FECHA:	Periodo correspondiente al 28 de julio al 27 de agosto 2021
ACTIVIDAD: Unidades Productivas	
HORA DE INICIO:8:00am	HORA DE FINALIZACIÓN10:00am
ELABORADO POR: Roció Velásquez.	INFORME No.3

OBJETIVO
Promover e implementar dos unidades productivas en la población de personas mayores que contribuyan al mejoramiento económico del adulto mayor.

TAREAS REALIZADAS
1. Se continua con la capacitación en Marketing y Mercadeo cuyo objetivo es enfatizar en la importancia de la marca y el producto como estrategia para ventas.

1.MARKETING:

El diseño de las estrategias de marketing es uno de los principales aspectos a trabajar dentro del marketing. Las estrategias de marketing definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa. Para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que nos vamos a dirigir, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación).

La clasificación de las estrategias de marketing incluye 3 tipos principales: las estrategias de crecimiento, las estrategias competitivas y las estrategias de ventaja específica.

- Estrategias de crecimiento.
- Estrategias competitivas.
- Estrategias de ventaja específica.

Estrategia de segmentación. Una estrategia de marketing segmentado permitirá dividir y enfocar así las campañas de tus campañas a una audiencia determinada o a segmentos de personas determinados.

- Estrategia de posicionamiento o branding.
- Estrategia funcional.
- Estrategia de cartera.

2. La fuerza de la marca en las ventas. Adoptar una estrategia de precios de penetración. ...

- Lanzar un producto nuevo. ...
- Definir nuevos segmentos objetivo. ...
- Expandirse en un área geográfica diferente. ...
- Fundar una cadena o una franquicia. ...
- Desarrollar alianzas estratégicas.

3.Cualidades y potencialidades del producto.

La estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos. ... El posicionamiento de nuestra marca tiene que proporcionar beneficios que sean relevantes para el consumidor.

Estos temas se realizaron en dos intervenciones presenciales y virtuales, colocando en práctica con ejercicios sencillos para la buena comprensión y entendimiento de las personas mayores, se utilizó el video beam y las plataformas virtuales para tal fin. Aunque se abordan bastantes inquietudes e interrogantes con respecto al tema las personas mayores se interesan por el tema y finalmente son conscientes de la importancia de elaborar un producto altamente elaborado en compañía de una campaña que estratégicamente sea viable para el éxito de las ventas del producto.

2.**SE INICIA CON LA CAPACITACIÓN TÉCNICA Y PRODUCTOS EN MACRAMÉ: CONFORMACIÓN DE REDES:**

Se da la inducción a la unidad productiva ,inicialmente se crean estrategias para conformar y crear pertenencia en el grupo de participantes haciendo énfasis en la constitución a futuro de una empresa o sociedad, se crea el grupo de WhatsApp para una fácil comunicación

de cada uno de los integrantes ,se consolida la red de participantes y se crea un directorio con los beneficiarios.

Presentación del material textura y calibres, se presentan algunos productos que pueden impactar a la comunidad.

¿Material que se utiliza para el macramé?



Algunas opciones son algodón, hilo de lana, yute, cáñamo, tiras de cuero, lazos o incluso hilo de nylon.
En la clase se inicia con pita para abordar el aprendizaje de nudos básicos.

El macramé es tendencia y con él se pueden crear todo tipo de tejidos que se pueden utilizar para decorar la casa, hacer pulseras o para elementos útiles para el hogar. Es muy fácil, solo se necesita paciencia, y un poco de destreza con las manos motricidad fina.

La docente entrega el material para el aprendizaje de los nudos en macramé, iniciando con nudos muy sencillos y básicos para dar continuidad a unos más complejos hasta lograr tejidos con varias hebras y formas. Se anexa acta entrega material a los beneficiarios de la unidad productiva.

