

EL MARKETING Y LAS ARTESANIAS

Presentado por:
JULIAN ANDRES BETANCUR VASQUEZ
JULIANA PIEDRAHITA ALVAREZ

Profesor:
VLADIMIR ALVAREZ

Asignatura
OPCIÓN DE GRADOS

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
MERCADERO INTERNACIONAL
BELLO, COLOMBIA
2020

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	1
RESUMEN.....	2
PALABRAS CLAVES.....	3
ABSTRACT.....	4
KEYWORDS.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
EL MARKETING Y LAS ARTESANIAS.....	7
Tema general.....	7
Tema específico.....	7
Definición del problema.....	7
Enunciado del problema.....	7
Pregunta general.....	8
Preguntas problemáticas.....	8
Justificación.....	9
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos.....	10
Marco teórico.....	10
Metodología de la investigación.....	13
Tipo de investigación.....	13
Método de investigación.....	14
Diagnostico.....	14
Descripción del producto o servicio.....	14
Descripción del país exportador.....	15
Matrices y diagnostico empresarial.....	18
Matriz Pestel.....	18
Matriz Dofa.....	19
Tipos de segmentación.....	20
Estrategias de mercadeo.....	20
Estrategia de posicionamiento.....	20
Por sus características.....	20

Por beneficio	20
Estrategia de crecimiento	21
Desarrollo del producto	21
Estrategias competitivas	21
Diferenciación	21
Mezclas de Marketing	21
Producto	21
Precio	22
Plaza	22
Diagrama de Grent.....	23
Conclusiones y recomendaciones	24
Conclusiones	24
Recomendaciones	25
BIBLIOGRAFIA	27

DEDICATORIA

Damos gracias primordialmente a Dios por permitirnos alcanzar este logro profesional, por guiar nuestros conocimientos y darnos la capacidad y fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los logros más anhelados y deseados.

A nuestros padres, por la paciencia, su amor y acompañamiento en todo este transcurso que aunque no fue fácil para nosotros siempre tuvimos por parte de ellos una voz de fuerza. Gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí para convertirnos en unos grandes profesionales.

Agradecemos a nuestros docentes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, por haber compartido sus conocimientos en el trayecto de nuestra preparación profesional, de manera especial al docente Vladimir Alvares quien orientó nuestro proyecto de investigación con paciencia, comprensión, dedicación y sobre todo con el gran profesionalismo que lo identifica.

RESUMEN

Para los artesanos del Oriente de caldas suele ser más práctico utilizar la guadua que es algo que está en su medio, transformarla en productos, satisfacer sus necesidades básicas y vender a diferentes mercados, en ocasiones no se le da la suficiente importancia a algún producto solo porque no sabemos de donde proviene, esto pasa con los artesanos que con sus manos fabrican estos diseños de alcobas, con mucho esfuerzo y sin ayuda de alta tecnología. Esta especie llega a ser benéfica si se adquieren productos que otros no producen, facilitando el intercambio de mercancías necesarias para cubrir las necesidades del ser humano. En Colombia existe mucha variedad de guadua y los artesanos quieren aumentar las ventas de este producto pero se encuentran con un gran problema y es que no cuentan con los recursos necesarios para hacer su proceso de transformación. Si comparamos con otros países encontramos que los artesanos cuentan con herramientas básicas para la adecuada transformación, es ahí donde se hacen los pactos de ayuda entre empresas, comerciantes, industrias y pequeños fabricantes, todos buscando un buen desarrollo de ambas partes y el crecimiento económico y social de los mismos. La guadua debe pasar por un proceso de preparación donde quedara inmune y libre de posibles plagas que podrían causar un deterioro en los juegos de alcobas. Podemos concluir que la exportación de alcobas impactan de manera positiva tanto a los artesanos del Oriente de Caldas que son los fabricantes como a las transportadoras locales y nacionales.

PALABRAS CLAVES

- Guadua
- Artesanía
- Exportación
- Ventas
- Mercados
- Producto
- Posicionar
- Alcobas
- Innovación
- Importación
- Comercio
- Estrategias
- Mayorista
- Francia
- Marketing
- Tendencia
- Diseño
- Desarrollo
- Producción
- Proyecto
- Distribución

ABSTRACT

For the craftsmen of the East of caldas usually it is more practical to use the guadua that is something that is in its means, to transform it into products, to satisfy its basic necessities and to sell to different markets, sometimes it is not given the sufficient importance to some product just because we do not know from where it comes, this happens with the craftsmen who with their hands make these designs of bedrooms, with much effort and without aid of high technology. This species becomes beneficial if you acquire products that others do not produce, facilitating the exchange of goods needed to meet human needs. In Colombia there is a great variety of guadua and the artisans want to increase the sales of this product but they find a great problem and it is that they do not have the necessary resources to make their transformation process. If we compare with other countries we find that the artisans have basic tools for the adequate transformation, it is there where the help pacts are made between companies, traders, industries and small manufacturers, all looking for a good development of both parts and the economic and social growth of them. The guadua must go through a preparation process where it will be immune and free of possible plagues that could cause a deterioration in the bedroom sets. We can conclude that the export of guadua has a positive impact on both the artisans of the East of Caldas who are the manufacturers and the local and national transporters.

