PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Monteria, Mayo 31 de 2021

Señor (a)
JORGE ENRIQUE HERNANDEZ GUERRA
SUPERVISOR CONTRATO No. **CO1.PCCNTR. 2199366**
Cordinador académico
Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir
Monteria

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes MAYO del año 2021.

Referencia No. **CO1.PCCNTR.2199366** del año 2021

DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. 50.957.769 de Puerto escondido, en mi calidad de Contratista del SENA, en Centro Agropecuario y de Biotecnologia el Porvenir en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: El valor total del siguiente contrato es máximo de TREINTA Y CINCO MILLONES CUATROCIENTOS UN MIL QUINIENTOS TRES PESOS M/CTE(35.401.503) , el SENA pagara al contratista de la siguiente manera a) Nueve (9) pagos iguales por valor de TRES MILLONES TRECIENTOS CINCUENTA MIL TRECIENTOS PESOS M/CTE (3.350.300) b) un ultimo pago correspondiente al mes de diciembre por valor de UN MILLON OCHOCIENTOS NOVENTA Y OCHO MIL QUINIENTOS TRES MIL PESOS (1.898.503)

Plazo: Será hasta el 17 de Diciembre de 2021.

OBJETO:
PRESTAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL DE INSTRUCTORES PARA IMPARTIR FORMACIÓN INTEGRAL PRESENCIAL EN EL PROGRAMA DE ATENCIÓN A LA POBLACIÓN VÍCTIMA DEL DESPLAZAMIENTO POR LA VIOLENCIA DEL CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGÍA EL PORVENIR DE CÓRDOBA.

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	impartir formación integral presencial a los aprendices en el área asignada dentro del programa de atención población victimas del desplazamiento por la	Se impartió formación profesional integral no presencial y en la alternancia con ayuda deherramientas TIC en la ficha: 2310596 -Mercadeo y ventas	Evidencias fotográficas adjuntadas en el informe mes Mayo

	violencia, en las competencias, resultados de aprendizaje y actividades de los proyectos de formación programados dentro de los tiempos que para cada acción se determine por el centro de formación.	Competencia: Identificar los Comportamientos del Mercado, según resultados de la investigación y tendencias del entorno.	
2	Establecer la ruta de aprendizaje en Sofía Plus de acuerdo a la programación e intensidad horaria que conoce con la suscripción del contrato.	La obligación contractual no fue ejecutada durante el periodo,debido a que no se encuentra con el rol para realizar el proceso	No aplica
3	Asociar aprendices en el aplicativo Sofía Plus, dentro de los términos establecidos para ello.	La obligación contractual no fue ejecutada durante el periodo,debido a que no se asociaron Aprendices en el aplicativo Sofia Plus.	No aplica
4	Planear y ejecutar las actividades relacionadas en la guía de aprendizaje.	Se planearon y se ejecutaron las actividades de las guías de aprendizaje creadas, para la formación del programa: Mercadeo y ventas, fichas: 2310596	Registro fotográficos de encuentro con los aprendices en la alternancia
5	Cumplir con los productos asociados al proyecto en actividades de formador del programa de formación.	Se desarrollaron las formaciónes a través de las herramientas TIC, Correo Electrónico, ZOOM, Whatsapp y encuentros presenciales en la alternancia	Registros fotograficos de grupos de whatsapp y de sesiones de formación Meet.
6	Apoyar la gestión del programa de formación para el posicionamiento Regional de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato.	Se realizó proceso de concertación con la líder de la vereda las balsas, Municipio Cienaga de oro para consolidación de procesos de formación en el Curso de Mercadeo y Ventas.	Registro fotografico
7	Participar activamente en el cumplimiento de las metas de formación de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato.	Se participó en el cumplimiento del las metas del programa con el proceso de matricula de 2 formaciones en el programa de Mercadeo y Ventas.	Ficha creadas2310596 -2330891 anexas en las evidencias de este informe
8	Generar y ejecutar una estrategia que permita la	Se ejecutaròn talleres y diálogos con los aprendices de la	Captura de Whatsapp

	permanencia de los aprendices durante el tiempo total del curso.	fichas,2310596 logrando retroalimentaciòn de los mismos.	
9	Realizar el seguimiento de cada aprendiz mediante la orientación y acompañamiento a las actividades de aprendizaje y reportar avances o dificultades de manera oportuna a la Coordinación Académica en los formatos y tiempos que se dispongan para ellos.	Se realizó retroalimentación de las actividades propuestas de las guías de aprendizaje, en los programas: 2310596 COMPLEMENTARIO MERCADEO Y VENTAS.	Registro fotográficos de encuentros en la presencialidad y capturas de grupo de whatsapp
10	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar los Informes mensuales de la ejecución del contrato o los productos que se le requiera, además del informe mensual_ de actividades según la fase en que se encuentre el curso (planear, ejecutar y evaluar) durante el desarrollo del proceso de aprendizaje y de las actividades en general con sus respectivos anexos.	- Se cargó el informe correspondiente al mes de Mayo, en la plataforma Secop II.	Plataforma secop ll
11	Gestionar y propiciar recursos en las comunidades objeto de la formación.	Durante el periodo las formaciones fueron impartidas en la no presencialidad a través de herramientas tics,por lo que no fue necesario gestionar recursos en la comunidad.	Registros fotográficos de encuentro en la no presencialidad.
12	El instructor contratista se obliga durante el periodo del contrato al proceso de certificación de competencias según normas de competencias que aplican a la función instructor, así como a los procesos, que el SENA adelante, para certificar Habilidades pedagógicas y capacitarse en el idioma	Durante el periodo no se participo en procesos de certificación por competencias	No aplica

	ingles y aplicar al proceso de certificación de las normas de competencia "ORIENTAR FORMACION PRESENCIAL DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TECNICO Y NORMATIVO" y aportar el respectivo certificado aprobado al informe de ejecución contractual.		
13	Desarrollar las horas de formación que requiera la implementación del programa.	Se ejecutaron las horas de formación del mes de Mayo, basado en la programación de la plataforma sofia plus; en los programas: 2310596 - Mercadeo ventas 2330891 – Mercadeo y Ventas	Reporte de tiempo mes de Mayo, generado en Sofia Plus,adjuntando en este informe.
14	Prestar con seriedad, responsabilidad, profesionalidad, eficiencia, oportunidad y diligencia estos servicios.	Estos servicios fueron prestados con profesionalismo, seriedad,responsabilidad , calidad e integridad.	Evidencias soportadas en el informe mensual de ejecución.
15	Atender según los requerimientos de la Subdirección de centro, actividades de apoyo a la supervisión de contratos y/o evaluación de propuestas según las competencias que su formación académica le permitan desarrollar.	Durante el periodo no se participo en procesos de apoyo a la supervisión de contrato	No aplica
16	Sentar las evaluaciones de cada resultado de aprendizaje y dar a conocer los resultados de las mismas, registrando los respectivos juicios evaluativos en el aplicativo SOFIA Plus dentro de los términos establecidos.	Se registró en Sofìa Plus la emisión de juicios evaluativos de la ficha 2310596 – Mercadeo y ventas .	Reporte de juicios evaluativos adjuntados en èste informe.

17	Construir y mantener en tiempo real el portafolio de evidencias del instructor y de los aprendices.	Se cargaron en el PORTAFOLIO DEL INSTRUCTOR, todas las evidencias de las actividades ejecutadas en el periodo.	Se registró en el Drive las evidencias del portafolio del Instructor. https://drive.google.com/drive/folders/1cZ6LVzxkVQIhQ7vkewRswKEDmmpvItjO
18	Entregar los reportes mensuales estadísticos y registros inherentes al proceso formativo..	Se entregó reportes mensuales en las fechas establecidas. Informe mensual, cuenta de cobro y anexos.	Informe mensual cargado en la plataforma Secop ll
19	Apoyar los procesos de las otras actividades inherentes a la formación.	Se Realizò los plan de Mercadeo y portafolios de servicios para las unidades productivas Gallinas ponedoras la Bendiòn de Dios en el Municipio san Andres de sotavento,Piscicolas Puerto Eugenio, Municipio de Lorica, unidad productiva Pollos la Bendiciòn en el Municipio de Ceretè,Unidad productiva Platanos Victor en el Municipio de Monterìa,unidad productiva Piscicola Torno Rojo en el Municipio de Puerto Libertador.	Registro fotográficos
20	Gestionar y propiciar ambientes y recursos en las comunidades objeto de la formación.	Se crearon grupos de Whatsapp para implementar formación no presencial en las fichas: 2310596 – Mercadeo y Ventas 2330891 -- Mercadeo y Ventas	Captura de Pantalla Whatsapp
21	El contratista debe cumplir con las normas del Sistema General de Riesgos Laborales, en especial, las siguientes: 1.	Se impartió formación profesional integral bajo la modalidad de alternancia;en el curso Mercadeo Y Ventas ficha: 2310596 del Municipio de Cienaga de Oro;teniendo presente los protocolos de	Pantallazos de

	Procurar el cuidado integral de su salud. 2. Contar con los elementos de protección personal necesarios para ejecutar la actividad contratada, para lo cual asumirá su costo. 3. Informar a los contratantes la ocurrencia de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales. 4. Participar en las actividades de Prevención y Promoción organizadas por los contratantes, los Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo o Vigías Ocupacionales o la Administradora de Riesgos Laborales. 5. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST. 6. Informar oportunamente a los contratantes toda novedad derivada del contrato.	Bioseguridadpara la prevención del Covid-19. Se cumplieron las normas del sistema general de riesgos laborales, acatando todas las recomendaciones medicas ante riesgo de contagio por covid – 19, Por tal motivo las formaciones están Siendo impartidas de manera no presencial a través de las herramientas tics. Durante el periodo se realizò diariamente el Autoreporte de condiciones de salud.	sesiones de formación vìa WhatsApp, Teem Pantallazos de Autoreporte de condiciones de Salud
22	Apoyar las actividades de investigación e innovación que se desarrollen en el centro de formación. Debe presentar documentos señalados en la circular 3-2017-000208.	Se participò en el proceso de la socialización de los Proyectos de Sennova, por parte del Centro Agropecuario y de Biotecnologìa el Povenir.	Registros Fotograficos.

23	Aplicar los procedimientos correspondientes al instructor para formalizar la deserción de los aprendices que abandonan el proceso formativo de acuerdo con lo establecido en el reglamento del aprendiz SENA vigente.	Durante el mes no se presentaron procesos de desersión por parte de los aprendices de las fichas en proceso de formación	No aplica

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.
Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				

Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No.**4383609680** de la planilla, Expedido por Bancoomeva correspondiente al mes de **ABRIL** de 2021 operador y periodo. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámit*
Cordialmente,

Firma
DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
Contratista
C.C. No. 50.957.769
Recibí a satisfacción:

Firma
JORGE ENRIQUE HERNANDEZ GUERRA
Supervisor Contrato No. CO1.PCCNTR.2199366 de 2021
Coordinador académico.

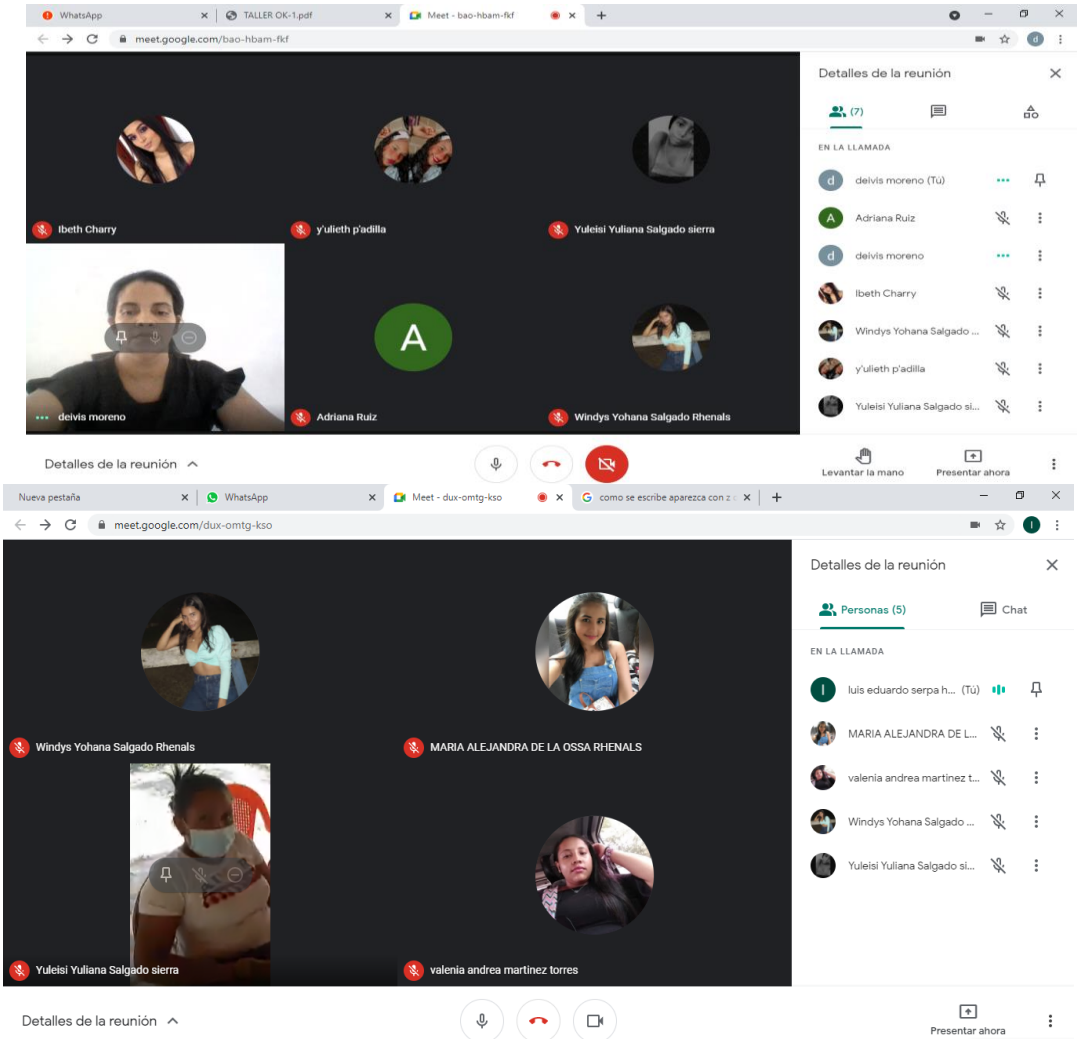
EVIDENCIAS

Se anexa link del portafolio del instructor donde se evidenciaran todas las actividades antesmencionadas:

