PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Bogotá D.C. Octubre 15 de 2021

Señor (a)
MAGALY LEON LLANOS
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.2222319
Coordinadora Académica de los Programas Integración con la Media, Desplazados, Normalización, Evaluación y Certificación de Competencias Laborales
Centro de Gestión Administrativa
Bogotá D.C.

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual mes octubre de 2021

Referencia: No. CO1.PCCNTR.2222319 del año 2021

NEREIDA MONTAÑA ORTIZ, identificada con la cédula de ciudadanía No. 52.498.476 de Bogotá, en mi calidad de Contratista del SENA, en la Coordinación de los programas integración con la media, desplazados, normalización, evaluación y certificación de competencias laborales, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: El valor total del presente contrato asciende a la suma de CUARENTA MILLONES OCHOCIENTOS VEINTE MIL PESOS ($40.820.000)COP, incluido IVA (de conformidad con el régimen tributario a que pertenezca el contratista). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a.) UN (1) primer pago correspondiente al mes de FEBRERO de 2021, por valor de TRES MILLONES QUINIENTOS DIEZ MIL PESOS ($3.510.000) COP. b.) NUEVE (9) pagos iguales correspondientes a los meses de MARZO a NOVIEMBRE de 2021, por valor de TRES MILLONES NOVECIENTOS MIL PESOS ($3.900.000) COP. cada uno. c.) UN (1) pago final correspondiente al mes de DICIEMBRE de 2021, por valor de DOS MILLONES DOSCIENTOS DIEZ MIL PESOS ($2.210.000) COP.

Plazo: Será hasta el 17 diciembre de 2021.

OBJETO:
Prestar los servicios personales de carácter temporal, para impartir Formación Profesional Integral, mediante la modalidad de periodos fijos de instructores, para la ejecución de

acciones de Formación Titulada y/o Complementaria, presencial y virtual, en las Áreas de Gestión del Talento Humano, Asistencia y Gestión Administrativa y Gestión Documental y de la Información, del Centro de Gestión Administrativa, Subsede y Organizaciones, así como las actividades de capacitación o de auditoria en el sistema integrado de gestión de calidad, para Orientar, Participar, Formular, Ejecutar, Seguir, Controlar, Planes, Programas y Proyectos desarrollando Competencias de la Formación Profesional Integral para dar respuesta a la política Institucional entre otros el Proceso de Calidad y Mejoramiento Continuo y demanda de la población; en las jornadas diurna, nocturna, madrugada y fines de semana.

CLÁUSULA (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Atender la formación de aprendices en el área específica del respectivo programa de formación, en las fases o Competencias establecidas y programadas	Se realizó proceso de formación virtual en la competencia de Registrar la información de acuerdo con la normativa y procedimiento técnico; del programa Técnico en asistencia administrativa, correspondientes a la ficha 2020352.	Programación asignada por parte de la coordinación de Articulación. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1H8PNyB1K5SzdkJ84N75M6vCH9IyRYRFk
2	Orientar y apoyar a los aprendices en el desarrollo de proyectos formativos y/o productivos en las respectivas etapas de formación	Se realizo seguimiento a los proyectos formativos lista de chequeo numero dos literales ficha técnica, matriz DOFA, se orienta a los aprendices lineamientos entregables costos de materia prima e insumos, propiedad planta y equipo, instituciones educativas, Nuestra señora del Rosario, Liceo Cultural las Américas Las Feria, fatima, El nogal y Diana Turbay, Alexandar Fleming. Se realizan reuniones virtuales proyecto Tecnico en Recursos humano; lineamientos para el desarrollo de los proyectos formativos, adicional a ello se realizó acompañamiento pedagógico a las instituciones educativas,Liceo cultural Lopez	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1lVm5lar14NhOEmhScujVoNNaXRUs1feF https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Lbaz046RHzNplhP4urhDMxg7VmQpnOrM https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1AV_qQIwRZMLdG2DjlVQC1VwJaxsxpTcm https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1o2NLfP7Cs75S3CE6cdFuIAD7DsWiaSgm

		Osorio, Las Ferias Antonio Nariño, Liceo Cultural, Cultural Las Américas , Nuestra señora del Rosario, Presentación de Fátima, Claretiano de Bosa.	
3	Garantizar la actualización de los contenidos y tecnologías, de las fases o Competencias en las cuales se desarrolla la formación de los aprendices	Se realizo acompañamiento pedagógico a las instituciones publicas y privadas, se estructura material para orientar la competencia de Registrar la información en medios tecnológicos, se realiza proceso verificación de estrategias de mejora, se realiza aplicación orientación vocacional a los aprendices de grado decimo y undécimo de las instituciones educativas articuladas a la coordinación de articulación con la media.	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1al391ijZAY1sGShSn2t8HQPzMA935bzQ https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1p-_erSbPZRvVNBtWNsckPNvqVP0NVyJd https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1FxuNPMHpKApeKdGbX14srOm4BCzBEll_
4	Así mismo, de acuerdo con el área de desempeño para la cual fue seleccionado deberá orientar la formación, para desarrollar en los aprendices las competencias del programa.	Se oriento proceso formativo virtual en la competencia de Registrar la información en medios tecnológicos Las temáticas abordas durante el proceso fueron las siguientes: técnicas de cotejo. - sistema de organización de archivos, ficheros, carpetas, discos duros, copias de seguridad, copias en nube, directorios, crear, mover, renombrar y eliminar, finanzas, concepto, tipos, estructura básica, tendencia y prospectiva.	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1gpkbyu6O3KuJ0DliU-MEZqf8spMgh92qTsaIv2PaVFk/edit#gid=832422386 https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1v6904GFUaTr5EnJCO5cyvBaTtli-sWd- https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1roBVRejmvQvAaf0sf1lSeRTjSp-fELJo
5	Aplicar durante el periodo de duración del contrato, al proceso de certificación de competencias según normas de competencias que aplica a la función Instructor, así como a los procesos, que el SENA adelante para	La certificación de la norma se encuentra vigente. Se realiza curso de integridad transparencia y lucha contra la corrupción. Así mismos los cursos de bienvenida y procesos pedagógicos que nuestro centro de formación certifica.	En el SECOP II se encuentran los documentos que certifican mi idoneidad, y me califican para orientar la formación, en el programa técnico en asistencia administrativa.

www.sena.edu.co
SENAComunica

	certificar habilidades pedagógicas		
6	Cumplimiento oportuno con las entregas de los distintos formatos y documentos requeridos en el proceso administrativo.	Formatos de notas y control de asistencia. Actas de seguimiento acompañamientos pedagógicos y seguimiento etapa práctica. Realizadas durante el mes a las instituciones educativas: Liceo Cultural López Osorio, Cultural Las Américas , Nuestra señora del Rosario, Presentación de Fátima, Claretiano de Bosa, Brisas del diamante, Soledad Acosta de Samper.	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1eMMhDcbJv81J2YQ9mHp4xgNFbrsugj79 https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1FxuNPMHpKApeKdGbX14srOm4BCzBEll_
7	Cumplimiento del manual, estándares y lineamientos vigentes para la orientación de procesos de formación a través de ambientes virtuales de aprendizaje	Hay adaptación a las circunstancias actuales; pero no la dinámica de que trata el instructivo SENA. Para contrarrestar la situación actual; se han adaptado las diferentes posibilidades para facilitar la formación de nuestros aprendices.; logrando orientar la formación a través de medios virtuales. Formación a través de MEET, Classroom, TEMM y ZOOM. Reuniones de acompañamiento pedagógico a las instituciones educativas articuladas.	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1RZsU91RxiZyBHGU5kJlUNG4R1K4n6UXt https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1IvnlRrAVfBaZrBj361874bb5KRb1ccy8
8	Adicionalmente, para los instructores de Formación Virtual en todos los niveles, se requiere "Cumplir la ejecución de la formación que se asigne para el acompañamiento de aprendices en Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA, según lo descrito en el instructivo para orientar el desempeño del instructor en	Se ejecutaron procesos de acompañamiento pedagogico y seguimiento a etapa practica a la s instituciones eductaicas Antonio Nariño, Liceo Cultural López Osorio, Cultural Las Américas , Nuestra señora del Rosario, Presentación de Fátima, Claretiano de Bosa, Brisas del diamante.	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1eMMhDcbJv81J2YQ9mHp4xgNFbrsugj79 https://sena4-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/sportilla_sena_edu_co/EgqIL7TWDKdIvY0yi_WDIpcBx3Jdil0EySxwckLz18U-fw?e=5%3ajMfsIO&at=9&CT=1621265854392&OR=OWA-NT&CID=ab9a176a-ae11-15af-868c-4ec58676f7ba

www.sena.edu.co
SENAComunica

	Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA, entregado por el a Dirección de Formación Profesional.		https://drive.google.com/drive/u/0/folders/19zm1IfP7rwuHyL_tfCQgYKSBFs2UaPS9

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.				
2.				

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 enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados, copia de la planilla- recibo de pago de aportes a salud, pensiones y ARL No. de la planilla, 53773827 operador MI PLANILLA del mes de septiembre de 2021. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " Decreto Ley Antitrámites")

Cordialmente,



NEREIDA MONTAÑA ORTIZ
Contratista
C.C. No. 52.498.476 de Bogotá

Recibí a satisfacción:

MAGALY LEON LLANOS
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.2222634 de 2021
Coordinadora Académica de los Programas Integración con la Media, Desplazados, Normalización, Evaluación y Certificación de Competencias Laborales

www.sena.edu.co
SENAComunica

Anexos al informe, evidencias visuales de actividades realizadas durante el mes de agosto, las cuales reposan en su totalidad en el Drive la coordinación dispuesto para tal fin.

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1khHSlDNw0CUH2m8GlQ7H9x3oOZUdehFv

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1gpkbyu6O3KuJ0DliU-MEZqf8spMgh92qTsalv2PaVFk/edit#gid=1581547969

Evidencias Actividades virtuales realizadas por la instructura: Nereida Montaña Ortiz
Coordinación de Articualcion con la media
Instrutora : Nereida Montaña Ortiz
Evidencias Actividades Realizadas
Fecha : octubre de 2021

los anexos correspondientes tales como videos y documentos reposan en la totalidad en el drive de la coordinación dispuesto para tal fin.

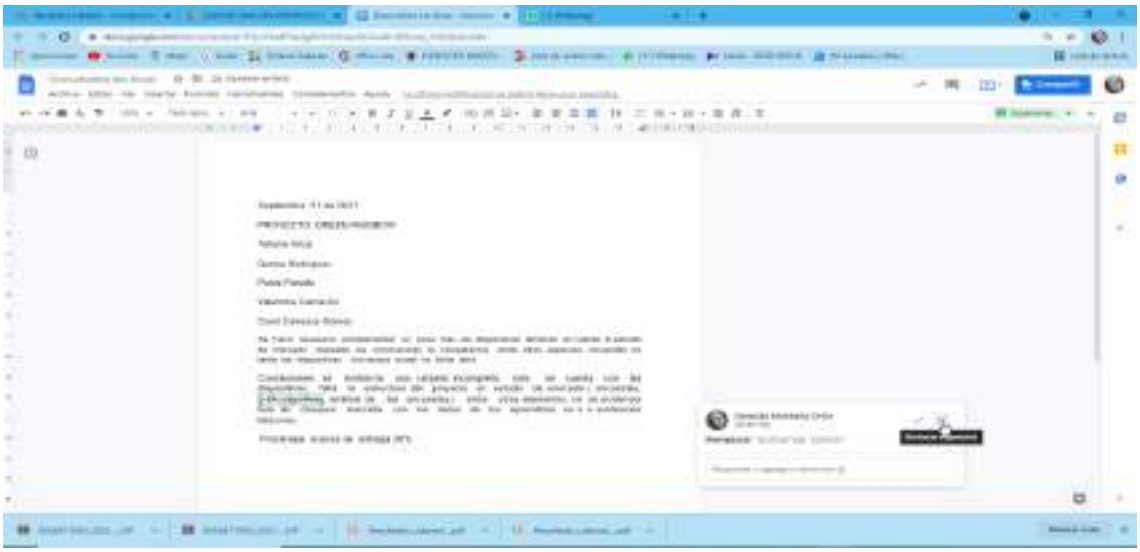
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1khHSlDNw0CUH2m8GlQ7H9x3oOZUdehFv

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1RZsU91RxiZyBHGU5kJlUNG4R1K4n6UXt

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/19zm1IfP7rwuHyL_tfCQgYKSBFs2UaPS9

Octubre 01 evidencias

https://drive.google.com/drive/u/0/search?q=owner:sandratorresriverocolferias%40gmail.com
PROYECTOS PRODUCTIVOS LAS FERIAS NÓMINA Y PRESTACIONES S SOCIALES
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1RSnQLe9_8KwjTsUE8_z8QraD9FzFQEDO
PROYECTO: GREE RAINBOW




GreenRainbow
"Si Reciclas, de color tu vida se llenara"
Integrantes:


GreenRainbow
"Si Reciclas, de color tu vida se llenara"
Integrantes:
• Dara Rodriguez.
• Tatiana Ariza.
• Paula Parada.
• Valentina Camacho.


• Paula Parada.
• Valentina Camacho.
• Karol Vanessa Gomez
¿Porque el nombre de la empresa?
Nuestra empresa recibe este nombre puesto que Green (verde) representa nuestro aporte como empresa en nuestros productos en el cuidado del medio ambiente utilizando papel reciclable, y Rainbow (arcoíris) representa a nuestro material principal la filigrana por sus colores.


Nuestro proposito
Vision y mision


Vision y mision
Mision:
Vision:
¿Como impulsaremos la empresa?


Productos y Precios:
• Cuadro grande (60cm x 40cm) -$250.000 .
• Cuadro mediano (30 cm x 35 cm) - $ 100.000.
• Cuadro pequeño (15 cm x

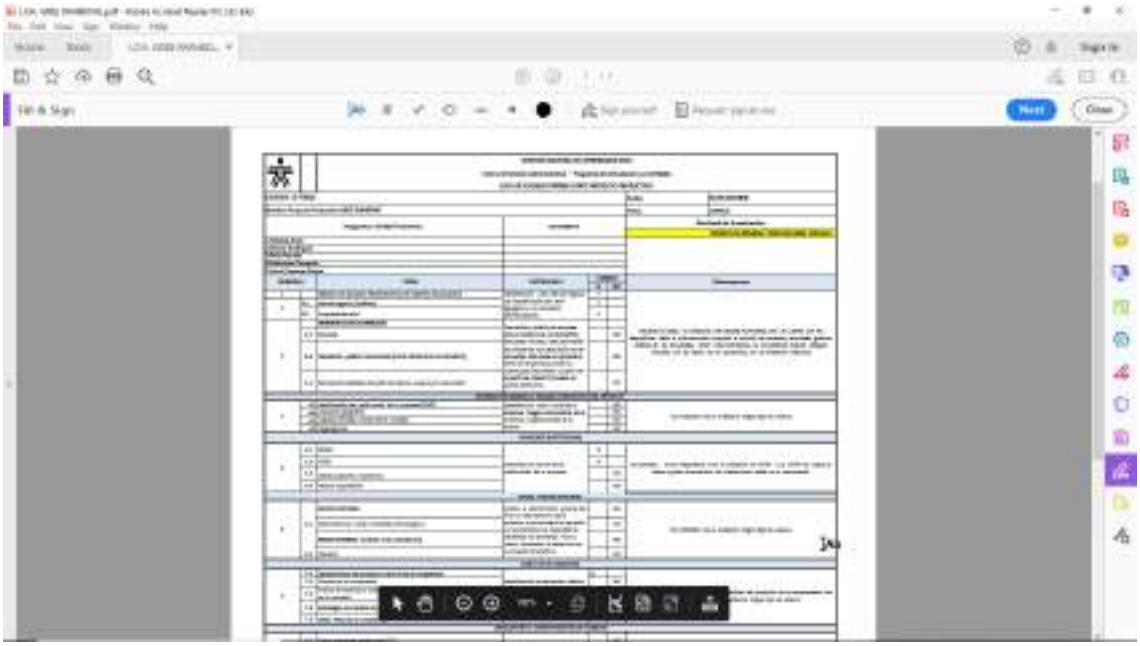

Vision y mision
Mision:
Vision:

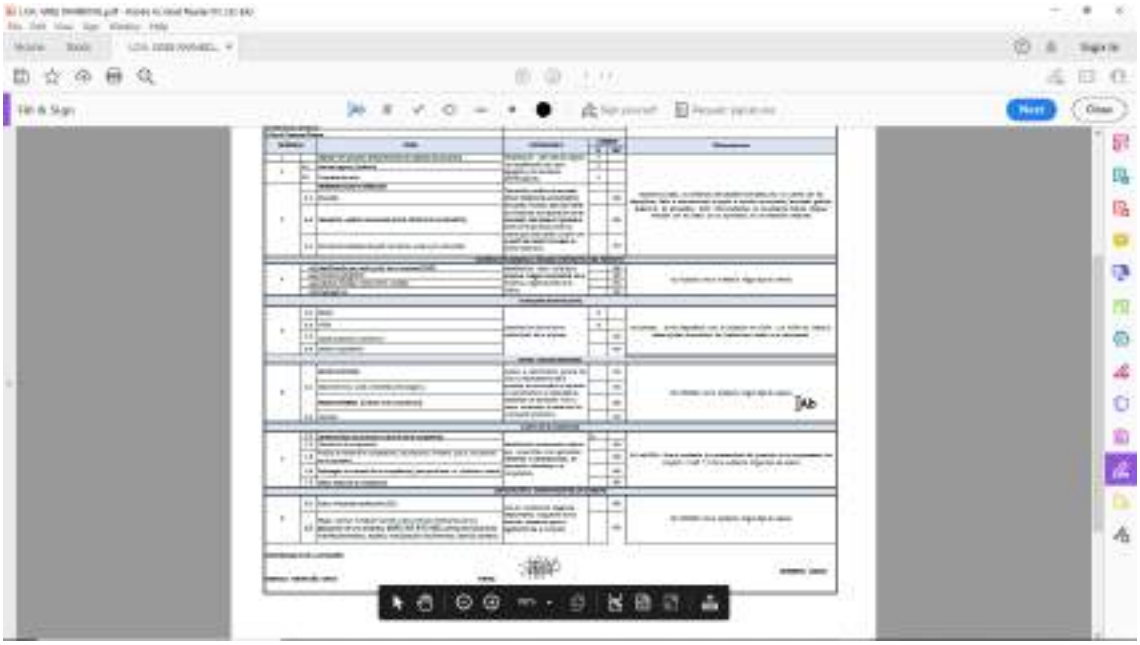

Tijeras=5.000
Tabla de circulos=13.000
Productos y Precios:
Cuadro grande (60cm x 40cm) -$250.000 .


• Cuadro pequeño (15 cm x 10 cm) $ 45.000.
Prototipo:
¿Como actuaremos en una futura crisis economica?


GreenRainbow
¡Decora tus espacios con los colores vividos en filtros fabricados en Colombia!

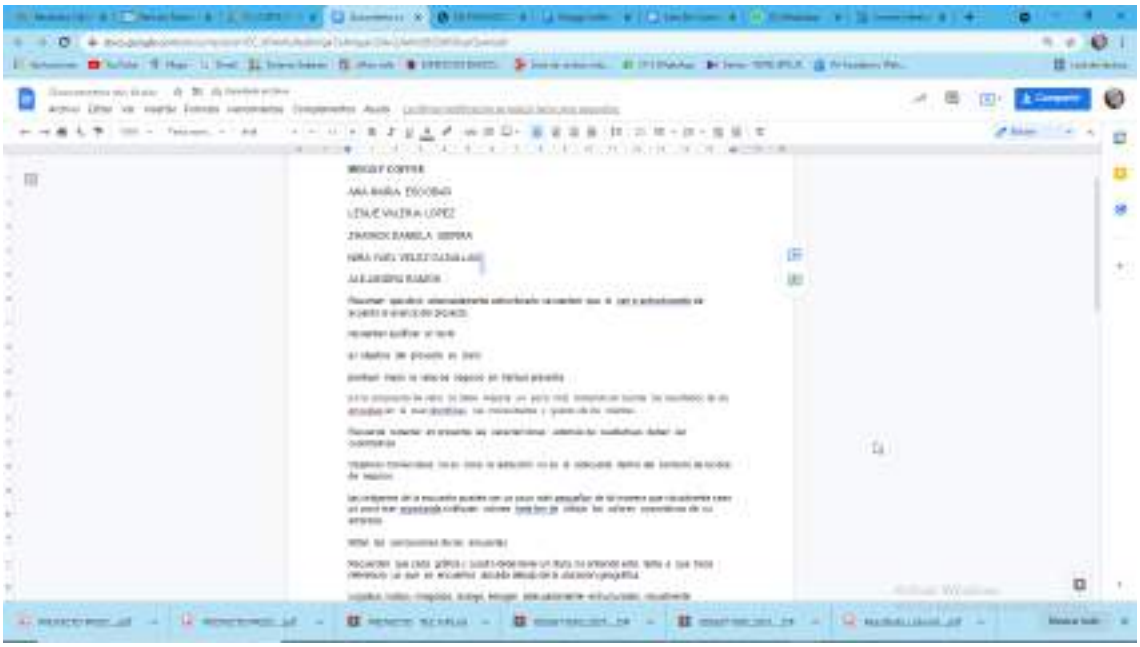

Visitamos en:
Perfil del usuario:
Instagram
green_rainbow_company
TikTok
green_rainbow_t

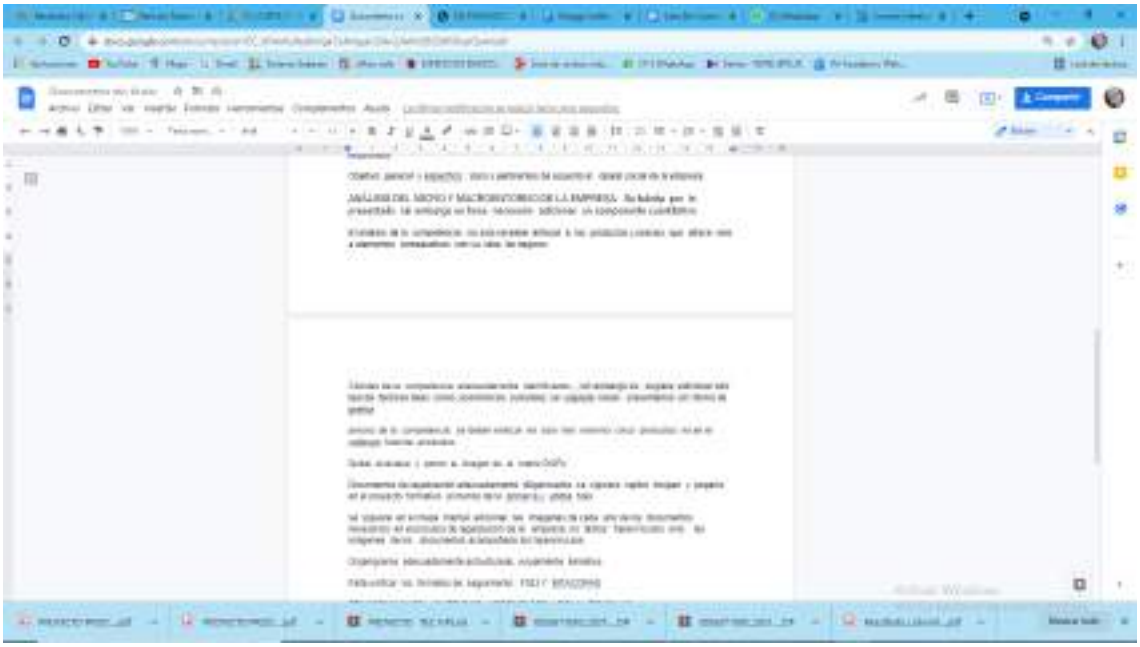


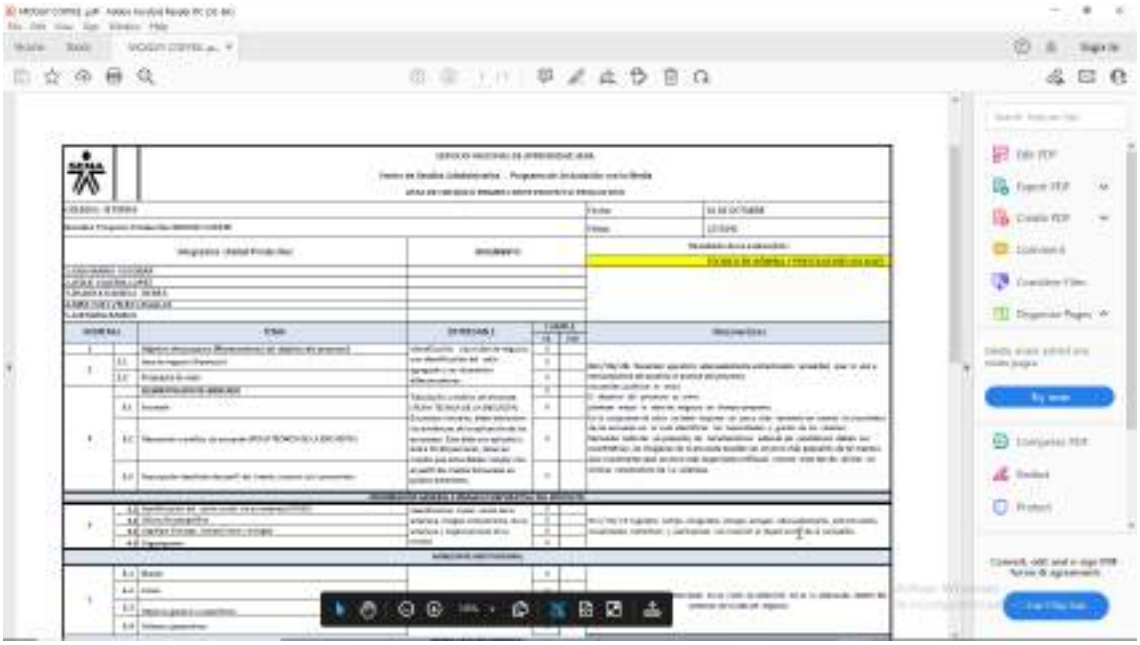


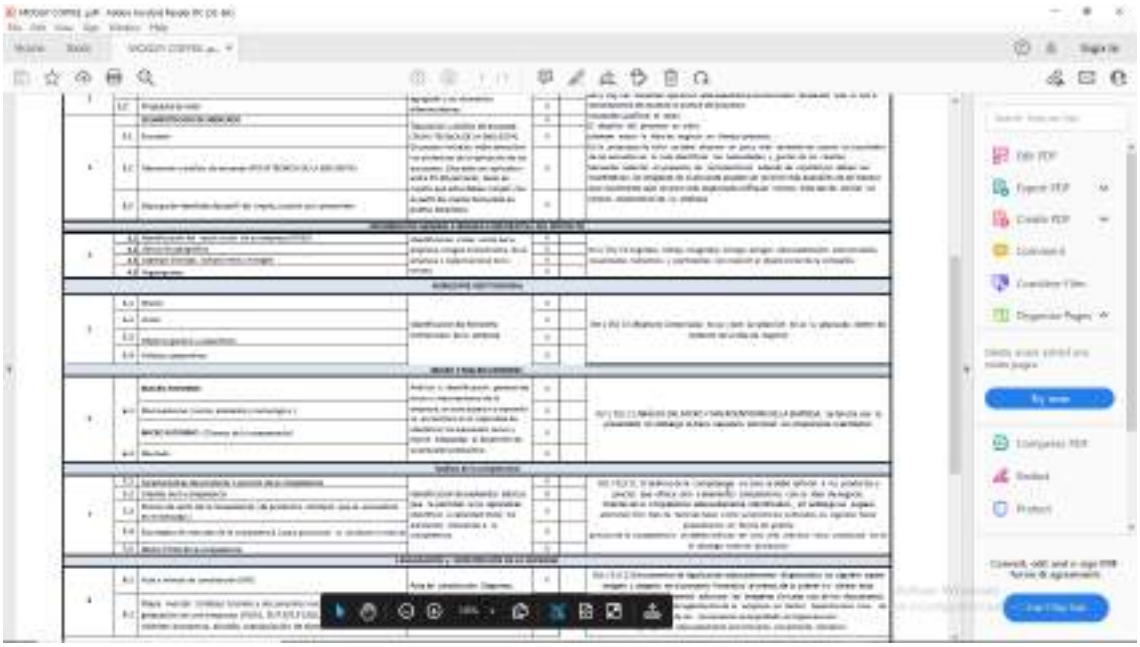
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1stCeViNj0ZUKUAW6HW9VN5u3_-VS1Wt6