KEYWORDS

- Guadua
- Craftsmanship
- Exportation
- Sales
- Markets
- Product
- To position
- Bedrooms
- Innovation
- Importation
- Trade
- Strategies
- Wholesaler
- France
- Marketing
- Trend
- Design
- Development
- Production
- Project
- Distribution

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de grados nombrado El Marketing y las Artesanías se elaborara utilizando como materia prima la guadua, esto teniendo en cuenta que Colombia es un país con una grande trayectoria agrícola el cual es considerado como un país en vía de desarrollo y que cuanta con una mayoría de recursos naturales propios. La guadua es uno de estos recursos la cual se caracteriza por su resistencia, durabilidad y su fácil manejo, este recurso natural fue denominado como el acero natural ya que crece de una manera fácil y logra alcanzar medidas difíciles de encontrar en otros recursos naturales.

Teniendo en cuenta esto el proyecto encuentra en la guadua una manera para exportar alcobas con diseños innovadores al mercado de Francia logrando así otorgarles un valor significativo a los artesanos de guadua del oriente de Caldas, generando mejores ingresos y sobre todo se estaría rescatando gran parte de la cultura Antioqueña ya que muchas de estas tradiciones se han venido perdiendo y a su vez han ido desapareciendo debido a la innovación de los mercados internacional.

Tras varias investigaciones que arrojan resultados positivos sobre este producto cada día las empresas tienen mayor interés para la producción de nuevas artesanías más innovadoras y llamativas.

EL MARKETING Y LAS ARTESANIAS

Tema general

El Marketing y las Artesanías.

Tema específico

Desarrollo del sector artesanal Colombiano y su impacto en las ventas de Francia.

Definición del problema

Los artesanos de guadua del oriente de Caldas tienen poco conocimiento en cómo exportar y posicionar alcobas artesanales en el mercado de Francia.

Enunciado del problema

El producto artesanal colombiano tiene la fuerza suficiente para entrar en los mercados internacionales, su dificultad está en que no fija bien sus estrategias comerciales para el mercado externo, esto teniendo en cuenta que se están enfrentando a mercados muy exigentes y la competencia se vuelve cada vez más difícil. Los candidatos a exportar el producto artesanal se ven afectados cuando se enfrentan a dificultades relacionadas con la exportación, según el repositorio Artesanías de Colombia de cada 10 artesanos colombianos que logran tener contacto comerciales para el exterior a través de eventos feriales como lo son EXPOARTESANIAS solo dos logran hacer como máximo tres exportaciones.

Cuando el artesano decide exportar sus productos se encuentra con una serie de exigencias que implican ser exportador, a su vez en Colombia, de acuerdo con una estimación de Artesanías en guadua o (bambú colombiano), la cual se registra en la

publicación de los resultados del Censo Económico Nacional del actor Artesanal (Artesanías de Colombia, 1998), 260.000 personas producen artesanía, cifra que corresponde a 15% de la ocupación en el sector manufacturero, lo cual el 25% de esta producción es fabricada por artesanos ubicados en el oriente de caldas con pocas puertas a los mercados extranjeros, lo cual afecta de manera negativa en el crecimiento de sus ventas y futuros empleos.

Pregunta general

¿Por qué los artesanos de guadua del oriente de Caldas tienen poco conocimiento para exportar y posicionar alcobas?

Preguntas problemáticas

1. ¿Cómo puede posicionar su producto un artesano de guadua del oriente de Caldas en los mercados de Francia?
2. ¿Qué ventajas competitivas utilizan los artesanos de Guadua con relación a su competencia?
3. ¿En qué ciudades de Francia puede tener mejor posicionamiento los juegos de alcobas hecho de guadua?

Justificación

La presente investigación está enfocada en crear estrategias de Marketing para llevar a cabo una exportación exitosa de alcobas artesanales hechas de Guadua a los mercados de Francia, se pretende dar a conocer las artesanías elaboradas en material “Guadua” por manos de campesinos del oriente antioqueño, enfocados en generar un verdadero componente de desarrollo tanto para cada familia como para toda la zona de departamento. Desde el punto de vista teórico, este proyecto se constituye con el fin de brindar estrategias de ventas y exportación.

