Outlook

Cierre del servicio de fortalecimiento empresarial

Desde Diana Gisselle Rodriguez Garcia <dgrodriguezg@sena.edu.co>
Fecha Mar 19/11/2024 13:16
Para alejandrofrancogomez07@gmail.com <alejandrofrancogomez07@gmail.com>

2 archivos adjuntos (3 MB)
Informe final.pdf; Indice de Productividad.pdf;

Buen día estimado Alejandro, cordial saludo

Nos dirigimos a usted para informarle que el día de hoy, se da por finalizado las asesorías del programa de Fortalecimiento Empresarial del Centro de Desarrollo Empresarial para la ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y FORESTAL. Durante el transcurso de las asesorías, hemos abordado diversos aspectos cruciales para el desarrollo y crecimiento de la asociación. A continuación, se presenta un breve resumen de los temas tratados y los logros alcanzados:

La Asociación de Productores Agropecuarios y Forestal ha recibido diversas asesorías enfocadas en fortalecer sus capacidades en áreas clave como mercadeo, comercialización, investigación de mercado, y transformación digital, con el objetivo de mejorar su posicionamiento y generar mayores ingresos.

En primer lugar, se realizó un diagnóstico de la situación actual de las Unidades Productivas de Café a través de un análisis FODA. Entre las fortalezas destacadas se encuentran la calidad del café, el compromiso de los productores y la ubicación geográfica favorable. Sin embargo, se identificaron debilidades como la falta de reconocimiento de marca y limitaciones en los canales de distribución. Las oportunidades incluyen una creciente demanda de café de calidad y tendencias de consumo responsable, mientras que las amenazas abarcan la competencia de grandes marcas y las fluctuaciones en el precio del café.
Para mejorar el posicionamiento, se plantearon estrategias de mercadeo que abarcan la creación de una identidad de marca sólida, el diseño de logotipos y material gráfico representativo, y la diversificación de productos como cafés orgánicos y especiales. También se discutieron políticas de precios competitivos, ampliación de canales de distribución mediante ventas en línea y participación en eventos, y estrategias de promoción a través de campañas en redes sociales, alianzas con influencers y publicidad en medios locales.
En cuanto a la generación de ingresos y el posicionamiento de marca, se propusieron programas de fidelización, experiencias únicas como tours de café y catas, y el uso de certificaciones de calidad. Las acciones a corto plazo incluyen el lanzamiento de la nueva identidad de marca, campañas de promoción y participación en eventos locales. A mediano plazo se proyecta establecer canales de venta en línea y realizar alianzas estratégicas, mientras que a largo plazo se busca expandirse a mercados internacionales y desarrollar programas de responsabilidad social empresarial.
Otra asesoría se enfocó en la fijación de indicadores clave de desempeño (KPI) para las áreas de marketing, comercial y ventas. En marketing, se establecieron indicadores como el alcance de campañas, la tasa de conversión y el retorno de inversión. En el área comercial, se destacaron el ciclo de ventas, la tasa de cierre y el costo de adquisición de clientes. Para ventas, los indicadores incluyen el crecimiento de ventas, la retención de clientes y el número de nuevos compradores. Se recomendó definir objetivos

claros, seleccionar los indicadores relevantes, asignar responsabilidades, y monitorear los resultados periódicamente para asegurar el éxito de las estrategias.
Asimismo, se trabajó en la creación de buyer personas para enfocar los esfuerzos de marketing y ventas. Este proceso incluyó investigaciones a través de entrevistas, encuestas y análisis de datos existentes para segmentar a los clientes en base a sus demografías, intereses y comportamientos de compra. Un ejemplo destacado fue el de un productor local interesado en mejorar su calidad de producción y acceder a mercados internacionales, con motivaciones y frustraciones específicas que guían sus decisiones de compra.
En el ámbito de la investigación de mercado, se diseñaron herramientas para recopilar información relevante, incluyendo cuestionarios, entrevistas y un plan de muestreo. Se implementaron estas herramientas mediante capacitación del personal, monitoreo de la calidad de los datos y validación de resultados. El objetivo fue obtener insights precisos que permitieran tomar decisiones informadas y alinear las estrategias con las necesidades del mercado.
Finalmente, se brindó orientación para la transformación digital, enfatizando la importancia de las herramientas digitales para alcanzar mercados nacionales e internacionales, aumentar la competitividad y fortalecer la relación con los clientes. Se plantearon pasos como un diagnóstico digital, definición de objetivos SMART, creación de contenido en redes sociales y páginas web, y la implementación de campañas digitales. Estrategias como el uso de Facebook Ads, Instagram Ads y email marketing fueron recomendadas para aumentar la visibilidad de la asociación y promocionar su café de origen.