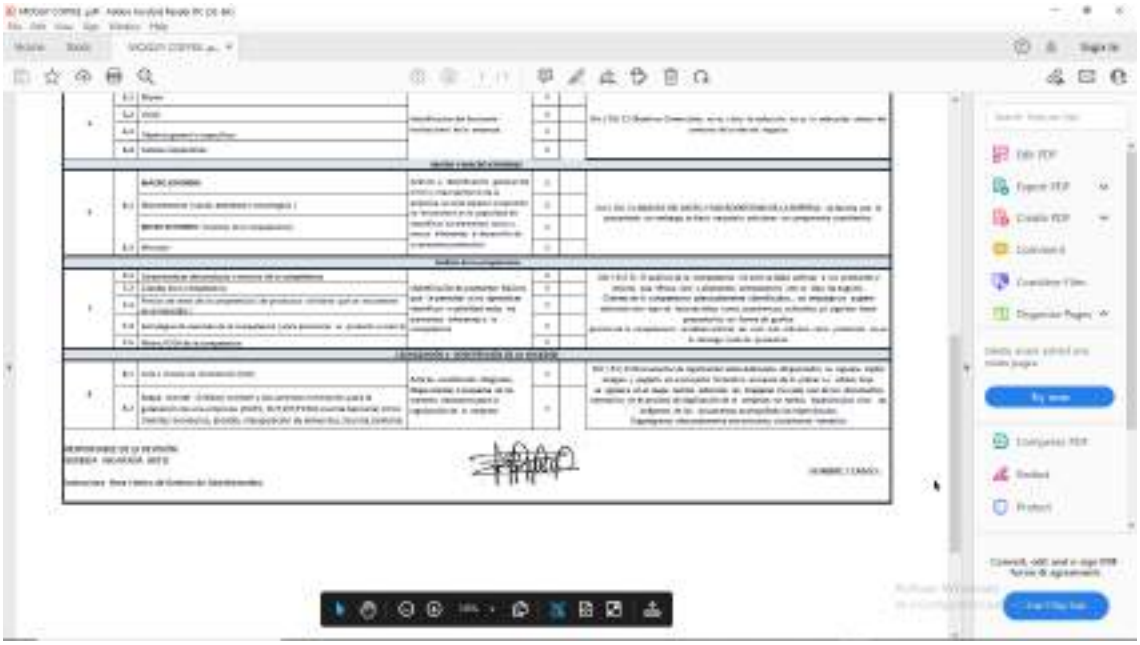
MOGGY COFFEE
ANA MARIA ESCOBAR
LESLIE VALERIA LOPEZ
ZHARICK DANIELA SIERRA
NIRA YAEL VELEZ CASALLAS
ALENDRA RAMOS



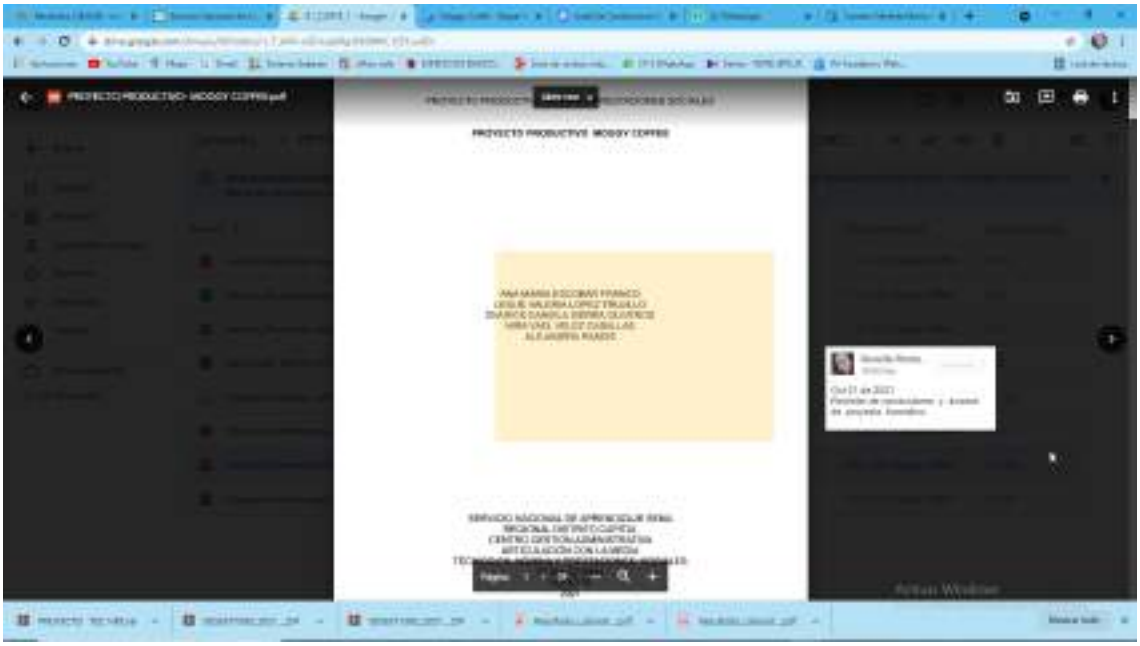









PROYECTO PRODUCTIVO NÓMINA Y PRESTACIONES SOCIALES
PROYECTO PRODUCTIVO MOGGY COFFEE

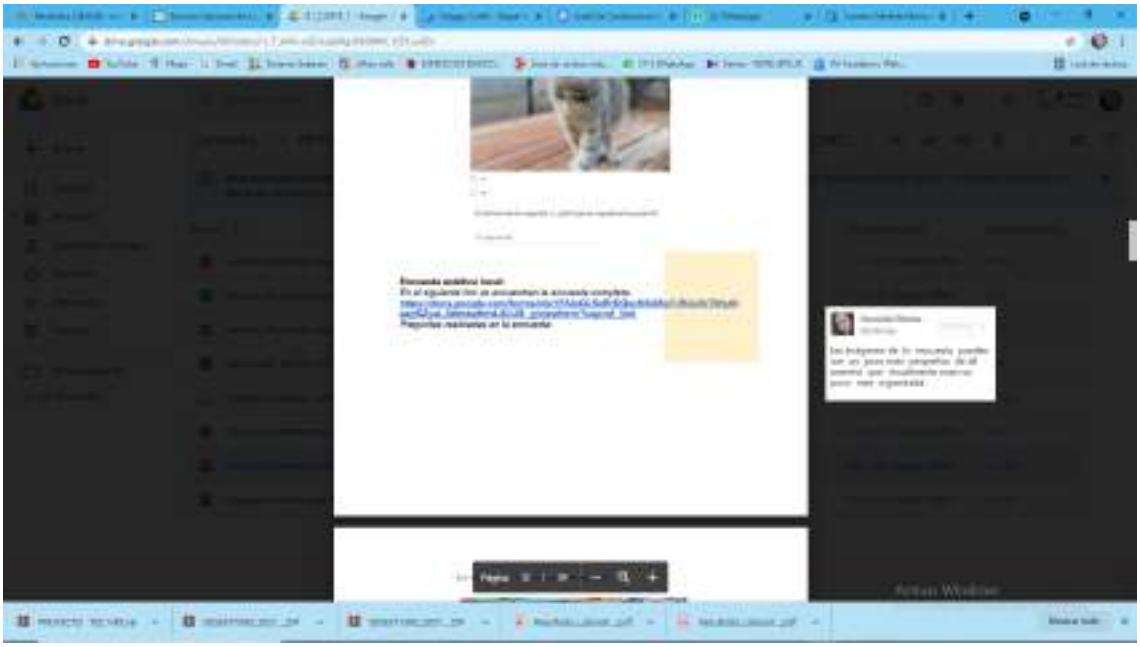

PROYECTO PRODUCTIVO- MOODY COFFEE.pdf
PROYECTO PRODUCTIVO MOODY COFFEE









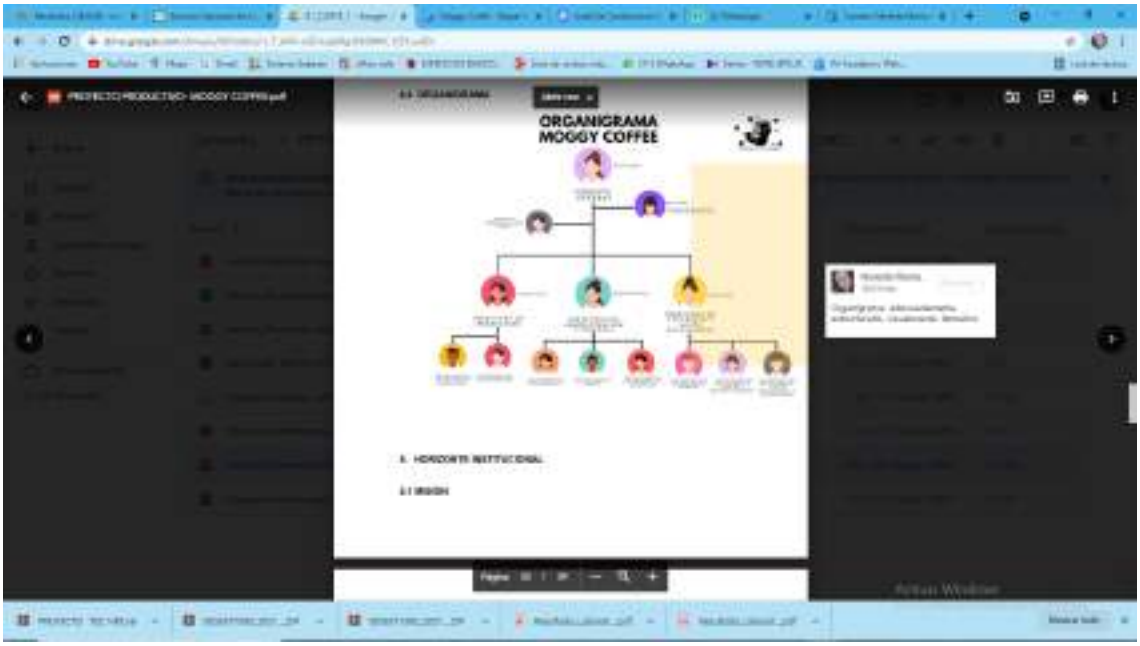





Realice su consulta empresarial o social


MOOGGY COFFEE


ORGANIGRAMA
MOGGY COFFEE


ORGANIGRAMA
MOGGY COFFEE







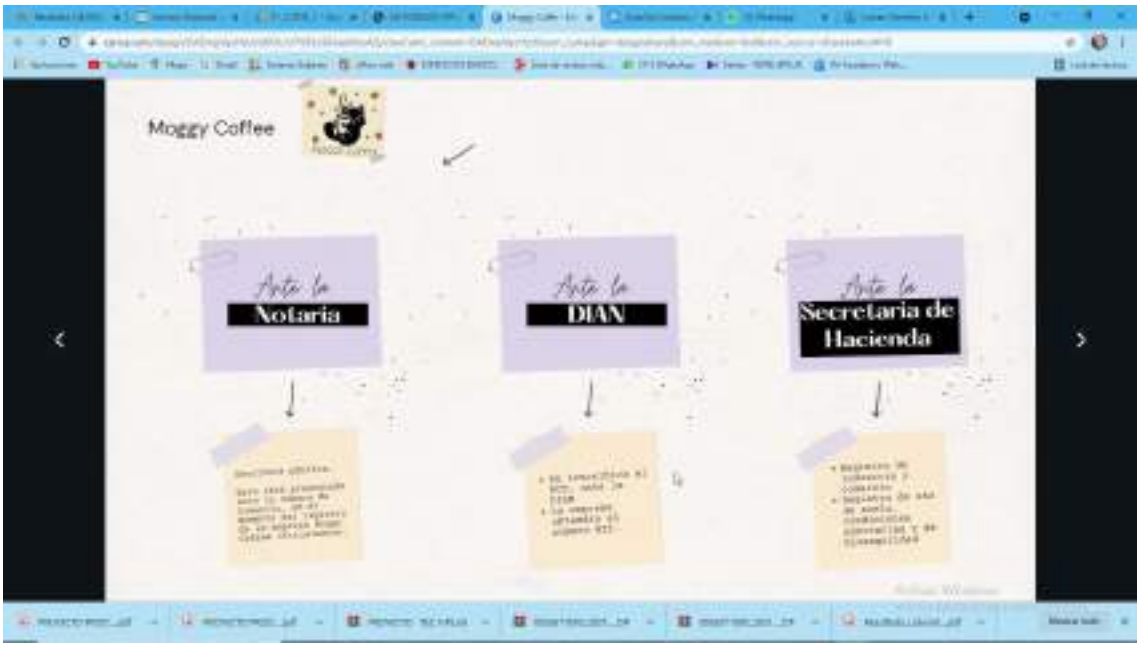




https://www.canva.com/design/DAEmpVqcHzU/dXFJLcU7V03uS6Ap6h9uAQ/view?utm_content=DAEmpVqcHzU&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton#11


Moggy Coffee
Mapa
Mental
PROCESOS DE
LEGALIZACIÓN
Ana María Escobar
Nira Velez
Daniela Sierra


Moggy Coffee
Proceso:
1 Seleccionar el Tipo de Empresa.
2 Consulta de Logo.
3 Consulta de Actividad Económica.
4 Consulta de uso de Suelo.
5 Elaboración Minuta de Constitución.
6 Realizar el Pago del Impuesto de Registro sobre Escritura.



RECOVERY OF LIFE

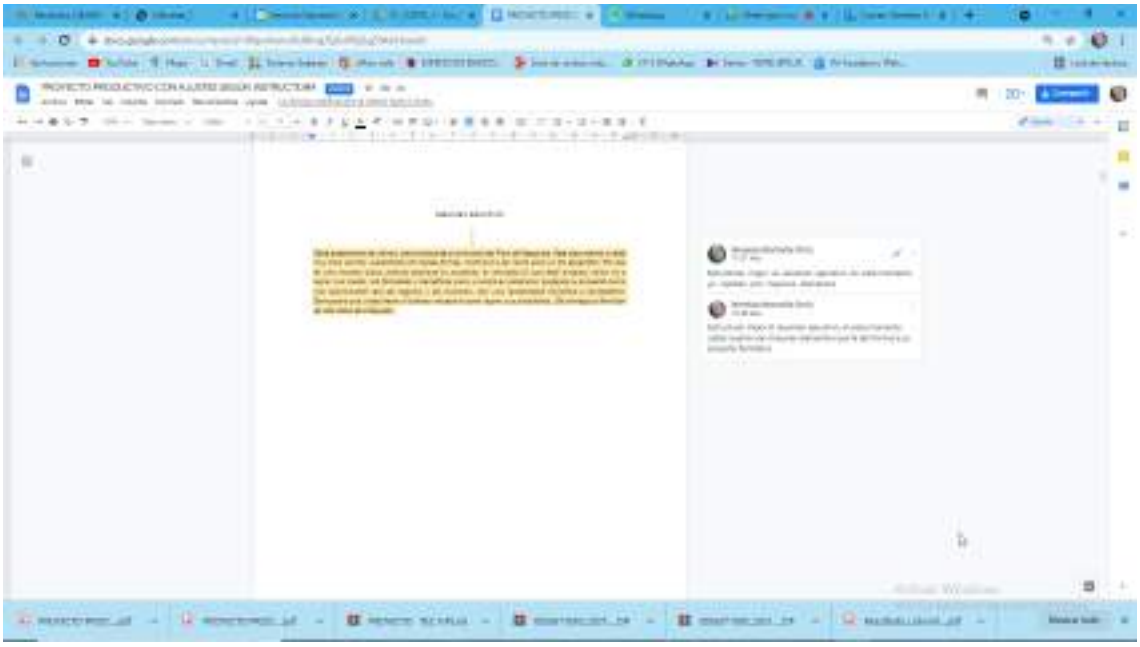
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1u2sk37mgToBrrY3ztNVfkizmBc7Gp53g

