**Plan Estratégico - Emprendimiento Sevamate**

1) Descripción del Proyecto: "Sevamate"

Sevamate es un emprendimiento local dedicado a la fabricación y comercialización de mates personalizados, bombillas artesanales y sets materos. El proyecto nace con la finalidad de difundir la cultura del mate a través de productos únicos, de diseño y calidad, promoviendo también el consumo responsable y sostenible.  
  
Finalidad del proyecto:  
Ofrecer productos materos personalizados y de calidad que reflejen la identidad del cliente y fortalezcan el ritual social del mate en la vida cotidiana.

2) Objetivo SMART

Objetivo general SMART:  
Aumentar en un 30% las ventas mensuales de Sevamate en un plazo de 6 meses, mediante campañas de marketing digital, alianzas con tiendas físicas locales y mejoras en la atención al cliente.  
  
- Específico (S): Aumentar las ventas mensuales de Sevamate.  
- Medible (M): En un 30%.  
- Alcanzable (A): Con una estrategia de marketing y mejora en el servicio.  
- Relevante (R): Para asegurar el crecimiento económico del emprendimiento.  
- Temporal (T): En 6 meses.

3) Planeación Estratégica (Análisis FODA)

Fortalezas:  
- Productos únicos y personalizados.  
- Marca con identidad visual bien definida.  
- Buenas reseñas de los clientes actuales.

Oportunidades:  
- Tendencia creciente de consumo de productos artesanales.  
- Mayor visibilidad a través de redes sociales.  
- Posibilidad de ventas por e-commerce.

Debilidades:  
- Producción limitada por ser artesanal.  
- Poca presencia en puntos de venta físicos.

Amenazas:  
- Competencia creciente en el rubro matero.  
- Cambios en la economía que afecten el consumo.  
- Costos variables en materia prima.

4) Objetivos Tácticos por Área

Área Comercial/Ventas:  
- Lograr convenios con al menos 3 tiendas físicas para vender productos de Sevamate en un plazo de 3 meses.

Área de Marketing:  
- Aumentar un 50% los seguidores e interacción en Instagram en 4 meses.

Área de Producción:  
- Reducir en un 20% los tiempos de producción manteniendo la calidad del producto en 5 meses.

Área de Atención al Cliente:  
- Implementar una política de respuesta a consultas en menos de 12 horas, mejorando la experiencia del cliente.

5) Procedimiento para Implementar Objetivo Táctico (Área Comercial)

Programa: “Alianzas Locales”

Objetivo:  
Conseguir que tres tiendas locales revendan productos Sevamate para ampliar el alcance y mejorar las ventas.

Pasos del procedimiento:  
1. Identificación de tiendas afines (regalerías, tiendas de diseño, etc.).  
2. Diseño de catálogo físico y digital con precios mayoristas.  
3. Visitas comerciales o envío de propuestas por email.  
4. Negociación de condiciones (precios, comisiones, forma de entrega).  
5. Entrega de material (flyers, tarjetas, señalética para los productos).  
6. Seguimiento mensual con cada tienda aliada para conocer rotación de productos y ajustar stock.