



**COMUNICACIÓN DE
INFORMACIÓN EN LA WEB**

**Profesor:
Francisco Jiménez Bonilla**

**Estudiante
Karina Sequeira Corrales.**

Plan marketing empresarial

Segundo cuatrimestre del año 2024.

¿Cuál es el producto o servicio clave de la empresa?

"Realmente, esta pequeña empresa fue una herencia de mi Madre, Ana Luz Brenes, quien dedicó toda su vida a la producción de repostería y manejar ventas en las ferias del agricultor. Hablo de herencia al conocimiento dado, a la producción de repostería. La idea surge en los años 90s junto con mi esposo."

¿Cuál es la estrategia que usan para llegarle al mercado? ¿Se alinea con los objetivos del negocio?

"En sus inicios, íbamos casa por casa, vendiendo nuestros productos cuando vivíamos en Carmen de Guadalupe. Después mi esposo comenzó a hacer rutas en carro, donde iba a casas y pulperías a ofrecer los productos.

Productos Artesanales Yujani

PYME

¿Qué se piensa del servicio o producto por parte de los clientes?

"Los clientes mencionan que son productos de gran calidad, productos que cuando llegan a la feria son frescos y siempre se percibe el amor con el que el producto es hecho!"

¿Cuentan con alguna alianza empresarial?

En este momento no, pero me gustaría tenerlas a futuro, con ayuda de esta página web

¿Les gustaría tener un sitio web (Sí/No).
¿Porqué?. Tienen pensando en algún momento tener el sitio web subido en la red?

"Si, pero por desconocimiento del tema más que todo, no soy muy ágil con la tecnología."

¿Cuál es el público meta?

"Nuestra habilidad para combinar recetas tradicionales con técnicas innovadoras nos permite ofrecer productos únicos y de alta calidad. La dedicación y el compromiso de nuestro equipo aseguran un ambiente de trabajo colaborativo y eficiente"

Productos Artesanales Yujani

PYME

¿Cuál es el público meta?

"Gracias a la naturaleza de nuestra empresa, es algo que nos ayuda mucho poder decir que nos dirigimos a todo tipo de público, edades y necesidades."

¿La empresa tiene ofertas que atraen al público en general? Les gustaría tener una sección promocional en la web?

"Realmente no poseemos promociones como tal cuando vamos a la feria del agricultor, pero para efectos de la página web, podría trabajarla"

¿Quién está comprando actualmente el producto o servicio?

¿A quién están tratando de alcanzar?.

Usualmente los clientes que atiendo hoy en día son en la feria del agricultor de Tibás. vecinos de la zona y también personas que viajan de lejos a hacer sus compras, estos clientes me recomiendan con sus conocidos y más personas llegan a comprar.”

Productos Artesanales Yujani

PYME

¿Quisiera cambiar la apariencia visual que tiene la empresa a nivel de medios digitales. Si o NO? Porqué?

“Podría decir que si, en cuanto al logo y colores, me gustaría una página sobria, que pueda conectar con el consumidor y que represente a la empresa correctamente”

Conclusión

Productos Artesanales Yujani

- Más de 20 años de experiencia
- Motivo por el cual no ha pasado la información de la empresa a un ámbito tecnológico, es claro.
- Público meta
- Marca registrada.
- Maneras en las que se da a conocer (pueden mejorar)
- Diseño en mente: algo sencillo y sobrio pero que logre captar y conectar con el consumidor. Proporcionará opciones de colores y le presentaremos un logo