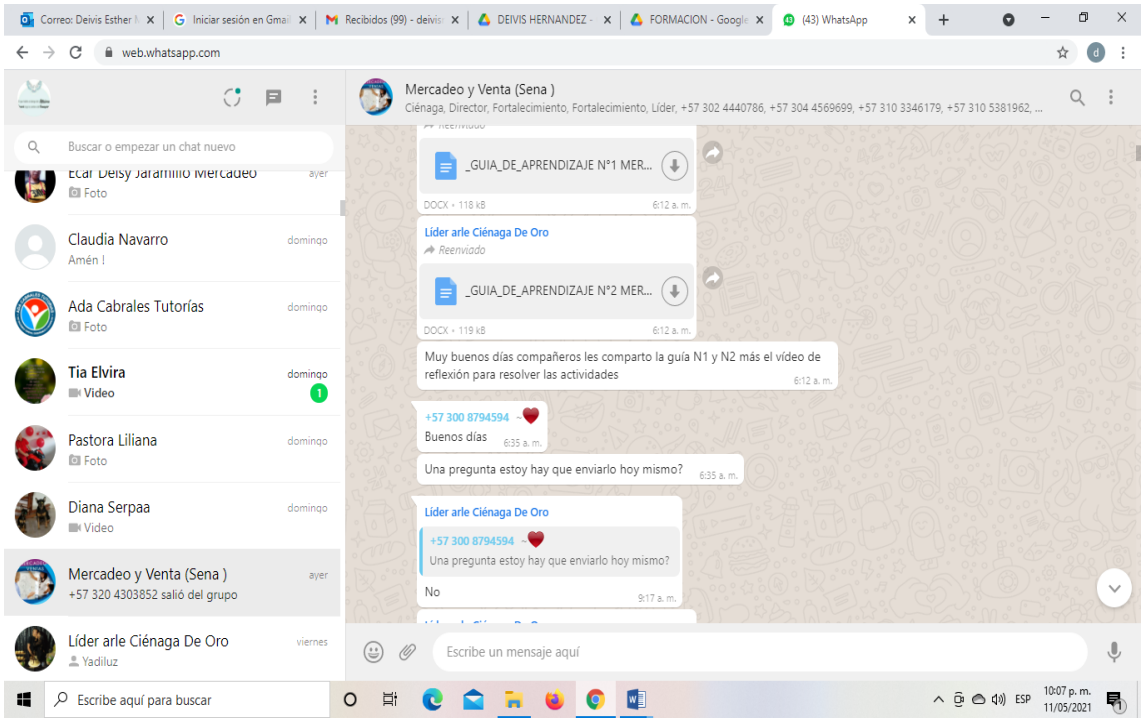
https://drive.google.com/drive/folders/1cZ6LVzxkVQIhQ7vkewRswKEDmmpvItjO

Las evidencias que se relacionan a continuación corresponden a las de las obligaciones contractuales: 1. impartir formación, 4 .ejecutar actividades de la guía de aprendizaje, 8. ejecutar estrategias para la permanencia de los aprendices en el curso y 9. Seguimiento a los aprendices.

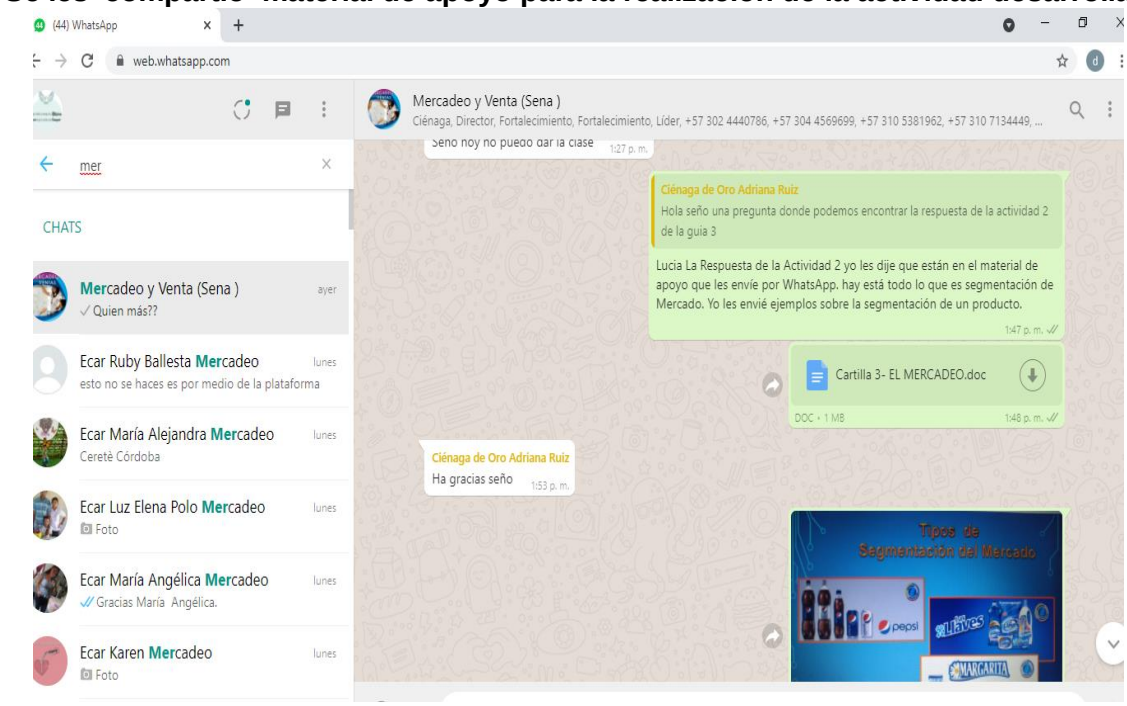
Se impartió formación profesional integral, no presencial con ayuda de herramientas TIC, Se les Compartió el Link Meet, iniciando la sesión correspondiente, se socializó el tema, Con respecto a las tendencias del mercado, tipos de clientes, competencia en el Curso Mercadeo y Ventas ficha: 2310596 (Ciénaga de Oro)



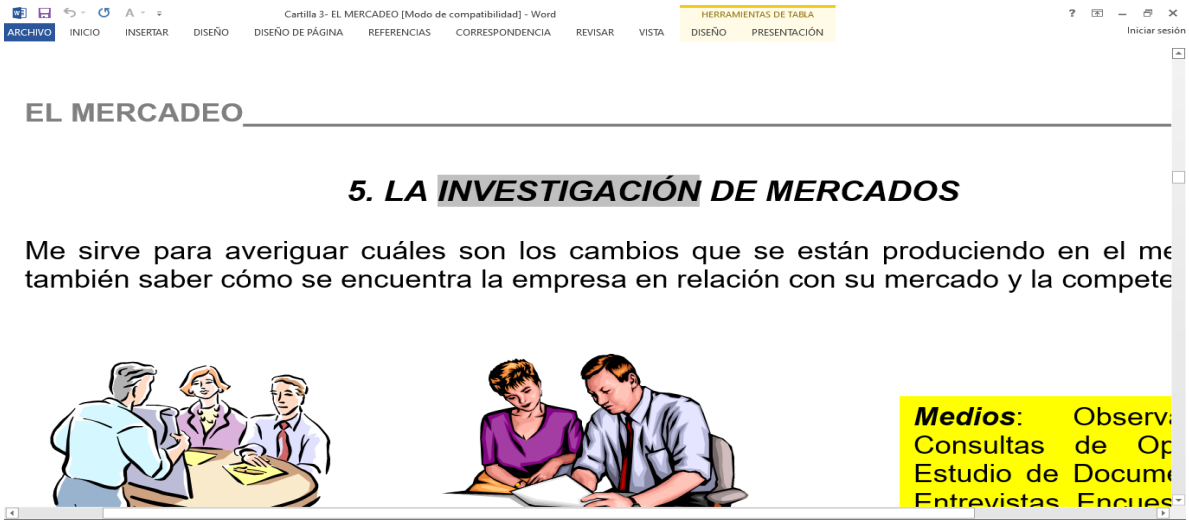
Se les compartió la Guía de Aprendizaje y el Diseño curricular:

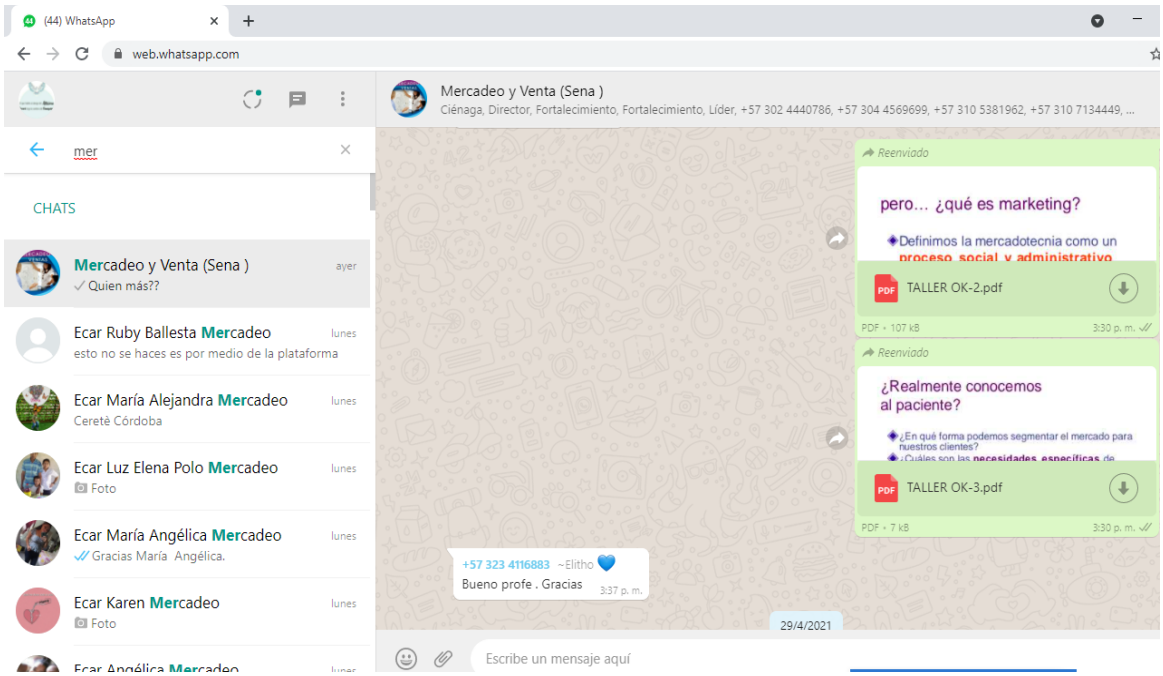


Se les compartió material de apoyo para la realización de la actividad desarrollar.

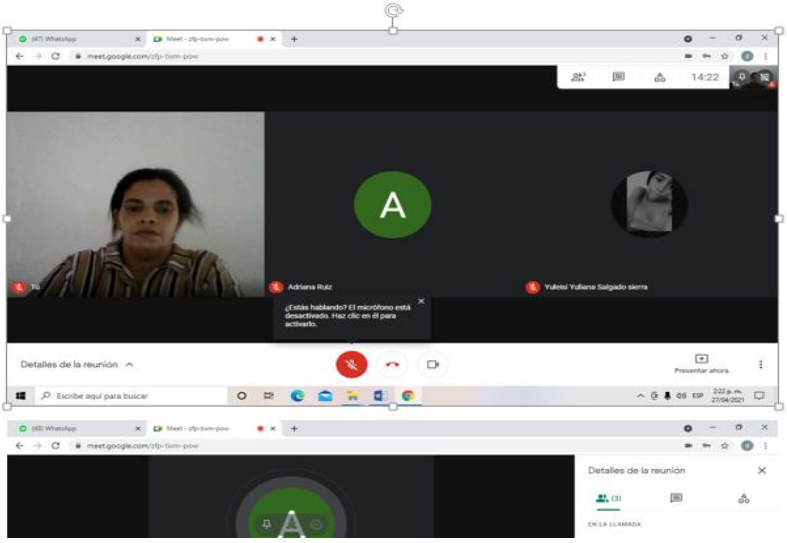


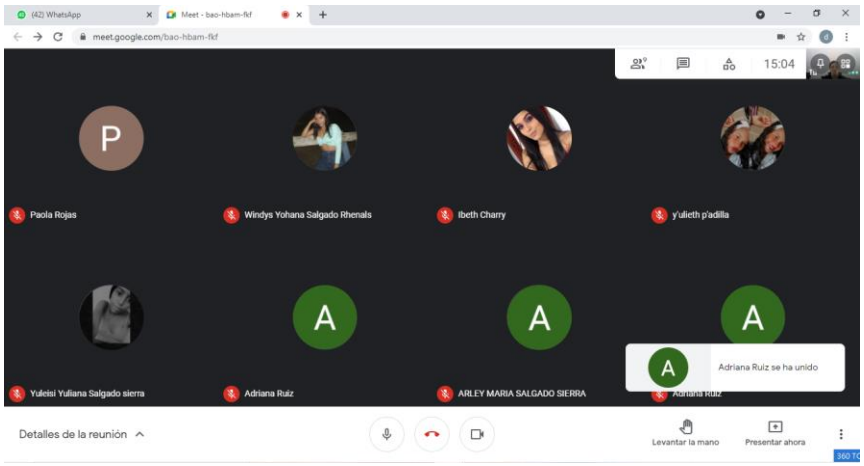
Se les Compartiò Material de Apoyo y los talleres para su respectivo desarrollo de la actividad.