RESULTADOS DE LAS ASESORÍAS EMPRESARIALES:
Como resultado de las asesorías realizadas, la Asociación de Cafeteros logró avances significativos en varias áreas clave. En términos de mercadeo, se implementaron estrategias para mejorar el posicionamiento de marca, logrando una mayor visibilidad en eventos locales y redes sociales. La diversificación de productos, como la introducción de cafés especiales y orgánicos, permitió atender segmentos específicos del mercado, aumentando la aceptación de los consumidores. Las campañas promocionales en redes sociales incrementaron el alcance y atrajeron a nuevos clientes, reflejándose en un crecimiento de ventas del 15% en los últimos seis meses.
En la gestión de indicadores de desempeño, se estableció un sistema de monitoreo que permitió evaluar de manera constante el alcance de las estrategias, mejorando la eficiencia en la toma de decisiones. Además, la creación de buyer personas contribuyó a una mejor segmentación del mercado, lo que resultó en un enfoque más preciso para las campañas publicitarias y mayor conversión de clientes potenciales.
La transformación digital fue otro logro destacado, con la puesta en marcha de una página web que facilita las ventas en línea y el uso de herramientas digitales como Facebook Ads e Instagram Ads, que generaron un aumento significativo en la visibilidad de la asociación a nivel nacional.

RECOMENDACIONES:
Fortalecimiento de la Identidad de Marca: la calidad del café y el compromiso de los productores son activos clave que deben ser comunicados de manera consistente. Se recomienda seguir trabajando en una identidad de marca sólida que resalte estos atributos, asegurándose de que los logotipos, empaques y material gráfico sean coherentes y transmitan el valor diferencial del producto. Además, es importante contar con una narrativa que conecte emocionalmente con los consumidores, destacando la historia detrás del café y el impacto social de su producción.
Diversificación de Productos: La tendencia hacia el consumo responsable y la demanda de cafés especiales representan una oportunidad que puede aprovecharse mediante la oferta de productos diferenciados, como café orgánico, ediciones limitadas de origen único y mezclas exclusivas. Incorporar nuevas presentaciones, como cápsulas compatibles o formatos listos para beber, también puede abrir nuevos segmentos de mercado.
Expansión de Canales de Distribución: Para superar las limitaciones actuales, se sugiere priorizar el desarrollo de canales digitales, como plataformas de e-commerce y redes sociales, complementados con

estrategias de venta directa en eventos y ferias locales. Además, se pueden explorar alianzas con cafeterías, restaurantes y tiendas gourmet, tanto a nivel local como nacional, para incrementar la visibilidad y accesibilidad del producto.
Estrategias de Marketing Digital: Implementar campañas publicitarias bien segmentadas en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok permitirá captar la atención de audiencias específicas. El uso de influencers locales o especializados en temas de sostenibilidad y gastronomía puede generar mayor alcance y credibilidad. Asimismo, se recomienda aprovechar herramientas como Google Ads para aparecer en búsquedas relacionadas con cafés especiales.
Generación de Experiencias Únicas: Las experiencias inmersivas, como tours en fincas cafeteras, catas guiadas y talleres de barismo, pueden fortalecer la relación con los consumidores y generar ingresos adicionales. Estas actividades no solo posicionan a la marca como un referente de calidad, sino que también educan al cliente sobre las bondades del producto y el trabajo detrás de su producción.
Implementación de Certificaciones de Calidad: Obtener certificaciones reconocidas, como Fair Trade, Rainforest Alliance o USDA Organic, puede abrir puertas en mercados internacionales y aumentar la percepción de valor del café. Estas certificaciones también son una herramienta para construir confianza con consumidores más exigentes.
Medición y Monitoreo de Indicadores Clave: Es crucial establecer un sistema para medir periódicamente los KPI definidos en marketing, comercial y ventas. Esto permitirá ajustar las estrategias en función de los resultados, maximizando el retorno de inversión y mejorando la toma de decisiones. Un software de gestión empresarial podría facilitar esta tarea, centralizando la información en un solo lugar.
Capacitación Continua: Para garantizar el éxito de las estrategias, es fundamental capacitar a los equipos en habilidades clave, como marketing digital, atención al cliente y gestión comercial. Esto no solo mejorará el desempeño, sino que también fomentará una mayor integración y compromiso entre los productores.
Estrategias de Transformación Digital: Realizar un diagnóstico digital exhaustivo para identificar áreas prioritarias de mejora y establecer un plan de acción claro. La creación de contenido de calidad, como blogs sobre el proceso de cultivo y elaboración del café, ayudará a posicionar la marca como experta en el tema y atraerá a consumidores interesados en aprender más sobre el producto.

CALCULO DEL INDICE DE PRODUCTIVIDAD
Se aplica índice de productividad arrojando un resultado de 2,4

CIERRE DEL SERVICIO
Se da por finalizada la asesoría y se invita al empresario que puede recibir nuevamente el servicio en caso de requerir fortalecimiento en otras áreas.

Nota: se anexa el informe final de asesoría y el índice de productividad

Cordialmente,

Diana Gisselle Rodriguez Garcia
Despacho Regional – Orientadora de emprendimiento
dgrodriguezg@sena.edu.co
Cel: 3015170145
Transversal 1ª No. 42-44, Ibagué