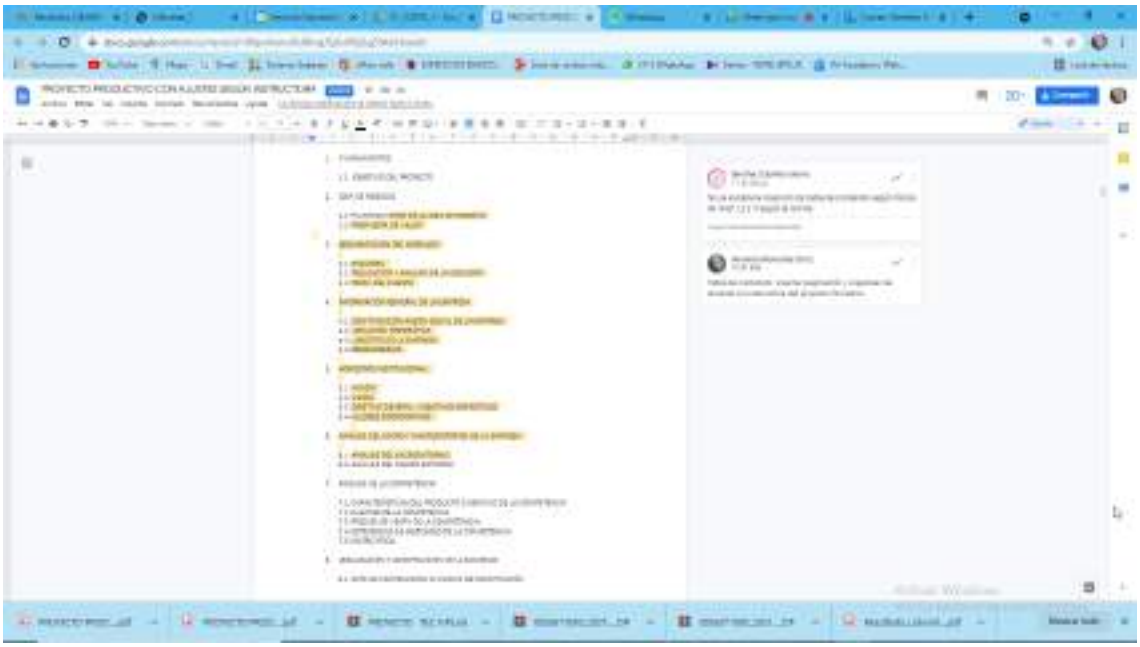
RECOVERY OF LIFE

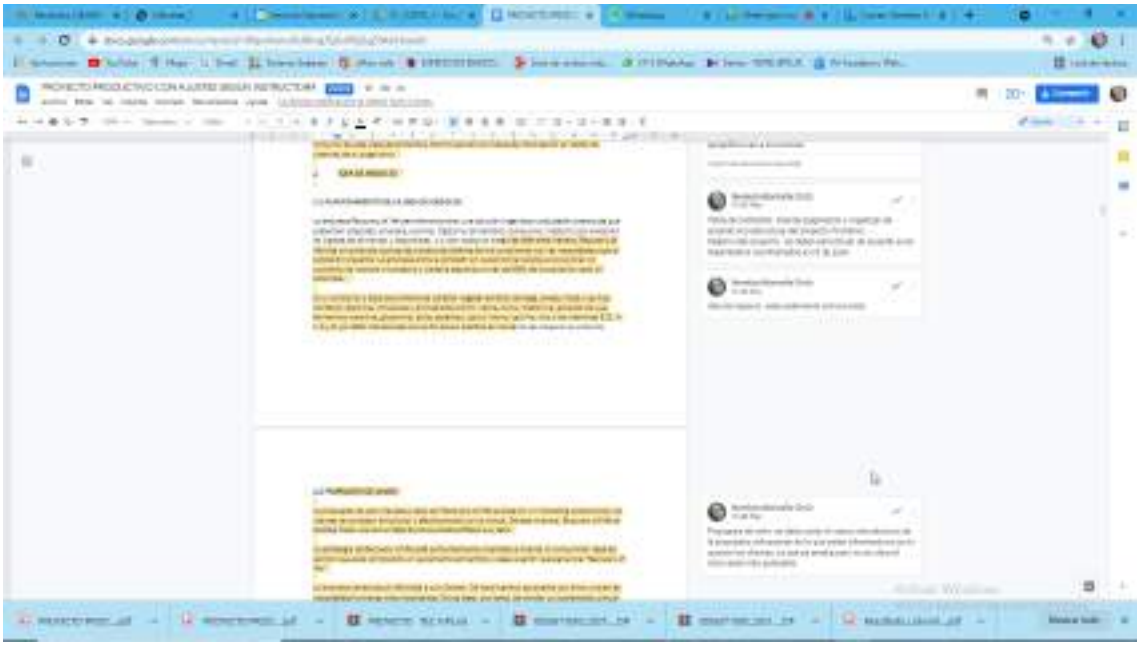
ESPITIA SUÁREZ NICOLÁS ANDREY
SANTOS SEGURA SANTIAGO ALEJANDRO

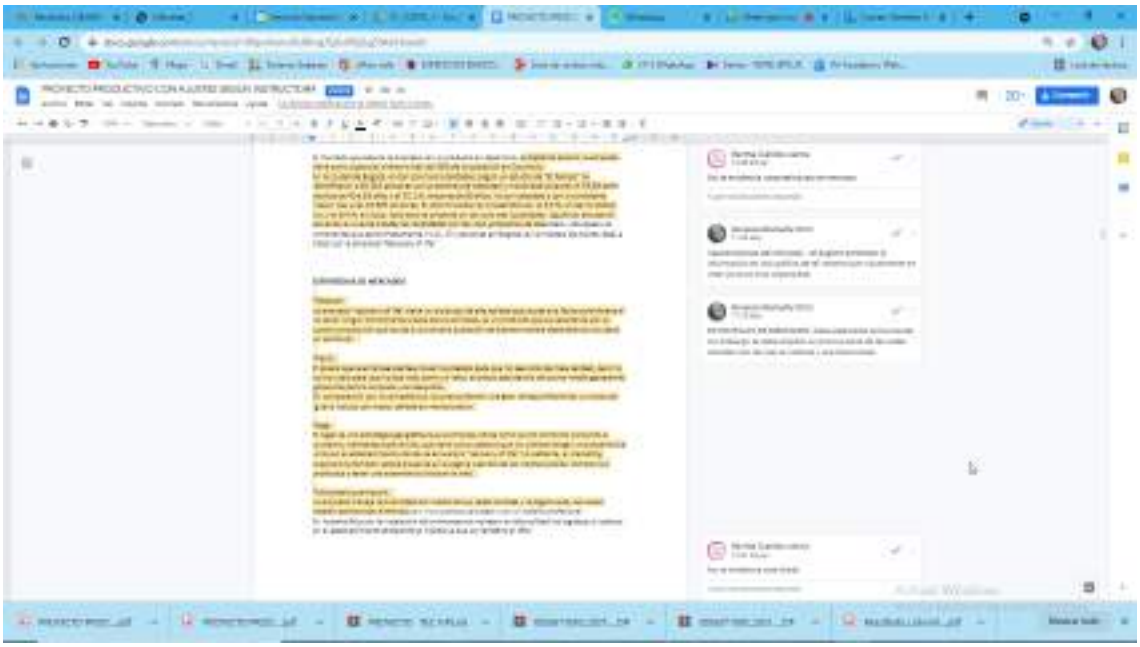


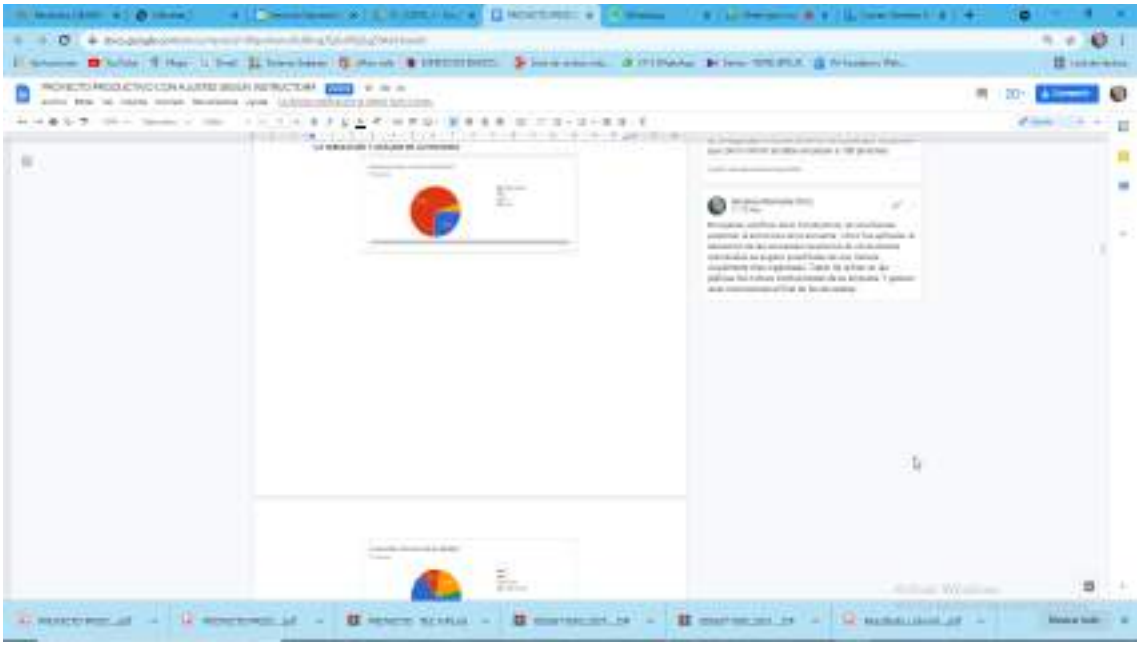

COLEGIO DE LA PRESENTACION FERIAS
SENA
RECOVERY OF LIFE

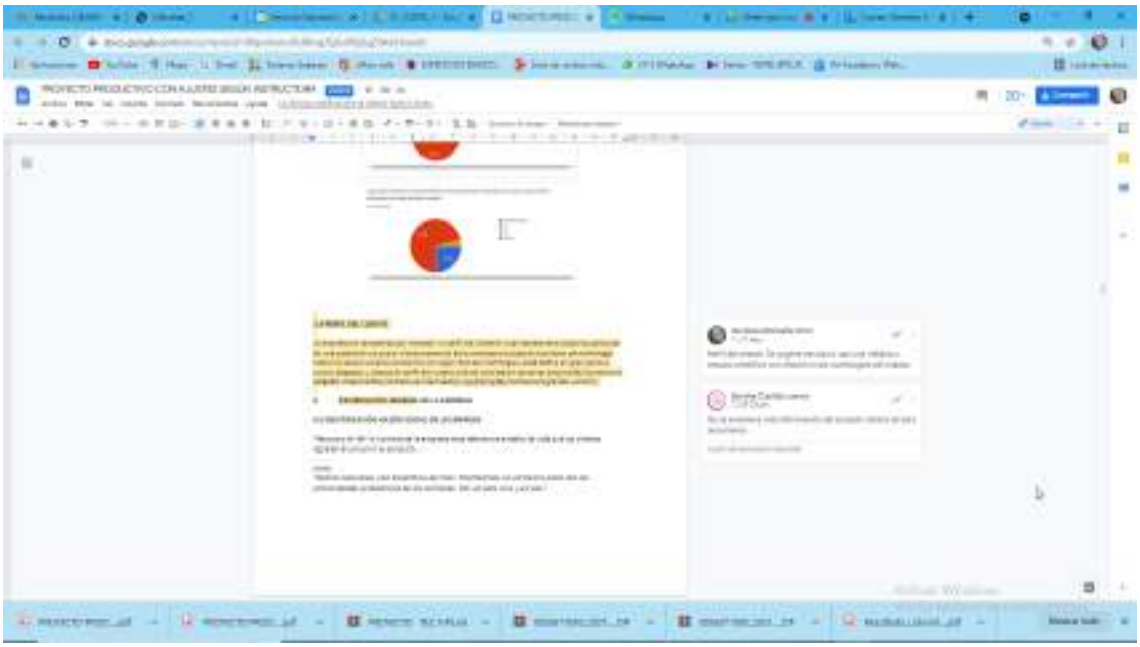


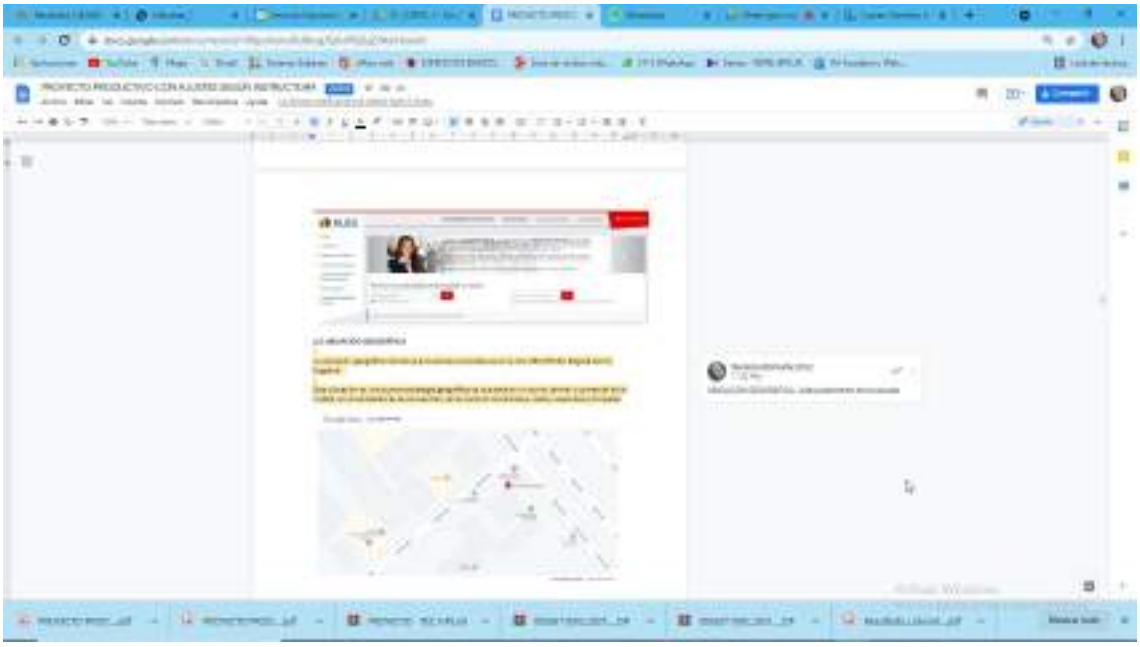


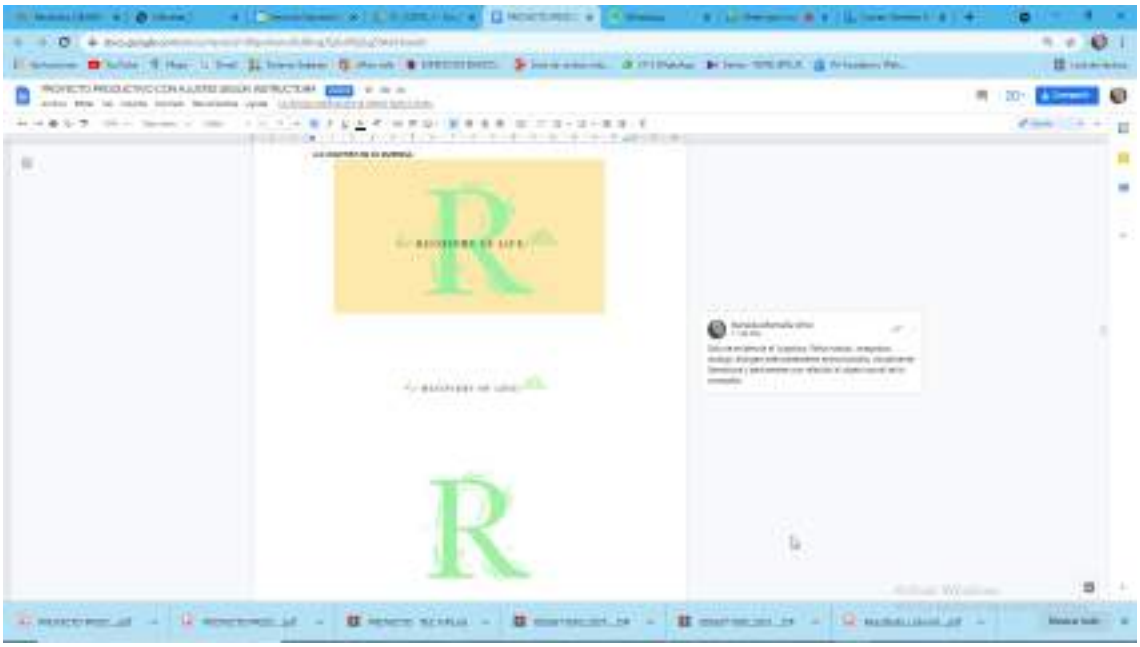


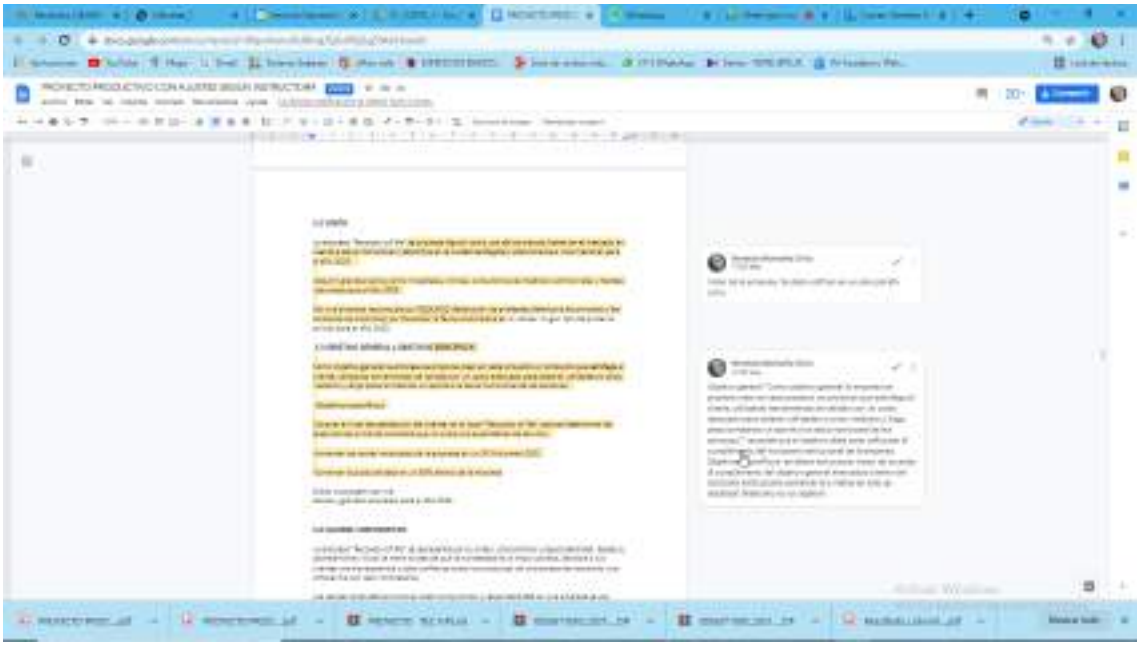


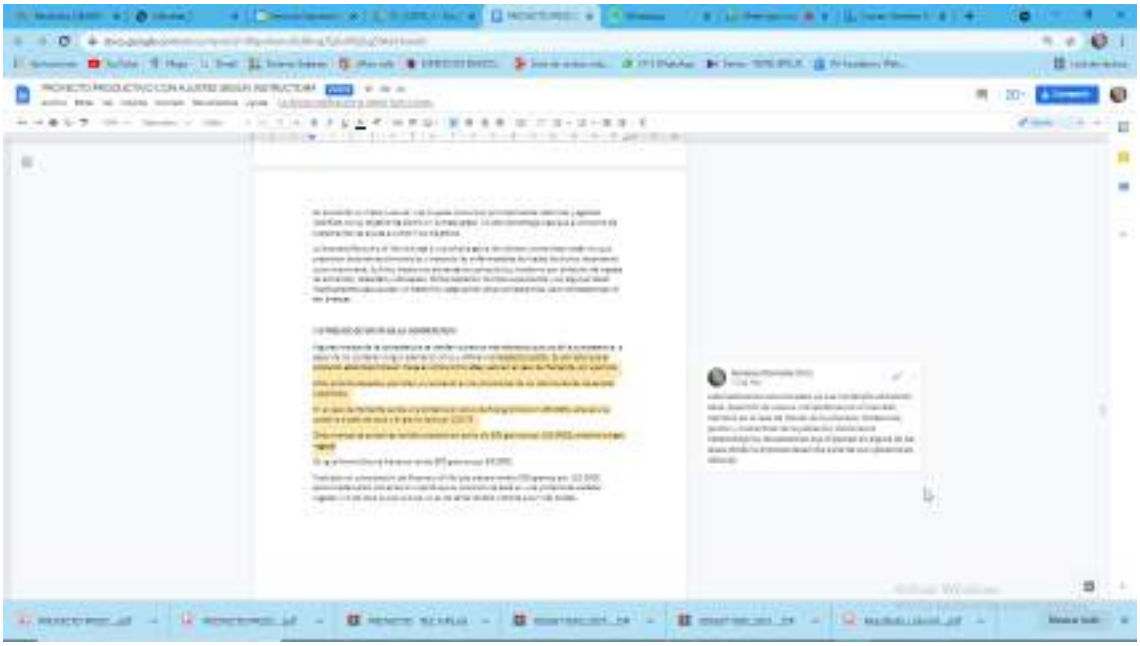




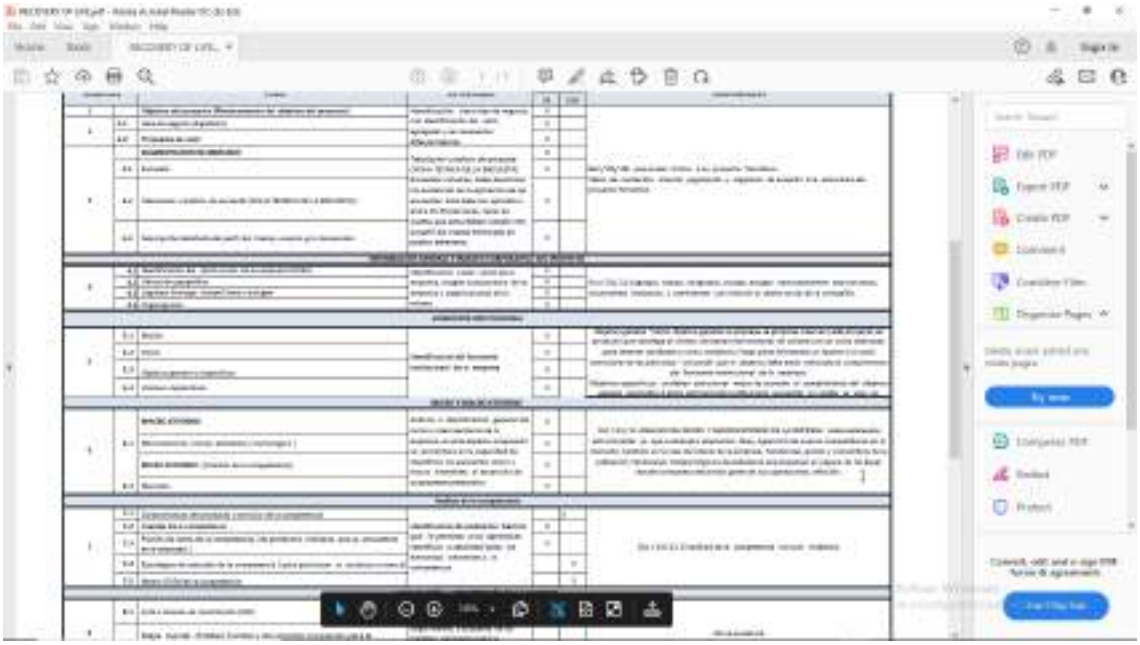


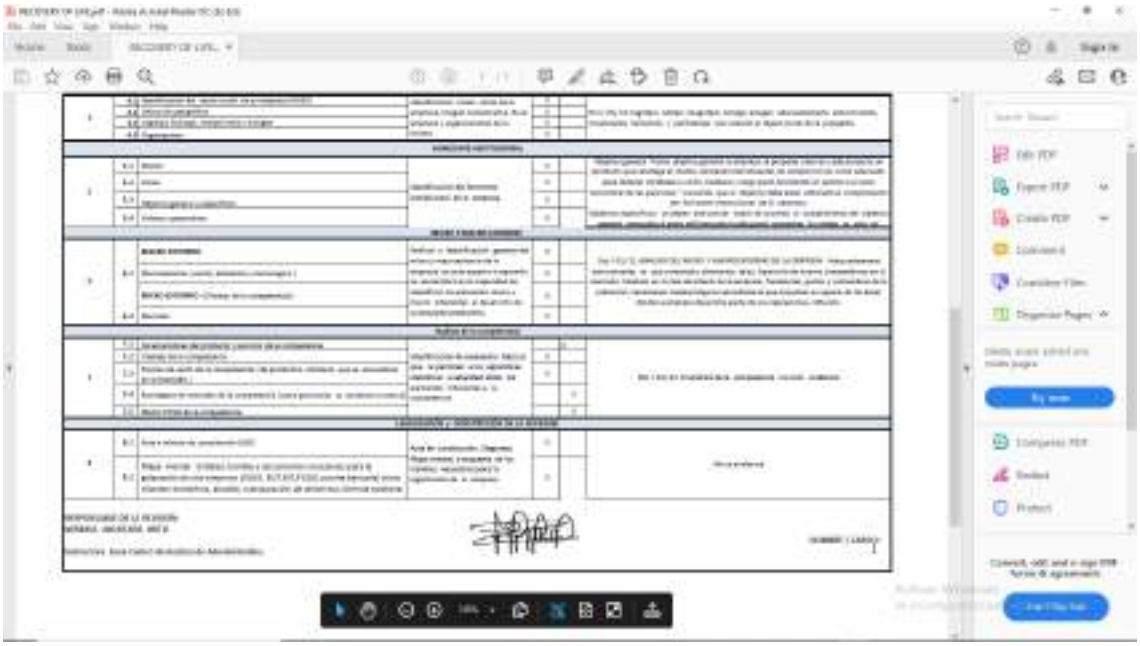










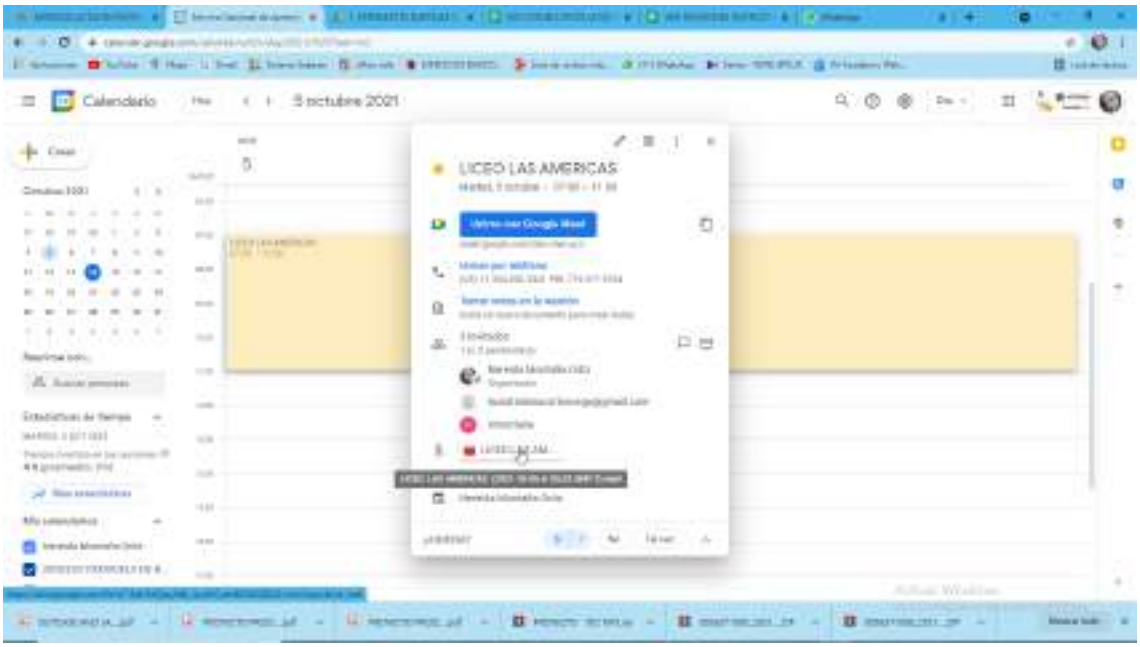


EVIDENCIAS 05 DE OCTUBRE

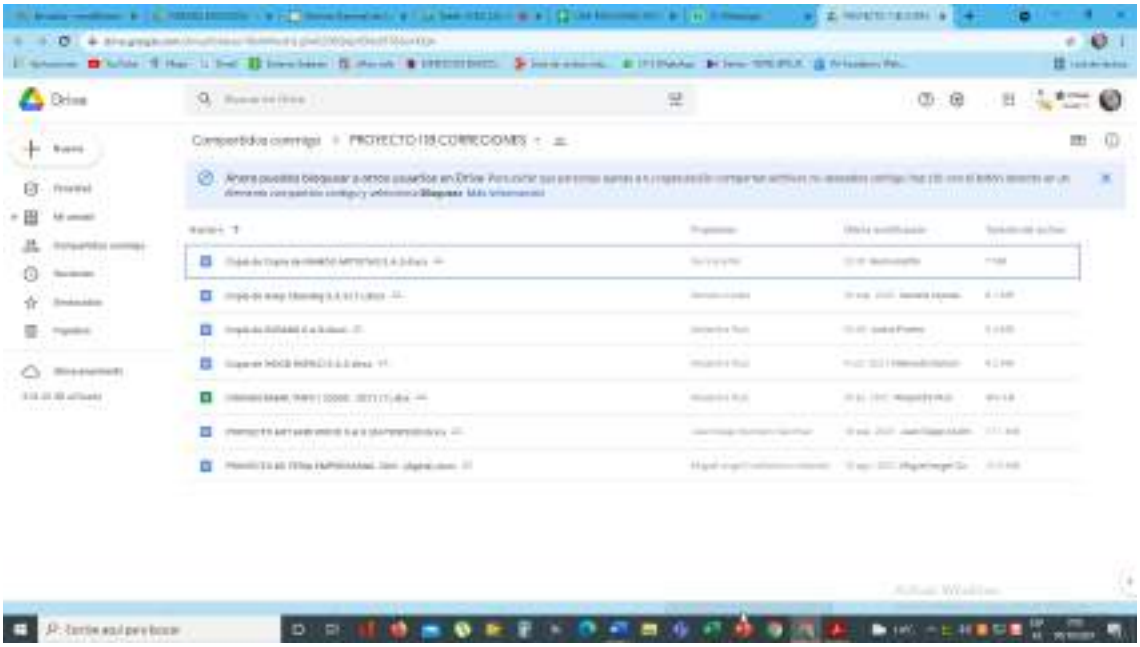
PRE SUSTENTACION PROYECTOS GRADO UNDECIMO

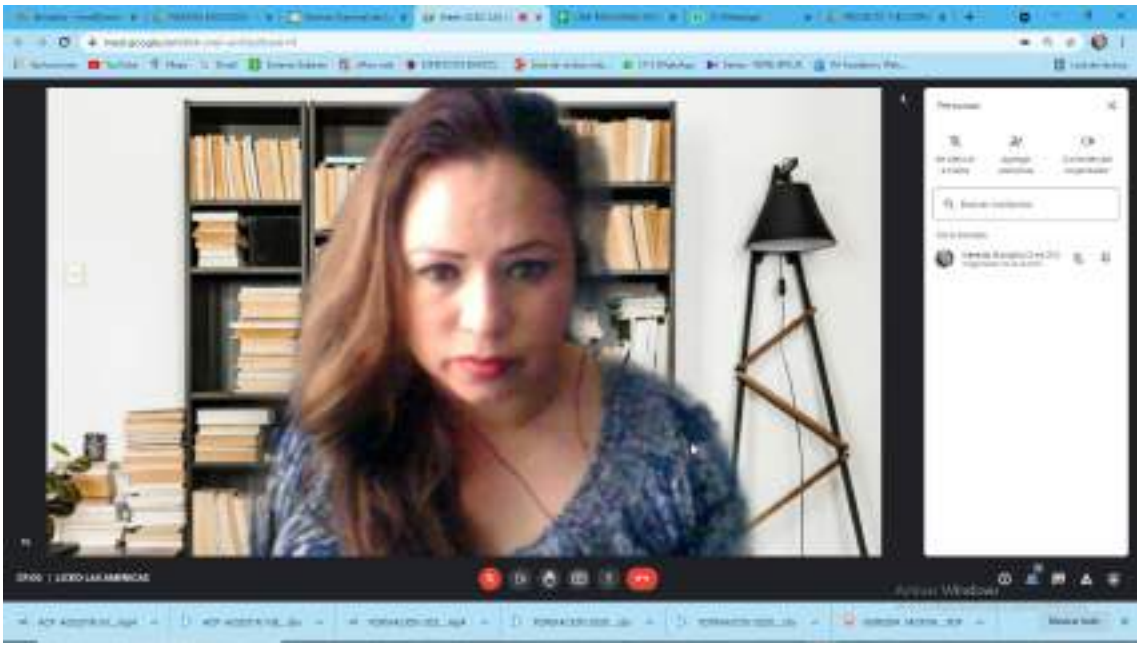
LICEO CULTURAL DE LAS AMERICAS

https://drive.google.com/file/d/1MaTkKQssy9dE_cLu4HCuterBSJWGZ4CG/view

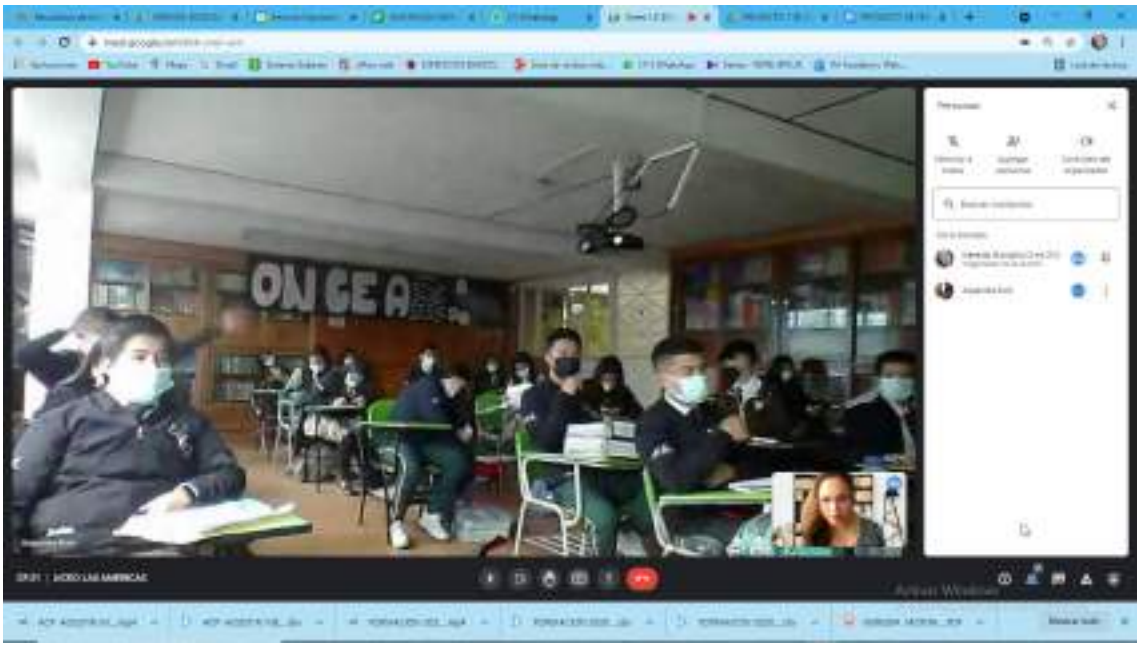


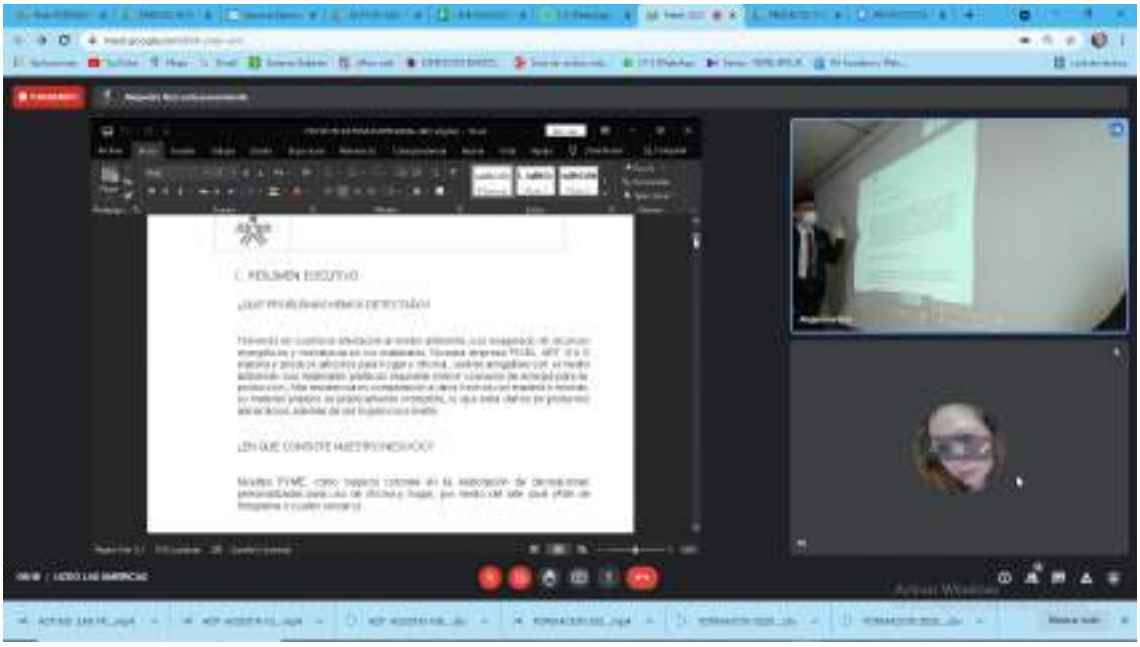
https://meet.google.com/bkk-otwi-ucn?authuser=0