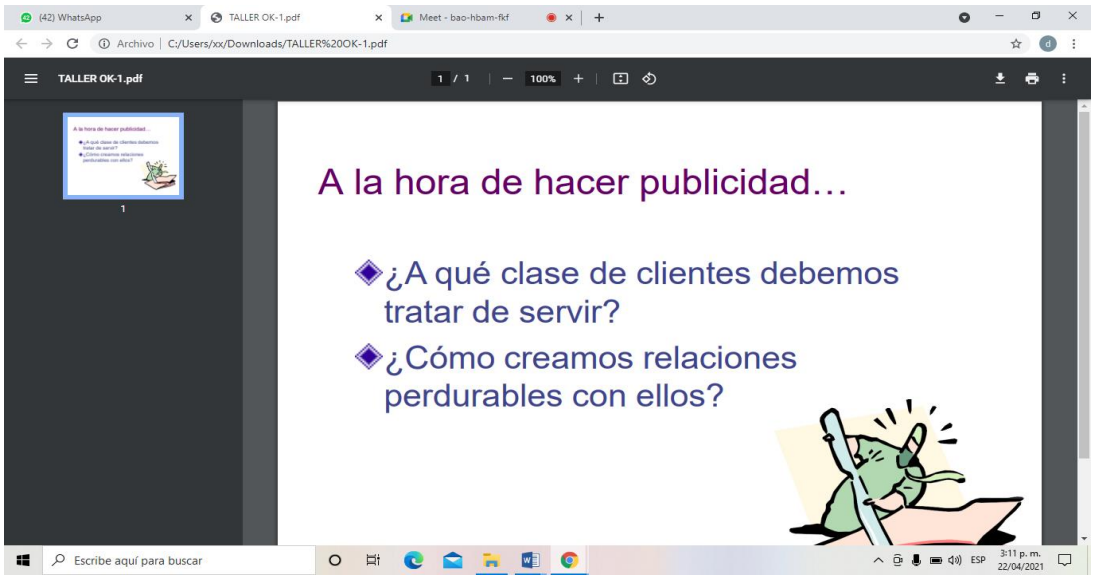


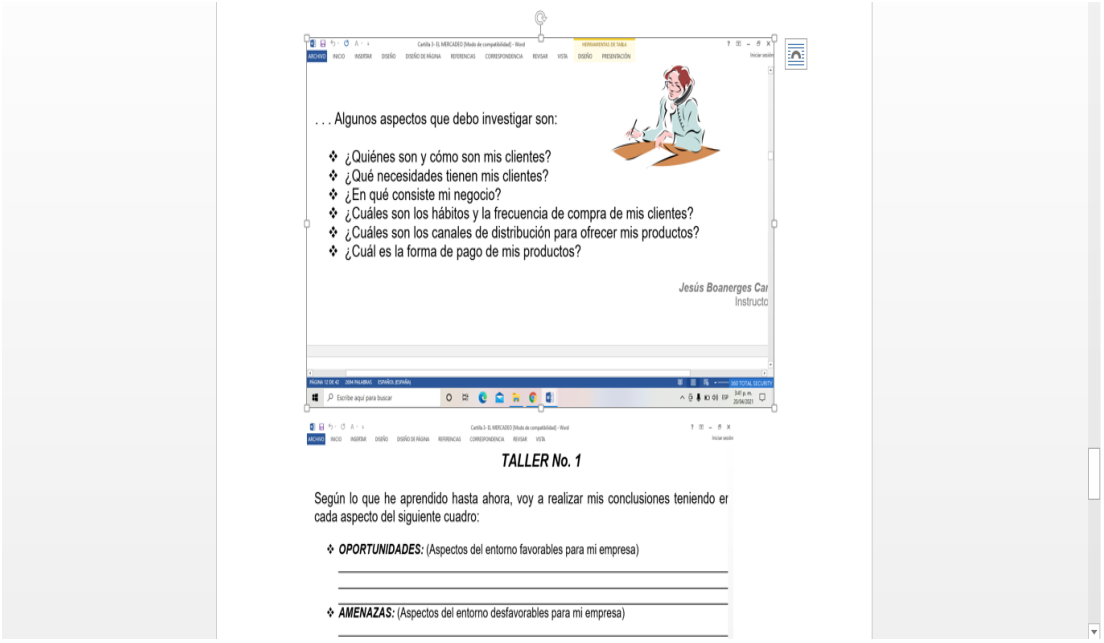
Se impartió formación profesional integral, no presencial con ayuda de herramientas TIC, Por medio de google Meet. Socializándose el tema sobre las estrategias de mercadeo, la oferta y la demanda.



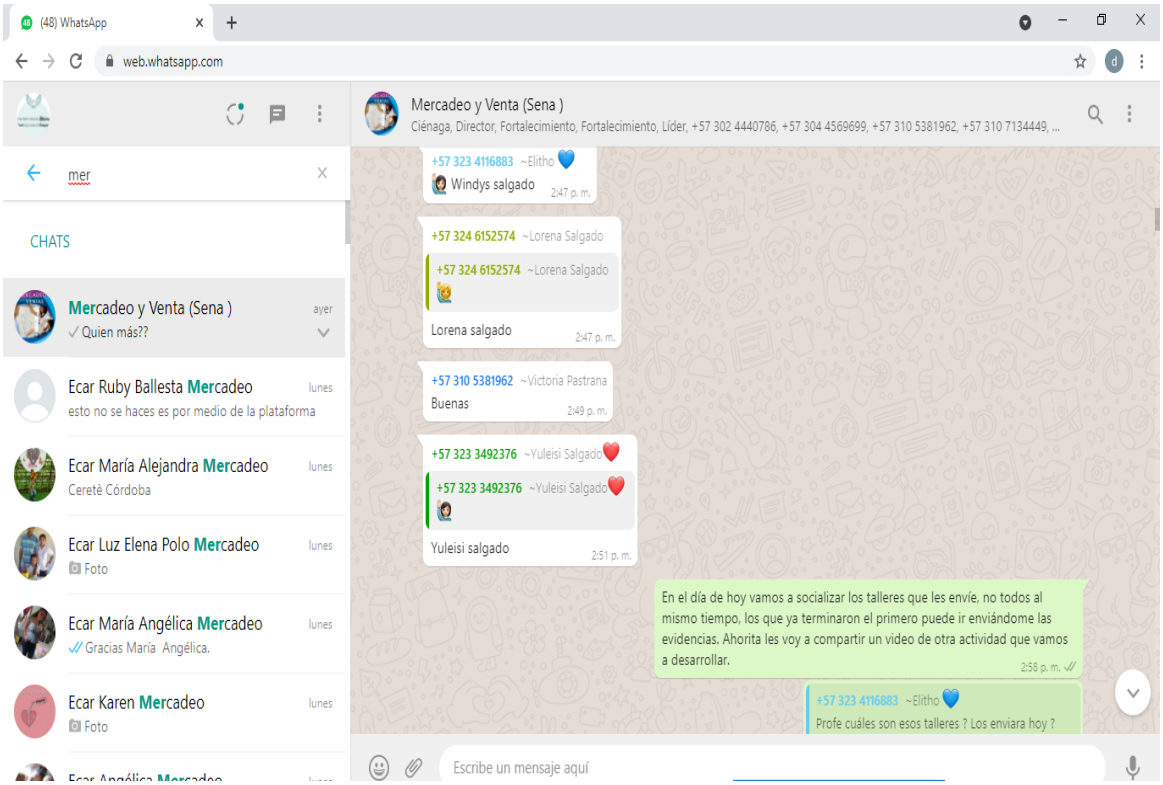


Se les compartió por medio de herramientas TIC, las Diapositivas, socializándoles los conceptos del Cliente, sus características y tipos de clientes, como actividad a desarrollar un taller.

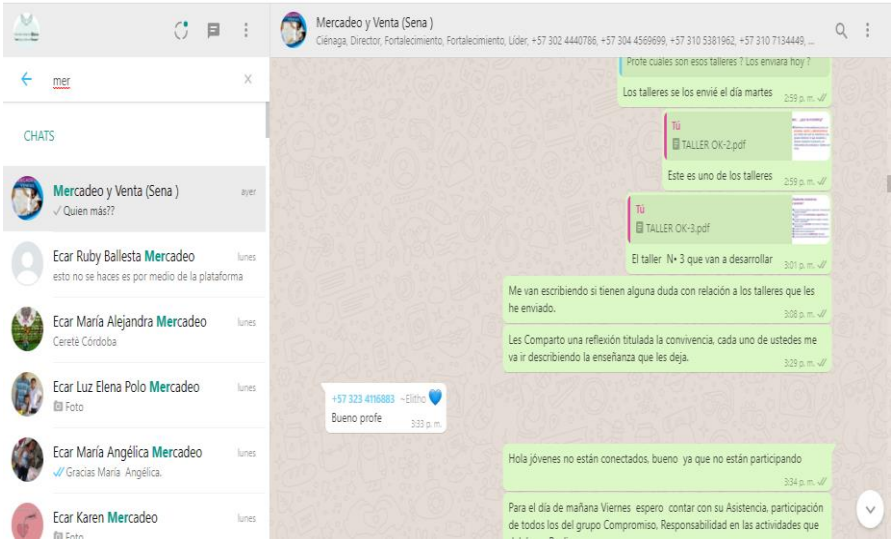


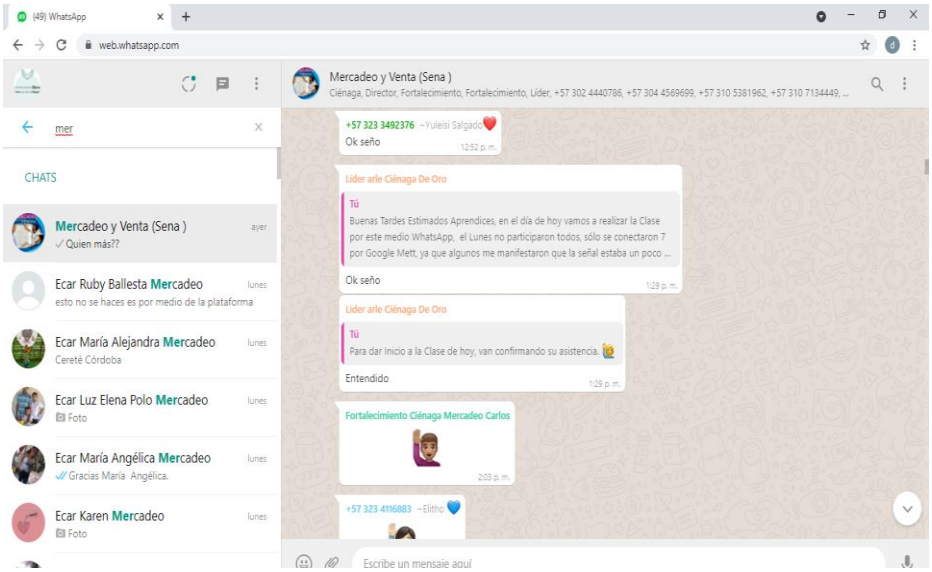


Se impartió formación profesional integral, no presencial con ayuda de herramientas TIC, en el curso Mercadeo y Ventas ficha: 2310596 (Ciénaga de Oro).tomando Asistencia, cada aprendiz alzó su mano virtualmente, se dio inicio a la formación, se les compartió taller escogiendo ellos un producto y describiendo las Dofa. De la actividad 3.

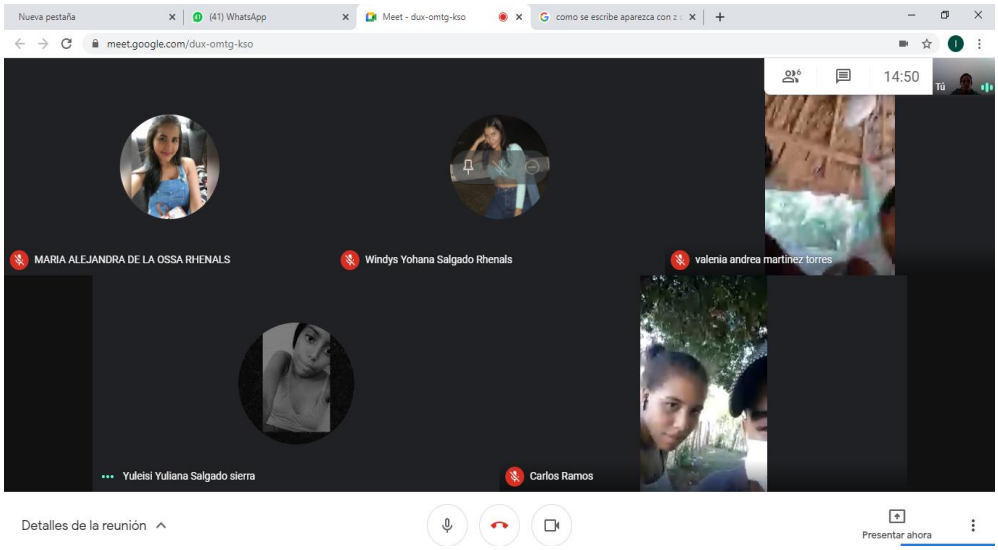


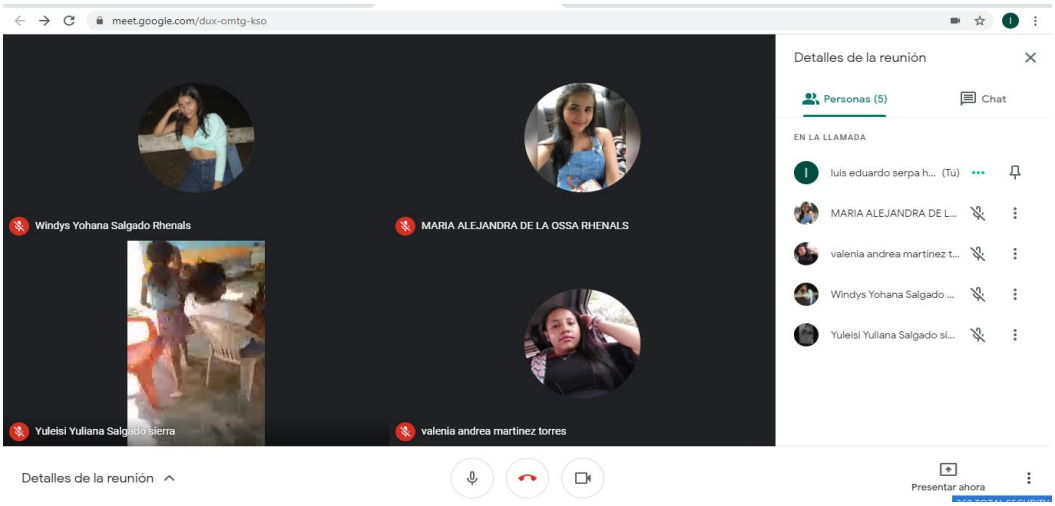
Se les compartió la Guía Nº 3 Socializándoles la Realización de ventas de productos o servicios teniendo en cuenta las condiciones del mercado, cada aprendiz se empodero del tema. Tomándose asistencia.



