

COORDINADORES: Antrop. Marta Turok W. / Mtro. Carlos Bravo M. / Ing. Carmen Martínez

FECHAS: Del 1 al 5 de octubre de 2018.

MECÁNICA OPERATIVA: 5 Sesiones de 8 horas (40 horas)

PERFIL DE LAS PARTICIPANTES: Productoras independientes y representantes de organizaciones con experiencia básica, media y avanzada en producción y comercialización de productos artesanales.

PLAN DE TRABAJO

OBJETIVOS: Que las participantes conozcan:

1. La información actualizada sobre la comercialización artesanal.
2. Las características de su producto frente al mercado y la competencia.
3. La oferta institucional conforme varias vertientes de apoyo.
4. Las bases para un plan de acción comercial a corto, mediano y largo plazo.

TEMA 1: LOS ENTORNOS DE LA PRODUCCIÓN / COMERCIALIZACIÓN

- Autodiagnóstico de los productos de cada participante con base en los valores incorporados en el producto.
- Los entornos socio-culturales y económicos.
- Presentación de un caso exitoso.

TEMA 2: CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y LOS MERCADOS

- Presentación de fundamentos del mercadeo (ejercicios prácticos).
- Visión del mercado.
- Técnicas de venta.
- Diferenciación entre artesanía y manualidad.
- Visitas a tiendas de museo y bazares.

TEMA 3: LA OFERTA INSTITUCIONAL: EXPERIENCIAS Y RECOMENDACIONES

Conferencias de Instituciones Federales, del GCDMX e iniciativa privada

- Programas de apoyo.
- Aspectos fiscales: figuras asociativas y características dentro del nuevo marco fiscal.
- Derechos de autor y Marcas.

TEMA 4: BASES PARA EL PLAN DE ACCIÓN: UN PASO ADELANTE

(Trabajo individual y en equipos)

- Perspectiva de género y empoderamiento.
- Conclusión del Seminario-Taller con la realización de un ejercicio de elaboración de un plan de trabajo a corto, mediano y largo plazo con base en los conocimientos teórico-prácticos adquiridos.