La guadua es una especie forestal nativa muy importante del occidente ecuatoriano, por sus propiedades que la componen como reguladora de aguas y protectora de suelos, además de sus calidades físico-mecánicas que la hacen apropiada para múltiples usos en la fabricación de artesanías, producción de muebles y construcción de vivienda. Además de ser un material muy apreciado en la arquitectura y construcción, gracias a sus múltiples características, es un producto que en manos de artesanos con experiencia y preparación, se convierte en un excelente material para la elaboración de originales muebles, lámparas, accesorios del uso diario, elementos decorativos diseñados de manera funcional y siempre inspirados en la naturaleza de la región de donde vienen. La unidad de producción artesanal de muebles y utensilios de guadua dinamizará la economía de este sector, manteniendo y creando nuevas fuentes de empleo, por cuanto ocupará personal administrativo, operarios e inclusive para los mismos comuneros de la zona; todo ello, implica una mejora de la calidad de vida de los involucrados en el proyecto.

Al momento de exportar alcobas hechas de guadua desde el oriente Antioqueño, se estaría generando mejores ingresos y sobre todo se estaría rescatando gran parte de la

cultura Antioqueña ya que muchas de estas tradiciones se han venido perdiendo y a su vez han ido desapareciendo debido a la innovación de los mercados internacional

Objetivo general

Diseñar estrategias de Marketing que permitan exportar y posicionar alcobas artesanales hechas con guadua en el mercado de Francia.

Objetivos específicos

- Identificar estrategias de Marketing para la entrada de Alcobas hechas en Guadua hacia el mercado de Paris.
- Analizar aspectos económicos, aduaneros, logísticos y comerciales que permitan posicionar el producto en el mercado de Paris.
- Evaluar la oferta de las artesanías de Guadua en el mercado de Paris.

Marco teórico

Para (Smith, 1980) “destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo”

Para los artesanos del oriente de caldas suele ser más práctico utilizar la guadua que es algo que está en su medio, transformarla en productos, satisfacer sus necesidades básicas de estas y vender a diferentes mercados.

Se puede decir de manera resumida que para (MARX, ENERO 1994), un libre comercio era igual a una revolución social y sólo habiendo una revolución de este tipo la existencia del capitalismo se vería tambaleante. Sin embargo, la no implantación de barreras arancelarias no significaba la abolición de la explotación obrera, sino por el contrario las diferencias entre explotadores y explotados seguían siendo las mismas. Bajo estos planteamientos es evidente que Marx no estaba a favor del libre comercio en su totalidad.

El libre comercio tiene una relación muy amplia con estas personas que transforman la guadua en grandes y hermosas alcobas, ellos tienen la libertad de comercializar estos productos a diferentes lugares, bajo el cumplimiento de reglas y procesos que les permiten legalizar su mercancía

Según (Emmanuel, 1991) dice que quien trata de demostrar que el intercambio desigual aparece no por la diferencia en el tipo de producto; es decir él argumenta que las diferencias de valor contenido en cada bien producido, no son las que ocasionan un intercambio inequitativo, sino que este intercambio desigual depende del tipo de país que exporta, ya que la diferencia entre la relación de precios está determinada por el lugar de procedencia de cada producto.

En ocasiones no le damos la suficiente importancia a algún producto solo porque sabemos su origen de donde proviene, esto pasa con estos artesanos que con sus manos fabrican estos hermosos diseños, con mucho esfuerzo y sin ayuda de alta tecnología como lo hacen en otros lugares.

La teoría de (Ricardo, 1994) se tiene que la especialización llega a ser benéfica si se adquieren productos que otros no producen facilitando el intercambio de mercancías necesarias para cubrir las necesidades del ser humano. Si un país produce pan, pero no cuenta con los recursos necesarios para producir leche, lo más práctico sería intercambiar el pan con algún otro país que sí produzca leche; al quedar cubiertas las necesidades de ambos países no necesariamente se está incurriendo a un intercambio desigual por que se están satisfaciendo las necesidades de ambos países, y ambos están obteniendo el mismo beneficio sin ventaja alguna.

En Colombia existe mucha variedad de guadua, y los artesanos quieren aumentar las ventas de estas pero no tienen buenos ingresos para hacer su proceso de transformación, si comparamos con otros países existe las herramientas básicas para la adecuada transformación, es ahí donde se hacen los pactos de ayuda entre empresas y comerciantes, entre industrias y pequeños fabricantes, todos buscando un buen desarrollo de ambas partes y el crecimiento económico y social de los mismos.

