



FLORECE TU NEGOCIO

Consultoría de Negocios Comunitarios: Conversa

Proyecto



Fortalecimiento comercial y digital para empresas comunitarias.

Financiamiento



Fondos GEF
\$30,000 USD

Zona geográfica



Oaxaca, Chiapas, Península de Yucatán

Objetivo

Mejorar las capacidades de comercialización y presencia digital de empresas comunitarias del sureste de México, como una estrategia para ampliar su acceso a mercados, fortalecer su sostenibilidad económica y reducir barreras estructurales para su inserción comercial.

20 organizaciones acompañadas

Duración
6 meses

10 sectores productivos

Estado
Finalizado

Soluciones innovadoras

- Micrositio como plataforma central de comunicación y aprendizaje (transparencia y gestión del conocimiento).
- Envío de materiales, audios y videos por whatsapp para explicar herramientas digitales.
- Sesiones grupales (5 pax) con pantallas múltiples compartidas para la evaluación entre pares.

Logros alcanzados

- 21 diagnósticos empresariales
- 9 fichas técnicas de producto
- 2 catálogos comerciales
- 11 identidades gráficas creadas o mejoradas
- 2 etiquetados comerciales nuevos
- 10 landing pages publicadas
- 46 asesorías individuales personalizadas
- Fortalecimiento de capacidades, claridad estratégica y cambio de percepción sobre la comercialización y lo digital como herramienta al servicio de la identidad comunitaria y la sostenibilidad de medios de vida.
- Reducción de la brecha digital.

“El valor del programa fue aprender haciendo, no solo escuchar teoría. Y en contar con acompañamiento cercano” - Libni, Juguete Arte

Nivel de desarrollo empresarial de participantes

- 8 empresas comunitarias en etapa emergente
- 11 en consolidación
- 2 en nivel avanzado

Talleres presenciales

- 2 Sedes: SCC, Chiapas y Mérida, Yucatán
- 14 hrs efectivas
- 26 personas participantes de 17 organizaciones
- 14 asesorías individuales con 12 organizaciones



“Ya no da miedo publicar; ahora sabemos qué decir y cómo mostrar el producto” - Norma, USAEC Apicultores

Retos y desafíos que enfrentaron

- El poco tiempo disponible que tenían las organizaciones para dedicarlo al fortalecimiento de capacidades y el talento humano con el que cuentan realizan varias tareas dentro de la organización.
- La conectividad fue un reto pero no una limitante.
- Alfabetización digital baja en la mayoría de las organizaciones.

Caso de éxito



DIFA Alternativas y Actualización AC, formada en 2015, desarrollan proyectos alternativos con enfoque comunitario integral. Actualmente producen y comercializan café agroecológico. Han avanzado en procesos de diversificación productiva y recientemente están impulsando su marca institucional, buscando ampliar sus canales de comercialización y fortalecer su identidad visual y digital para consolidar mercados dentro y fuera de su región.

Antes

- La organización enfrentaba las tres restricciones identificadas a nivel programa: falta de materiales de venta, identidad poco estructurada y ausencia de un canal digital claro .
- No contaba con fichas técnicas de producto ni narrativa comercial definida, lo que dificultaba explicar su oferta a clientes.
- La información se encontraba dispersa y no existía un espacio digital que permitiera presentar su propuesta de forma integral.

Después

- La organización cuenta con una ficha de producto y promesa de marca, permitiendo comunicar con claridad atributos y valor.
- Hoy tienen un mapa de experiencia del cliente, permitiéndoles organizar el proceso de atención y venta.
- La organización cuenta con una identidad de marca.
- Tienen una landing page funcional, como primer ejercicio de canal digital estructurado.
- Los beneficiarios cuentan con herramientas como Canva para generar materiales de comunicación consistentes.

“Más que los documentos, nos llevamos claridad y disciplina para seguir” - Blanca, Proyecto DIFA



Recomendaciones para siguientes pasos

- Monitoreo puntual del uso de herramientas digitales aprendidas.
- Libro del emprendedor para que recuerden las herramientas digitales y cómo se usan
- Diseño de un programa más avanzado de mercadeo, enfocado en el sector turístico.
- Trabajar con grupos básicos, intermedios y avanzados dependiendo de lo que se quiere lograr
- Construcción de identidad visual como ejercicio de gobernanza