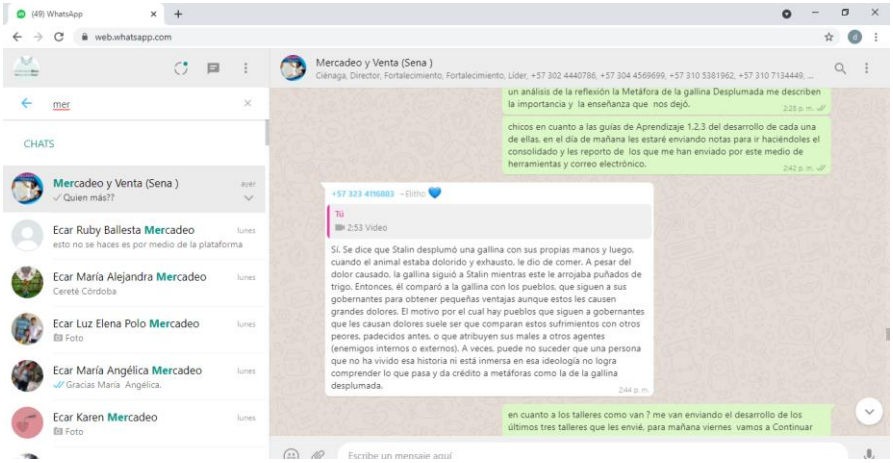


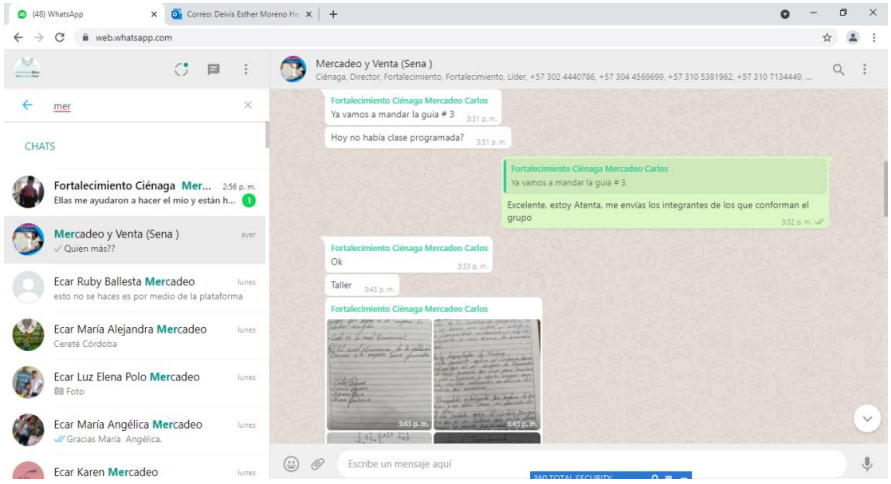
Se impartió formación profesional integral, no presencial con ayuda de herramientas TIC, enel curso Mercadeo y Ventas ficha: 2330891 (Ciénaga de Oro), se socializo la clase por Google Meet, se les compartió talleres, de la explicación del tema: Precio de Venta, Costos de un producto; al final socializamos el tema y se despejaron dudas.



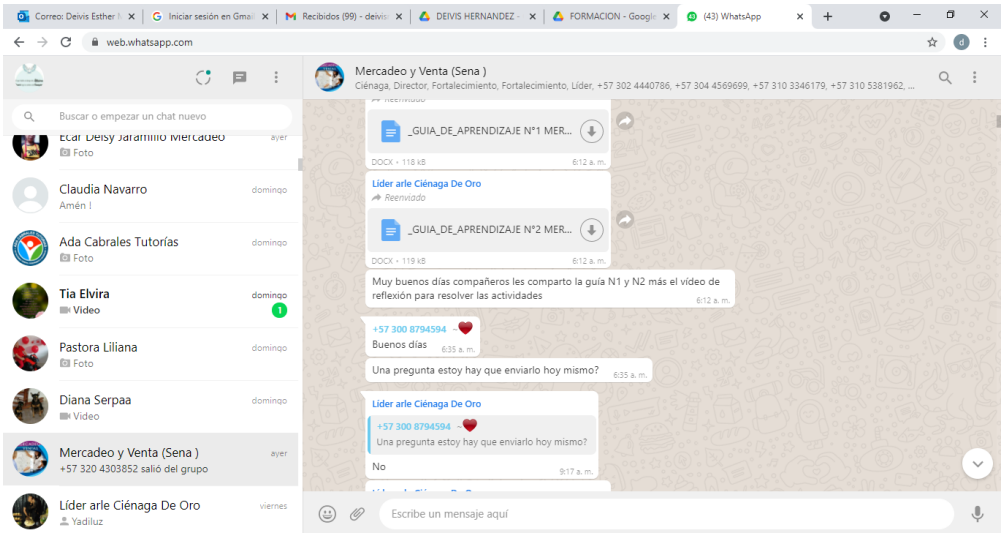


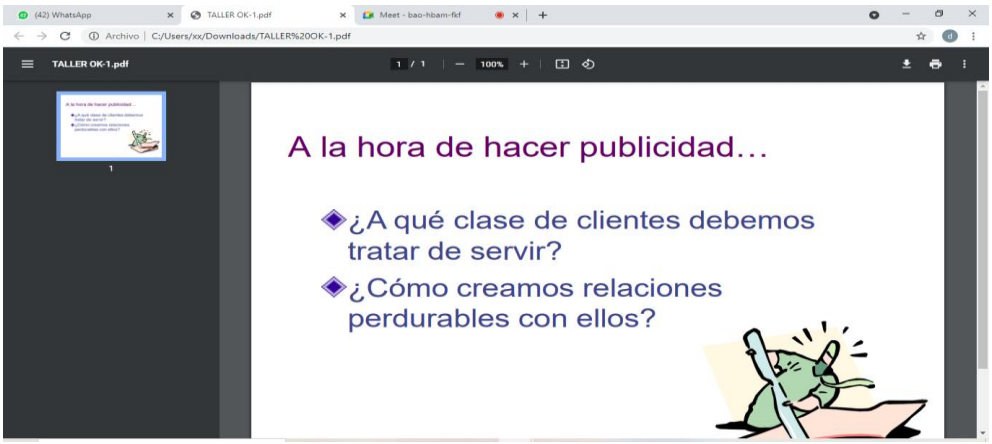
Se les compartió una Reflexión, por medio de WhatsApp, Respondiendo cada uno su aporte no tuvieron dudas o inquietudes:





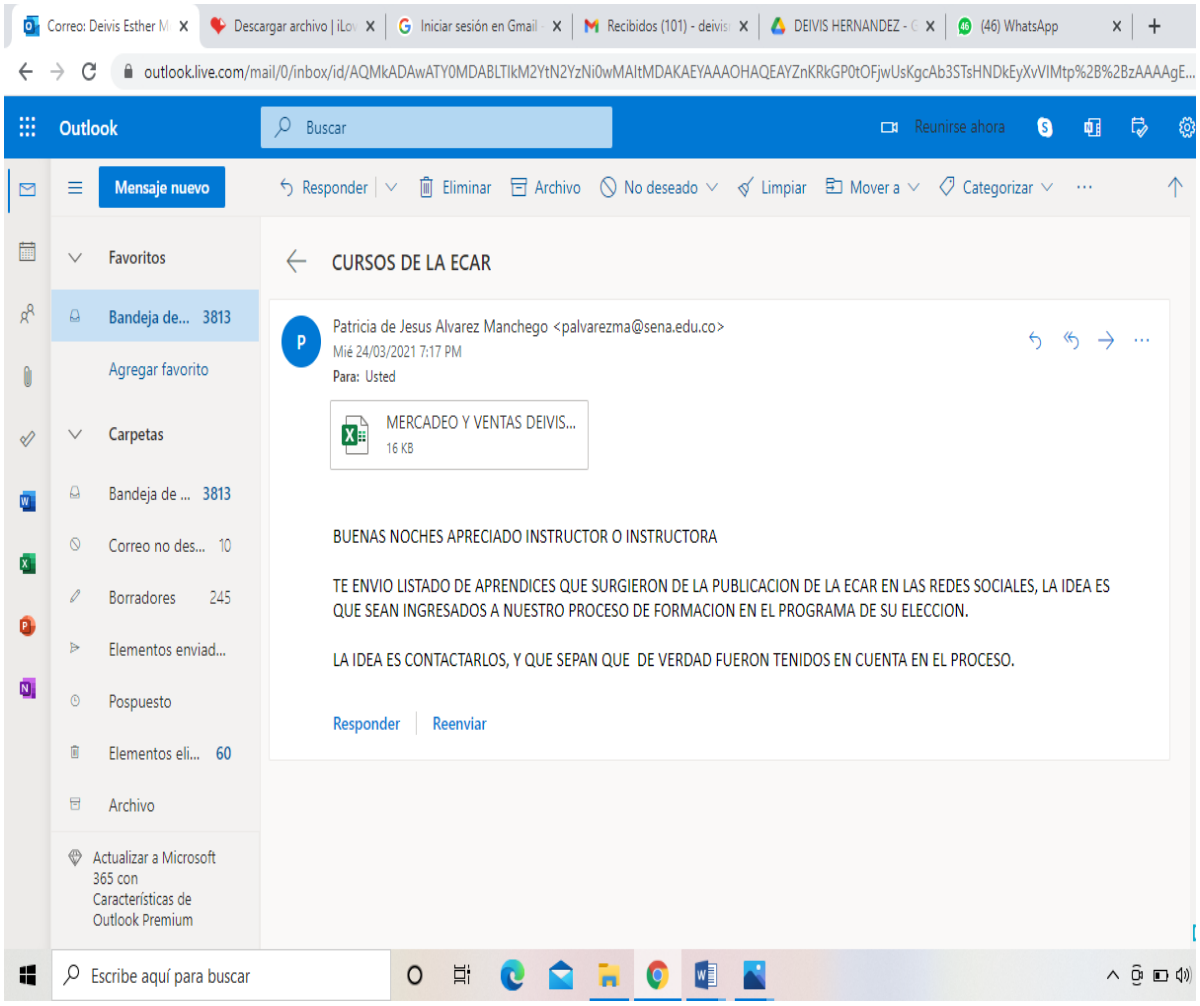
Se les compartió material de apoyo y guía de aprendizaje se les explicó la actividad a realizar.





La evidencia que se relaciona a continuación corresponde a la obligación contractual 6. Apoyar la gestión del programa de formación para el posicionamiento Regional.

Se recibió y atendió correo por parte de la Líder de Víctimas, en el cual se estableció prioridad al listado de población víctimas interesados en el curso Mercadeo y Ventas, se contactó a los aspirantespara el proceso de matrícula y que se inicia la otra semana.



Se realizó socialización de la oferta educativa para los programas de formación Mercadeo y Ventas, Servicio al cliente- por medio de herramientas TIC.



La evidencia que se relaciona a continuación corresponde a la obligación contractual 7. Participar activamente en el cumplimiento de las metas de formación.

Se realizó proceso de verificación en la plataforma Vìvanto:

CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR						
PROGRAMA VICTIMAS 2021						
NOMBRE DEL INSTRUCTO	DEIVIS MORENO HERNANDEZ					
DOCUMENTO	50957769	CELULAR	3103520652			
NOMBRE DEL CURSO						
MUNICIPIO	MONTERIA	CORREGIMIENTO			VEREDA	

CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE EXPEDICION	VIVANTO
1	Adolfo Elias Ortega polo	CC	1003432840	3135944850	19/09/2002	MONTERIA	X
2	Alba Mercedes Petro Echeverría	CC	1064997579	3207112144	4/02/1992	CERETE	X
3	Alejandra Galvan Perez	CC	1192814218	3235306876	11/12/2000	TIERRALTA	X
4	Angelica Palencia Angel	CC	1072528296	3118734847	25/02/1994	SAN ANTERO	X
5	César Andrés Fuentes Jaramillo	CC	1073968928	3104951586	23/01/2004	TIERRALTA	
6	Deicy jaramillo suarez	CC	1063304451	3216137255	7/03/1997	MONTELIBANO	X
7	Eduardo Jiménez Mausso	CC	1007471158	3005150646	3/01/2001	MONTERIA	X
8	Estefania Petro Negrete	CC	1007390247	3113765280	9/01/1993	SAN PELAYO	X
9	Fihama Andrea Jimenez jimenez	CC	1067925896	3128807396	6/11/1993	MONTERIA	
10	Idalia Andrea Nerio Espitia	CC	1074004502	3134707941	11/12/1995	TIERRALTA	X
11	Karen Lorena Gonzalez Rivera	CC	1002257325	3106508845	25/05/1999	LA APARTADA	X
12	KATERINE BARGUIL ALVAREZ	CC	1007583838	3216962069	21/07/1994	MONTERIA	X
13	Luz Elena Polo López	CC	1007561184	3218322833	30/06/1993	MONTELIBANO	X
14	Marcela Sofía Hernández Guerra	CC	1064312251	3148692037	4/04/1990	PUERTO ESCONDIDO	
15	María Angélica Soto Paez	CC	1062956816	3143694316	1/09/2001	CERETE	X
16	Maria Elena Doria Fuentes	CC	1067940669	3226607772	22/01/1995	MONTERIA	X
17	Maryoris Isabel Carvajal Vega	CC	1069505604	3232154634	21/04/1999	SAHAGUN	X
18	Mayra Alejandra Chamorro torres	CC	1064999997	3145304258	19/01/1993	CERETE	
19	Melissa Osorio Ramos	T.I	1071428040	3115007862	24/12/2003	TIERRALTA	X
20	Never Luis Vargas Genes	CC	70527045	3125421541	14/12/1972	ARBOLETES	X
21	Nelsiris Judith Arrieta Hernandèz	CC	1001401386	3106150651	2/01/1995	MONTERIA	X
22	ruby del carmen ballesta agamez	CC	1003343028	3205297091	17/05/2000	LORICA	
23	Santander Novoa Buelvas	CC	1005605190	3218155205	31/08/2001	PUERTO ESCONDIDO	
24	Sarelys Furnieles Perez	CC	1003338944	3147041740	22/11/1999	BUENAVISTA	
25	Viviana Bermudez Atencio	CC	39286601	3128666678	27/09/1983	CAUCASIA	X
26	Yennifer López Galván	CC	1003735962	3147088353	18/01/2003	TIERRALTA	X
27	yisella maria casarrubia ramos	CC	1003049671	3004056879	16/03/2001	MONTELIBANO	X
28	Yuliet Paola Navarro Vargas	CC	1007450573	3183420525	20/10/1999	CAUCASIA	X
29	Yulieth Moreno Ramos	CC	1007501934	3016652377	4/01/1999	MONTELIBANO	X
30	Yuranis Paola Mármol Lora	CC	1073473335	3113133528	30/08/2001	TIERRALTA	X
TOTAL							23