3.UNIDAD PRODUCTIVA DE CONFECCION:

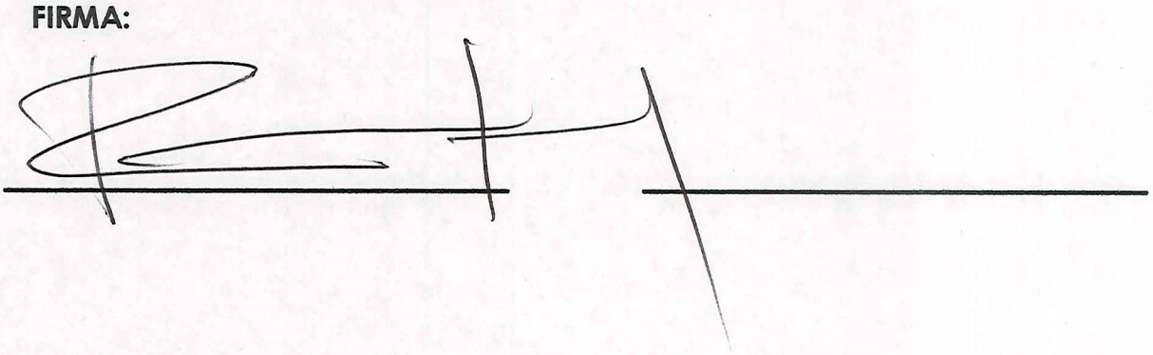
se inicia con la inducción de la unidad productiva de confección, se reciben personas mayores que ya han recibido algunos conocimientos en el área de la confección con el fin de adelantar los proyectos hacia la elaboración de delantales y piyamas para la familia.
Inicialmente se trabaja en patronaje, corte y medidas. Se inicia costura manual.

OBSERVACIONES/COMPROMISOS

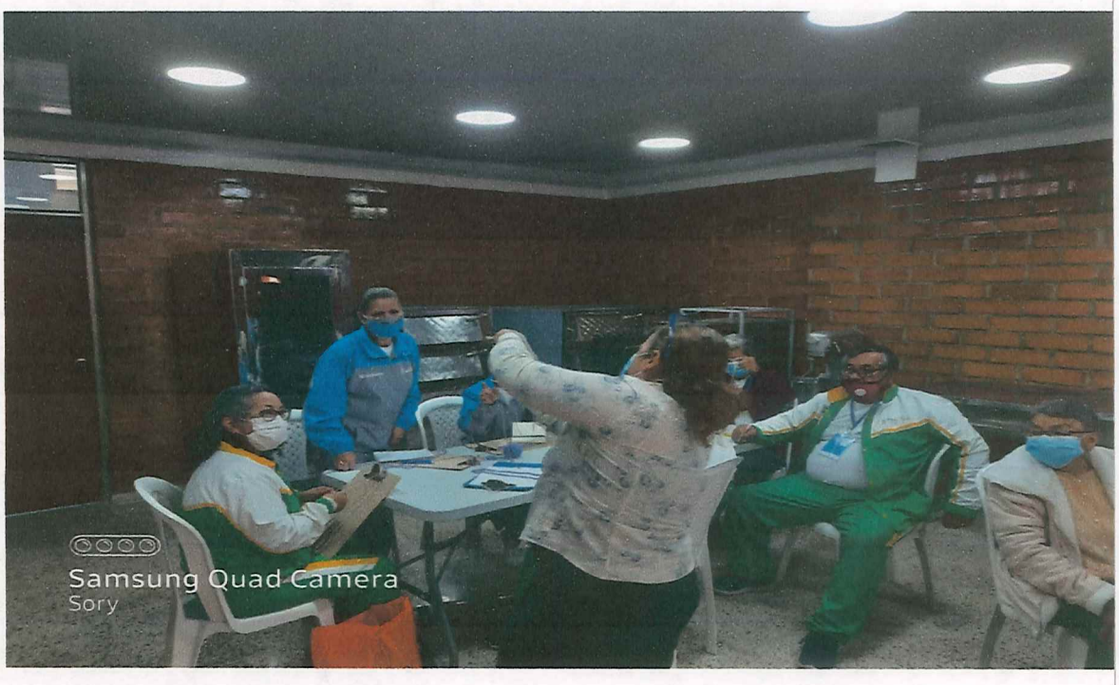
RESULTADOS E IMPACTOS DE LA ACTIVIDAD
Se continua consolida positivamente el curso de macramé como unidad productiva.