Según Smith (1776) “El beneficio principal del comercio exterior no radica en la importación de oro y plata, sino en la traslación del producto excedente para el cual no existe demanda doméstica, intercambiándolo por artículos para los cuales esa demanda existe en el propio país. Los beneficios están dados, no ya por una mejora en los términos de intercambio, ni por una más eficiente asignación de los recursos, sino por la posibilidad de exportar sin sacrificar nada, rompiendo con el juego de suma cero” (Palmieri, 2019).

A su vez Adam Smith en su teoría de las ventajas absolutas escribe “Cuando un país extranjero nos puede ofrecer una mercancía más barata de lo que nos cuesta a nosotros, será

mejor comprarla que producirla, dando por ella parte del producto de nuestra propia actividad económica, emplead en aquellos sectores en que saquemos ventaja al extranjero” (Sordo, 2013)

Desde el punto de vista de David Ricardo creador de la teoría de la ventaja comparativa “aun cuando un país tuviera ventaja absoluta en la elaboración de dos productos, podría ser relativamente más eficiente que el otro en un producto determinado, a lo que denominó “principio de la ventaja comparativa”. Un país puede ser mejor que otro país en producir varios artículos pero solo debe desarrollar aquel que produce mejor. Su curva de posibilidades de producción lo determina. Esta teoría se convirtió en la piedra angular del comercio internacional.

Metodología de la investigación

Tipo de investigación

Este trabajo es catalogamos como descriptivo ya que se pretende indicar los posibles clientes a los cuales va dirigido este producto, cantidad de alcobas que los artesanos laboran por cosecha y a su vez la cantidad de guadua recolectada para exportar alcobas, también describe a que país se pretende llegar y el medio por el cual se intenta transportar el producto a este país , se realizan unas estrategias las cuales facilitan la penetración en este mercado, también se observa como a través de las matrices realizadas se encuentran aspectos positivos y negativos.

Método de investigación

El método de investigación utilizado en el presente trabajo fue el método deductivo teniendo en cuenta que se tomó como producto alcobas de los artesanos del oriente de Caldas y se realizó un estudio donde se tomaron variables tanto cotidianas como de algunos ejemplares del tema.

Se puede observar que se comenzó de algo muy y simple y a medida que se iban realizando las investigaciones pertinente sobre la guadua surgió la posibilidad de exportar alcobas artesanales realizadas con guadua al mercado de Francia, donde este producto tiene un impacto positivo por ser un país turístico y el cual se siente atraído por las artesanías.

Según se puede observar en dicha investigación, este país está en toda la capacidad de recibir de manera positiva este producto.

Diagnostico

Descripción del producto o servicio

Las alcobas son fabricadas con guadua, estas deben pasar por tres tiempos importantes antes de ser cortada; primero la guadua debe estar “niña”, luego pasa a encabullar y después ella madura y está lista para ser cortada; cuando ya se tiene cortada en grandes cantidades se lleva al lugar de transformación donde se sumerge por 14 días en diferentes químicos y alguacilas el cual le aporta una larga vida a todas las artesanías hechas con este material, a su vez este material queda sellado contra todos los animales que en ella puede habitar y de la misma manera que esta pueda ser afectada.

Después de este proceso de inmunización la guadua pasa a un secado natural, donde se expone varias horas al sol hasta que esté completamente seca y es trasladada al taller donde se realizan los respectivos cambios, desde la lijada del material hasta el último proceso que es la embarnizada, en este proceso de fabricación artesanal, solo se cuenta con maquinarias pequeñas como pulidoras, serruchos, mango sierras, lijas, martillos, diferentes tamaños de clavos y tornillos, pegante para madera y no puede faltar un material indispensable como lo es el barniz transparente.

Las alcobas se pueden diseñar de muchos tamaños, colores y brillos, se hacen alcobas desde camas de 1.20 hasta camas de 1.65, acompañadas de dos mesas de noche de diferentes medidas. Normalmente se fabrican muchas cantidades de juegos de alcobas, entre diferentes artesanos, dividiéndose en grupos de transformación, 1 grupo inmunización, 2 grupo elaboración, 3 grupo embellecimiento, 4 grupo empaque y despacho.



Sierra, W.(2020). Camas de guadua. [Figura].