VerificacionVivanto

Se creó Ficha de Matrícula N. 2330891 Mercadeo y Ventas (Montería), en la modalidad nopresencial con ayuda de herramientas TIC:

	CARACTERIZACION DE LA FORMACION F006-007-25 / Versión 01 Proceso: Administración educativa Procedimiento: Matricula				
Nº FICHA DE CARACTERIZACION:	2330891	No. SOLICITUD	1600528		
NOMBRE DE LA FORMACIÓN:	MERCADEO Y VENTAS				
TIPO DE FORMACION:	TITULADA:		COMPLEMENTARIA:	X	
CODIGO PROGRAMA:	63210007	VERSION		SECTOR:	
CONVENIO	ALCALDIA MUNICIPAL				
PROGRAMA ESPECIAL :					
FECHA DE INICIO	18/05/2021	TERMINACIÓN	08/06/2021	TOTAL HORAS	80
Nº APRENDICES:	30	MUNICIPIO:	MONTERIA		
VEREDA		DIRECCIÓN			

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas) INICIO	FIN
LUNES			
MARTES	HERRAMIENTAS TIC	13:00	20:00
MIERCOLES			
JUEVES	HERRAMIENTAS TIC	13:00	20:00
VIERNES	HERRAMIENTAS TIC	13:00	20:00
SABADO			
DOMINGO			
FESTIVO *	Fecha:		

* Cuando sea festivo indicar la fecha del festivo que se trabajara

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: **DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ** CC. Nº 50.957.769

TELEFONO 3103520652 EMAIL: deivismohe@hotmail.com

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA: _____

NIT Nº_____TELEFONO:_____FAX:_____

DIRECCION:_____APARTADO:_____

E-MAIL:_____

NOMBRE DEL GERENTE: _____

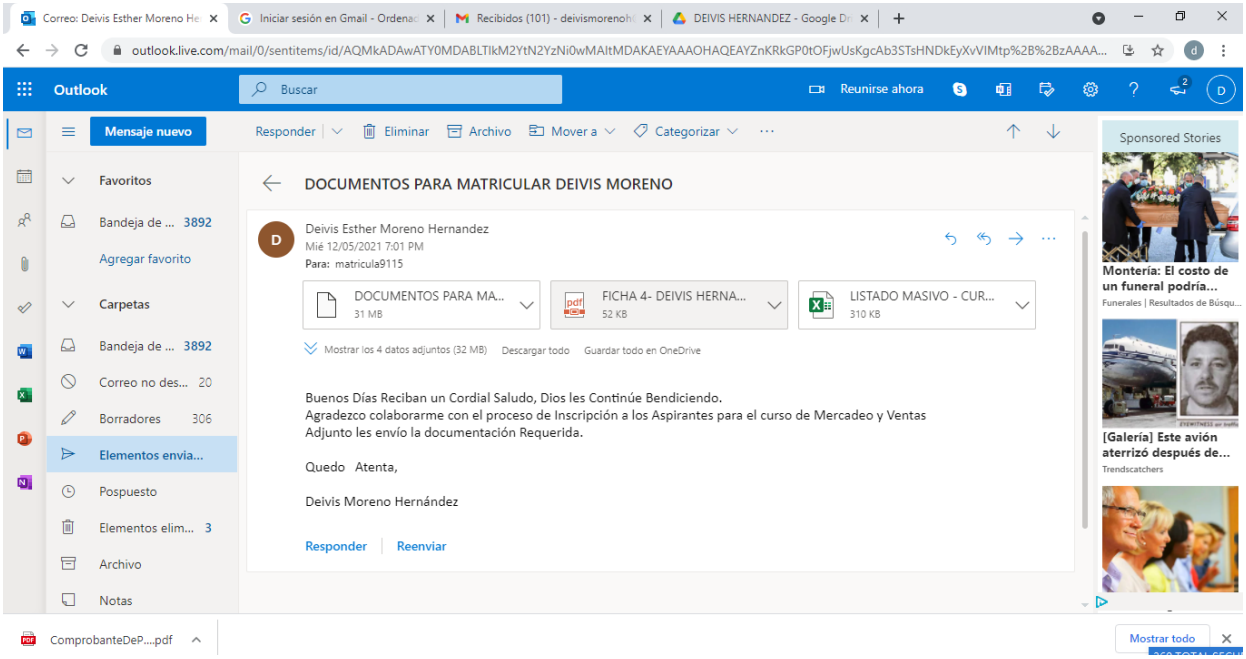
No DE EMPLEADOS:_____ACTIVIDAD ECONOMICA:_____

DPTO: C O R D O B A MUNICIPIO: MONTERIA GREMIO :_____

TIPO DE EMPRESA

Ánimo de Lucro		Solidaria		
Limitada		Precooperativas		Instituciones Educativas
Anónima		Cooperativas		Instituciones Educativas: Publica ☐ Privada ☐
En Comandita		Cooperativas Públicas		Otro s
Economía Mixta		Empresas Comunales		Entes Territoriales
Colectiva		Mutuales		ONGS

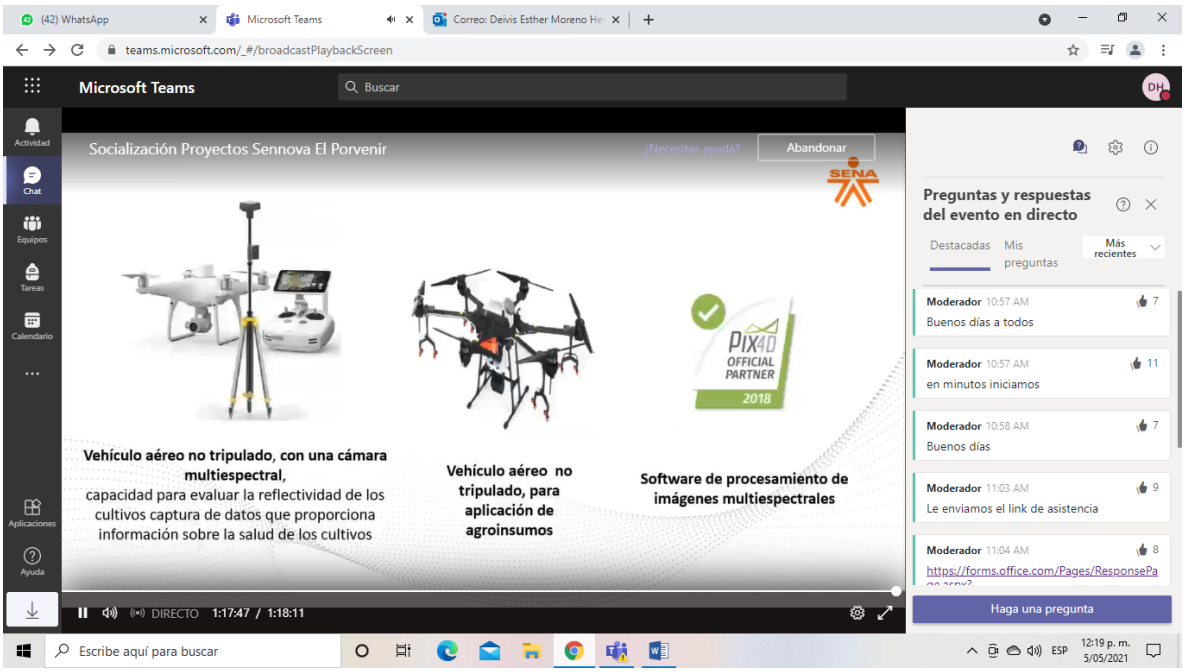
proceso de gestión de matrícula del curso Mercadeo Se realizó y Ventas (Montería) ficha: 2330891



Las evidencias que se plasman a continuación corresponden a las obligaciones contractuales: 10.Atender los requerimientos del supervisor del contrato:

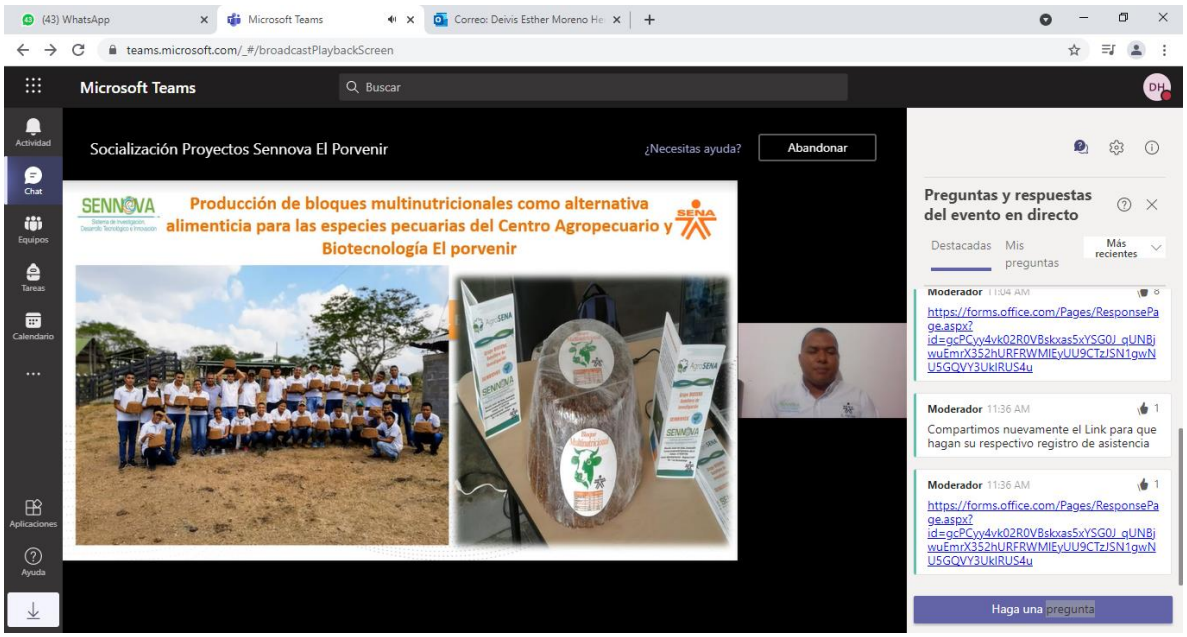
Se participó en el conversatorio (evento) del día Nacional de la memoria y solidaridad con lasvíctimas, transmitido por Facebook Live en la página de Sena Comunica:





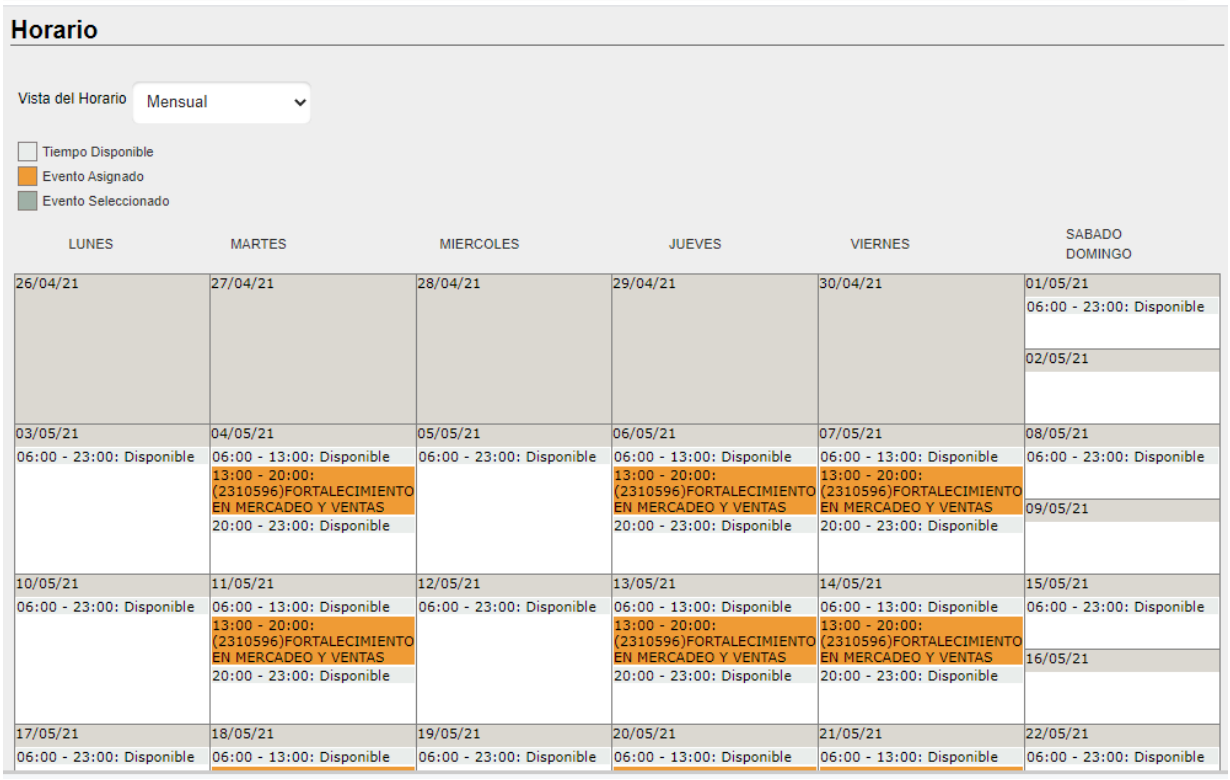
Se participó en la socialización de Proyectos Sennova desarrollados por el Centro Agropecuario y de Biotecnología el Porvenir.