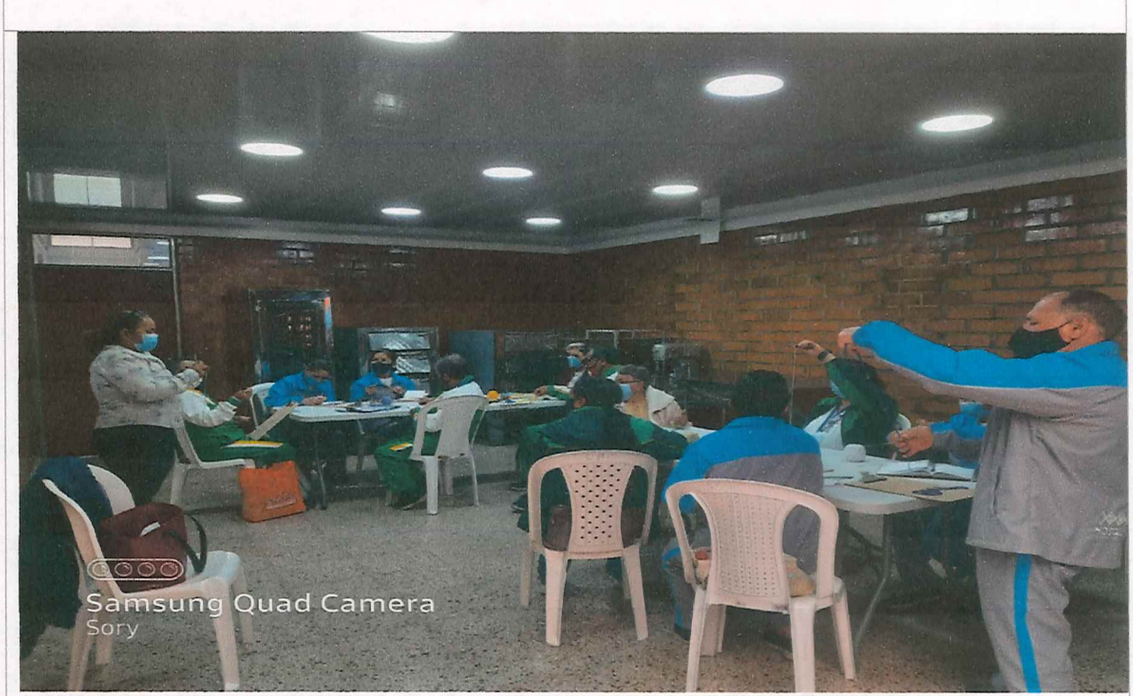
ANEXOS	**SI**	**NO**	**DESCRIPCIÓN**
LISTADO DE ASISTENCIA	x		
REGISTRO FOTOGRAFICO	x		
OTROS:			
ACTAS DE COMPROMISO			

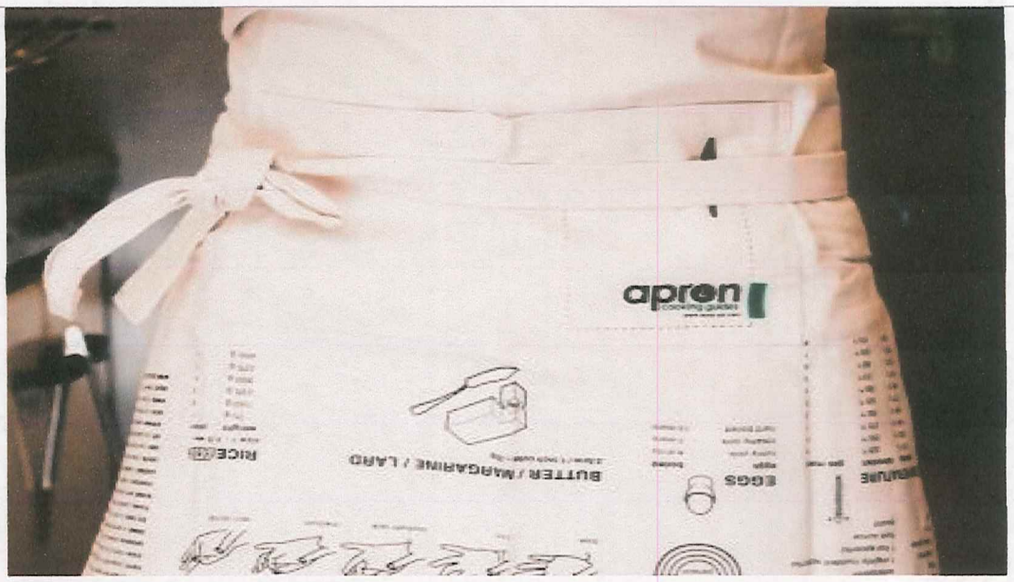
FIRMA:

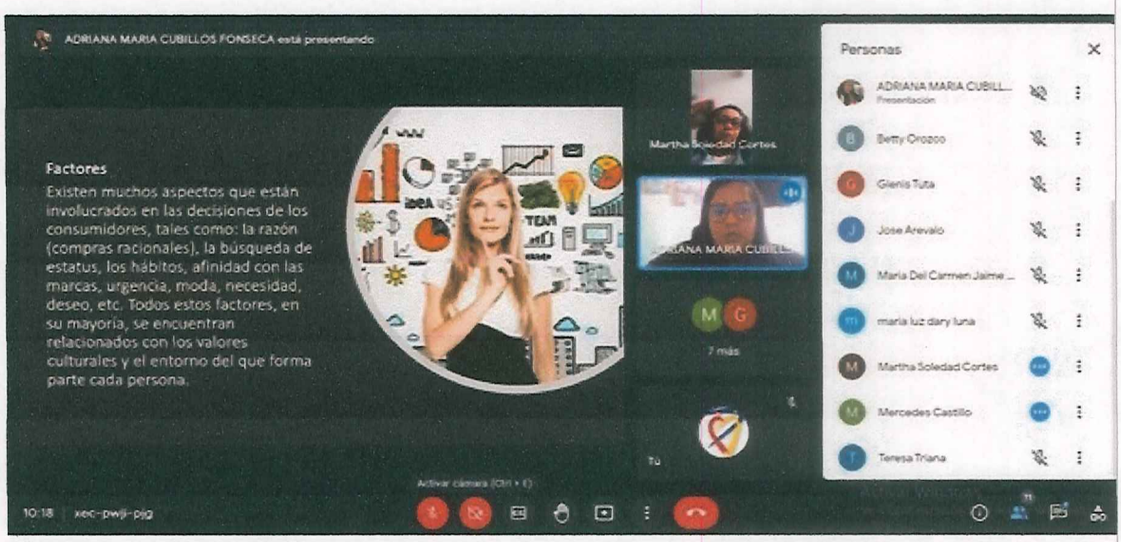


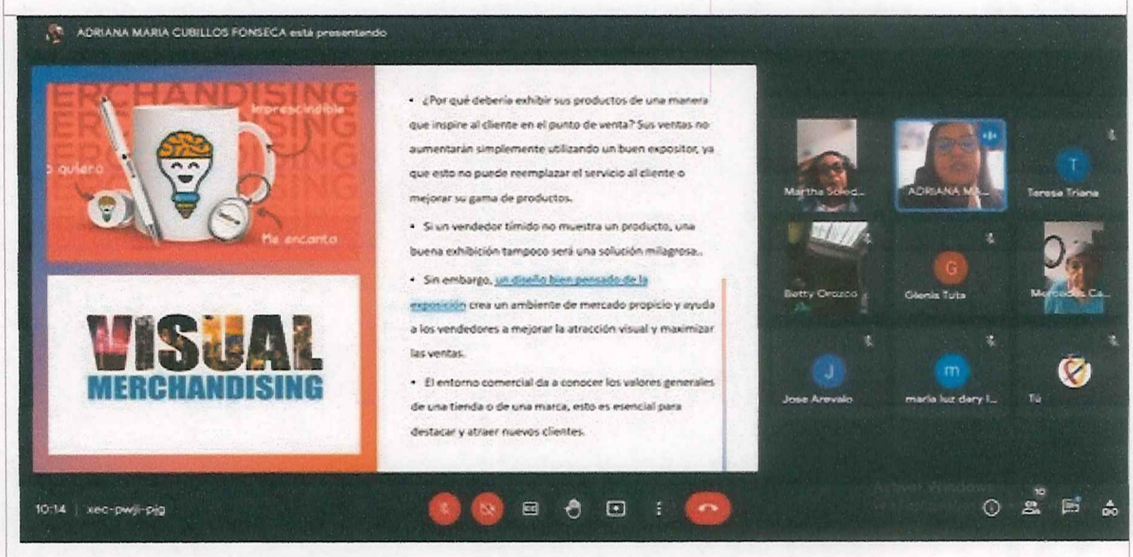
REGISTRO FOTOGRAFICO

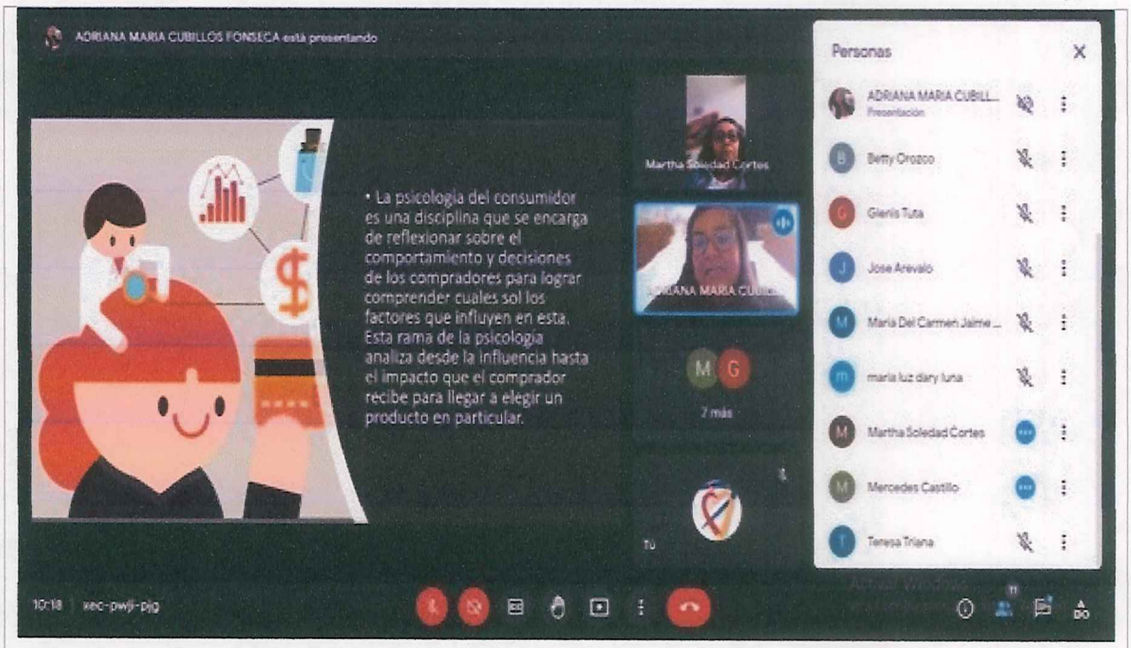





apron
BUTTER / MARGARINE / LARD
EGGS
RICE


ADRIANA MARIA CUBILLOS FONSECA está presentando
Factores
Existen muchos aspectos que están involucrados en las decisiones de los consumidores, tales como: la razón (compras racionales), la búsqueda de estatus, los hábitos, afinidad con las marcas, urgencia, moda, necesidad, deseo, etc. Todos estos factores, en su mayoría, se encuentran relacionados con los valores culturales y el entorno del que forma parte cada persona.
Martha Soledad Cortes
7 más
Tú
Personas
ADRIANA MARIA CUBILL...
Presentación
Betty Orozco
Glenis Tuta
Jose Arevalo
Maria Del Carmen Jaime ...
maria luz dary luna
Martha Soledad Cortes
Mercedes Castillo
Teresa Triana
Activar cámara (Ctrl + E)
10:18 | xec-pwji-pig


ADRIANA MARIA CUBILLOS FONSECA está presentando
ERCHANDISING
Impresionante
Me encanta
VISUAL
MERCHANDISING
• ¿Por qué debería exhibir sus productos de una manera que inspire al cliente en el punto de venta? Sus ventas no aumentarán simplemente utilizando un buen expositor, ya que esto no puede reemplazar el servicio al cliente o mejorar su gama de productos.
• Si un vendedor tímido no muestra un producto, una buena exhibición tampoco será una solución milagrosa..
• Sin embargo, un diseño bien pensado de la exposición crea un ambiente de mercado propicio y ayuda a los vendedores a mejorar la atracción visual y maximizar las ventas.
• El entorno comercial da a conocer los valores generales de una tienda o de una marca, esto es esencial para destacar y atraer nuevos clientes.
Martha Soled...
ADRIANA M...
Teresa Triana
Betty Orozco
Glenis Tuta
Jose Arevalo
maria luz dary l...
Tú
10:14 | xec-pwji-pig