PROYECTO DE FERIA EMPRESARIAL

Pixel art s.a.s

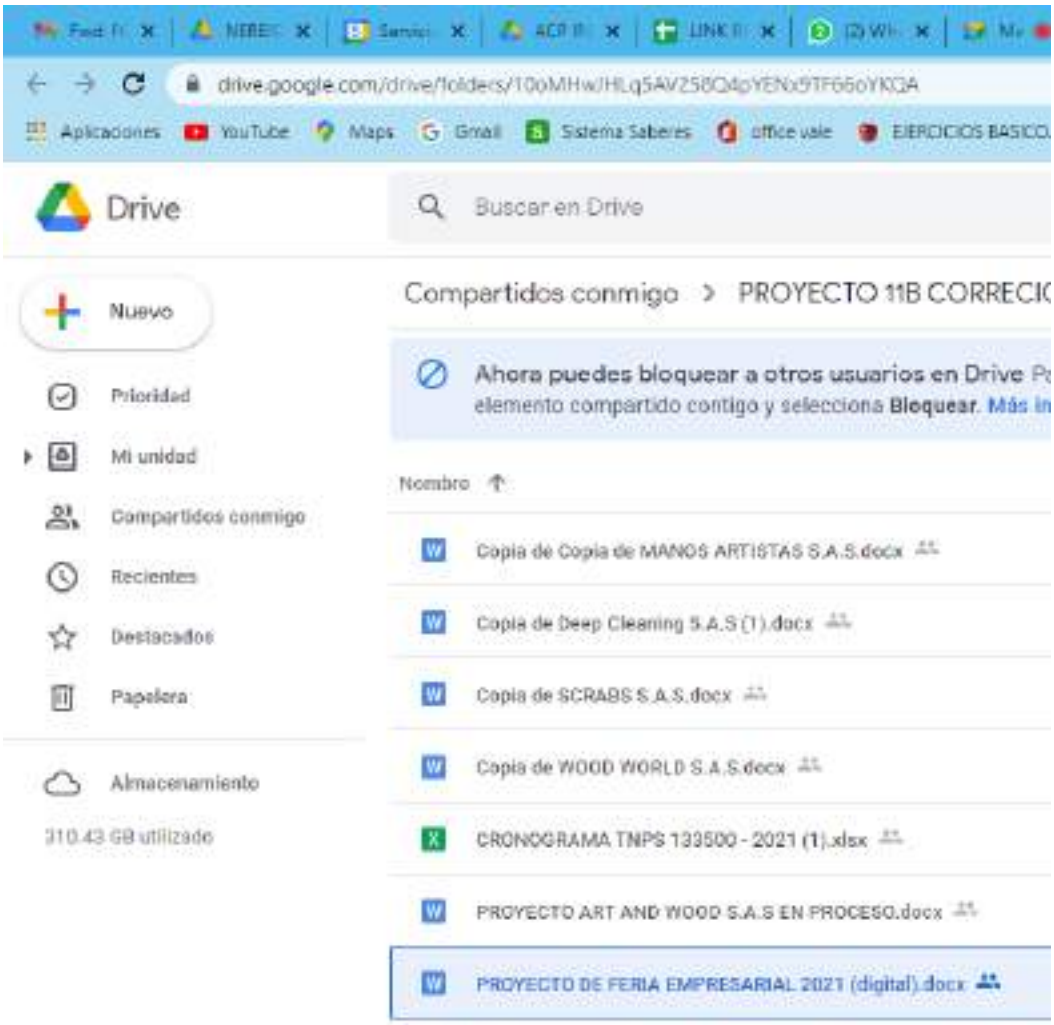
EMPRESA

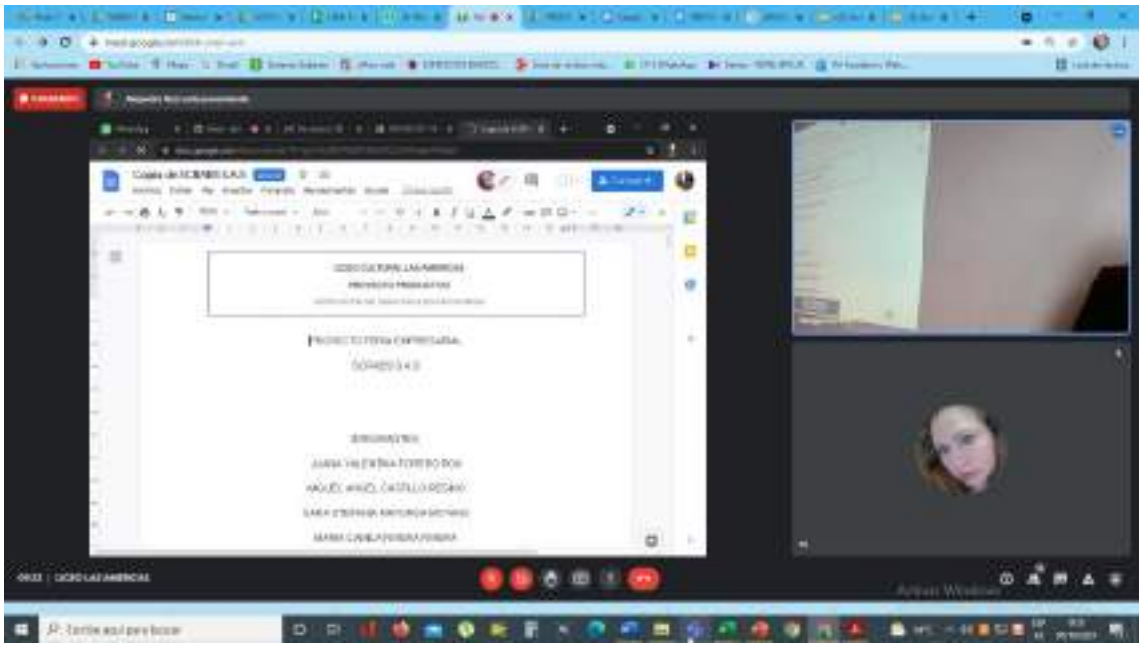
PIXEL ART S.A.S

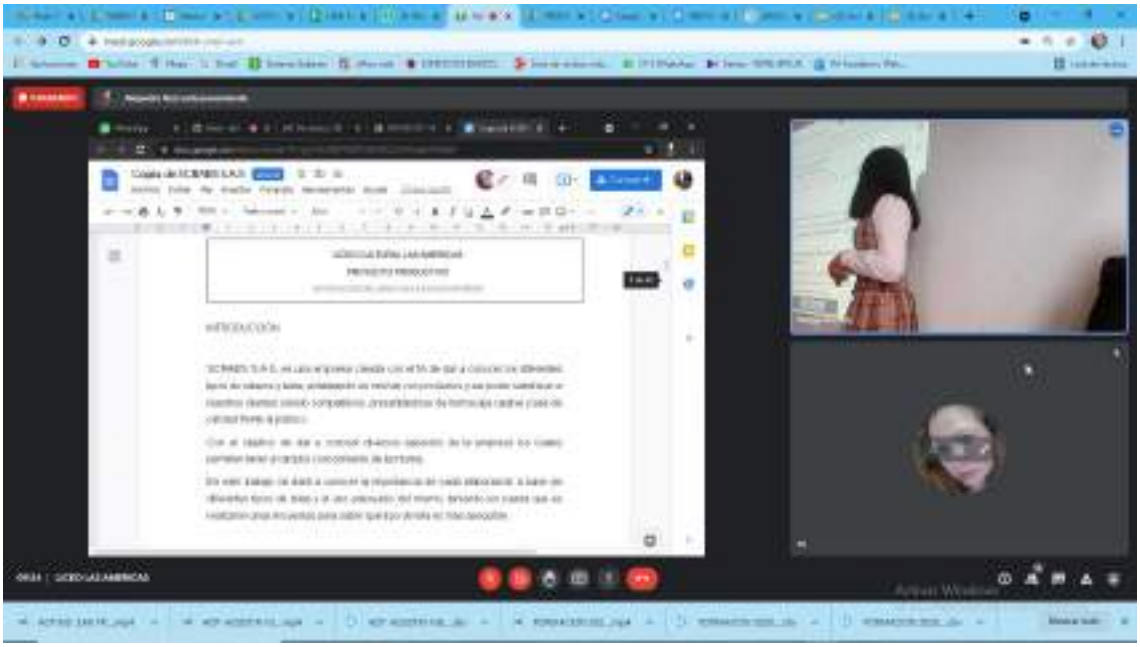
ALEJANDRA RUIZ

EMPRENDEDORES:

CASTELLANOS MIGUEL ANGEL


drive.google.com/drive/folders/10oMHwJHLq5AVZ58Q4pYENx9TF66oYKQA
Aplicaciones
YouTube
Maps
Gmail
Sistema Saberes
office vale
Drive
Buscar en Drive
Nuevo
Prioridad
Mi unidad
Compartidos conmigo
Recientes
Destacados
Papelera
Almacenamiento
310.43 GB utilizado
Compartidos conmigo > PROYECTO 11B CORRECIC
Ahora puedes bloquear a otros usuarios en Drive
elemento compartido contigo y selecciona Bloquear. Más in
Nombre
Copia de Copia de MANOS ARTISTAS S.A.S.docx
Copia de Deep Cleaning S.A.S (1).docx
Copia de SCRABS S.A.S.docx
Copia de WOOD WORLD S.A.S.docx
CRONOGRAMA TNPS 133500 - 2021 (1).xlsx
PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO.docx
PROYECTO DE FERIA EMPRESARIAL 2021 (digital).docx

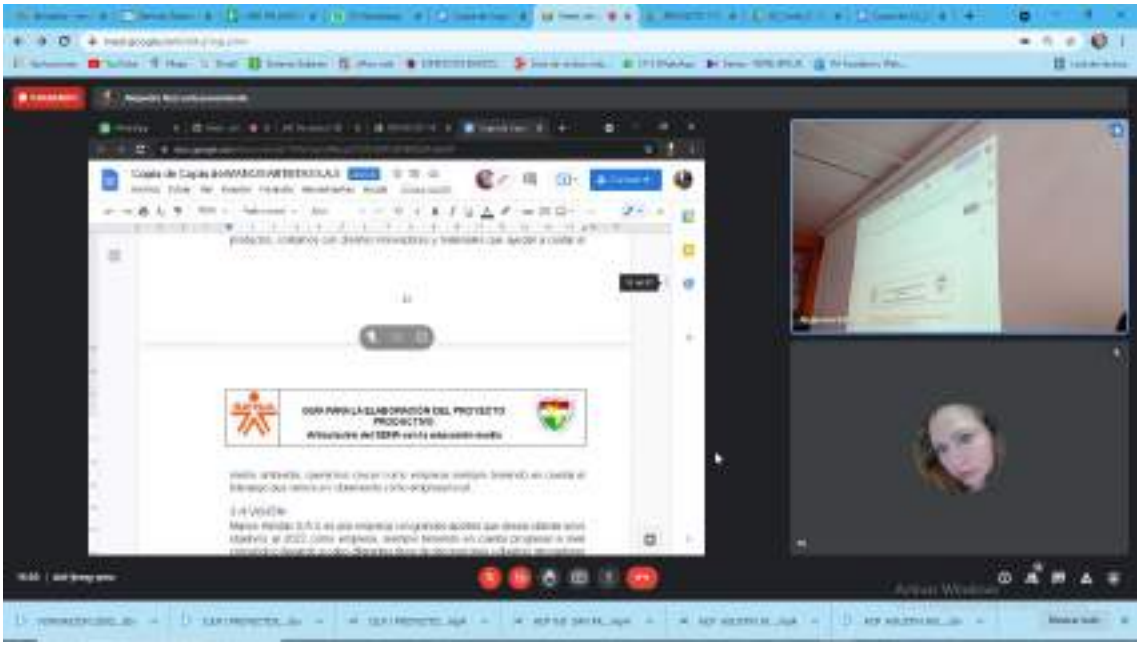


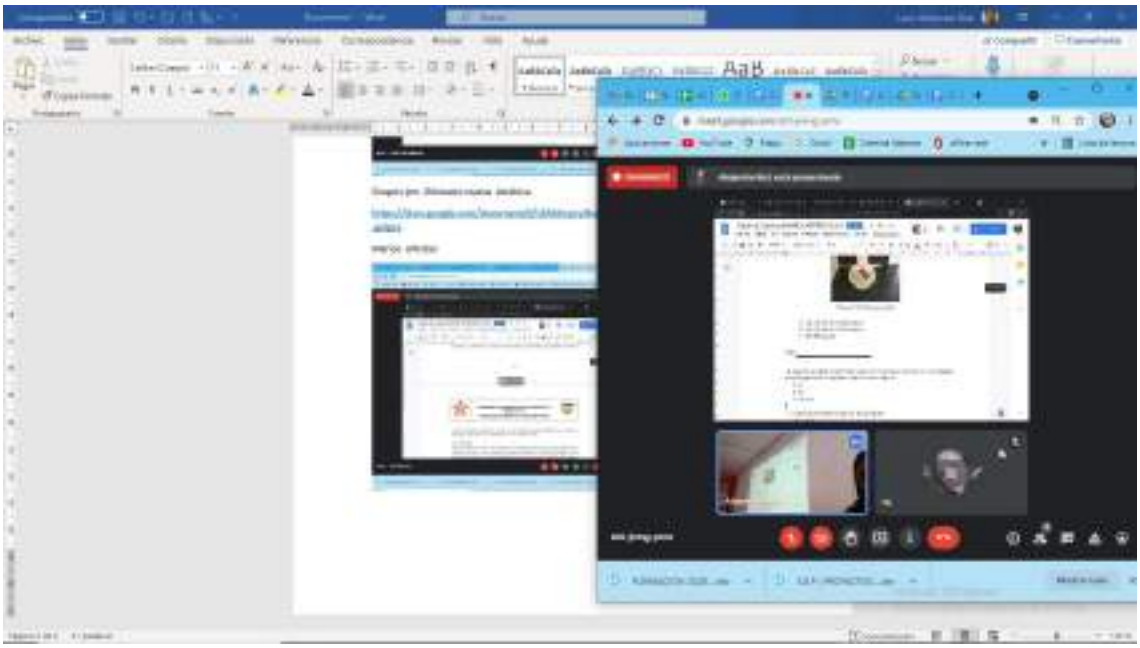


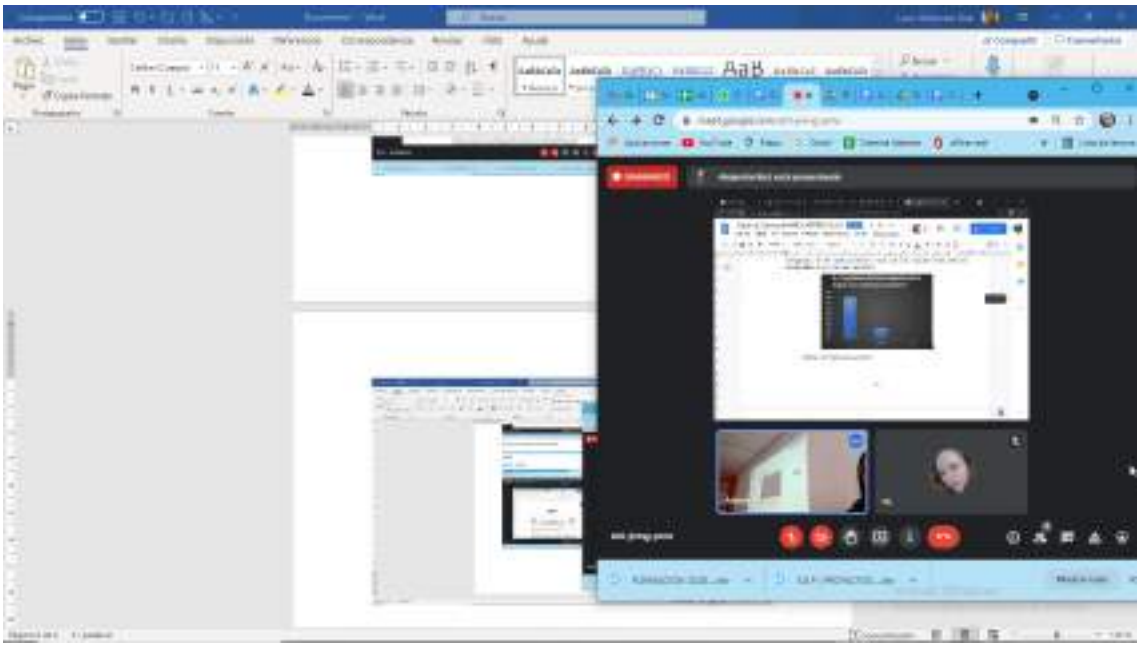
Grupos pm Gimnasio nueva América

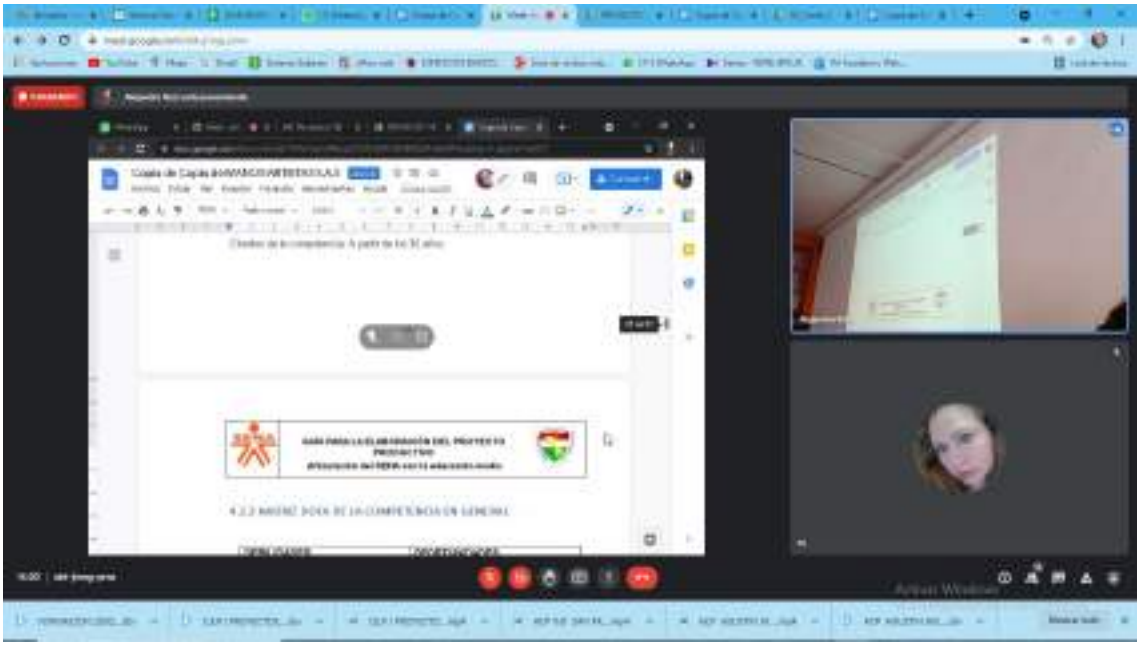
https://docs.google.com/document/d/1kR6JVqJryfKetaxDGOIbR9fLBW8iRQ3F/edit#heading=h.gjdgxs

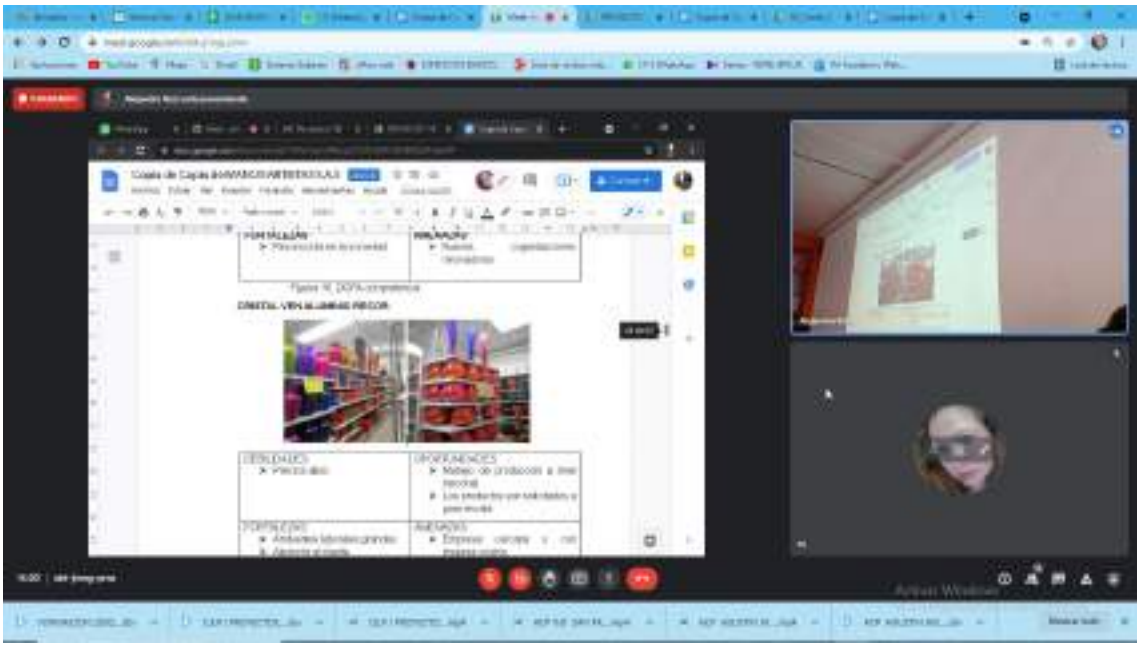
Manos artistas

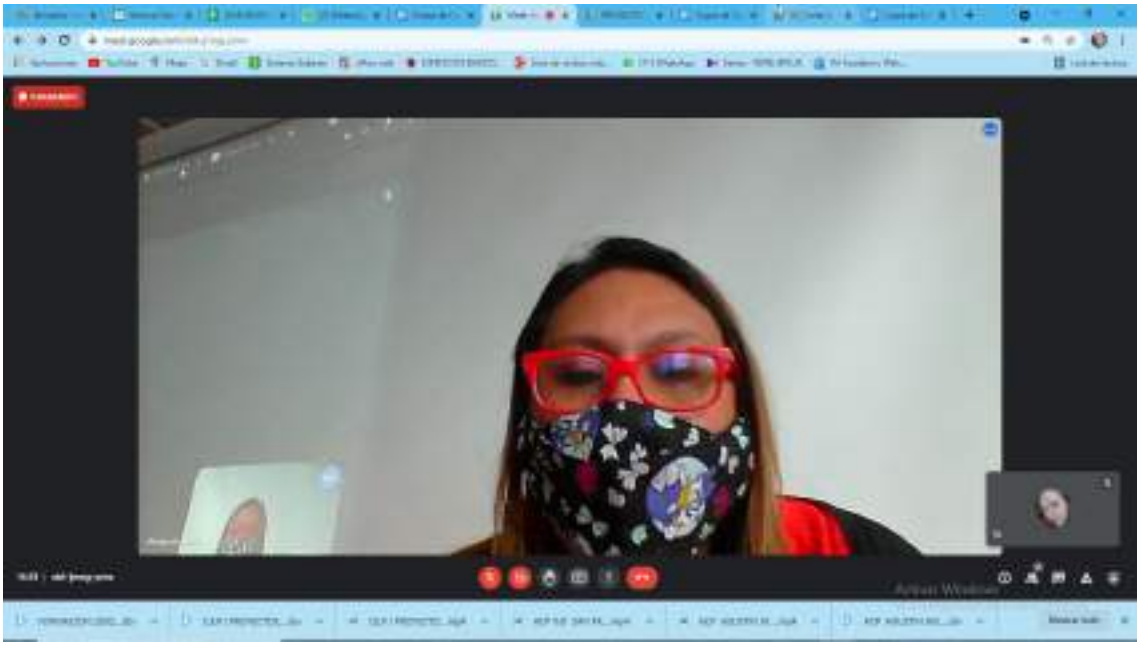


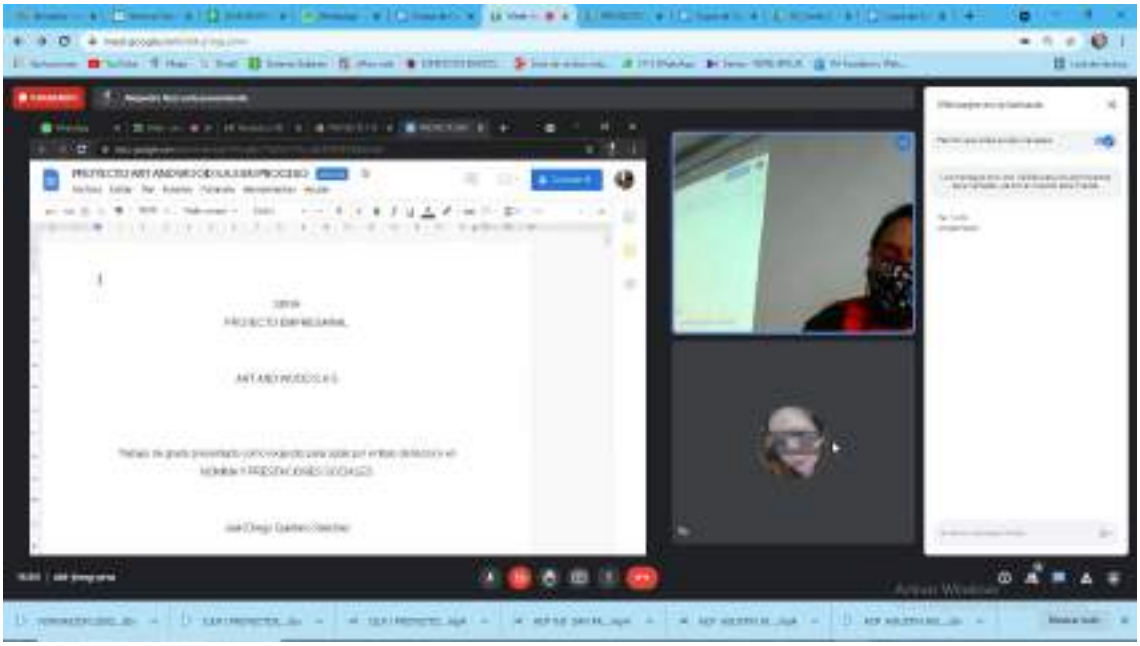












https://drive.google.com/drive/folders/1SWCwYlqENG8U8hEabZv0sVOn9J126OD3









GUIA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO

Articulación del SENA con la educación media

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Muebles Artistas S.A.S se dedica a la producción y decoración de ambientes del hogar, contara en llevar a cabo la elaboración de floreros, colo pass flores o rosas artificiales, nuestros estantes ubicados en la Carrera 123 #131 B5 , nuestro producto está dirigido a mayores de 18 años, nuestras ventajas competitivas son que ecoflores floreros a cabo un producto el cual está realizado con materiales reciclables, nuestra idea de negocio es innovadora y buscamos que nuestro producto sea novedoso, cuidadoso y/o educativo, la contaminación del medio ambiente.

Nuestra venta de productos está en crecimiento ya que somos una empresa que lleva en el mercado muy poco tiempo, pero tenemos una cantidad de ventas consecutivas mes, nuestro producto no se maneja a costos ya que no es un producto que sobrepase los $100.000 pesos, la competencia maneja este producto de precio más costoso pasando por los $75.000 pesos, nuestro producto tiene un valor desde los $28.000 pesos a los $80.000 pesos, no solo manejamos estos productos sino que también manejamos ponto accesorios para guardar joyas, colores, tijeras, entre otros accesorios. Contamos con 3 tipos diferentes de tamaño (pequeño, mediano, grande).