La evidencia que se plasma a continuación corresponde a la obligación contractual 13: Desarrollarlas horas de formación que requiera la implementación del programa (cronograma del instructor).

Durante el periodo se ejecutaron las horas correspondientes al mes de Mayo.

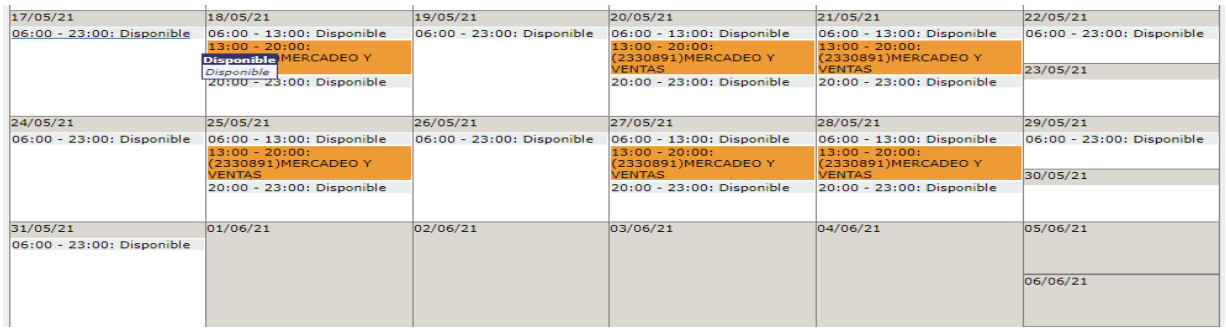


Horario

Vista del Horario: Mensual

Tiempo Disponible
Evento Asignado
Evento Seleccionado

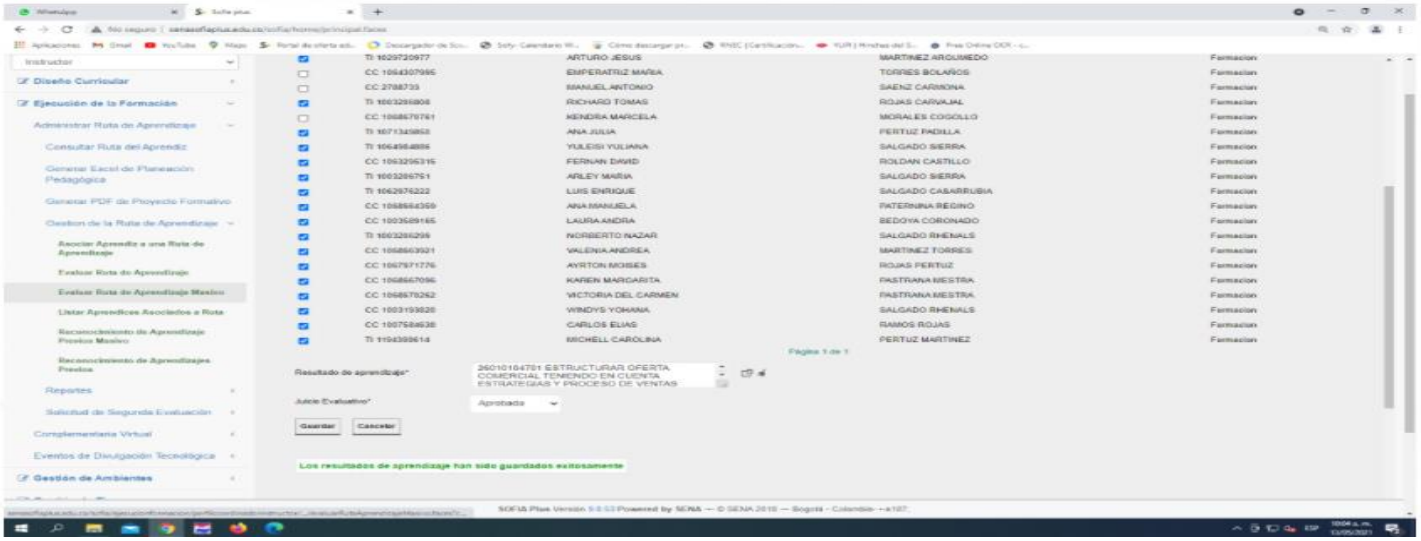
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO DOMINGO
26/04/21	27/04/21	28/04/21	29/04/21	30/04/21	01/05/21 06:00 - 23:00: Disponible
					02/05/21
03/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	04/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2310596)FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	05/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	06/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2310596)FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	07/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2310596)FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	08/05/21 06:00 - 23:00: Disponible 09/05/21
10/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	11/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2310596)FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	12/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	13/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2310596)FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	14/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2310596)FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	15/05/21 06:00 - 23:00: Disponible 16/05/21
17/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	18/05/21 06:00 - 13:00: Disponible	19/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	20/05/21 06:00 - 13:00: Disponible	21/05/21 06:00 - 13:00: Disponible	22/05/21



17/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	18/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: Disponible MERCADEO Y Disponible 20:00 - 23:00: Disponible	19/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	20/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2330891)MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	21/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2330891)MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	22/05/21 06:00 - 23:00: Disponible 23/05/21
24/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	25/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2330891)MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	26/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	27/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2330891)MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	28/05/21 06:00 - 13:00: Disponible 13:00 - 20:00: (2330891)MERCADEO Y VENTAS 20:00 - 23:00: Disponible	29/05/21 06:00 - 23:00: Disponible 30/05/21
31/05/21 06:00 - 23:00: Disponible	01/06/21	02/06/21	03/06/21	04/06/21	05/06/21 06/06/21

La evidencia que se plasma a continuación corresponde a la obligación contractual 16: Sentar lasevaluaciones de cada resultado de aprendizaje:

Se registró en Sofía Plus la emisión de juicios evaluativos de la ficha 2310596 Mercadeo y ventas(Ciénaga de Oro)) Pantallazo:



A1 | Reporte de Juicios de Evaluación

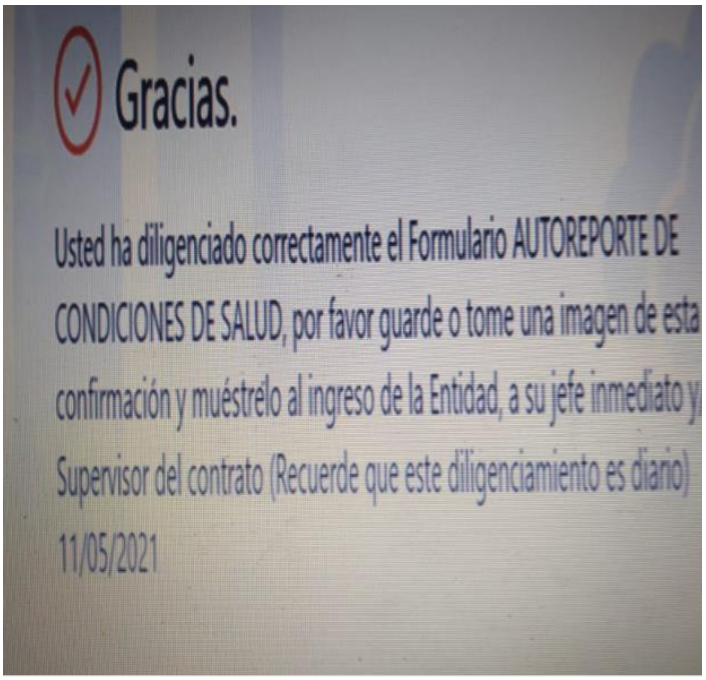
Reporte de Juicios de Evaluación

Fecha del Reporte:	13/05/2021
Ficha de Caracterización:	2310596
Código:	2330031
Versión:	2
Denominación:	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
Estado de la Ficha de	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	13/04/2021
Fecha Fin:	14/05/2021
Modalidad de Formación:	PRESENCIAL
Regional:	23 - REGIONAL CÓRDOBA
Centro de Formación:	9115 - CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR

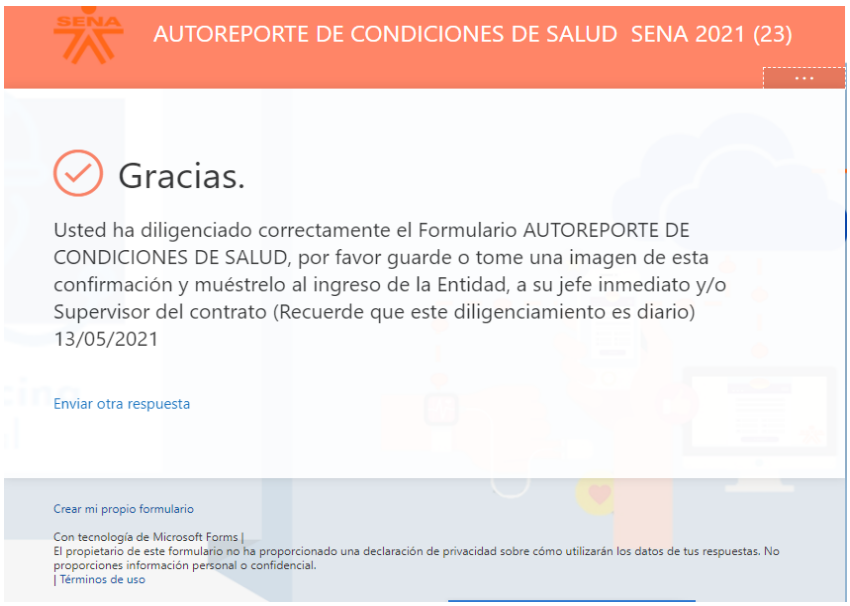
Tipo de	Número de	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resultado de Aprendizaje	Juicio de	Funcionario que registra el juicio evaluativo
CC	1003193020	WINDYS YOHANA	SALGADO RHENALS	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620700 - 260101104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
CC	1003193020	WINDYS YOHANA	SALGADO RHENALS	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620701 - 260101104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
CC	1003193020	WINDYS YOHANA	SALGADO RHENALS	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620702 - 260101104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
CC	1003193020	WINDYS YOHANA	SALGADO RHENALS	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivar comercialor	620703 - 260101104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206299	NORBERTO NAZAR	SALGADO RHENALS	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620700 - 260101104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206299	NORBERTO NAZAR	SALGADO RHENALS	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620701 - 260101104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206299	NORBERTO NAZAR	SALGADO RHENALS	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620702 - 260101104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206299	NORBERTO NAZAR	SALGADO RHENALS	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivar comercialor	620703 - 260101104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206751	ARLEY MARIA	SALGADO SIERRA	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620700 - 260101104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206751	ARLEY MARIA	SALGADO SIERRA	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620701 - 260101104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206751	ARLEY MARIA	SALGADO SIERRA	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620702 - 260101104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206751	ARLEY MARIA	SALGADO SIERRA	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivar comercialor	620703 - 260101104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206808	RICHARD TOMAS	ROJAS CARVAJAL	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620700 - 260101104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206808	RICHARD TOMAS	ROJAS CARVAJAL	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620701 - 260101104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206808	RICHARD TOMAS	ROJAS CARVAJAL	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620702 - 260101104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
TI	1003206808	RICHARD TOMAS	ROJAS CARVAJAL	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivar comercialor	620703 - 260101104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
CC	1003457833	ADRIANA LUCIA	RUIZ TUIRAN	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620700 - 260101104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
CC	1003457833	ADRIANA LUCIA	RUIZ TUIRAN	POR CERTIFICAR	39693 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del	620701 - 260101104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO	APROBADO	CC 50957769 - DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ

Hoja

Durante el periodo se realizó diariamente el autoreporte de condiciones de salud, correspondiente al mes de Mayo.







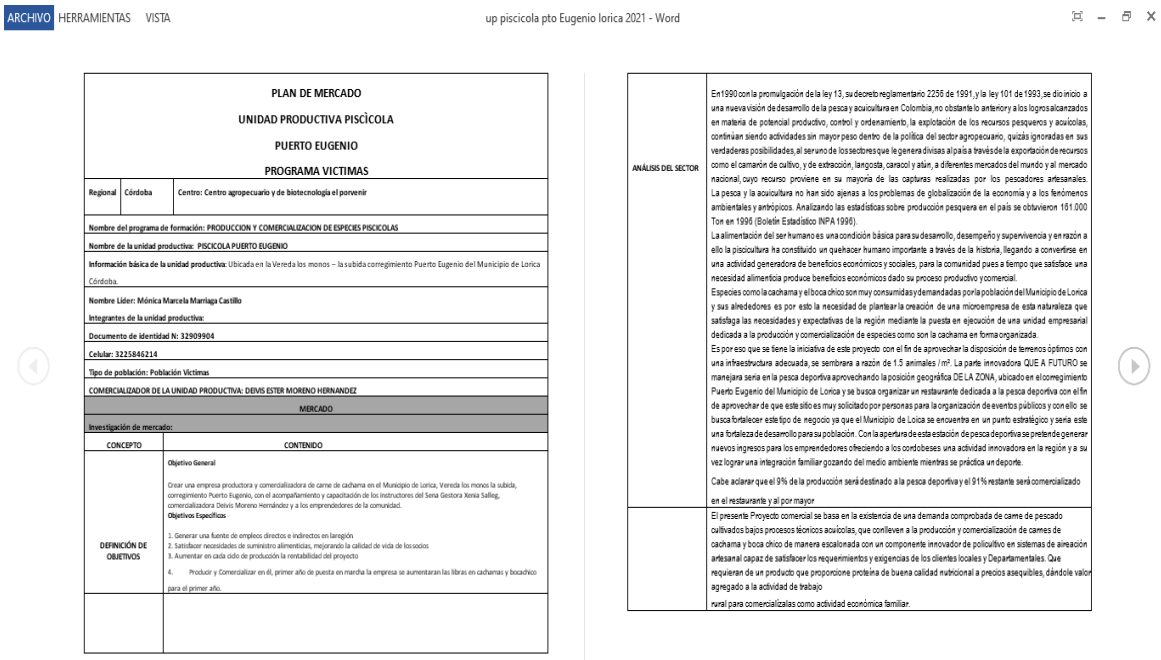
v

La evidencia que se plasma a continuación corresponde a la obligación contractual 19: Apoyar los procesos de las otras actividades inherentes a la formación.