ADRIANA MARIA CUBILLOS FONSECA está presentando
• La psicología del consumidor es una disciplina que se encarga de reflexionar sobre el comportamiento y decisiones de los compradores para lograr comprender cuales sol los factores que influyen en esta. Esta rama de la psicología analiza desde la influencia hasta el impacto que el comprador recibe para llegar a elegir un producto en particular.
Martha Soledad Cortes
7 más
TÚ
Personas
ADRIANA MARIA CUBILL...
Presentación
Betty Orozco
Gleris Tuta
Jose Arevalo
María Del Carmen Jaime ...
maria luz dary luna
Martha Soledad Cortes
Mercedes Castillo
Teresa Triana
10:18
xec-pwji-pig




Samsung Quad Camera
Sory

ALCALDÍA DE MOSQUERA

FORTALECIMIENTO SOCIAL Y GRUPOS POBLACIONALES

FORMATO DE REPORTE DE BENEFICIARIOS

Código:	F-FS-05
Fecha:	20/01/2020
Página:	1 de 1
Versión:	3

LUGAR: CASA ADULTO MAYOR — BARRIO: CENTRO

FECHA: 26 DE AGOSTO DE 2021 — HORA DE INICIO: 8:00 am — HORA DE TERMINACIÓN: 9:30 am

ACTIVIDAD: UNIDADES PRODUCTIVAS

POBLACIÓN OBJETIVO (PO):

Primera infancia de 0 a 5 años	A	Infancia de 6 a 11 años	B	Adolescencia de 12 a 17 años	C	Juventud de 17 a 28 años	D
Adultos de 29 a 59	E	Adultos mayores de 60 a 99 años	F	Discapacitados	G	Víctimas del conflicto armado	H
Población indígena	I	Afro colombianos	J	Otro cual: K			

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	NO. DE IDENTIFICACIÓN	EMPRESA / CARGO/ CLUB	EDAD	TELEFONO / CELULAR	CORREO ELECTRONICO	DIRECCIÓN	BARRIO	PO	FIRMA
1	LEON MUNAR.	19.078.998	Buenos Recuerdos	70	3102280995	—	Kr 10 #12-32	Los puentes	F	
2	Martha Porte	20526743	Oro dorado	67	3102381781	—	Int 10 para 37 M22	El Trebol	F	Martha Porte
3	Ana Odilia Cardenas H	41696041	Nuevo Amanecer	64	3016076051	—	Ciudad Sabana	Petrel	F	
4	Elena Cordero	41.755.219	N. Amanecer	63	3123627511	—	A. Sabana	Turpial	F	
5	Nora Ramirez	41.717.645	N. amanecer	66	3143066164	—	Colibri	Colibri	F	Yolima Ramirez
6	Pedro Rodriguez	3023584	S Joven	68	3132552706	—	Centro	calle 2a # 154	F	
7	Ma Teresa Castillo de Rodriguez	20526996	S Joven	66	3213704722	—	calle 2a # 154	Centro	F	Teresa Cde Rodriguez
8	Teresa Triana. Madera	20550014	Comunal	63	3105526528	—	Kr 2 #20-48	La Esperanza	F	Teresa Triana
9	Jose Arevalo	11334544	caminantes	67	3115335069	—	calle 19 H 35	Villa maria 2	F	
10	M Ruby Marin G	65753233	caminantes	67	3154403127	mariarubymg@gmail.com	K 9A # 31-70 Villa Maria	Villa Maria 4	F	
11	Maria del Carmen J	41609290	nuevo amanecer	68	3045828293	—	Calle 1C 12-64	Arboleda	F	Maria del Carmen J.
12	Ana Beatriz Diaz	41734027	siempre jovenes	63	3209594041	betty.cruz.63@hotmail.com	Calle 12 D # 2 D 20 Trebol Mz. 3	Trebol	F	Ana Beatriz Diaz
13	Gloria Castillo.	41135567.	V. Aron.	75	3123110855.	—	Cll 19 H 1-34 E	Esperanza	F	Gloria Castillo
14									F	
15									F	
16									F	
17									F	

ALCALDÍA DE MOSQUERA

FORTALECIMIENTO SOCIAL Y GRUPOS POBLACIONALES

FORMATO DE REPORTE DE BENEFICIARIOS

Código:	F-FS-05
Fecha:	20/01/2020
Página:	1 de 1
Versión:	3

LUGAR: Casa Adulto Mayor — BARRIO: Centro

FECHA: 19 DE AGOSTO DE 2021 — HORA DE INICIO: 8:00 am. — HORA DE TERMINACIÓN: 9:00 am

ACTIVIDAD: Unidades Productivas.