<https://co.pinterest.com/williamsierra05/camas-de-gadua/>

Descripción del país exportador

Francia se encuentra ubicada en el occidente de Europa, cuenta con una superficie de 643.801 km², Paris es su capital y es una de las ciudades con mayor turismo del mundo está atravesada por el río Sena o Seine. Su parte continental limita al sur con el mar

Mediterráneo, Italia y Mónaco al suroeste con el mar Cantábrico, Andorra y España; al oeste con el océano Atlántico, al norte con el Canal de la Mancha, mar del Norte, Bélgica Reino Unido, Luxemburgo, Suiza y Alemania.

El idioma en Francia es el francés, es el idioma hablado por prácticamente toda la población, a su vez existen lenguas regionales **autóctonas** cuyo ámbito es regional. A estas lenguas se les debe sumar la presencia de lenguas **alóctonas** la cual se habla por grupos de migrantes de otros países.

En Francia el 51% de la población es católica, un 31% son ateos. También existen otras religiones minoritarias las cuales son musulmana, protestante, judía, budista están tienen otro porcentaje importante en la población.

Francia es considerada como la quinta economía del mundo y segunda en Europa, es el quinto país exportador a nivel mundial y el sexto importador, este país se caracteriza por el comercio internacional sin embargo su tasa de desempleo es elevada si se compara con otros países desarrollados.

Los principales productos que produce Francia son: trigo, patata, lácteos, carne de cerdo, aves de corral y frutos como manzana, uvas, peras, melocotones y melones, este país se destaca por la vinicultura actividad que posiciona a Francia como el segundo productor mundial. Por este país pertenecer a la Unión Europea, su moneda es el euro (€) antes de esta era el franco francés. El Gobierno de Francia se denomina república semipresidencial, el presidente es el elegido por sufragio universal y cuenta con un mandato de cinco años, el presidente es el encargado de designar a los miembros del gobierno, cuenta con un parlamento formado por diputados y senadores. Todos estos conforman el poder ejecutivo.

Inteligencia de mercados:

Tamaño del mercado: Por lo general los compradores de este producto son tiendas mayoristas para vender a posibles clientes minoristas o ventas unitarias desde la mayorista, a su vez los mayores compradores de estos juegos de alcobas artesanales son los hoteles y hosterías ya que por sus llamativas formas y tamaños hace que los visitantes se sienta atraídos a hospedarse en estos lugares.

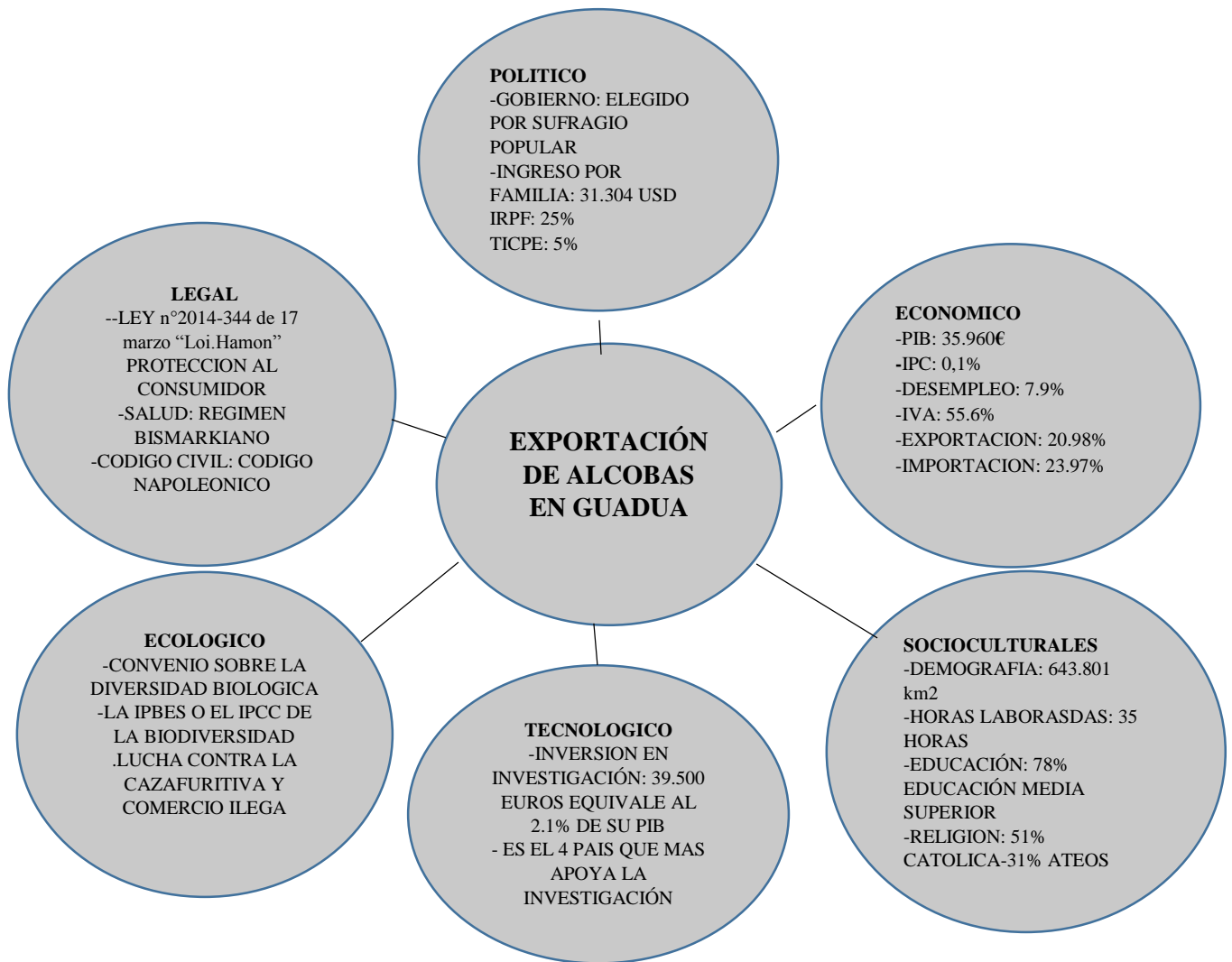
Descripción de los principales demandantes del mercado: Los principales demandantes de estas alcobas son todas las empresas que prestan servicios de hospedajes y turismo ya que estos juegos de alcobas son modernas, juveniles, tienen formas divertidas y a su vez las camas hechas en guadua tienen la comodidad que toda persona busca, las mujeres se convierten en las segundas demandantes de este producto debido a que siempre buscan darle a sus hogares una apariencia más moderna y la mayoría se sienten atraídas por las formas en que vienen los juegos de alcobas fabricados con guadua ya que estos le brindan a sus casas una apariencia más llamativa, los hombres compran este producto ya que buscan ver sus habitaciones más cómodas y se sienten atraídos por lo moderno que es este producto.