Con los integrantes de la empresa queremos lograr que cada uno cumpla sus funciones y los desarrolle de manera positiva y satisfactoria, para que así mismo cree una fidelidad con nuestros clientes para que la empresa crezca de manera exitosa.

Nuestra estrategia es que nuestro producto no se presentar en el mercado de una manera exitosa ya que es un producto excelente y diferencial, descuentos al son su primera compra o llevar compras mayores a los $100.000pesos, tenemos diferentes tipos de domicilio donde llevamos el producto al lugar donde deseen, aparte manejamos diferentes redes sociales como Gmail, Instagram y WhatsApp medios por los cuales damos a conocer nuestro diseños de nuestros productos y también los podemos hacer a la orden.



1. INFORMACIÓN GENERAL

Muebles Artistas S.A.S es una empresa que nació en el año 2018, que tiene como enfoque realizar productos con materiales reciclables para que sean adecuados a la decoración de diferentes espacios y diseñados a gusto del cliente. Busca ser reconocida por su valor agregado el cual es la cáscara de huevo y los diferentes materiales reciclables con el cual se realiza el producto.

Se busca superar las deficiencias para los resultados sobre la competencia ofreciendo unos precios justos que se acomoden a los clientes. Realizando un estudio a fondo de precios y productos de la competencia directa, para mayor percepción del cliente.

Queremos ir mejorando las utilidades de la empresa ofreciendo calidad, calidad en el producto y una constante atención para atraer a más compradores para así llegar a ser reconocidos.

2.1 IDEA DE NEGOCIO

Realizar floreros a base de materiales reciclables como lo son las botellas y el periódico y muebles orgánicos como la cáscara de huevo.

2.2 IDENTIDAD CORPORATIVA

Muebles Artistas S.A.S


GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
2.3 LOGOTIPO
MANOS ARTISTAS S.A.S
Figura 1. Logo
2.4 LEMA O ESLOGAN
MANOS ARTISTAS S.A.S


GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS
3.3 MISIÓN
3.4 VISIÓN
3.5 PROPUESTA DE VALOR



- ¿Cuál valor agregado tiene el producto frente a la competencia?

Realizar las cascaras de huevo y botellas

Realizar decoraciones personalizadas

- ¿Cuál producto o servicio ofrece a los clientes?

Floreros para flores artificiales y cajas para guardar accesorios

3.6 ORGANIGRAMA

MANOS ARTISTAS S.A.S

Figura 3. Organigrama

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 DEMANDA

Nuestros clientes

Adolescentes 15-20 años

Adultos 21-70 años



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO

Ambientación del BDNA con la educación media

TABULACIÓN

En la siguiente tabla observaremos los resultados que obtuvimos con la encuesta, teniendo en cuenta que 30 personas fueron encuestadas:

Figura 4. Pregunta 1 encuesta

El 83% de las personas encuestadas no compran flores, el 10% lo hace con mucha frecuencia y el 27% con poca frecuencia, podemos observar que el 73% de las personas no suelen comprar ningún tipo de flores.



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Ambientación del SENA con la educación media

El 21% de las personas encuestadas compraría nuestro producto por la calidad, el 72% por la creatividad y el 7% por el precio, podemos concluir que el 94% de las personas le gustaría comprar nuestro producto más por la calidad y la creatividad que por el precio.

4.3.2 MATRIZ DOFA DEL PRODUCTO O SERVICIO

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
➢ Competencia ➢ Las competencias con más ventajas en la sociedad ➢ Poca experiencia en el mercado ➢ Organizaciones más reconocidas	➢ Servicio de consulta web ➢ Nuestro producto es de gran interés y pasamos con más reconocidos ➢ Desarrollo en el mercado ➢ Ganar clientes de otra organización ya que les guste el material de nuestro producto
FORTALEZAS	AMENAZAS
➢ Buena atención al cliente ➢ Calidad del producto ➢ Publicidad ➢ Trabajamos con buenos materiales	➢ Falta de apoyo contra la competencia de la empresa ➢ Pocos valores del producto ➢ Quebrar por falta de ventas.

Figura 14. DAFO

4.3.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Ambientación del SENA con la educación media

FÁBRICA CRISTAL ARTESANAL

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
➢ No hacer uso de los materiales reciclables en sus productos	➢ Más publicidad ➢ Experiencia en el mercado
FORTALEZAS	AMENAZAS
➢ Reconocido en la sociedad	➢ Nuevas organizaciones innovadoras

Figura 15. DOFA competencia

CRISTAL VEN ALUMBRO RECOR



5.2 LOCALIZACIÓN

Lugar donde se desarrollará la idea: Carrera 123 #131-86, Villa Mora

Razones por las cuales eligió ese lugar para realizar su idea de negocio:

1. Contamos con la materia prima necesaria para realizar el producto
2. Es un espacio amplio para la fabricación del producto
3. Fácil acceso al lugar para todos los empleados

Figura 19. Ubicación de la empresa



5.3 CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD


GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO
001


GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
6. ESTUDIO TÉCNICO
6.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO



FICHA TECNICA MANOS ARTESANALES

NOMBRE DEL PRODUCTO: PITUFO GAMUZA

MATERIALES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Platos desechables	10	UNIDADES
cascara de huevo	1	KILOS
rueda de botella	25	GRAMOS
bombas	3	UNIDADES
pegante	1	LITRO
periodico	10	UNIDADES
papel crepe	10	GRAMOS
pintura	80	GRAMOS

Vida útil	
Información sobre el uso	Método de elaboración
1. Uso exclusivamente para fiestas infantiles 2. Uso desde preescolar en adelante 3. No mojar ningún producto artesanal 4. Limpiar con un trapo o cepillo seco	se toma una bomba con papel periodico y pegante de preparacion en la capa, se corta el cuello de una botella 1/3 de la misma se pega a la bomba, en la parte inferior y exterior se pegan un plato desechable luego se procede a recibir la pintura y aplicar lo sobre la cabeza, por último, se hacen decoraciones con hojas de papel.



GUIA PARA LA ELABORACION DEL PROYECTO PRODUCTIVO

Articulación del SENA con la educación media

6.2 MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

MATERIAS PRIMAS	CANTIDAD	COSTO UNIDAD DE CANTIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO
Cascara de huevo	KILO	1.000	1	1.000
Pegante	KILO	11.000	1	11.000
Periodico	gramos	0,004	1	1.400
Bombas	gramos	400	1	400
Platos desechables	gramos	500	1	800
Botella gaseosa	gramos	500	1	500
Cepillo	gramos	300	1	1.400
Papel crepe	gramos	300	1	500
TOTAL MATERIAS PRIMAS				15.400

Principalmente los materiales se hacen en la elaboración de 1 producto
Costo por unidad: Valor de cada materia prima
Precio: Es el total de dinero gastado según la cantidad comprada y su precio por unidad

6.3 REQUERIMIENTOS DE ACTIVOS

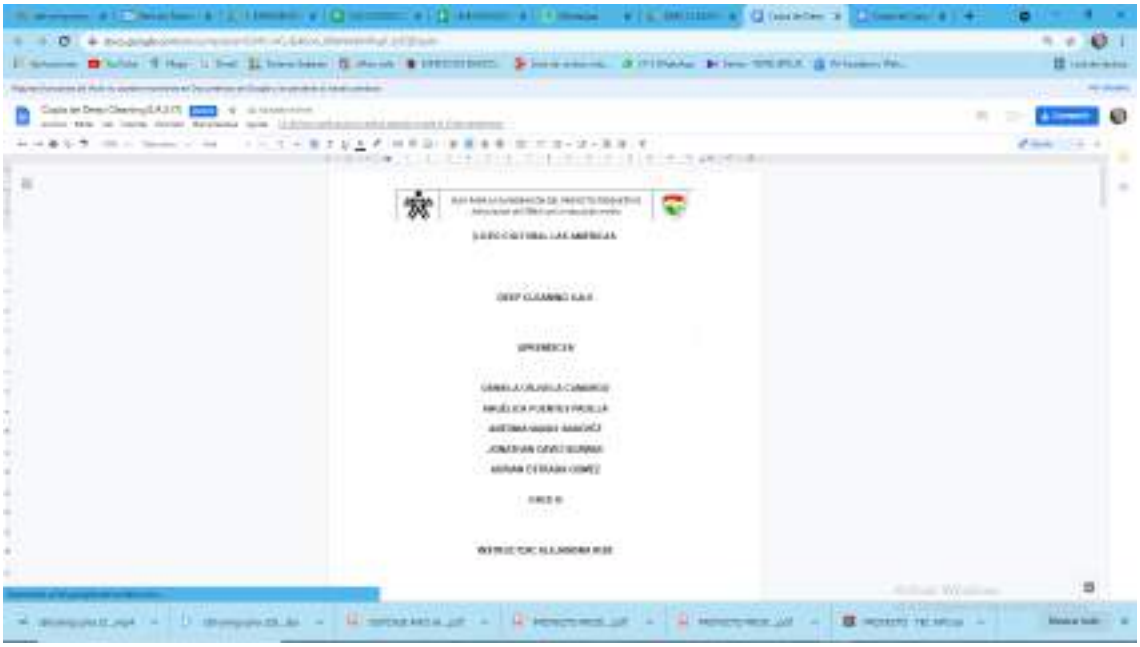
Maquinaria		Portátiles	24.000.000
		Impresoras	11.300.000
			35.300.000
MATERIA PRIMA		Cascara de huevo	10.000
		Bombas	5000
		Botellas	5000
		Pegante	11.000
		Platos desechables	5000

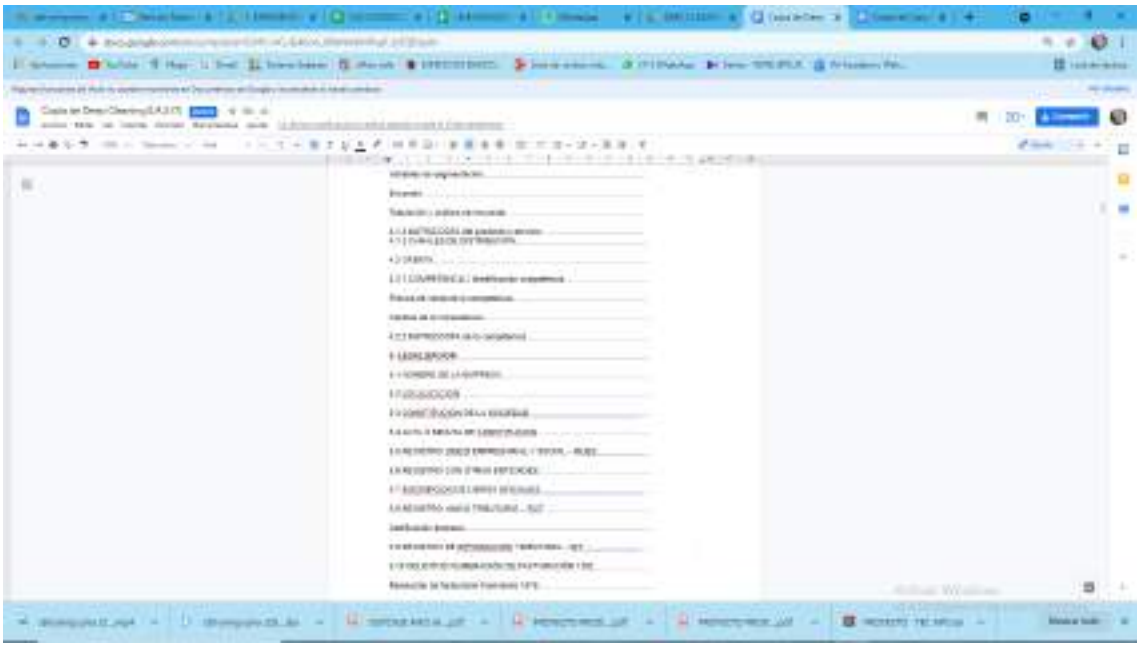

GUIA PARA LA PLANEACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
6.6 PLANO DISTRIBUCIÓN EN PLANTA
PLANO EMPRESA MANOS ARTESANAS
Recepción
Reuniones
Administración
Ventas
Compras
Depósito

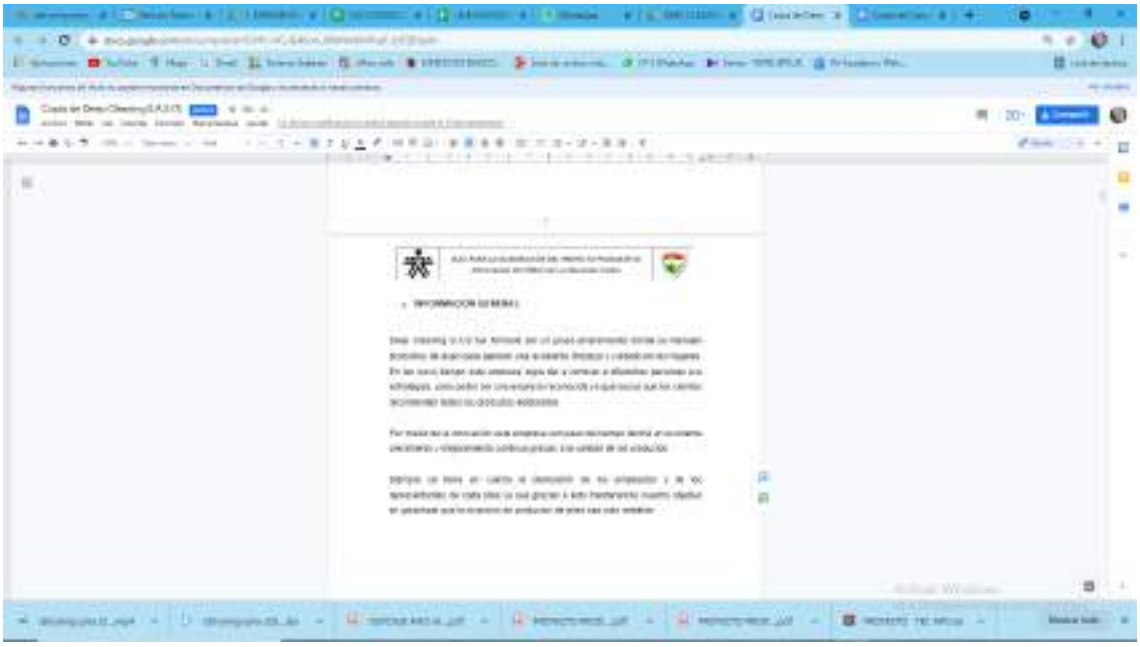

7. COSTOS
7.1 COSTOS DIRECTOS
7.2 COSTOS MANO DE OBRA

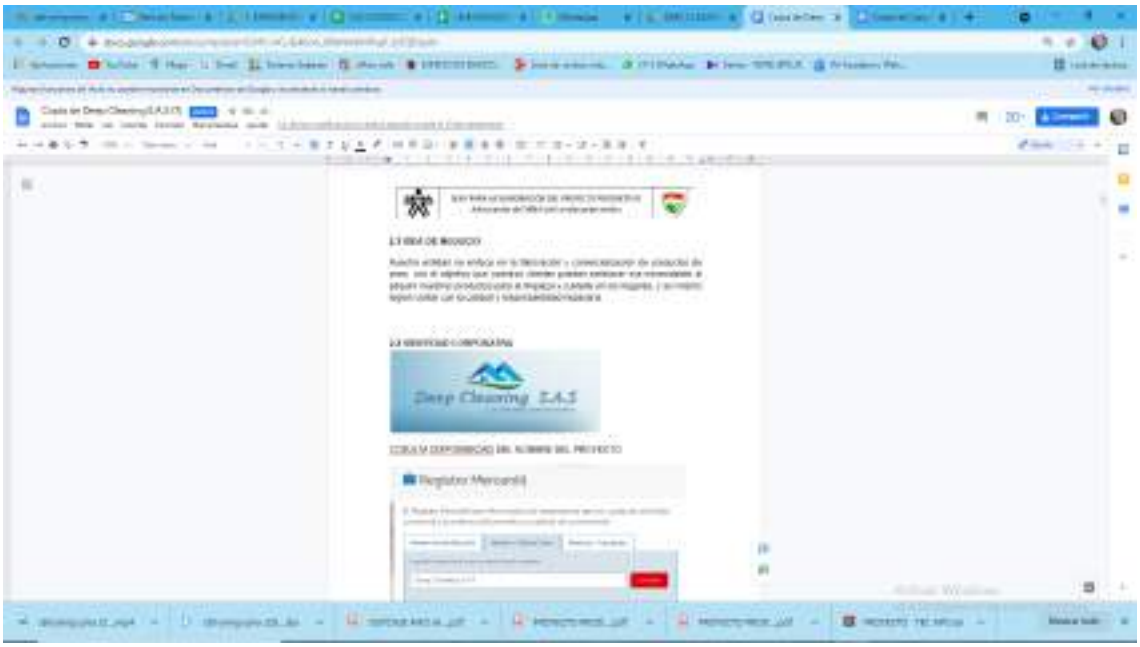


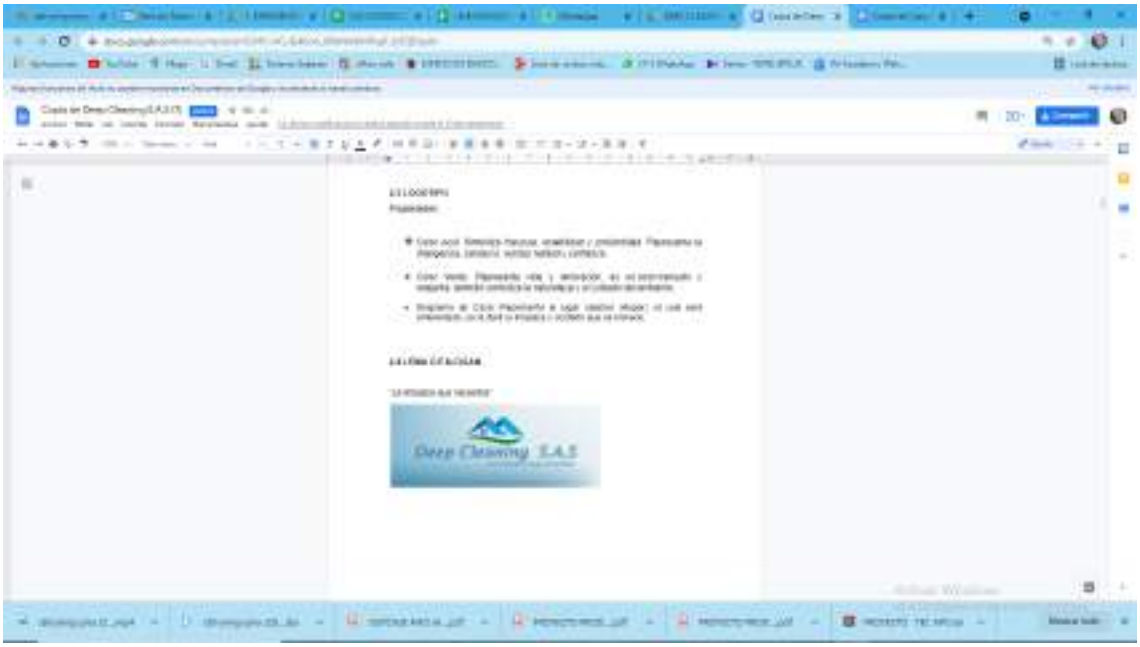
https://drive.google.com/drive/folders/1bPIW3Gmjqdb3wnyGYyZEYBcWfcXECIWT