POBLACIÓN OBJETIVO (PO):

Primera infancia de 0 a 5 años	A	Infancia de 6 a 11 años	B	Adolescencia de 12 a 17 años	C	Juventud de 17 a 28 años	D
Adultos de 29 a 59	E	Adultos mayores de 60 a 99 años	F	Discapacitados	G	Víctimas del conflicto armado	H
Población indígena	I	Afro colombianos	J	Otro cual: K			

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	NO. DE IDENTIFICACIÓN	EMPRESA / CARGO/ CLUB	EDAD	TELEFONO / CELULAR	CORREO ELECTRONICO	DIRECCIÓN	BARRIO	PO	FIRMA
1	Jose Arevalo H	11334544	Caminantes	67	3115335069	—	calle 19 # 1-35	villa mona 2	F	
2	Francisca Ortiz	41.372078	Amanecer Dorado	74	3114590609	—	Cll 47B1-62	Villamaria 2	F	
3	Maria del Carmen J	41609290	nuevo amanecer	68	3045828893	—	Calle 1C 129 64	Arboleda	F	
4	Nora Ramirez	41717645	sueños Maravillosos	66	3143066164	—	calle 23 # 20 A-84	Colibri	F	
5	Leon Hernan chaux	19.078.998	sueños Honra y Hogar	70	3102800985	—	Kr 10 # 12-32	ciudad de los puentes	F	
6	Elena Cordillo	41.755.219	nuevo A.	63	3123627571	—	Cra 16 20 # 19 A N	C. Sabana	F	
7	Gloria Enriquez Castillo	41.353567	nuevo amanecer	75	3142798411	—	calle 19 # 13 4E	La Esperanza	F	
8	Teresa Triana M.	20.550014	Caminantes	63	3105526528	—	Cra 2 # 20-48	La Esperanza	F	
9	Martha Cortes	20526743		67	3102381781	—	Int 10. Casa 37	El Trebol	F	
10	Betty Orozco	41734027	Siempre Jovenes	63	3209594041	—	Trebol M. 3	Trebol	F	
11	Tamara de Rodriguez	20526986	S Joven	66	3213747722	—	calle 2 # 15 4	Centro	F	
12	Pedro Rodriguez	3023564	Siempre Joven	68	3132552706	—	calle 2 # 7 15 4	Centro	F	
13	M Rubiela Moreno	65753233	caminantes	67	3154422127	—	K. 9A # 21A 70	villa Maria #4	F	
14									F	
15									F	
16									F	
17										

ALCALDÍA DE MOSQUERA

FORTALECIMIENTO SOCIAL Y GRUPOS POBLACIONALES

FORMATO DE REPORTE DE BENEFICIARIOS

Código:	F-FS-05
Fecha:	20/01/2020
Página:	1 de 1
Versión:	3

LUGAR: CASA ADULTO MAYOR — BARRIO: CENTRO

FECHA: 12 de agosto 2021 — HORA DE INICIO: 8:00 a.m — HORA DE TERMINACIÓN: 9:00 am

ACTIVIDAD: Unidades productivas

POBLACIÓN OBJETIVO (PO):

Primera infancia de 0 a 5 años	A	Infancia de 6 a 11 años	B	Adolescencia de 12 a 17 años	C	Juventud de 17 a 28 años	D
Adultos de 29 a 59	E	Adultos mayores de 60 a 99 años	F	Discapacitados	G	Víctimas del conflicto armado	H
Población Indígena	I	Afro colombianos	J	Otro cual: K			

