo.

7. ¿cuándo compras artesanías en arcilla buscas que sean de tipo?



el uso decorativo es la aplicación más amplia que se le da a los productos de artesanía por lo cual la decoración en sus ilustraciones es muy común, para llamar la atención de clientes resaltado esto con 76% la preferencia de compra de estos productos.

7. ¿cuándo compras artesanías en arcilla de que tipo prefieres?



el uso doméstico es la mayor aplicación que se le da a los productos de artesanía este uso doméstico es más decorativo que cualquier otro, sin embargo la bisutería es otra línea que maneja una gran parte de los clientes.

10.1.4 conclusiones generales

- de la anterior encuesta se pudo determinar que los datos más relevantes que podrían servir para la toma de decisiones serían las preferencias de las personas en el momento de adquirir artesanías dando como resultado que 55,2 % de la población prefiere artesanías para el hogar del tipo decoración o usos varios.
- también que los encuestados apoyarían la comercialización de las artesanías por su enfoque basado en el fomento del empleo a madres cabezas de hogar.
- por otro lado las mujeres tuvieron la mayor participación con un 57,9% donde la mayoría están entre los 18 y 28 años de edad, estratificadas entre 1 y 2, demostrando así que estas se convertirían en nuestro mercado objetivo.

10. 2 Objetivo de la entrevista

1. identificar aspectos claves que podrían servir para la toma de decisiones
2. obtener información relevante acerca de la comercialización de artesanías en arcilla
3. abrir nuevas vías de conocimientos que basados en la experiencia me pueden ser suministrados.
4. obtener datos concretos por parte del entrevistado

10.2.1 Ficha técnica del entrevistado

Nombre	Erikson campo
nivel educativo	ingeniero industrial
Especialización	gerencia en salud ocupacional
Cargo	gerente de local comercial artesanal
Experiencia	5

10.2.2 preguntas

1. **viabilidad de exportar artesanías elaboradas en arcilla?**
2. **como hacer que mi producto sea conocido en el exterior?**
3. **como hacer que mi producto llegue desde Colombia al cliente final?**
4. **de que otra forma puedo llegar a otros mercados?**

1. viabilidad de exportar artesanías elaboradas en arcilla?

según estudios que se realizaron se determinó que los compradores de otros países tienen entre sus preferidas las artesanías colombianas por la variedad y el valor cultural que estas poseen. en cuanto al sector artesanal, fija su estrategia comercial en el mercado externo en función a las cualidades que poseen los productos, es decir, de factores determinantes que le dan valor agregado y lo hacen distintivo y competitivo en el mercado externo.

2. Como hacer que mi producto sea conocido en el exterior?

tienes que buscar que tu producto sea innovador y que sea único en su clase ya sea con diseños nuevos y creativos y que representen una cultura o que cuenten una historia.

3. como hacer que mi producto llegue desde Colombia al cliente final?

buscar empresas de envíos y crear convenios con el fin de reducir costos

poner cláusulas de envío dentro de la compra que sostenga la rentabilidad es decir, que el envío no sea de forma inmediata sino que debe haber un plazo preestablecido para la entrega,

él envío debe programarse con otros envíos que vallan dirigidos a las mismas ciudades o lugares o lugares circundantes con el fin de ahorrar en costos de envíos.

4. de que otra forma puedo llegar a otros mercados?

te puedes apoyar en eventos que se realizan en otros países como ferias artesanales, en Europa se dan este tipo de eventos muy seguidos ya que recogen lo mejor de cada país y lo muestran al mundo entero, donde puedes habilitar un showroom que es un lugar donde expones tu productos y lo das a conocer.

aquí en Colombia existe un evento llamado Expo artesanías que se hace en diciembre que su principal objetivo es promover la conservación de nuestros artesanos y su labor para de esta forma fortalecer el sector artesanías

10.2.3 análisis de las preguntas de la entrevista

- **viabilidad de exportar artesanías elaboradas en arcilla?**

las exportación de artesanías es de gran interés en los mercados por su rentabilidad, siempre que estos productos capten la atención de clientes para lo cual las recomendaciones hechas cumplen con estas necesidades, la inserción de productos que muestren una cultura o representan la historia de un acontecimiento histórico, le imprime un valor artístico que lo hace más atractivo.