Análisis de proceso de distribución: La forma de exportación que se utiliza es el medio marítimo y terrestre; los juegos de alcobas son llevados en camiones desde Caldas - Antioquia, este cuenta con un transporte directo no cuentan con ninguna transportadora ni ningún interlocutor, ya que dicha empresa cuentan con su propio transporte terrestre, son llevados hasta el puerto de Buenaventura desde este lugar estos juegos de alcobas son

pasados a diferentes contenedores y allí se lleva a cabo la embarcación del producto el cual llega directamente a Paris Puerto Fluvial.

Matrices y diagnostico empresarial

Matriz Pestel



Matriz Dofa

ANALISIS DOFA	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
ASPECTOS POSITIVOS	Fortaleza: <ul style="list-style-type: none"> * Reconocida calidad del producto * Alta capacidad de producción * Diseños nuevos , innovadores y artesanales * Facilidad de obtención de la materia prima del producto * Facilidad de acceso a rutas de transporte marítimo 	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none"> * Posibles acuerdos comerciales con mercados internacionales * Generación de diseños propios de acuerdo a la tendencia del mercado * Expansión u posicionamiento en el mercado internacional * Realizar ventas directamente con los clientes
ASPECTOS NEGATIVOS	Debilidades: <ul style="list-style-type: none"> * Altos costos en la logística * Presencia de algunas plagas * El costo de fabricación y mano de obra de la competencia principalmente de china es más bajo * La venta del producto armado implica altos costos de transporte * Mayor tiempo de entrega que los ofrecidos por la competencia 	Amenazas: <ul style="list-style-type: none"> * Precios comerciales en declinación * Caída del Euro * Entrada de competidores locales industrializados y con experiencia en el mercado * No alcanzar los niveles de ventas proyectados

Tipos de segmentación

PSICOGRAFIA	Los compradores de estos innovadores juegos de alcobas son personas modernas, personas con estudios profesionales, personas que les gusta salir de lo cotidiano, por lo general con una actividad laboral administrativa, los clientes más potenciales normalmente se encuentran en los estratos 4-5-6
VENTAJAS O BENEFICIOS	Los principales atributos positivos de esas alcobas se basan en tener una habitación diferente, brinda un clima más natural, cuenta con diseños y figuras salidas de lo cotidiano, con un alto grado de innovación, cuenta con una durabilidad mucho más prolongada, tiene colores únicos en la materia prima
EDAD	Este producto está diseñado para todo tipo de población, sin importar su edad, color de piel, religión, nacionalidad; ya que es un producto para un servicio común sin ninguna restricción

Estrategias de mercadeo

Estrategia de posicionamiento

Por sus características: Posicionar la marca en alta calidad, ofreciendo al cliente durabilidad, diferenciación en cuanto a diseños y precios en el producto.