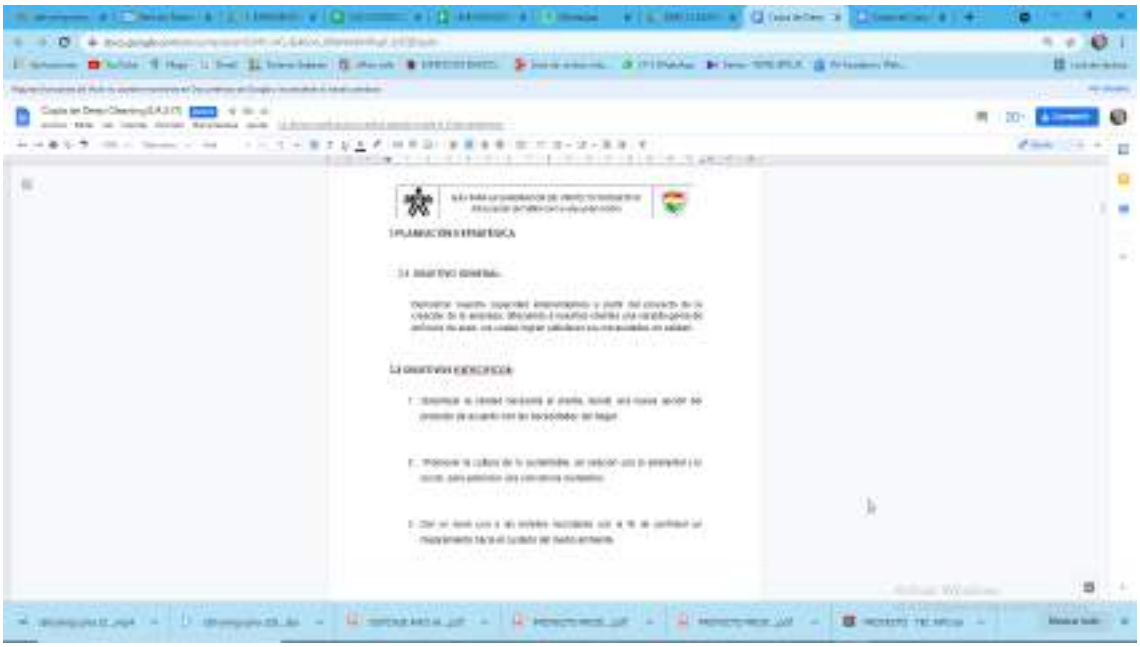


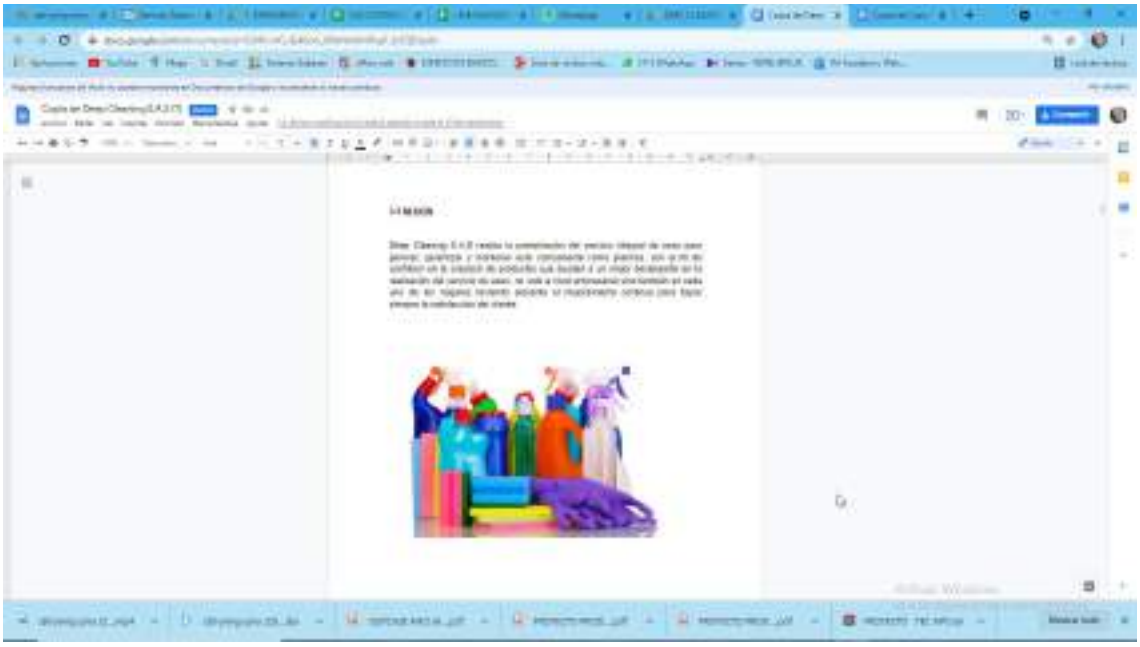


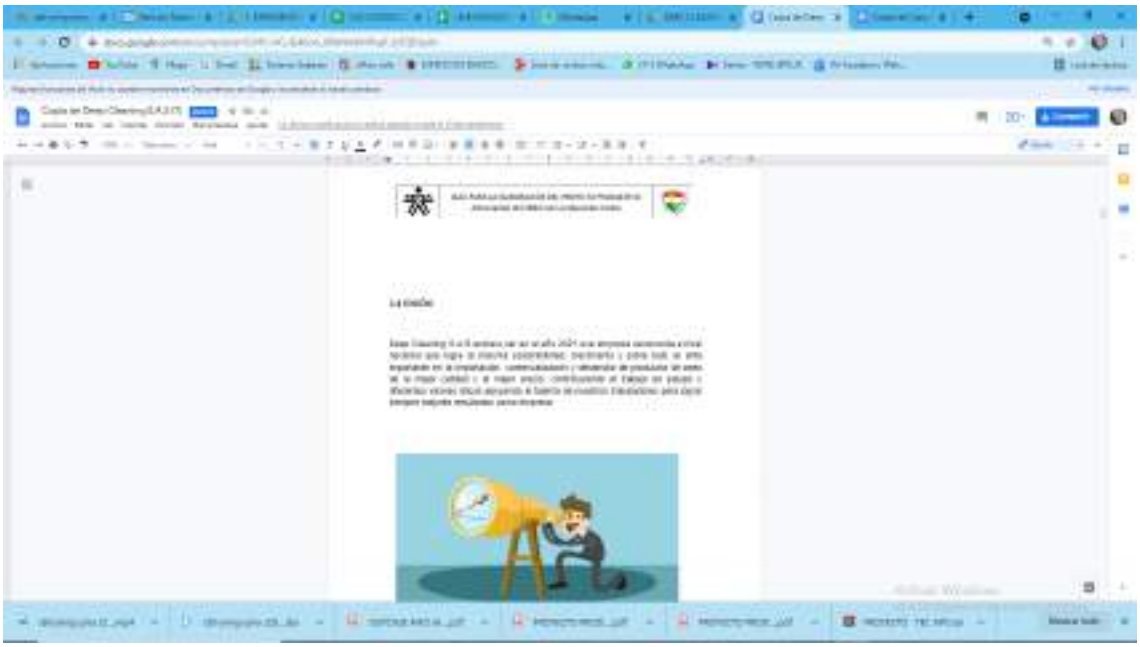


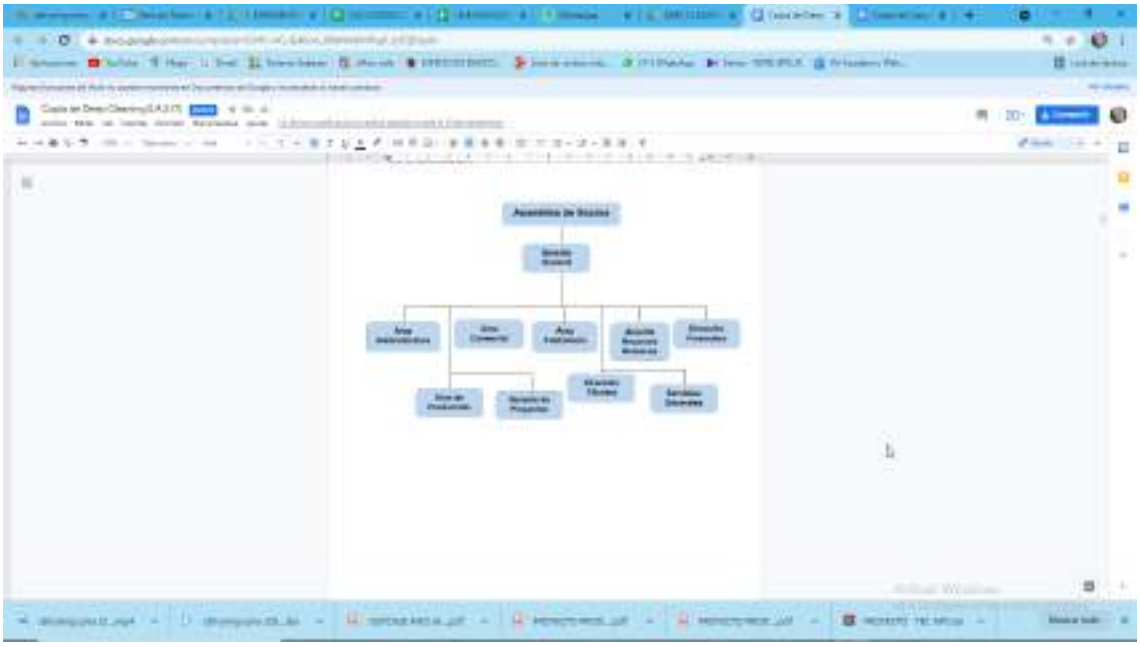

Deep Cleaning S.A.S
Registro Mercantil

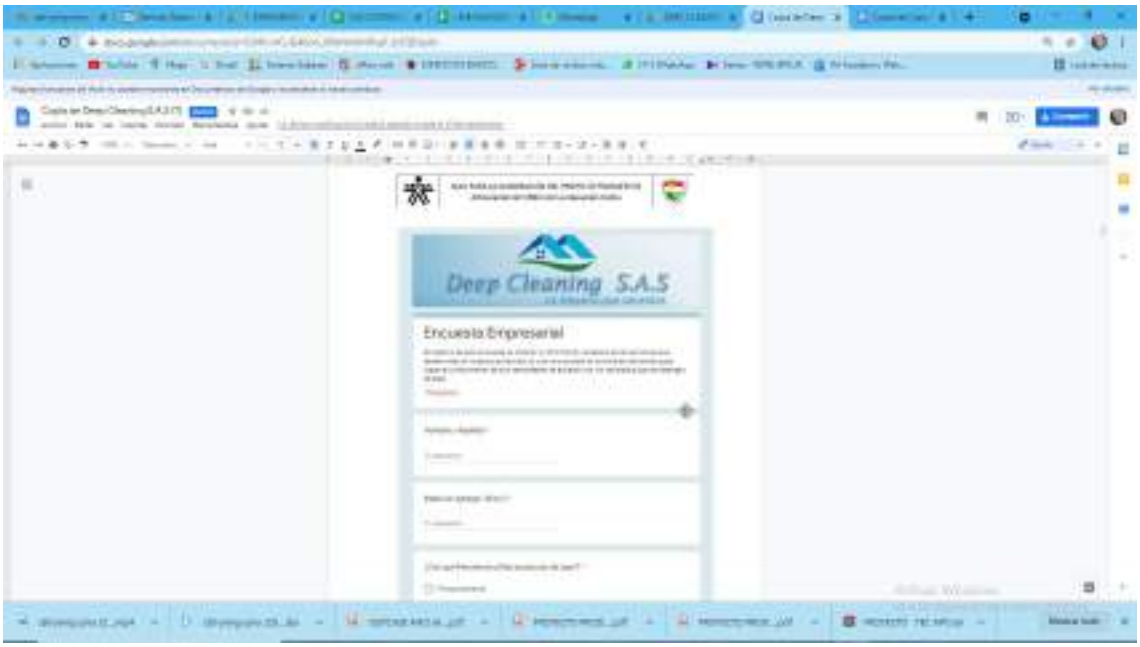

Deep Cleaning S.A.S

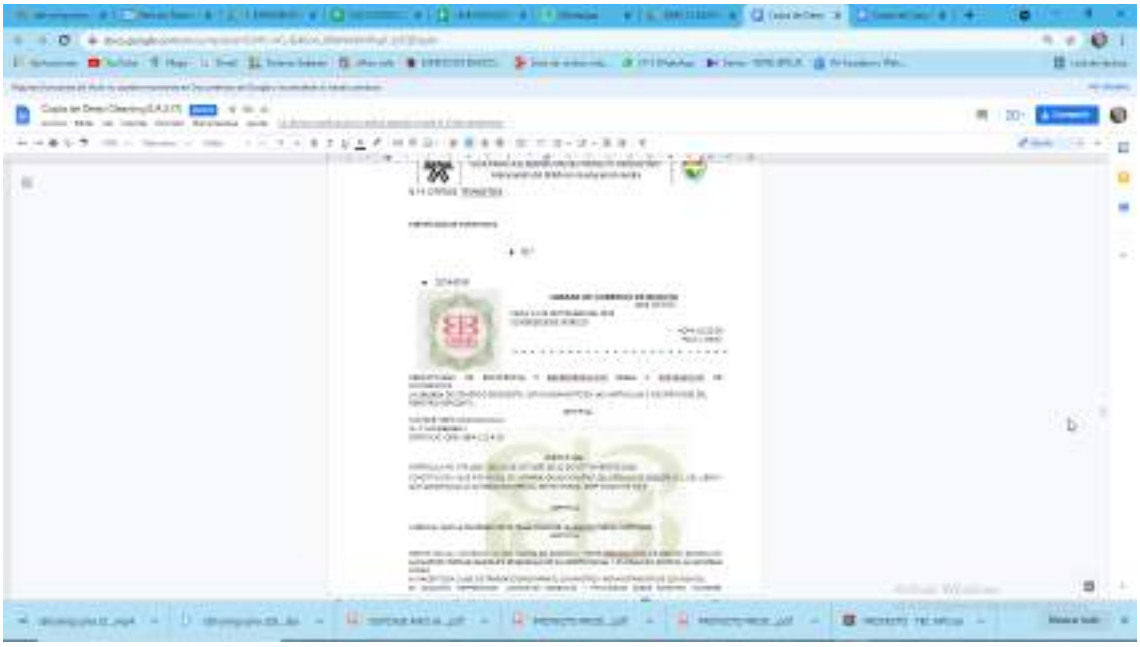


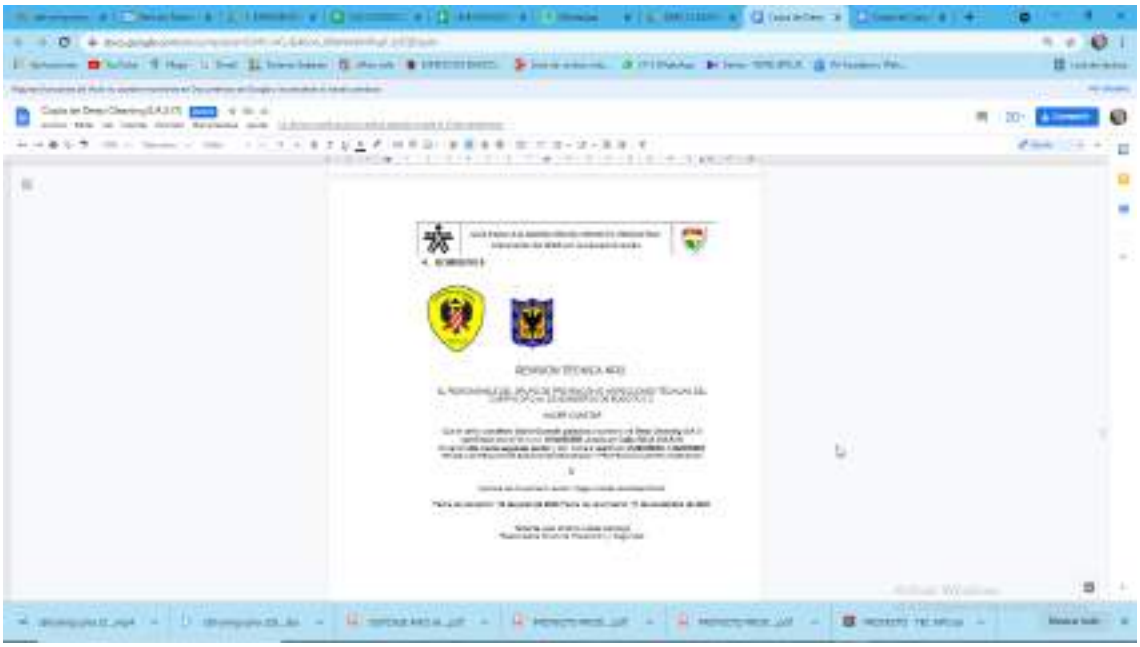


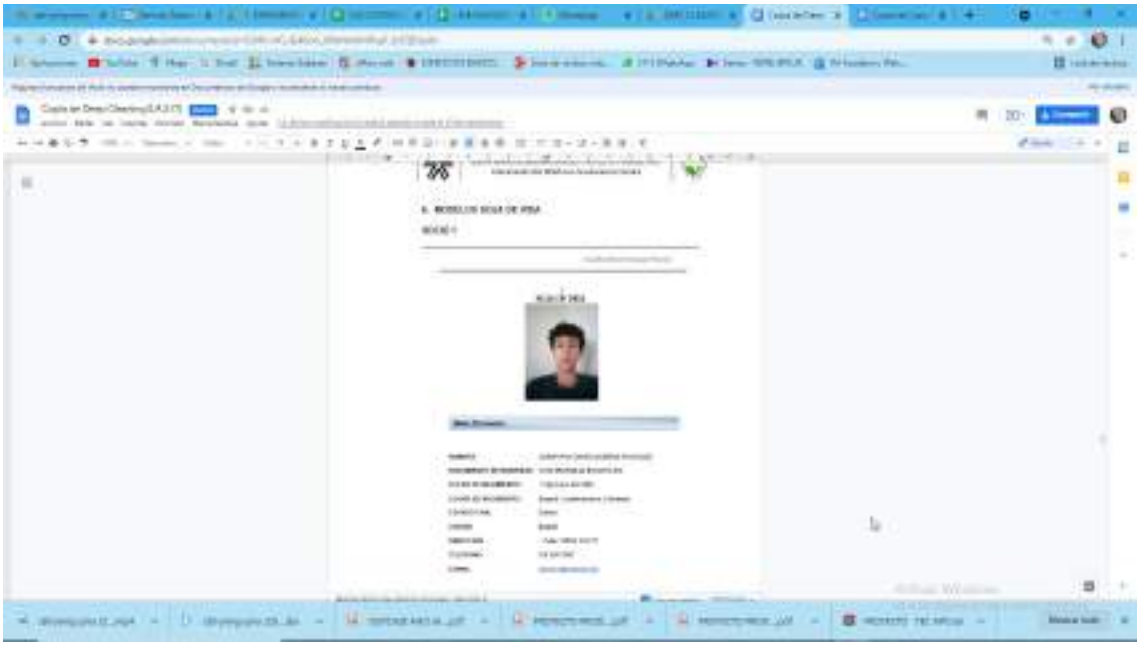


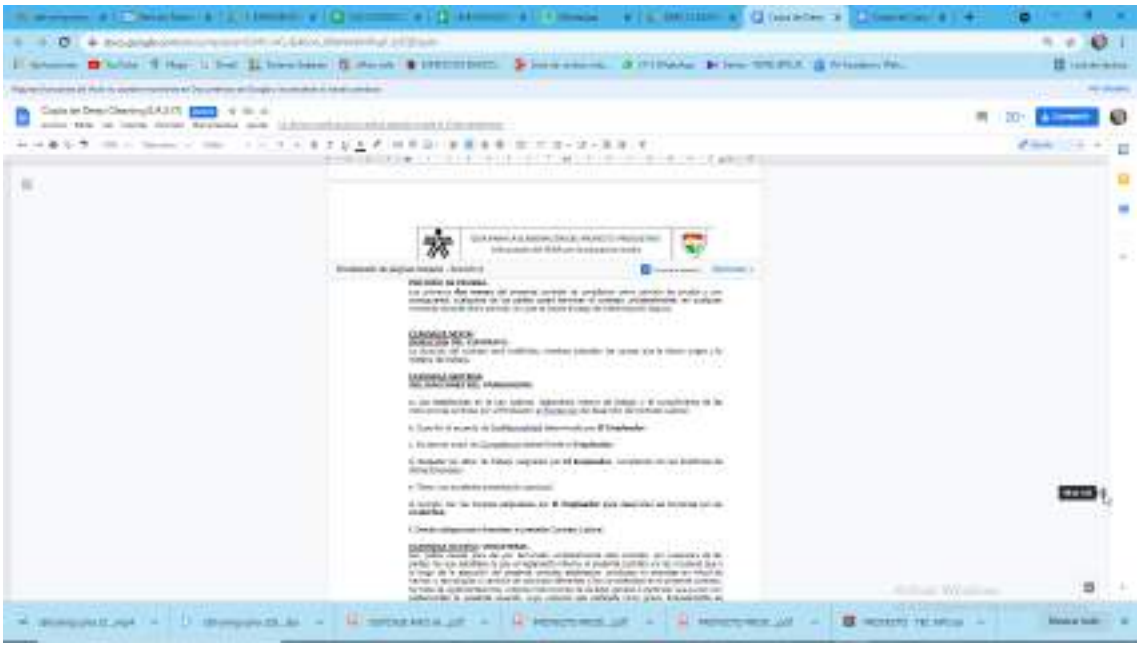


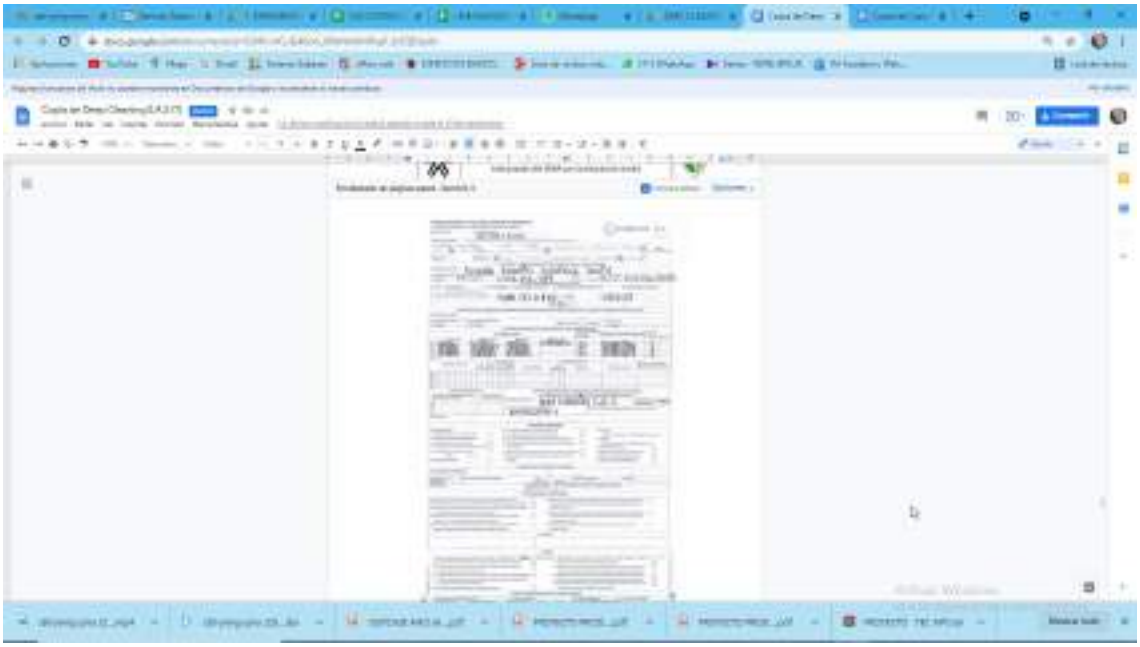

Deep Cleaning S.A.S
Encuesta Empresarial

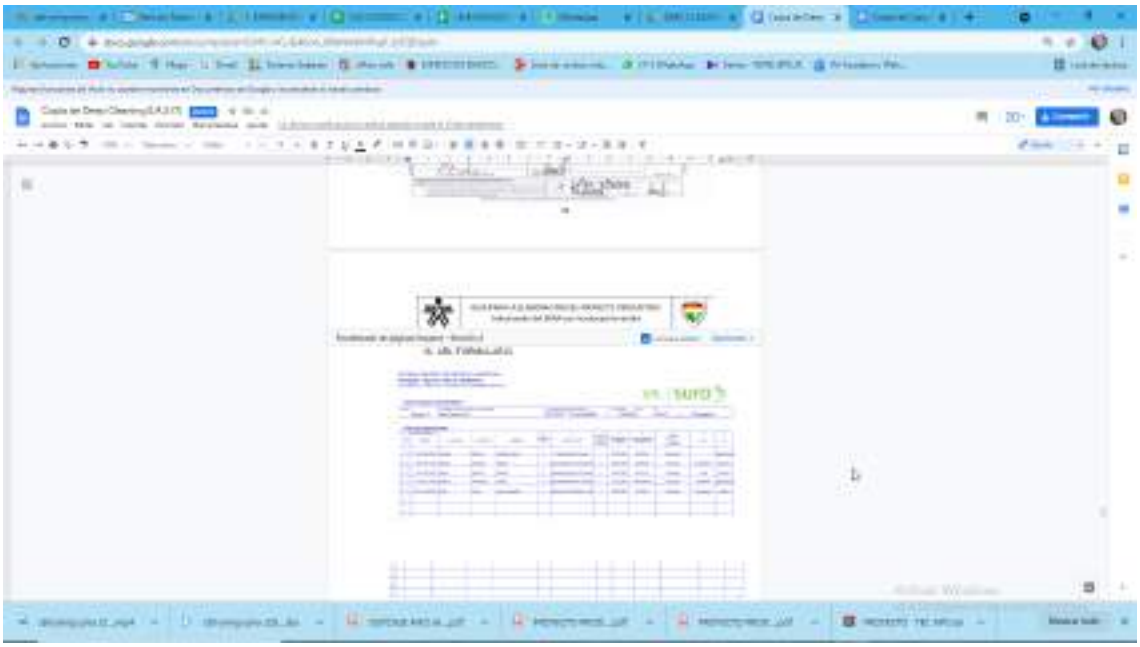


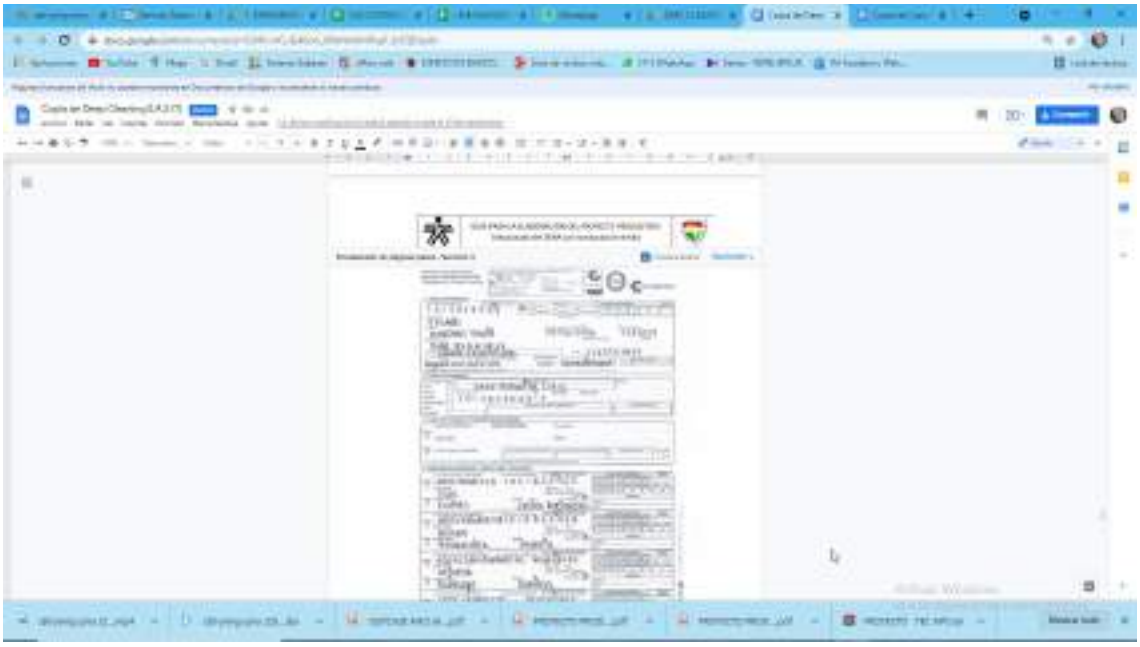