- **como hacer que mi producto sea conocido en el exterior?**

efectivamente la mejor manera de llegar a múltiples clientes es a través de formas digitales, apoyándose en las diferentes herramientas informáticas y redes sociales. no obstante el resto de la población se puede captar en eventos culturales importantes en los cuales se puede hacer presencia física.

- **como hacer que mi producto llegue desde Colombia al cliente final?**

Concertamos que la mejor forma de entrega es a través de enlaces comerciales con empresas de envíos con los cuales aseguramos el producto y la entrega por lo cual predefinir políticas de entrega es necesario, se debe dejar la posibilidad de envío directo a clientes que por la cantidad ameriten el envío o efecto para clientes que estén dispuestos a asumir parte de los gastos de envío inmediato.

- **De que otra forma puedo llegar a otros mercados?**

La idea de apoyarse en eventos culturales nacionales e internacionales es cierto que nos abre la posibilidad de darnos a conocer en el exterior a un bajo costo por lo cual es fundamental aprovechar estos espacios y captar clientes que promuevan y socialicen el producto en sus países.

10.2.4 conclusiones generales

Se pudo determinar por medio de la información cedida por el entrevistado que las artesanías elaboradas en arcilla podrían ser un proyecto viable si se tienen en cuenta algunas recomendaciones y consejos a mencionar:

que se expongan las artesanías en stands o showroom en ferias artesanales porque en

estos lugares se realizan encuentros personales con compradores internacionales, para generar negocios, acuerdos y transacciones.

Que el producto debe tener un carácter diferenciador e innovador con un gran valor cultural.

11. descripción del producto:

Artesanías vive arte Colombia ofrece artesanías elaboradas en arcilla en todas las formas y estilos (jarrones decorativos, utensilios de cocinas como platos, pocillos además decoración para el hogar en general.).

además de que realiza una labor social con la incorporación a su equipo de trabajo a madres cabeza de hogar que conocen de las culturas de nuestro país, que necesiten aumentar sus ingresos; por tal motivo estas artesanías en su diseño particular cuentan una historia que viene cargada de cultura y tradición con imágenes precolombinas, de instrumentos musicales y animales de la fauna colombiana.

estas artesanías elaboradas en arcilla se harán por pedido, es decir que se evitara tener volúmenes de producción e inventarios acumulados.

también se ofrecerían diseños personalizados a pedido de los clientes

.

12. Estrategia de publicidad:

para la promoción de las artesanías vive arte Colombia se pretende aprovechar todos los eventos y ferias artesanales que se ofrecen en distintas partes del mundo, con la implementación de showroom. (stands publicitarios) además de la página web que está a disposición de todo público con el catalogo virtual con la descripción de los productos además de toda la información necesaria para adquirir el producto.

12.1 Plaza:

las artesanías vive arte Colombia se distribuyen por medio virtual, es decir, por medio de una página web donde los clientes puedan ver toda la gama de productos que se ofrecen, además de un sitio interactivo donde podrán dejar mensajes y comentarios.

otro método para contactarnos seria vía telefónica, por medio de redes sociales (Facebook, WhatsApp)

Página web

<https://janethcampo.wixsite.com/misitio-1>

Janeth mercedes campo castro

Responsable

cel.: 3164502880 – 3137459983

13. logo



Slogan: **“la creatividad en tus manos”**

14. Ventajas

14.1 ventaja competitiva:

los productos realizados por artesanías vive arte Colombia cuentan con un valor distintivo, ya que las artesanías tienen diseños exclusivos y personalizados dependiendo del gusto y preferencia de los clientes.

los diseños de estas artesanías en arcilla cuentan con técnicas artesanales de la mejor calidad ya que las manos son el instrumento principal del artesano, porque con ellas se da vida a una

idea creativa que cuentan historias ancestrales de nuestra cultura.

Además de la forma como pueden contactarnos nuestros clientes hace fácil la exposición y adquisición del producto.

14.2 ventaja comparativa:

los productos elaborados por artesanías vive arte Colombia se realizan a pedido del cliente, es decir, son pocas las existencias que se tienen elaboradas, todo esto para la reducción de costes de productos que puedan quedar en inventario.

de esta forma se evita también el pago de alquiler y otros gastos de administrativos (gastos de oficinas, papelería etc.)

como cualquier actividad empresarial, la sostenibilidad de las artesanías, está supeditada a dinámica del mercado global de manera competitiva e innovadora, lo que exige por parte de los artesanos modelos productivos que consideren factores claves como lo son: artefactos (artesanías), que surgen de una memoria cultural, una tecnología representada en la acumulación de un conocimiento tradicional aplicando a un objeto y los recursos naturales que garanticen la permanencia de un capital natural, factor importante para la permanencia de los productos artesanales tradicionales (Pacheco, Gómez y Barreto; 2009)

15. Estrategia de promoción:

Para la introducción en el mercado de las artesanías en arcilla pretendemos lanzar promociones en la página web y en Facebook donde por la adquisición de un producto por un valor mayor a 100 mil pesos se le obsequiara un producto de características iguales con un valor comercial de 20 mil pesos.