Por beneficio: Las alcobas logran mantener las habitaciones con un ambiente natural el cual brinda tranquilidad y un espacio agradable para descansar.

Estrategia de crecimiento

Desarrollo del producto: Investigar nuevas formas de cosecha y transformación de la guadua donde se logre encontrar diferentes acabados, logrando así obtener distintos colores y texturas los cuales permiten crear diseños más llamativos.

Estrategias competitivas

Diferenciación: Este producto logra ser diferente a la competencia por su secado natural, su proceso de transformación y por el apoyo que se le brinda a los artesanos de guadua, consiguiendo así no dejar perder la tradición de todas aquellas personas que se sustentan de las artesanías y logran mejorar por medio de estas su calidad de vida.

Mezclas de Marketing

Producto: Se comienza inicialmente con diseños tomados de tendencias del consumo actual que tiene el mercado artesanas de alcobas, los cuales ya deben tener un reconocimiento y aceptación del mercado para que así permita su comercialización, a su vez se pretende iniciar con el diseño propio de las alcobas ofreciendo al comprador un producto innovador y con las tendencias actuales que tiene el mercado para que así el consumidor pueda impartir un producto personalizado en sus alcobas con detalles como: color, accesorios, materiales y diseños.

Precio: Este producto entrara en el mercado con precios competitivos los cuales serán asequibles para las personas, se llevara a cabo ofertas en las cuales se pretende que el cliente logre conocer la calidad del producto y a su vez lograr en él una fidelidad con este, como estrategia se utilizara que por cada comprar mayor a dos unidades se obsequiara un descuento del 20% en la tercera unidad.

Plaza: Se fabrican alcobas desde el Oriente de Caldas, el producto es transportado desde el pueblo en chiva hasta el municipio más cercano donde es embarcado en camiones hasta una bodega en las afueras de la ciudad, se hace proceso de envío con la transportadora con destino al puerto de buenaventura, se ubica el producto en diferentes contenedores y se embarca en los diferentes barcos que tienen como destino final Francia. Cuando el producto llega a Francia pasa por su respectivo proceso de aduana, luego de ser aprobado es transportado al cedi y finalmente es entregado a las diferentes empresas.

Diagrama de Grent

N° ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	INDICADORES DE SEGUIMIENTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10
Objetivos	Computadores, impresora, celular, apoyo de personal	Gerente General	Tasa de crecimiento del mercado										
Descripción del producto	Maquinaria (pulidora, cortadora, compresor? computadores, impresoras, líneas telefónicas, papelería	Area de ventas	Costo real del trabajo realizado										
Inteligencia de mercado	Transporte, apoyo financiero, publicidad impresa, computadores, impresoras, agendas, lapiceros	Mercaderistas	Impacto logrado en el cliente										
Descripción del país a exportar	Tiquetes aéreos, apoyo financiero, computador, tablet, agenda, lapicero, celular	Dirección Comercial	Tiempo para procesar un pedido										
Análisis de la situación interna y externa	Software de análisis, personal capacitado, computador, impresora, proyector, video beam	Investigación de mercados	Impacto del producto en el cliente										

Analisis del proceso de distribución	Apoyo financiero, software contable, camiones, computador, papel, impresora	Area de Logistica	Porcentaje de pedidos procesados																
Mezcla de mercadeo	Computadores, impresora, celular, apoyo de personal, base de datos, software contable, papel, agenda	Ingenieria comercial	Crecimiento de las ventas																
Estrategias y tacticas	Personal capacitado en Marketing, computadores, impresora, agenda	Area de mercadeo	Crecimiento del mercado																

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Vivimos una gran experiencia cargada de risas, miedos, angustias, dedicación al realizar este proyecto, pero al final queda en nosotros una gran felicidad por los resultados que obtuvimos. Fue un gran trabajo en equipo donde los dos conectamos nuestros conocimientos, donde aprendimos a investigar de una manera clara y sobre todo donde pusimos todo el empeño y sacrificio hasta llegar al final de estas líneas.

Es importante resaltar que este proyecto no se hubiera llevado adelante si no hubiésemos tenido el acompañamiento del docente Vladimir Álvarez, quien siempre estuvo atento a nuestras inquietudes nos guio con cada temática del proyecto hasta ser entendida y puesta en práctica.