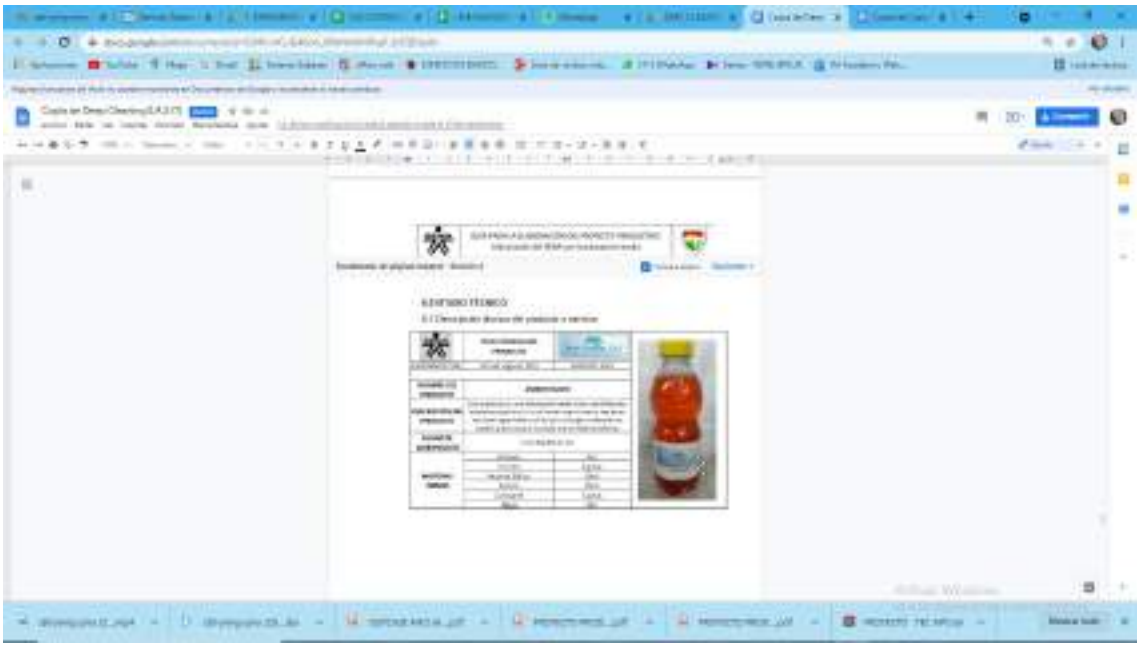




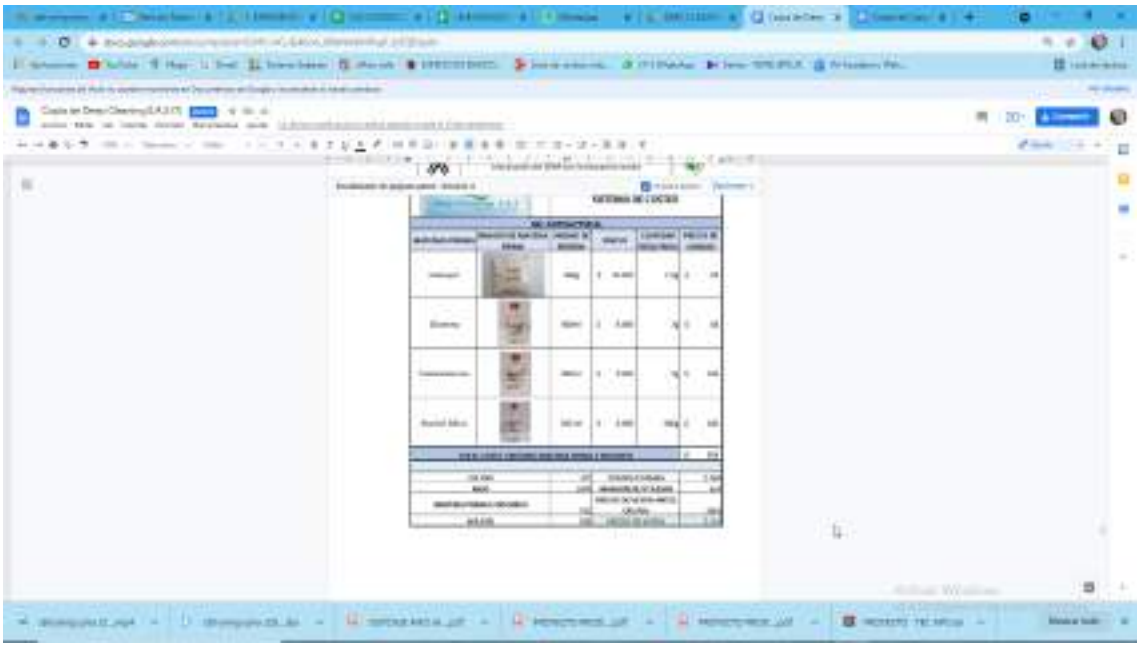


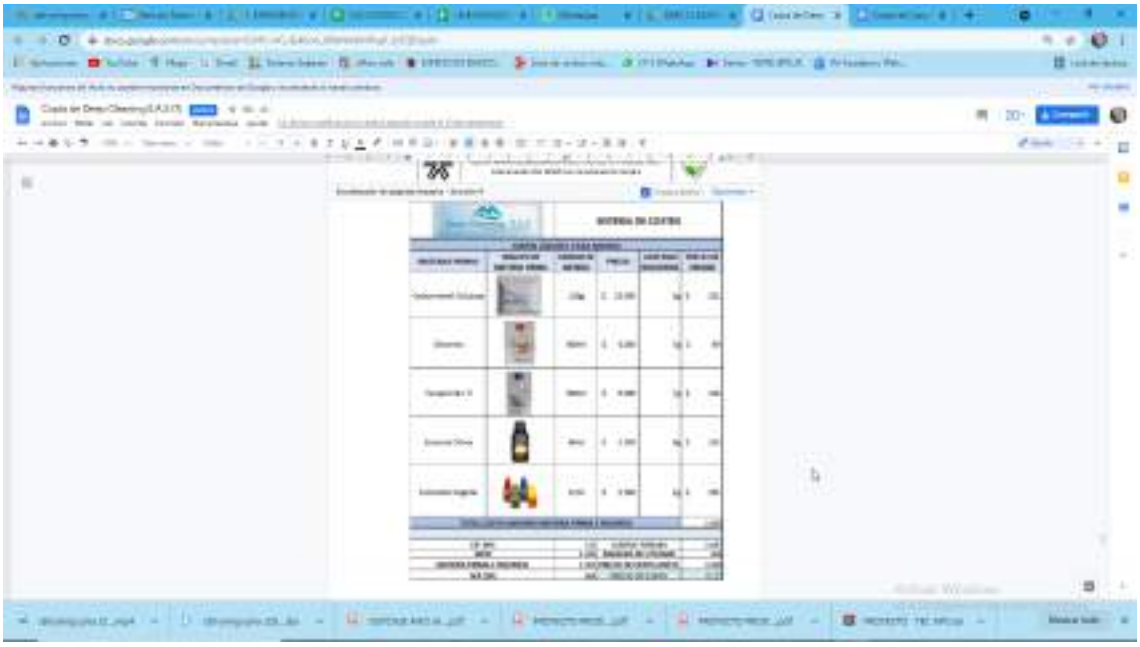


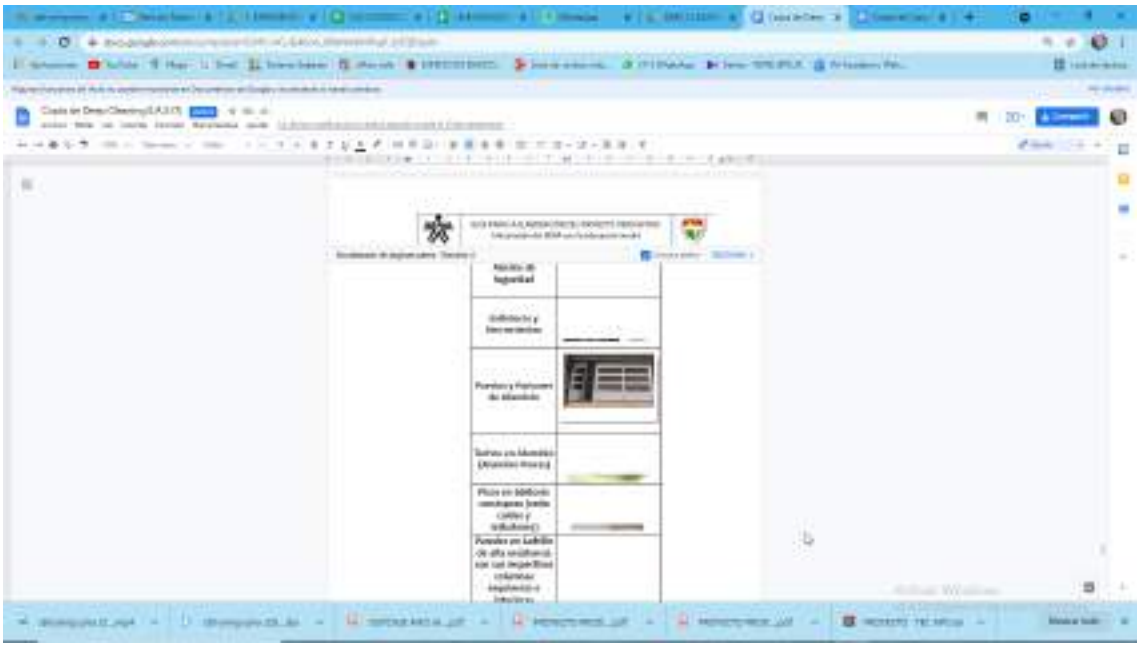


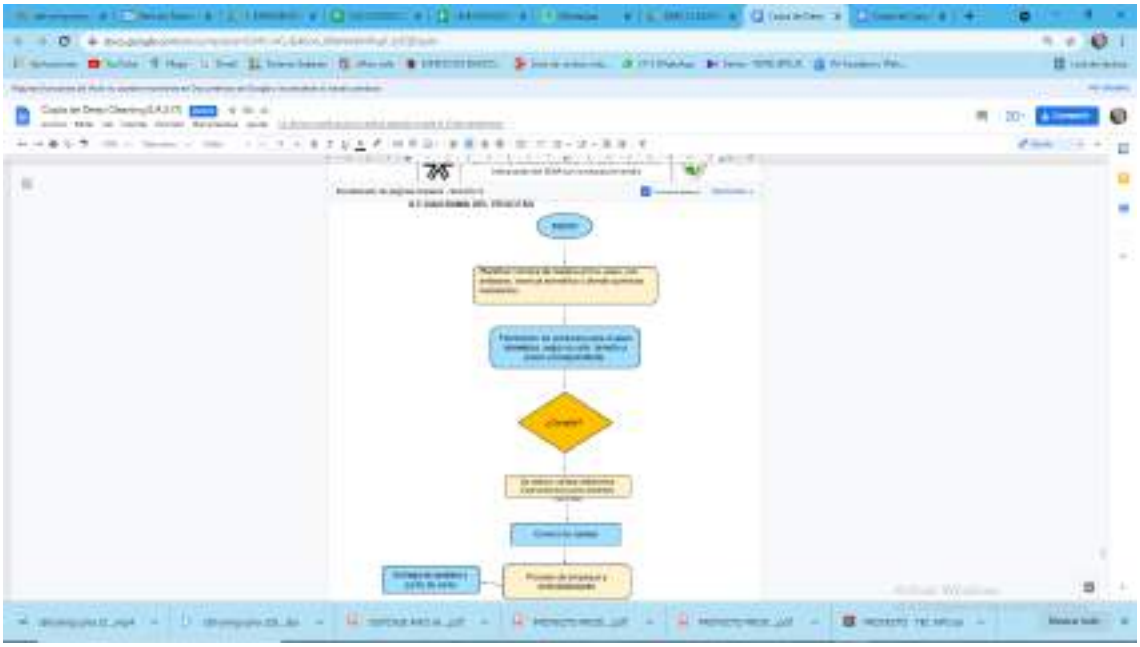


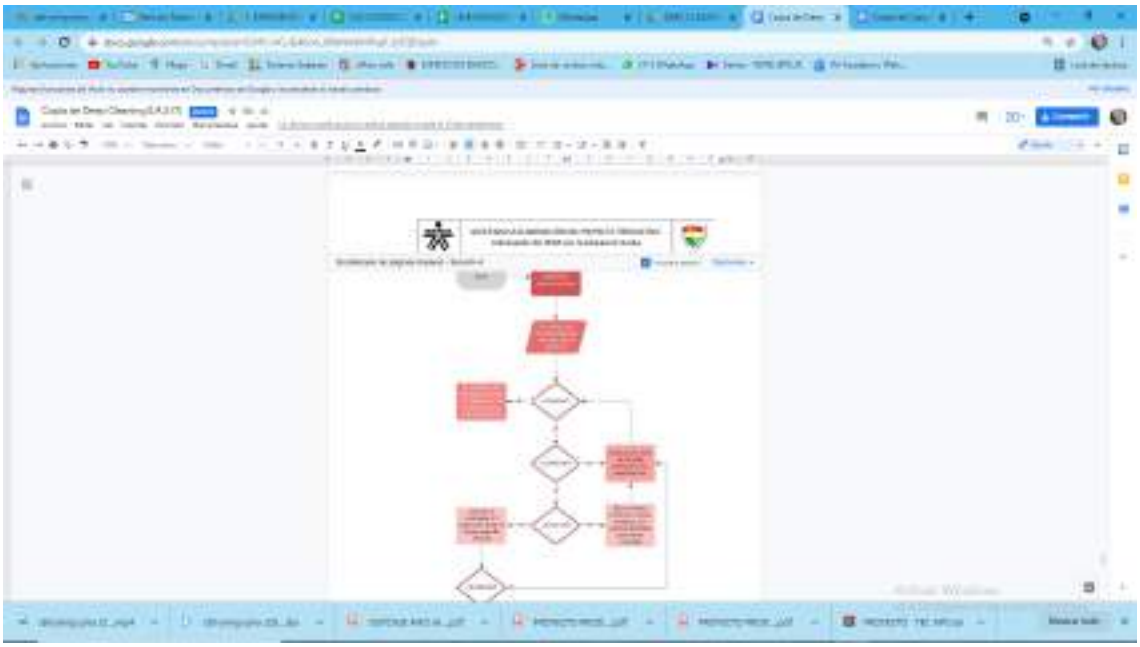


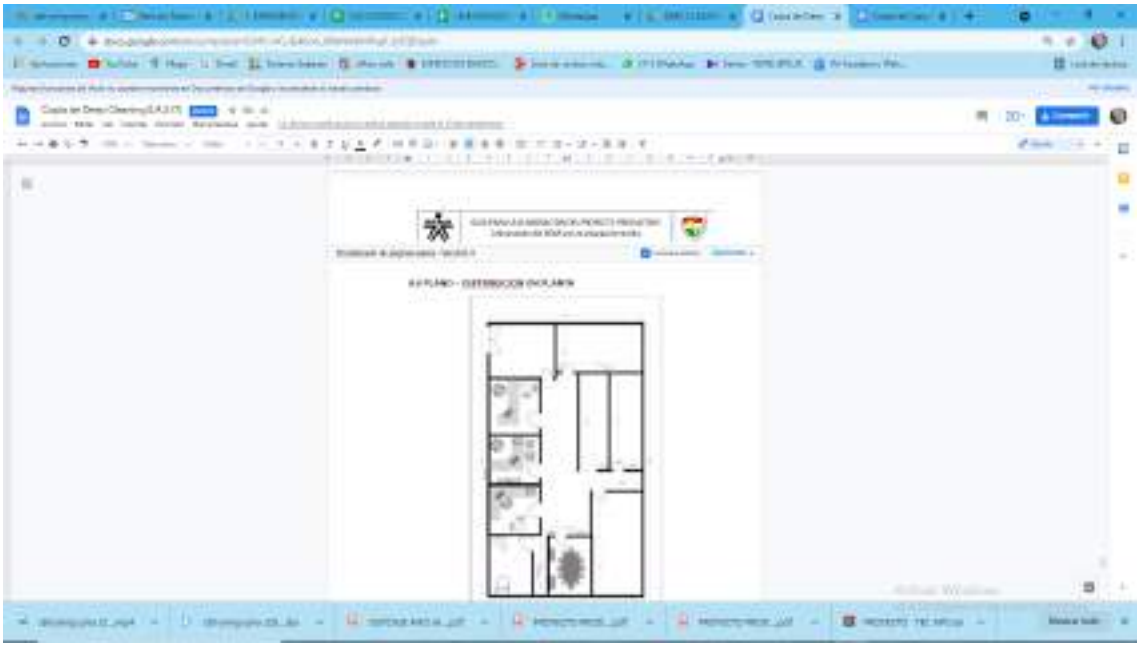


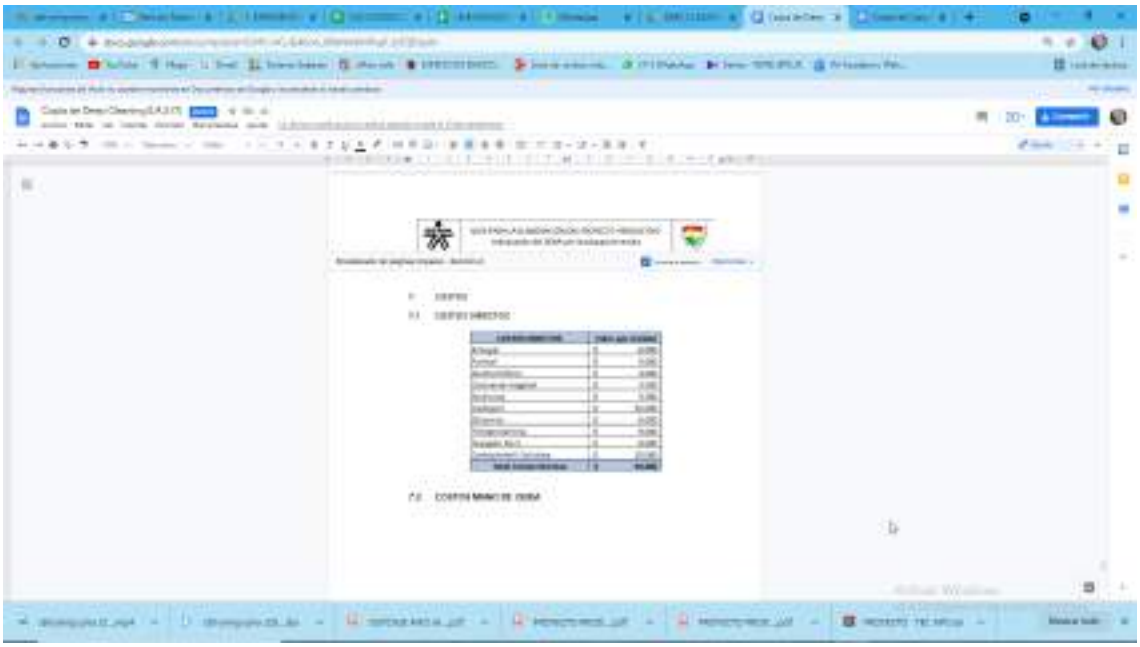


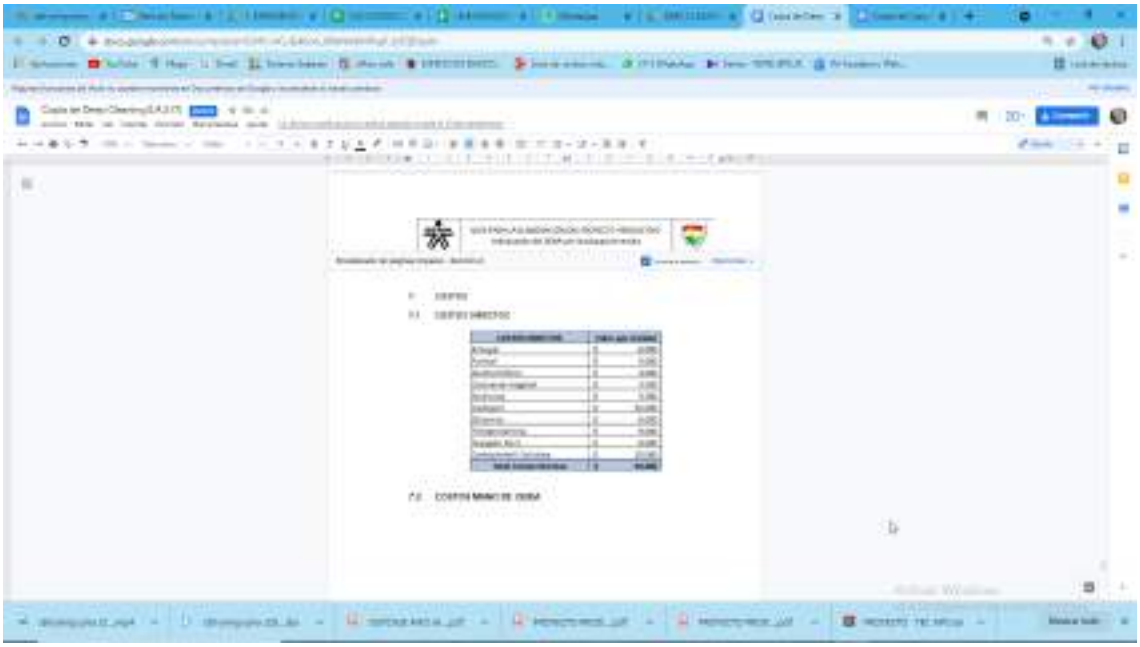




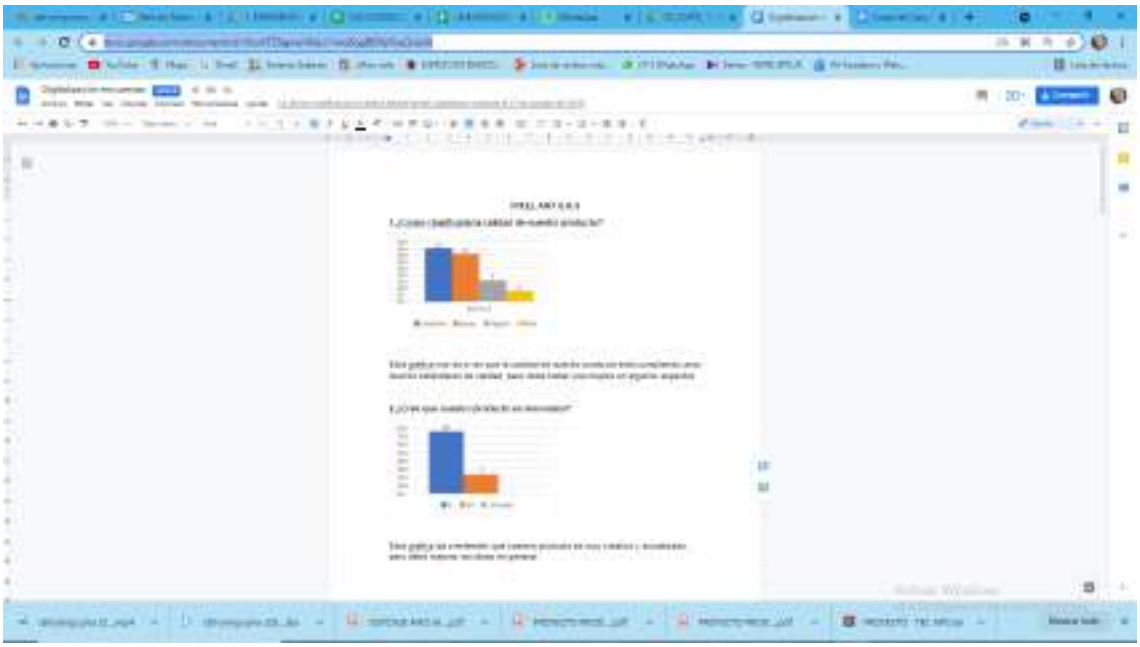


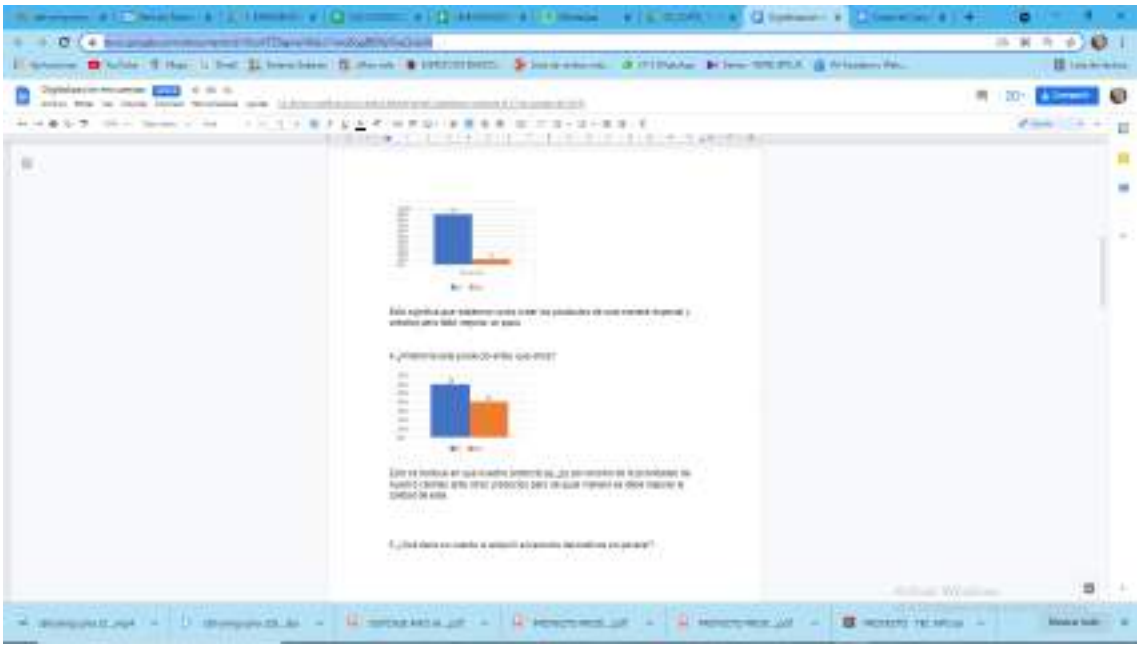


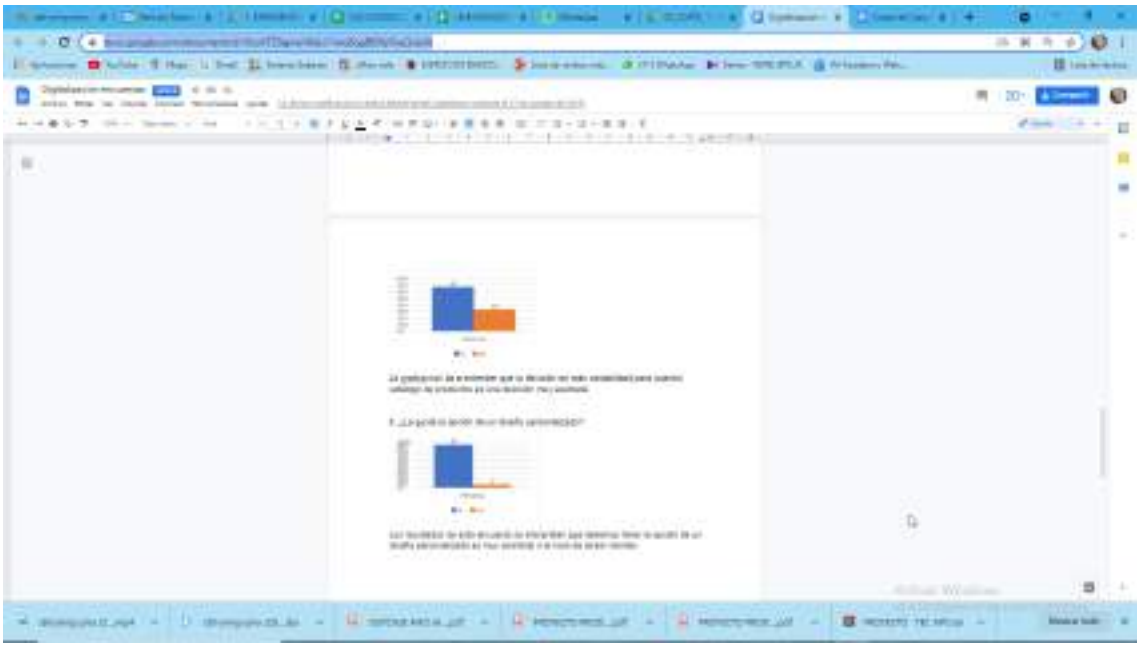




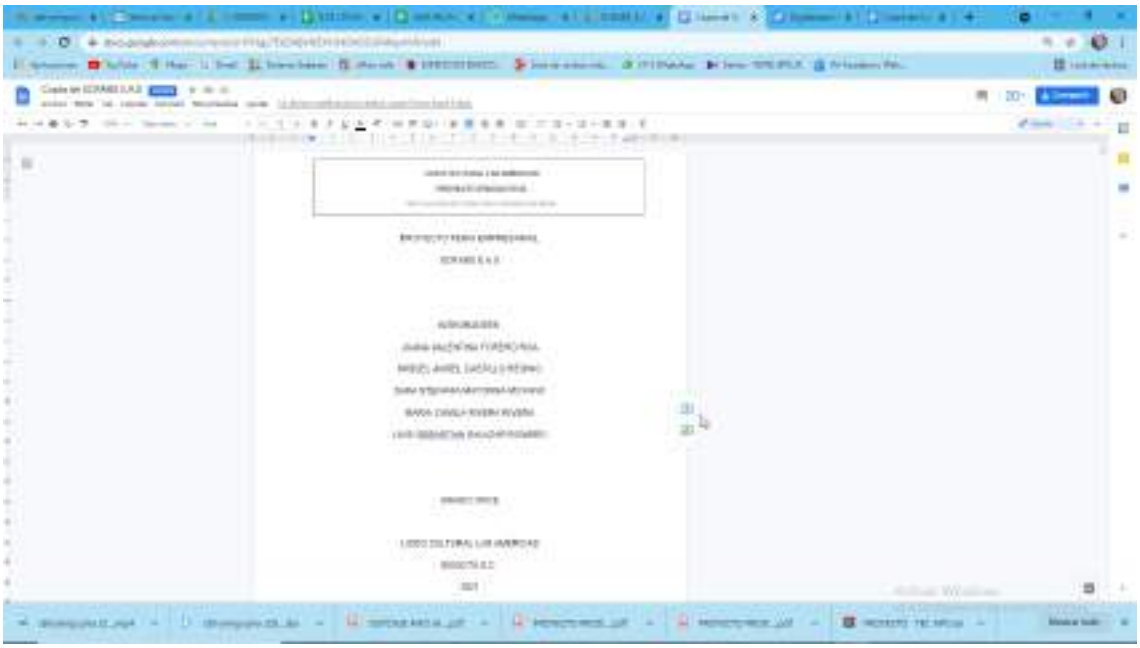
https://docs.google.com/document/d/15suYTZ9gwoY64j-C1wq5agBE0fyTxoj3/edit