Se Realizó Plan de Mercadeo para la unidad productiva pollos de engorde la Bendición del Municipio de Cerete vereda salguero, corregimiento Martínez, cuyo líder es el señor Cervantes Miguel Pérez Salgado con numero de cc 78024361; contacto3122268123.

PLAN DE MERCADO UNIDAD PRODUCTIVA POLLOS DE ENGORDE LA BENDICIÒN DE DIOS PROGRAMA VICTIMAS	
Regional: Córdoba	**Centro: Centro agropecuario y de biotecnologia el porvenir**
Nombre del programa de formación: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CARNE DE POLLO	
Nombre de la unidad productiva: UNIDAD PRODUCTIVA POLLOS DE ENGORDE LA BENDICIÒN DE DIOS	
Información básica de la unidad productiva :Ubicada en el corregimiento Martínez, Vereda Saguero Municipio de Ceretè.	
Nombre Líder: CERVANTE MIGUEL PEREZ SALGADO **Integrantes de la unidad productiva:**	
Documento de identidad N°: 78024361	
Celular: 3122268123	
Tipo de población: Población Victima	
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: Deivis Ester Moreno Hernández.	
MERCADO	
Investigación de mercado:	
CONCEPTO	**CONTENIDO**
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	Objetivo General: Producir y comercializar pollos de engorde corregimiento Martínez, Municipio de Ceretè, con la finalidad de crear fuentes de trabajo en la región y a la vez mejorar la calidad de vida de los integrantes o socios del mismo. Y posicionarnos como una empresa líder y reconocida, que brinde a los habitantes de la zona un producto de excelente calidad a bajos precios y a la mano del consumidor donde se contara con estándares de calidad reflejando el compromiso y responsabilidad de la empresa, contribuyendo al desarrollo sostenible de la región y aumentando el nivel de vida de la población victima que pertenecen a esta unidad productiva. Objetivos Específicos: • Generar 1 empleo directo y 1 empleo indirecto. • Producir pollos de engorde de excelente calidad en ciclos permanentes. • Posicionar el producto de esta empresa como el mejor dentro de los municipios que conforman los humerales. • Proponer un modelo de negocios en esta rama con altos estándares de calidad para lograr la fidelización de los clientes. • Desarrollar nuestra actividad comercial basada en la filosofía de calidad y competitividad. • Mejorar las condiciones económicas de los integrantes de la familia que conforman la unidad productiva. • Convertirnos en un modelo de unidad productiva a seguir.
ANÁLISIS DEL SECTOR	El sector Avicola en Colombia es uno de los más costosos ya que la mayoria de los insumos para la alimentación son importados lo que encarece la producción de huevo. A medida que la industria avicola crece, son más los insumos que se requieren, y la producción nacional no logra abastecerla actual demanda interna del país, mucho menos la que crecerá en tiempos futuros. Actualmente Colombia produce aproximadamente 3 millones de toneladas de alimentos balanceados, y se ve en la necesidad de importar 1,9 millones de toneladas de maiz amarillo que equivalen a 1.200 millones de dólares, ya que Colombia sólo tiene capacidad de producción de 1`010.000 toneladas del principal insumo de estos alimentos balanceados. Hecha esta observación pensamos en la

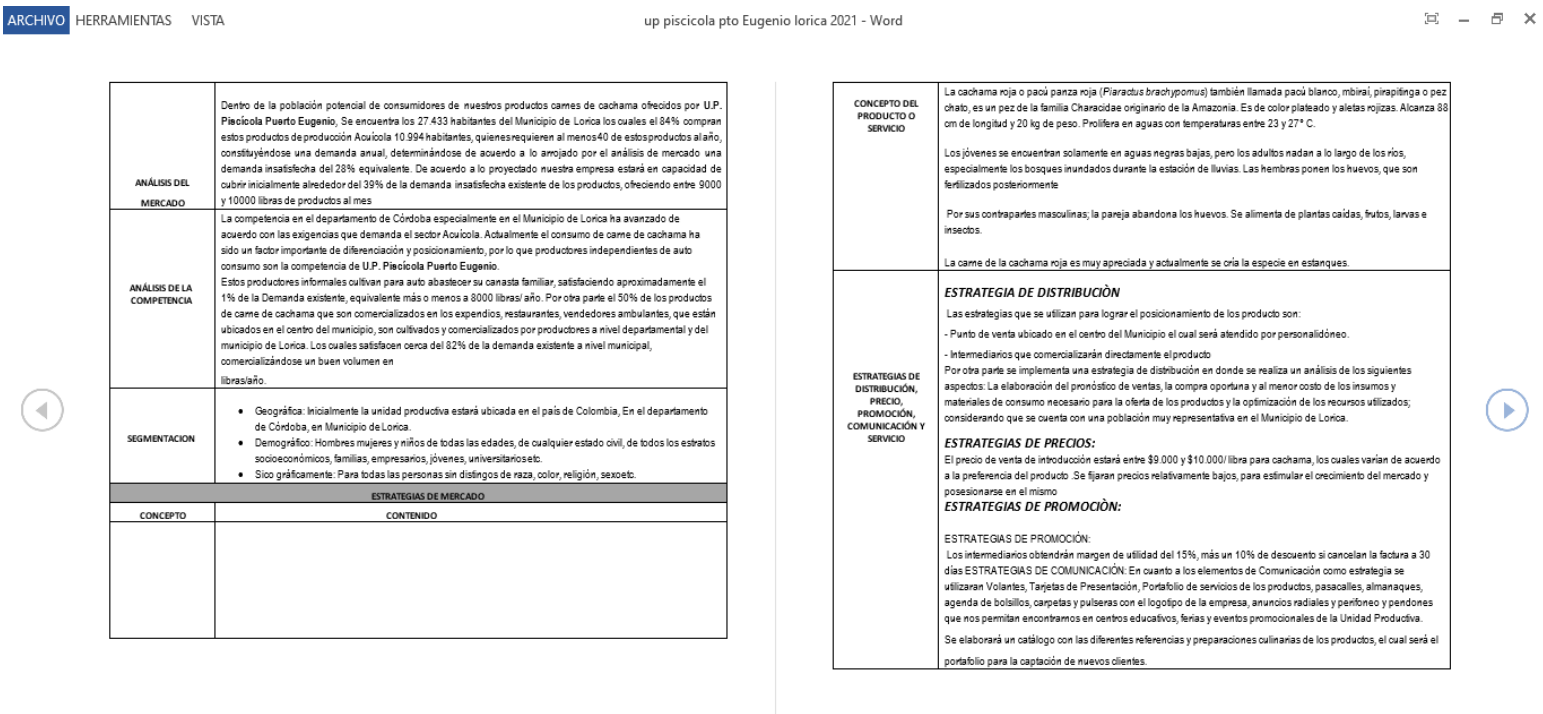
Se Realizó Plan de Mercadeo para la unidad productiva Piscícola Puerto Eugenio del Municipio de Lorica cuyo líder es la señora Mónica Marriaga Castillo con numero de cc 32909904; contacto3225846214.



ARCHIVO HERRAMIENTAS VISTA up piscicola pto Eugenio lorica 2021 - Word

PLAN DE MERCADO UNIDAD PRODUCTIVA PISCÌCOLA PUERTO EUGENIO PROGRAMA VICTIMAS		
Regional	Córdoba	Centro: Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir
Nombre del programa de formación: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ESPECIES PISCICOLAS		
Nombre de la unidad productiva: PISCICOLA PUERTO EUGENIO		
Información básica de la unidad productiva: Ubicada en la Vereda los monos – la subida corregimiento Puerto Eugenio del Municipio de Lorica Córdoba.		
Nombre Líder: Mónica Marcela Marriaga Castillo Integrantes de la unidad productiva:		
Documento de identidad N: 32909904		
Celular: 3225846214		
Tipo de población: Población Víctimas		
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ		
MERCADO		
Investigación de mercado:		
CONCEPTO	CONTENIDO	
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	Objetivo General Crear una empresa productora y comercializadora de carne de cachama en el Municipio de Lorica, Vereda los monos la subida, corregimiento Puerto Eugenio, con el acompañamiento y capacitación de los instructores del Sena Gestora Xenia Salleg, comercializadora Deivis Moreno Hernández y a los emprendedores de la comunidad. Objetivos Específicos 1. Generar una fuente de empleos directos e indirectos en laregión 2. Satisfacer necesidades de suministro alimenticias, mejorando la calidad de vida de lossocios 3. Aumentar en cada ciclo de producción la rentabilidad del proyecto 4. Producir y Comercializar en el, primer año de puesta en marcha la empresa se aumentaran las libras en cachamas y bocadrico para el primer año.	

ANÁLISIS DEL SECTOR	En1990 con la promulgación de la ley 13, su decreto reglamentario 2256 de 1991, y la ley 101 de 1993, se dio inicio a una nueva visión de desarrollo de la pesca y acuicultura en Colombia, no obstante lo anterior y los logros alcanzados en materia de potencial productivo, control y ordenamiento, la explotación de los recursos pesqueros y acuícolas, continúan siendo actividades sin mayor peso dentro de la política del sector agropecuario, quizás ignoradas en sus verdaderas posibilidades, al seruno de los sectores que le genera divisas al país a través de la exportación de recursos como el camarón de cultivo, y de extracción, langosta, caracol y atún, a diferentes mercados del mundo y al mercado nacional, cuyo recurso proviene en su mayoría de las capturas realizadas por los pescadores artesanales. La pesca y la acuicultura no han sido ajenas a los problemas de globalización de la economía y a los fenómenos ambientales y antrópicos. Analizando las estadísticas sobre producción pesquera en el país se obtuvieron 161.000 Ton en 1995 (Boletín Estadístico INPA 1996). La alimentación del ser humano es una condición básica para su desarrollo, desempeño y supervivencia y en razón a ello la piscicultura ha constituido un quehacer humano importante a través de la historia, llegando a convertirse en una actividad generadora de beneficios económicos y sociales, para la comunidad pues a tiempo que satisface una necesidad alimenticia produce beneficios económicos dado su proceso productivo y comercial. Especies como la cachama y el boca chico son muy consumidas y demandadas por la población del Municipio de Lorica y sus alrededores es por esto la necesidad de plantear la creación de una microempresa de esta naturaleza que satisfaga las necesidades y expectativas de la región mediante la puesta en ejecución de una unidad empresarial dedicada a la producción y comercialización de especies como son la cachama en forma organizada. Es por eso que se tiene la iniciativa de este proyecto con el fin de aprovechar la disposición de terrenos óptimos con una infraestructura adecuada, se sembrara a razón de 1.5 animales / m². La parte innovadora QUE A FUTURO se manejara sería en la pesca deportiva aprovechando la posición geográfica DE LA ZONA, ubicado en el corregimiento Puerto Eugenio del Municipio de Lorica y se busca organizar un restaurante dedicada a la pesca deportiva con el fin de aprovechar de que este sitio es muy solicitado por personas para la organización de eventos públicos y con ello se busca fortalecer este tipo de negocio ya que el Municipio de Lorica se encuentra en un punto estratégico y sería este una fortaleza de desarrollo para su población. Con la apertura de esta estación de pesca deportiva se pretende generar nuevos ingresos para los emprendedores ofreciendo a los cordobeses una actividad innovadora en la región y a su vez lograr una integración familiar gozando del medio ambiente mientras se práctica un deporte. Cabe aclarar que el 9% de la producción será destinado a la pesca deportiva y el 91% restante será comercializado en el restaurante y al por mayor
	El presente Proyecto comercial se basa en la existencia de una demanda comprobada de carne de pescado cultivados bajos procesos técnicos acuícolas, que conlleven a la producción y comercialización de carnes de cachama y boca chico de manera escalonada con un componente innovador de policultivo en sistemas de aireación artesanal capaz de satisfacer los requerimientos y exigencias de los clientes locales y Departamentales. Que requieran de un producto que proporcione proteína de buena calidad nutricional a precios asequibles, dándole valor agregado a la actividad de trabajo rural para comercializalas como actividad ecorómica familiar.