Quisimos resaltar la importancia que tienen las artesanías en el mundo y la importancia de no dejar perder esta tradición , nos empeñamos en resaltar los artesanos del Oriente de Caldas quienes contaban con hermosas alcobas hechas de guadua pero no tenían unas estrategias bien definidas para exportar este producto, en este proyecto encontramos la forma y posibilidades a través de una larga investigación de cómo llevar este innovador producto al mercado de Francia, a partir de esto aumentaríamos sus entradas económicas incrementando su producción y mejorando la calidad de vida de estos artesanos.

Conseguimos mostrar la importancia que tiene la guadua y el proceso por el cual debe pasar, desde la manera en que se debe cortar ya que esta es la base para que los productos en guadua tenga una durabilidad exitosa y del mismo modo hasta su proceso de elaboración, empaque, transporte y como llega al cliente final.

Sabemos que Francia es un país que impacta de manera positiva sobre estas alcobas ya que según la investigación realizada las personas que viven allí son amantes de la innovación, a las artesanías, a los productos hechos con naturaleza y ante todo a la comodidad a sus espacios de descanso.

Recomendaciones

Quisiéramos que se abordaran más actividades de investigación en la trayectoria de la carrera ya que con estos temas nos acercamos más a lo que solicita el mercado laboral.

Sugerimos espacios de encuentros de investigación en cuanto a procesos de elaboración y transformación de productos ya sea la guadua u otro objeto natural que se pueda exportar, esto teniendo en cuenta que existe cantidad de información importante que

puede ser expuesta para el buen uso de diferentes personas que quizás en el futuro quieran emprender algún negocio con estos hermosos recursos que nos regala la naturaleza

BIBLIOGRAFIA

- Adrian. (noviembre de 2020). *Pinterest*. Obtenido de Pinterest:
<https://co.pinterest.com/pin/500110733611524412/>
- ALEJANDRA PEDRAZA, M. A. (s.f de s.f de s.f). *Tipo de gobierno frances* . Obtenido de Tipo de gobierno frances : <http://www.creosltda.com/creos2/images/PDF/francia>
- Emmanuel, A. (1991). *intercambio desigual* . mexico.
- Estrangéres, M. d. (s.f de s.f de s.f). *Francia Diplomacia* . Obtenido de Francia Diplomacia :
<https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/cooperacion-educativa/francia-fomenta-la-innovacion/>
- EXPANCIÓN. (s.f de s.f de s.f). *Datosmacro.com*. Obtenido de Datosmacro.com:
<https://datosmacro.expansion.com/paro/francia>
- EXPANCIÓN. (s.f de s.f de s.f). *Datosmacro.com*. Obtenido de Datosmacro.com:
<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/francia#:~:text=La%20tasa%20de%20variacion%3%B3n%20anual,del%20%2D0%2C5%25.>
- IDEAS, U. m. (26 de septiembre de 2018). *Facebook*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020, de Facebook: <https://www.facebook.com/unmillondeideass/posts/747279205635791/>
- Idiomas, U. d. (2020). *Blog Universal de Idiomas*. Obtenido de Blog Universal de Idiomas.
- MARX. (ENERO 1994). *Protección y libre cambio*.
- Moritz Stefaner, F. R. (2015). *OECD Better Life Index*. Obtenido de OECD Better Life Index:
<http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/france-es/>
- OECD. (2015). *OECD Better Life Index*. Obtenido de OECD Better Life Index:
<http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/france-es/>
- Palmieri, F. G. (Enero de 2019). *Teorias del CL_Palmieri*. Recuperado el 30 de septiembre de 2020, de Teorias del CL_Palmieri:
file:///C:/Users/julia/Downloads/Teor%C3%ADas%20del%20CI_Palmieri.pdf
- Protocolo. (13 de abril de 2013). *Protocolo.org*. Obtenido de Protocolo.org:
<https://www.protocolo.org/internacional/europa/claves-para-negociar-de-forma-exitosa-en-francia.html>
- Ricardo, D. (1994). *LAS DIFERENCIAS TECNOLÓGICAS ENTRE PAÍSES*. mexico .
- s.a. (04 de octubre de 2020). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia.
- Smith, A. (1980). *PRINCIPALES TEORÍAS SOBRE COMERCIO INTERNACIONAL*. mexico: economia internacional .

Sordo, J. B. (6 de enero de 2013). *slideshare*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2020, de slideshare: <https://es.slideshare.net/huguito818181/3-principales-teoras-del-comercio-internacional>