Las ferias más importantes son:

Ambiente (Frankfurt – Alemania): es la mayor feria de bienes de consumo del mundo y cuenta con la presencia de las mejores empresas y profesionales del sector. en ella se dan cita 4.500 expositores de 90 países diferentes que presentan productos de alta calidad en las instalaciones del recinto ferial del messe frankfurt gmbh, generalmente en febrero.

en esta feria los objetos se exhiben por grupo relacionados de la siguiente manera:

- comedor: mesa, cocina y artículos del hogar.
- dar: ideas innovadoras para regalos de todos los estilos y tendencias.
- vida: casa, muebles y decoración.

maison&objet (París – Francia): esta feria parisina se organiza dos veces al año en el centro de exposiciones paris-nord Villepinte y está reservada para los conocedores de los sectores hogar, mobiliario, casa y objetos de decoración.

maison&objet es un punto de referencia de la decoración y del diseño. en ella tienen cabida las empresas tradicionales del sector, así como las nuevas tendencias y talentos.

Entidades que apoyan la exportación de artesanías:

La asociación nacional de comercio exterior, Analdex es una entidad privada, creada con el propósito de fomentar y fortalecer la actividad exportadora de Colombia, promover la imagen del país en el exterior, y apoyar el diseño y ejecución de las políticas de exportación nacionales. En Analdex podrá encontrar:

- planes de estructuración o auditorías
- capacitación en cambios internacionales
- capacitación en el nuevo cambio aduanero
- capacitación en origen
- estudio de mercado

Contacto clara Inés rueda teléfono: (+57 4) 314 1888 dirección: calle 7 sur no 42 - 70 oficina 912 edificio forum Medellín – Colombia

Proexport es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia. Presta varios servicios para facilitar a los empresarios colombianos hacerse presentes en el mundo. Proexport podrá encontrar:

- asesoría especializada
- formación en exportación
- estudios de mercado
- muchos servicios más conozca todos los servicios en el portal de proexport para la promoción de exportaciones:

Contacto Camila escobar teléfono: (+57 4) 3525656 ext. 50109 dirección: calle 4 sur # 43 a - 30 oficina 401. Edificio formacol (trade, 2017)

16. estrategia de distribución:

- la primera fase para la distribución.
Mediante los canales que se crearon para la comercialización donde el cliente tiene todo un catálogo de productos, donde este podrá hacer su compra y pagar vía virtual.
- la segunda fase realizara por medio de un convenio realizado con la empresa 472, que es una empresa de envíos nacionales e internacionales.



El servicio de **envíos**
de Colombia

16.1 Canales:

Los medios que se utilizaran serán Facebook (red social) donde se ofrecen todos los productos y conocerán todas las promociones, además conocerán la historia de nuestra

empresa.

Página web, donde podrán conocer nuestra empresa además de ver todo el catálogo de productos y podrán por este medio hacer sus pedidos.

Conclusiones:

Mediante los estudios realizados y la investigación del plan de marketing se determinó el mercado objetivo y las fuentes de distribución así como la manera de dar a conocer el producto, en la investigación realizada se aclararon dudas acerca del método de llegarle a los potenciales clientes dejando en claro que la mejor manera es virtual, ya que si podemos llegar a todo tipo de público en todo el mundo desde la comodidad de su casa.

Bibliografía

Trabajos citados

desconocido. (4 de enero de 2016). *estudio de viabilidad de exportacion de artesanias a alemania*. Recuperado el 01 de noviembre de 2017, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4141/T11.07%20P186e.pdf?sequence=1>

https://issuu.com/publicacionesusb/docs/caracterizacion_de_las_artesantias_e

Artesanías de Colombia

http://www.artesantiasdecolombia.com.co:8080/PortalAC/Noticia/colombia-artesanal-raquira-de-arcilla-a-objeto-artesanal_6

cin