ARCHIVO HERRAMIENTAS VISTA up piscicola pto Eugenio lorica 2021 - Word

ANÁLISIS DEL MERCADO	Dentro de la población potencial de consumidores de nuestros productos carnes de cachama ofrecidos por **U.P. Piscícola Puerto Eugenio**, Se encuentra los 27.433 habitantes del Municipio de Lorica los cuales el 84% compran estos productos de producción Acuícola 10.994 habitantes, quienes requieren al menos 40 de estos productos al año, constituyéndose una demanda anual, determinándose de acuerdo a lo arrojado por el análisis de mercado una demanda insatisfecha del 28% equivalente. De acuerdo a lo proyectado nuestra empresa estará en capacidad de cubrir inicialmente alrededor del 39% de la demanda insatisfecha existente de los productos, ofreciendo entre 9000 y 10000 libras de productos al mes
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	La competencia en el departamento de Córdoba especialmente en el Municipio de Lorica ha avanzado de acuerdo con las exigencias que demanda el sector Acuícola. Actualmente el consumo de carne de cachama ha sido un factor importante de diferenciación y posicionamiento, por lo que productores independientes de auto consumo son la competencia de **U.P. Piscícola Puerto Eugenio**. Estos productores informales cultivan para auto abastecer su canasta familiar, satisfaciendo aproximadamente el 1% de la Demanda existente, equivalente más o menos a 8000 libras/ año. Por otra parte el 50% de los productos de carne de cachama que son comercializados en los expendios, restaurantes, vendedores ambulantes, que están ubicados en el centro del municipio, son cultivados y comercializados por productores a nivel departamental y del municipio de Lorica. Los cuales satisfacen cerca del 82% de la demanda existente a nivel municipal, comercializándose un buen volumen en libras/año.
SEGMENTACION	• Geográfica: Inicialmente la unidad productiva estará ubicada en el país de Colombia, En el departamento de Córdoba, en Municipio de Lorica. • Demográfico: Hombres mujeres y niños de todas las edades, de cualquier estado civil, de todos los estratos socioeconómicos, familias, empresarios, jóvenes, universitarios etc. • Sico gráficamente: Para todas las personas sin distingos de raza, color, religión, sexo etc.
ESTRATEGIAS DE MERCADO	
CONCEPTO	CONTENIDO

CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	La cachama roja o pacú panza roja (*Piaractus brachypomus*) también llamada pacú blanco, mbiraí, pirapitinga o pez chato, es un pez de la familia Characidae originario de la Amazonia. Es de color plateado y aletas rojizas. Alcanza 88 cm de longitud y 20 kg de peso. Prolífera en aguas con temperaturas entre 23 y 27° C. Los jóvenes se encuentran solamente en aguas negras bajas, pero los adultos nadan a lo largo de los ríos, especialmente los bosques inundados durante la estación de lluvias. Las hembras ponen los huevos, que son fertilizados posteriormente Por sus contrapartes masculinas; la pareja abandona los huevos. Se alimenta de plantas caídas, frutos, larvas e insectos. La carne de la cachama roja es muy apreciada y actualmente se cría la especie en estanques.
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PRECIO, PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y SERVICIO	***ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÒN*** Las estrategias que se utilizan para lograr el posicionamiento de los producto son: - Punto de venta ubicado en el centro del Municipio el cual será atendido por personal idóneo. - Intermediarios que comercializarán directamente el producto Por otra parte se implementa una estrategia de distribución en donde se realiza un análisis de los siguientes aspectos: La elaboración del pronóstico de ventas, la compra oportuna y al menor costo de los insumos y materiales de consumo necesario para la oferta de los productos y la optimización de los recursos utilizados; considerando que se cuenta con una población muy representativa en el Municipio de Lorica. ***ESTRATEGIAS DE PRECIOS:*** El precio de venta de introducción estará entre $9.000 y $10.000/ libra para cachama, los cuales varían de acuerdo a la preferencia del producto .Se fijaran precios relativamente bajos, para estimular el crecimiento del mercado y posesionarse en el mismo ***ESTRATEGIAS DE PROMOCIÒN:*** ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN: Los intermediarios obtendrán margen de utilidad del 15%, más un 10% de descuento si cancelan la factura a 30 días ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: En cuanto a los elementos de Comunicación como estrategia se utilizaran Volantes, Tarjetas de Presentación, Portafolio de servicios de los productos, pasacalles, almanaques, agenda de bolsillos, carpetas y pulseras con el logotipo de la empresa, anuncios radiales y perifoneo y pendones que nos permitan encontrarnos en centros educativos, ferias y eventos promocionales de la Unidad Productiva. Se elaborará un catálogo con las diferentes referencias y preparaciones culinarias de los productos, el cual será el portafolio para la captación de nuevos clientes.

Se Realizó plan de Mercadeo para la unidad Productiva Plátanos Víctor Del Municipio de Montería, como presidente de la up Víctor Díaz Salgado CC. 78689538, contacto 3046551648

ARCHIVO HERRAMIENTAS VISTA — PLAN DE MERCADO - UP PLATANOS VICTOR - Word

PLAN DE MERCADO
UNIDAD PRODUCTIVA PLATANOS VICTOR

PROGRAMA VICTIMAS

Regional:	Córdoba — Centro: Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir
Nombre del programa de formación: PRODUCCION Y COMERCIALIALIZACIÓN	
Nombre de la unidad productiva: PLATANOS VICTOR	
Información básica de la unidad productiva :	
Nombre Líder: VÍCTOR DÍAZ SALGADO	
Integrantes de la unidad productiva:	
Documento de identidad N: 78689538	
Celular:- 3043551648	
Tipo de población: Población Victimas	
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ	
MERCADO	
Investigación de mercado:	
CONCEPTO	CONTENIDO
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	**Objetivo General** Crear una empresa productora y comercializadora de plátano, a través de una variedad de calidad, para tener un producto de exportación en el municipio de Montería. **Objetivos Específicos** 1.Determinar la oferta ambiental que ofrece la zona objeto de estudio 2. Implementar el uso de nuevas tecnologías para el desarrollo y manejo del cultivo de plátano 3. Utilizar semilla de alta calidad genética adaptada a la zona de estudio. 4. Aumentar la productividad del cultivo mediante el uso eficiente de nuevas tecnología 5. Establecer canales de comercialización. 6. Establecer línea de comercialización directa 7. Implementar el canal de distribución adecuado
	El Acuerdo Nacional de Competitividad de la Cadena firmado en el año 2010, y actualizado 2011-2020 definió su misión y visión basada en indicadores de productividad En el año 2015 la cadena productiva de plátano en Colombia comenzará transformaciones sustantivas en materia de productividad y competitividad, llevando su rendimiento de 7.3 a 10.0 toneladas por hectárea, los costos de producción reducidos en un 5%, el área de producción alcanzará la 600.000 hectáreas

ANÁLISIS DEL SECTOR	con una producción de 6.024.000 toneladas y con un incremento del 4% al 10% de la producción destinadas al comercio internacional, con procesos de investigación y mejoramiento genético como soporte fundamental de estos propósitos. En el año 2025 la cadena productiva de plátano en Colombia habrá alcanzado el más alto grado de productividad y competitividad, alcanzando un rendimiento de 12 toneladas hectárea, reducido los costos de producción en un 10%, estabilizado el área sembrada en 750.000 hectáreas y destinado el 12% de su producción a los mercados internacionales y mejorado considerablemente las condiciones de vida y de trabajo de los productores.
ANÁLISIS DEL MERCADO	Este proyecto consiste en mejorar la variedad del cultivo de plátano para tener un producto de mayor calidad y presentación en el mercado local, Departamental y Nacional, contando con una variedad innovadora como es la de " HARTTON " que es un producto rico en energía, proteínas, glúcidos, fibra, calcio, hierro y vitamina C. Pese a ser productor, el país ha dejado de exportar alrededor 45.000 toneladas de plátano e importa el 100% para consumo interno de Ecuador. Tal situación ha afectado de manera decisiva la región del Urabá antioqueño, pues **el sector platanero ha perdido 6.000 empleos de pequeños productores.** Según las cifras de exportaciones agrícolas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el país pasó de exportar cerca de 156.000 toneladas en 1999 a algo más de 110.000 en el 2010. Colombia pierde de manera acelerada los mercados de los Estados Unidos y los mercados europeos del producto que ingresa por Bélgica. Países como Guatemala y Perú nos están sustituyendo en el mercado exterior. Son estos antecedentes que nos que nos lleva como comunidad cultivadora de plátano a establecer una variedad que mejore las condiciones del plátano en el mercado y contamos en la comunidad con bastante personas con experiencia en este cultivo la cual ayuda a que nuestros aprendices tecnificando su conocimiento se establezcan como emprendedores idóneos en la región.
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	El plátano es un producto que en nuestra región es bastante apetecido es por esto que nosotros manejamos competidores en la vereda y los diferentes municipios del departamento a la cual son todos los pequeños y grandes productores de plátano que viene desarrollando esta actividad hace mucho tiempo de forma empírica, situación que para nosotros se convierte en una fortaleza ya que nosotros contamos con un conocimiento técnico impartido por el Sena que ayuda a mejorar la productividad y su comercialización, que da como resultado un producto de calidad y mayor producción.
SEGMENTACION	•Geográfica: Inicialmente la unidad productiva estará ubicada en el país de Colombia, En el departamento de Córdoba, en Municipio de Montería. •Demográfico: Hombres mujeres y niños de todas las edades, de cualquier estado civil, de todos los estratos socioeconómicos, familias, empresarios, jóvenes, universitarios etc. •Sicograficamente: Para todas las personas sin distingos de raza, color, religión, sexo etc.
ESTRATEGIAS DE MERCADO	
CONCEPTO	CONTENIDO
	El plátano es un producto de consumo habitual dentro de la gastronomía regional. Es una fruta de producción asexual directa, con un fruto largo encorvado, blanco que se da en forma de racimo. La planta es una herbácea gigante y perenne, cuya unidad básica de reproducción es el colino que se encuentra en el tallo y cuya porción subterránea llamada cormo produce alrededor de diez colinos más durante su vida productiva. El fruto mide entre 15 y 31 centímetros y tiene

Se Elaboro Plan de Mercadeo para la unidad productiva Gallinas Ponedoras; presidenta de la junta directiva Betsaida Fuentes con cc. 50879493, numero de contacto 3106839302

ARCHIVO HERRAMIENTAS VISTA — U. P Gallinas ponedora la bendicion de Dio - Word

PLAN DE MERCADO
UNIDAD PRODUCTIVA GALLINAS LA BENDICION DE DIOS
PROGRAMA VICTIMAS

Regional:	Córdoba — Centro: Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir
Nombre del programa de formación: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE GALLINAS	
Nombre de la unidad productiva: UNIDAD PRODUCTIVA GALLINAS PONEDORAS LA BENDICIÓN DE DIOS.	
Información básica de la unidad productiva Ubicada en el corregimiento tres esquina, Municipio de San Andrés de sotavento	
Nombre Líder: Betzaida Fuentes Ruiz	
Integrantes de la unidad productiva:	
Documento de identidad N°: 50879493	
Celular: 3106839302	
Tipo de población: Población Victima	
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: Deivis Ester Moreno Hernández.	
MERCADO	
Investigación de mercado:	
CONCEPTO	CONTENIDO
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	Objetivo General: Producir y comercializar huevos En la vereda tres esquina, Municipio de San Andrés de sotavento, con la finalidad de crear fuentes de trabajo en la región y a la vez mejorar la calidad de vida de los integrantes o socios del mismo. Y posicionarnos como una empresa líder y reconocida, que brinde a los habitantes de la zona un producto de excelente calidad a bajos precios y a la mano del consumidor donde se contara con estándares de calidad reflejando el compromiso y responsabilidad de la empresa, contribuyendo al desarrollo sostenible de la región y aumentando el nivel de vida de la población victima que pertenecen a esta unidad productiva. Objetivos Específicos: •Generar 1 empleo directo y 1 empleo indirecto. •Producir huevos de excelente calidad en ciclos permanentes. •Posicionar el producto de esta empresa como el mejor dentro de los municipios que conforman los numerales. •Proponer un modelo de negocios en esta rama con altos estándares de calidad para lograr la fidelización de los clientes. •Desarrollar nuestra actividad comercial basada en la filosofía de calidad y competitividad. •Mejorar las condiciones económicas de los integrantes de la familia que conforman la unidad productiva. •Convertirnos en un modelo de unidad productiva a seguir.
	El sector Avícola en Colombia es uno de los más costosos ya que la mayoría de los insumos para la alimentación son importados lo que encarece la producción de huevo. A medida que la industria avícola crece, son más los insumos que se requieren, y la producción nacional no logra abastecer la actual demanda interna del país, mucho menos la que crecerá en tiempos futuros.

ANÁLISIS DEL SECTOR	Actualmente Colombia produce aproximadamente 3 millones de toneladas de alimentos balanceados, y se ve en la necesidad de importar 1,9 millones de toneladas de maíz amarillo que equivalen a 1.200 millones de dólares, ya que Colombia sólo tiene capacidad de producción de 1 010 000 toneladas del principal insumo de estos alimentos balanceados. Hecha esta observación pensamos en la oportunidad de generar alimento con productos alternativos de la región que nos da ventajas comparativas con otras regiones debido a que es una zona productora de maíz en grandes cantidades. Ojala se pueda pensar en la transformación del maíz para la producción de insumos alimentarios para las gallinas. La implementación de proyectos de explotación de huevos es una alternativa, más si se piensa y se hace la transformación de maíz, espinaca morada y granos tipo leguminosa para la transformación de insumos dirigidos a la alimentación de pollos de engorde esto permitirá romper los esquemas culturales de la alimentación para las gallinas.
ANÁLISIS DEL MERCADO	La producción de huevo es un producto de consumo masivo y casi obligatorio en la canasta familiar de todos los estratos sociales del país. En el Municipio de san Andrés de sotavento, Vereda tres Esquina, cuenta con una población de 700 personas y con 100 casas, con promedio de 5 personas, el estudio arroja que por familia consumen 240 huevos mensual a 350 pesos por huevo, garantizada así la comercialización y consumo de 240 huevos al mes en la actualidad la Unidad productiva solo produce 300 huevos mensuales quiere decir que satisface el 45% de la demanda local.
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	La apertura de un tratado de libre comercio con Estados Unidos pone en riesgo la producción nacional toda vez como se anotó al principio del plan de mercadeo, los costos de insumos están sujetos a las importaciones desde ese país competir con el pollo norteamericano es una desventaja visto desde ese ángulo. Existen ventajas con relación al pollo que se produce en granjas regionales porque la calidad y frescura son apetecidas por todo tipo de consumidor aún más cuando este es innovado con alimentación alternativa o típica de la región por ejemplo maíz cuba. Unas de las fortalezas del TLC 1. Es que es un mercado muy amplio. 2. El producto se presenta con costos inferiores al nuestro. Desventajas 1. El producto no es de la misma calidad como el que se va a producir en la ejecución del presente proyecto. Fortalezas: 1. Este es una empresa certificada por el ICA. 2. Distribuye el producto donde se lo exige el comprador mayorista. 3. Siguen paso a paso las normas establecidas en cuanto al manejo ambiental. Desventajas Los huevos no se distribuye a lo natural, es decir, esta pasa por los procesos prechilore, children y marinado secuencias de procesamiento que no le permiten ser tan natural (contiene mucha agua de hecho hay aumento de peso) condiciones que no tiene el producto de nuestro proyecto.
SEGMENTACION	•Geográfica: Inicialmente la unidad productiva estará ubicada en el país de Colombia, En el departamento de Córdoba, en municipio de san Andrés de sotavento en la vereda tres Esquina.

Se Elaboro el Portafolio de servicio para la unidad productiva Gallinas Ponedoras; presidenta de la junta directiva Betsaida Fuentes con cc. 50879493, numero de contacto 3106839302