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	NO. DE IDENTIFICACIÓN	EMPRESA / CARGO/ CLUB	EDAD	TELEFONO / CELULAR	CORREO ELECTRONICO	DIRECCIÓN	BARRIO	PO	FIRMA
1	Maria Rubiela Marin	65753283	Caminantes de la vida	67	3154422127		Cra 9A#71A 70	villa maria 4.	F	
2	Jose Arevalo	11334544	Caminantes de la vida	67	3115335069		Cll 19 #1-35	villa maria II	F	
3	Maria del carmen jaime	41609290	Nuevo Amanecer	68	3114652261		Cll 21 C#12A-64	Arboleda	F	
4	Nora Beatriz Ramirez	41717645	Sueños Maravillosos	66	3143066164		Cll 23 # 20A-84	Colibri	F	
5	Gloria Emilce Castillo	41353567	Nuevo Amanecer	75	3123110855		Cll 19 #34E-01	Esperanza	F	
6	Francisca Chala	41372078	Sueños Maravillosos	76	3114598404		Cll 17B#1-46	villa maria II	F	
7	Leon Munar Chaar	19078998	Sueños Maravillosos	71	3102800485		Cra 10# 2-32	puerto Nuevo	F	
8	Pedro Rodriguez	3023564	Siempre Joven	68	3132572706		Cll 2 # 1-54	Centro	F	
9	Maria teresa Castillo	20526996	Siempre Joven.	66	3213704722		Cll 2 # 1-54	Centro	F	Teresa C de Rodriguez
10	teresa maria Madero	20550014	Caminantes de la vida	69	3112821053.		Cra 2#20-48	Esperanza	F	Teresa Maria. Madero.
11	Nohora Roldan Cortes	20525405	Siempre joven.	67	3115282301		Cra 18A# 9D-01	sendero de los trojes	F	Nohora R Cortes
12	Martha Cortes	20526743	Años Dorados	61.	3102381781		Man Pr Int 10 casa 37	El trebol	F	Martha Cortes
13									F	
14									F	
15									F	
16									F	
17									F	

ALCALDÍA DE MOSQUERA	FORTALECIMIENTO SOCIAL Y GRUPOS POBLACIONALES	Código:	F-FS-05
		Fecha:	20/01/2020
	FORMATO DE REPORTE DE BENEFICIARIOS	Página:	1 de 1
		Versión:	3

LUGAR: CASA ADULTO MAYOR — BARRIO: CENTRO — HORA DE TERMINACIÓN: 9:00 am

FECHA: AGOSTO 3/2021 — HORA DE INICIO: 8:00 am

ACTIVIDAD: UNIDADES PRODUCTIVAS.

POBLACIÓN OBJETIVO (PO):

Primera infancia de 0 a 5 años		A	Infancia de 6 a 11 años	B	Adolescencia de 12 a 17 años	C	Juventud de 17 a 28 años	D
Adultos de 29 a 59		E	Adultos mayores de 60 a 99 años	F	Discapacitados	G	Víctimas del conflicto armado	H
Población indígena		I	Afro colombianos	J	Otro cual:	K		

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	NO. DE IDENTIFICACIÓN	EMPRESA / CARGO	EDAD	TELEFONO / CELULAR	CORREO ELECTRONICO	DIRECCIÓN	BARRIO	PO	FIRMA
1	LEON MUNAR	19078998	DUEÑOS MANUALIDADES	70	3102800985		Cr 10 #12-32 Conj Apto 305 C/Punta			
2	NATALIA RAMIREZ	41417645	DUEÑOS MANUALIDADES	66	3143066469		Cll 23 #20A 84	Quebrada		
3	ELENA GOMEZ QUIROGA	41755217	NUEVO AMANECER	63	3123627511		Cll 20 #19A-15	Turpial		
4	FRANCISCA CHALA	41372078	DUEÑOS MANUALIDADES	79	3149598909		Cll 17 B #1-96	Villa Mª II		
5	PEDRO RODRIGUEZ	3023564	SIEMPRE JOVEN	68	3132572706		Cll 2 #1-54	Centro		
6	TERESA CASTILLO	20526996	SIEMPRE JOVEN	66	3213104722		Cll 2 #1-54	Centro		
7	TERESA TRIANA	20550014	CAMINANTES DE LA VIDA	63	3105526528		Cr 2 #20-43	La Esperanza		
8	MA DEL CARMEN JAIME	41600290	NUEVO AMANECER	68	3144652261		Cll 21 C #12A 64 THE	La Arboleda		
9	ANA BEATRIZ OLAYA JIMENEZ	41739022	SIEMPRE JOVEN	83	3209594041		TH 3 INT 4 CASA 15	El TREBOL		
10	JOSE OLAYA LUNA	41645619	SIEMPRE JOVEN	66	3123693975		Cll 10 #5-05	B/Virreyes		
11	NATALIA COLLAZ	20525405	SIEMPRE JOVEN	67	3115282301		Cr 18A #90-01	Sta Inés		
12										
13										
14										
15										
16										
17										