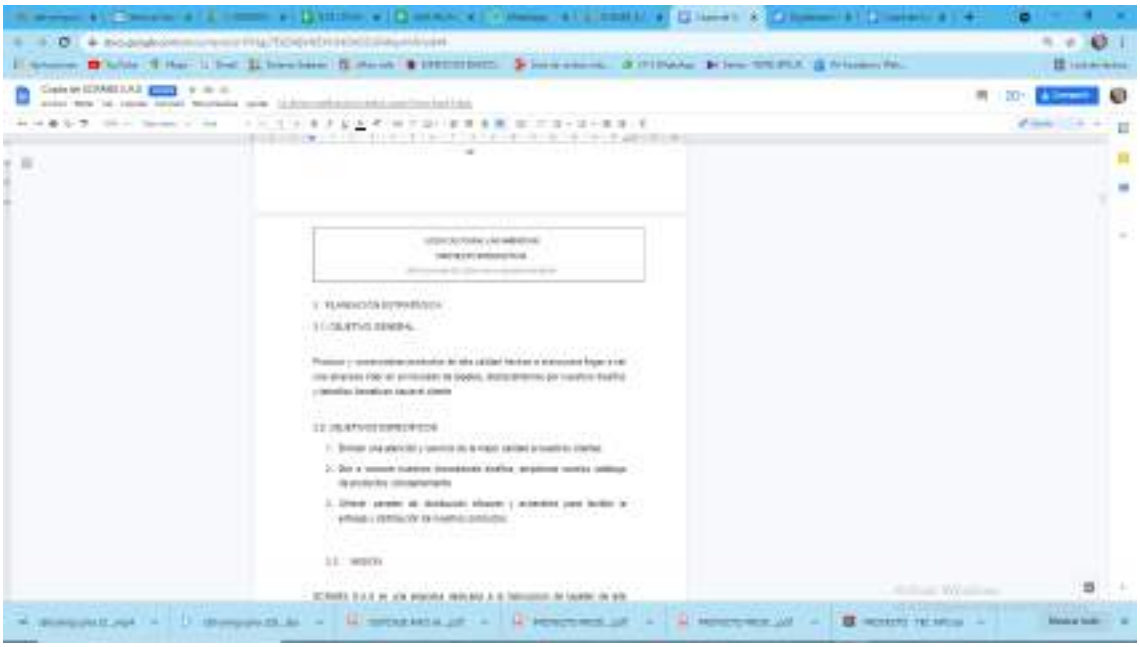




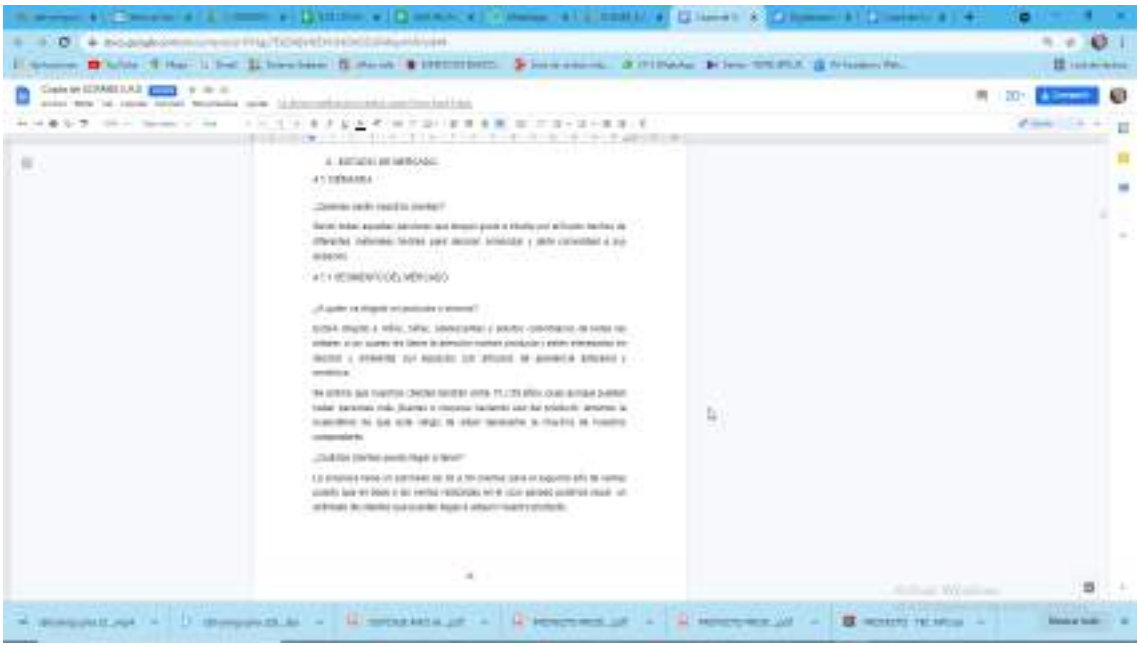


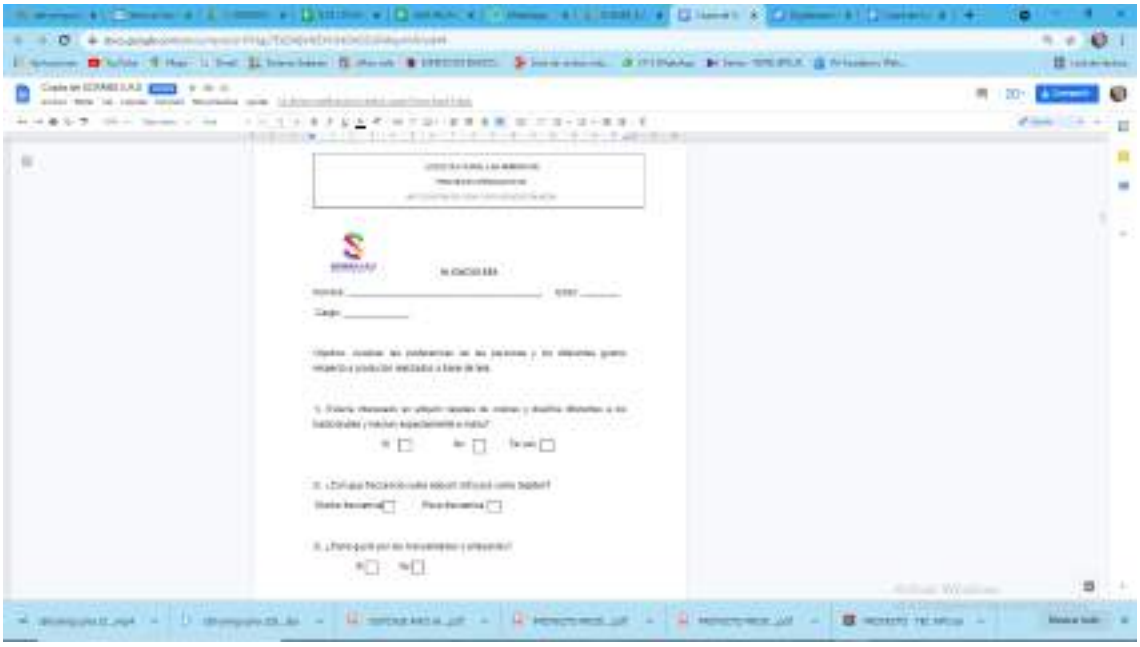
https://drive.google.com/drive/folders/1fjW4bJnzAwKrvz__goWZeg_pGc_k_d3n

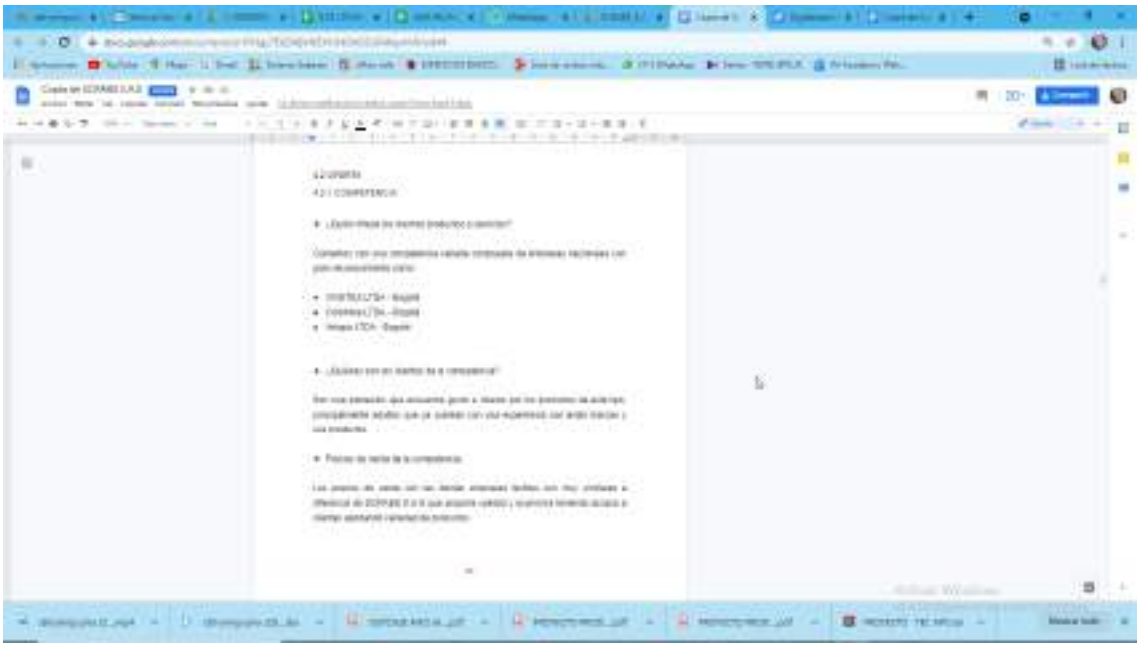


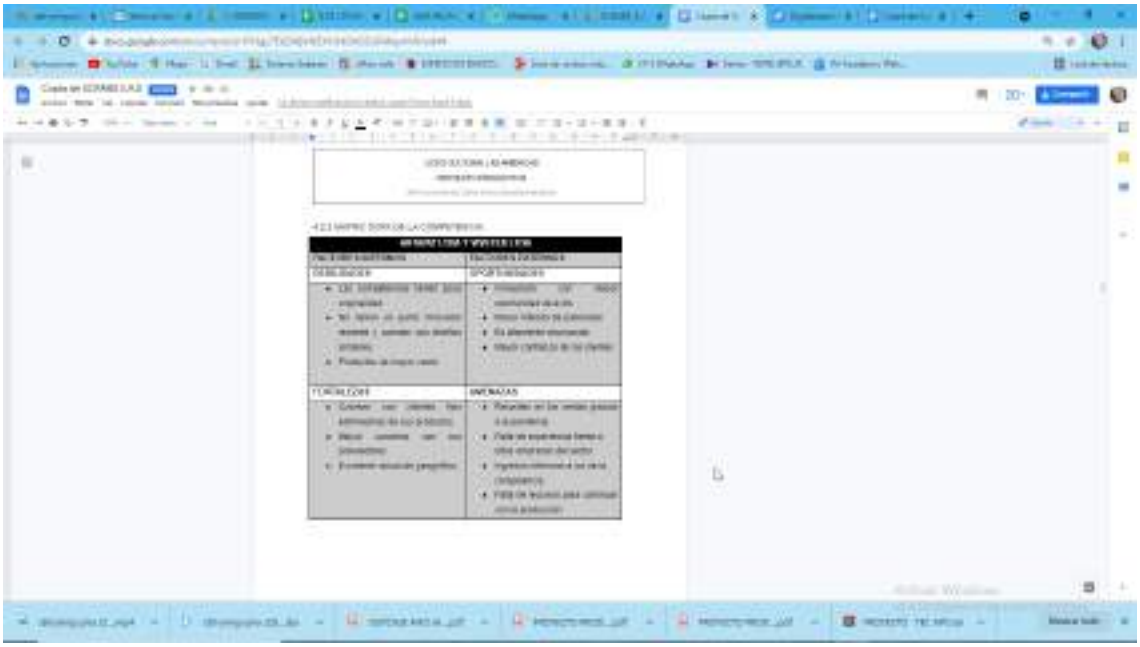


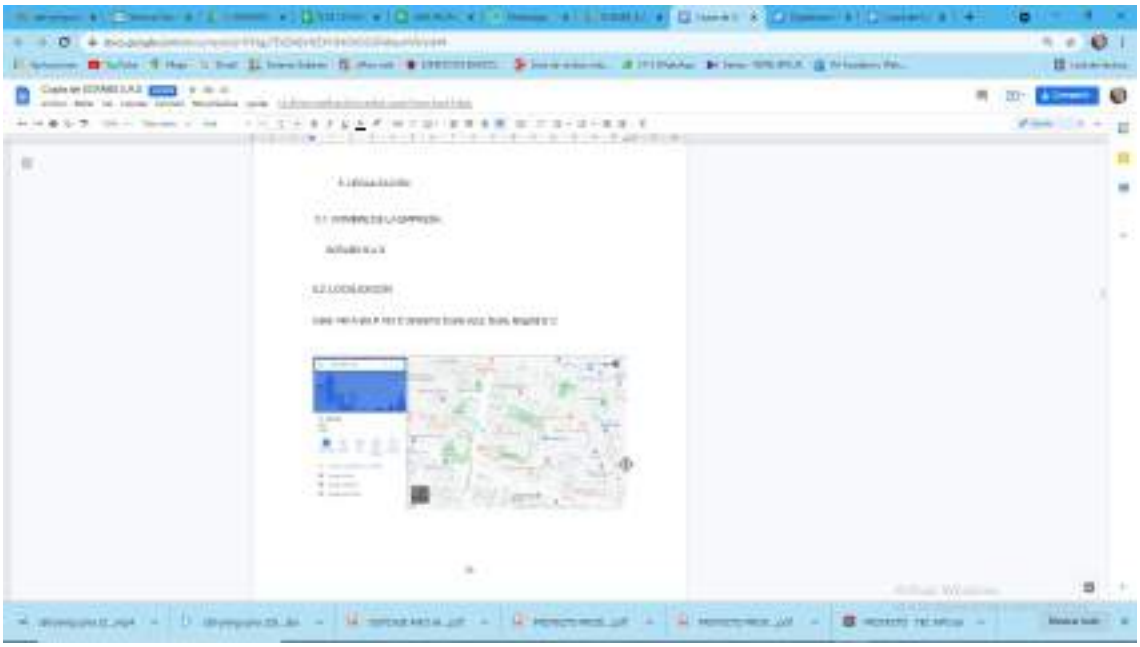

SCRABS SIA.S





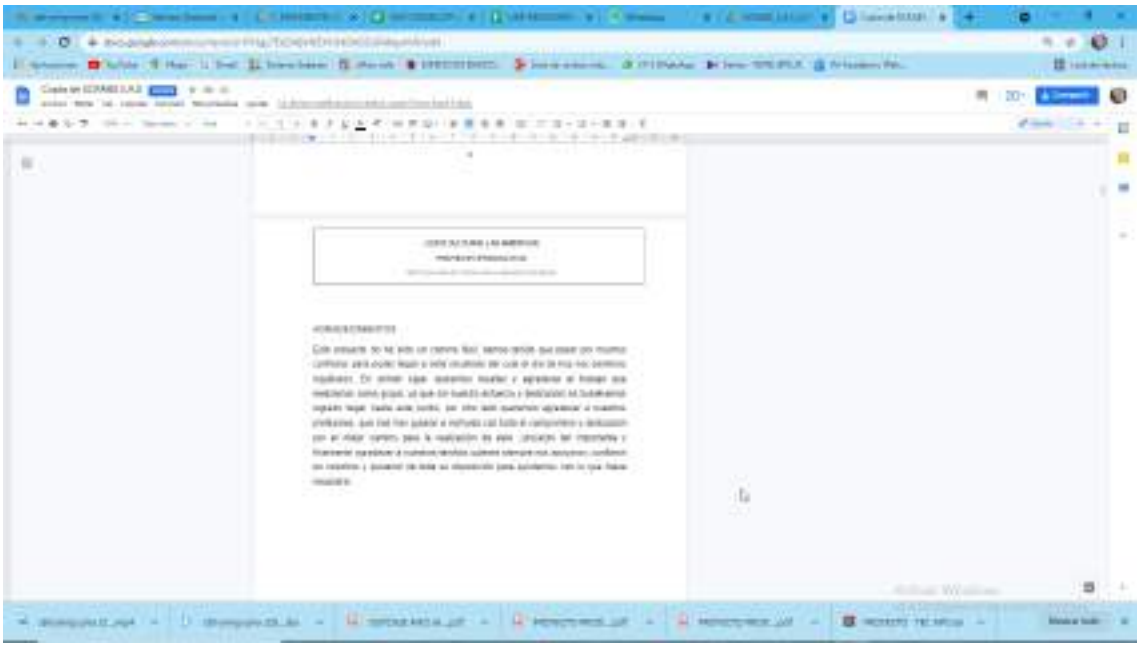


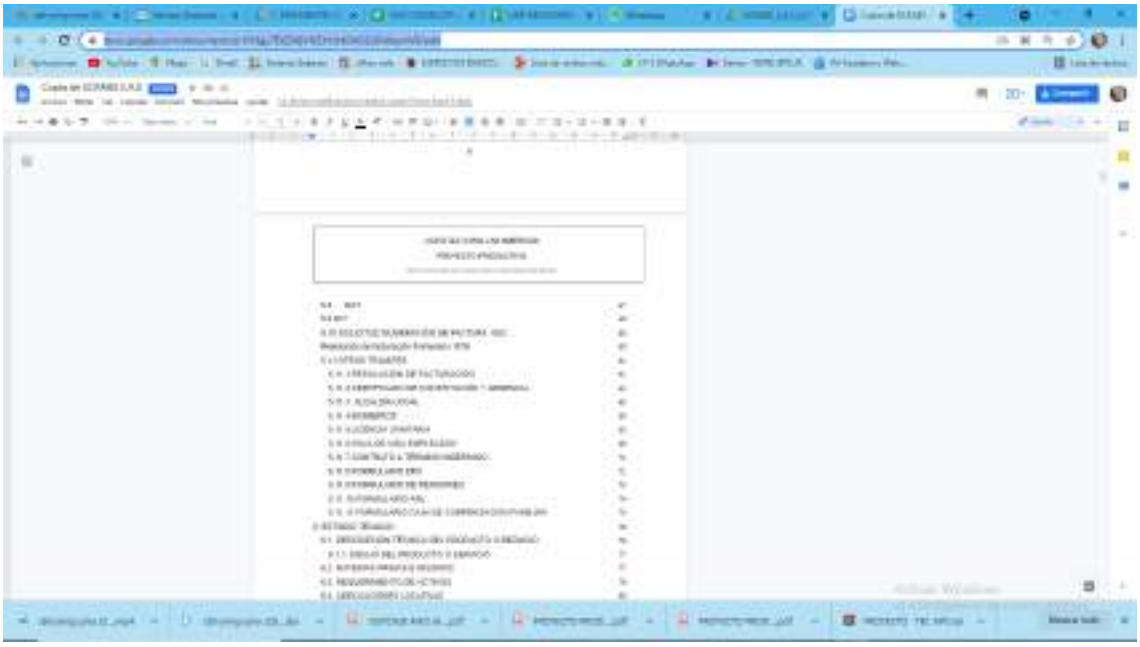




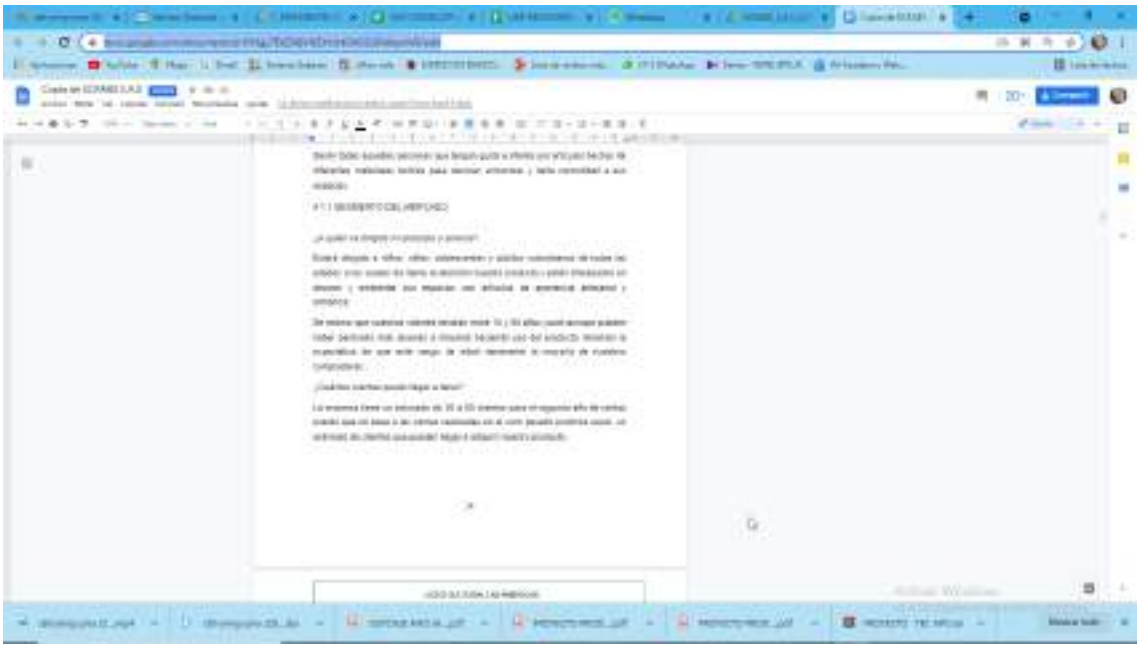
https://docs.google.com/document/d/1FHyjy7EkZXfjVNZXYzNGXO2GFA0qxhV9/edit



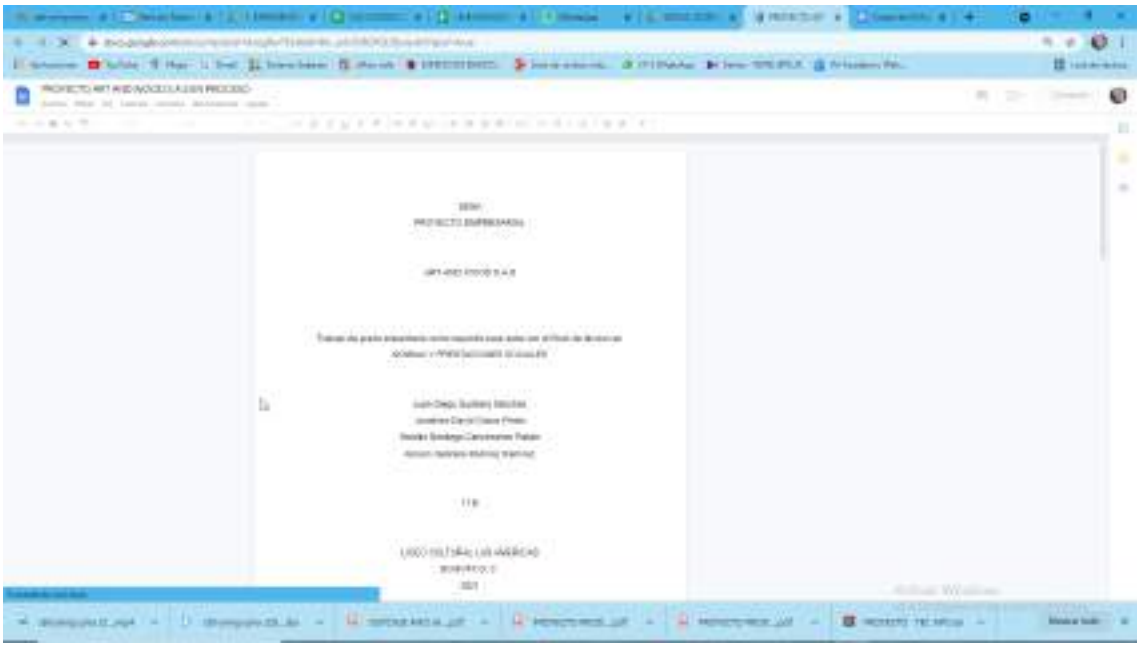


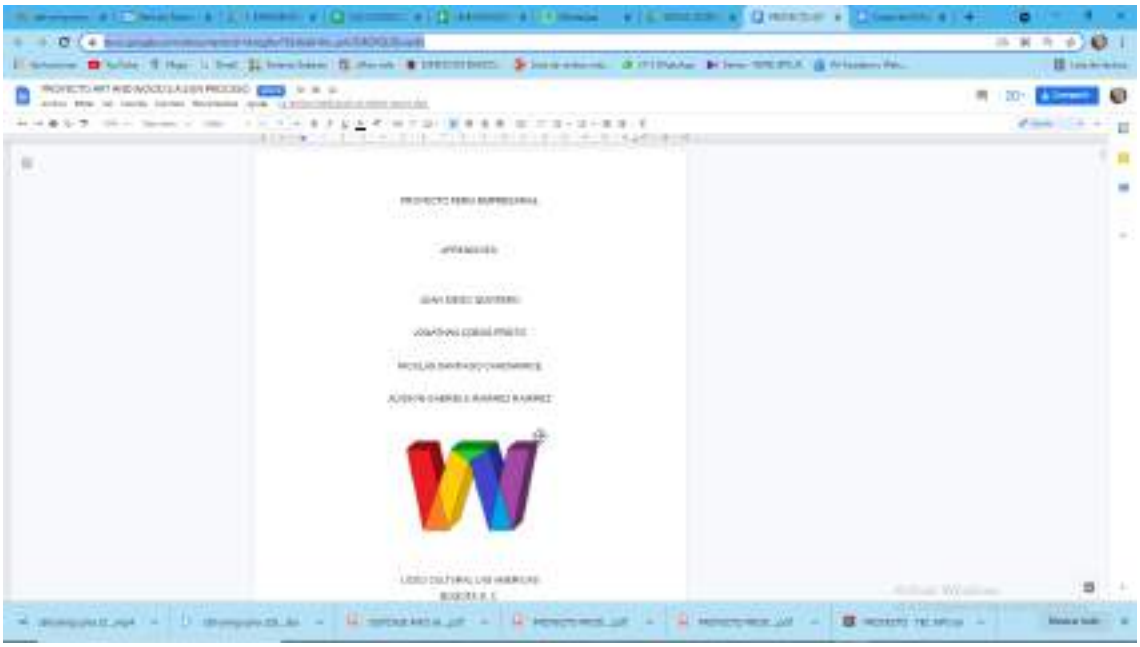


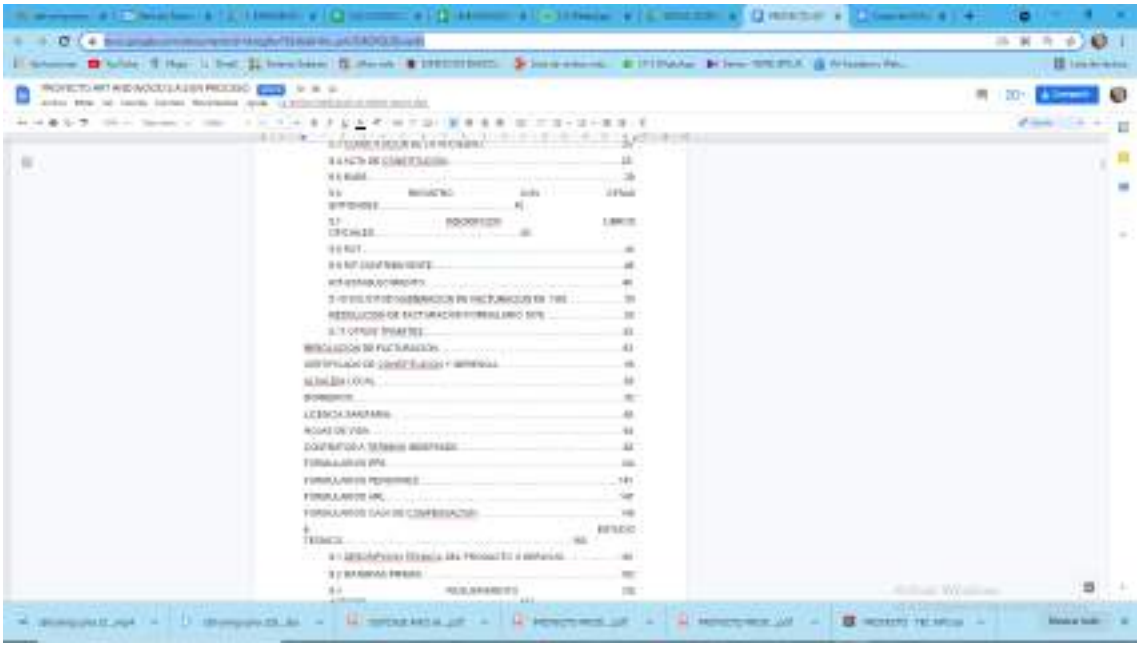


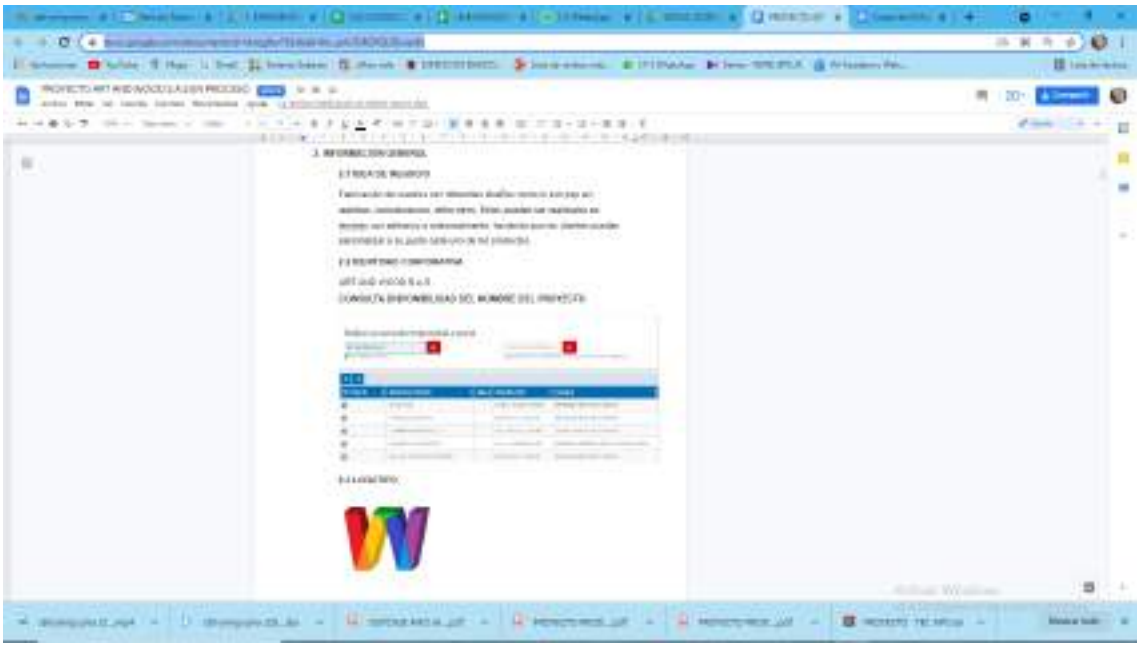


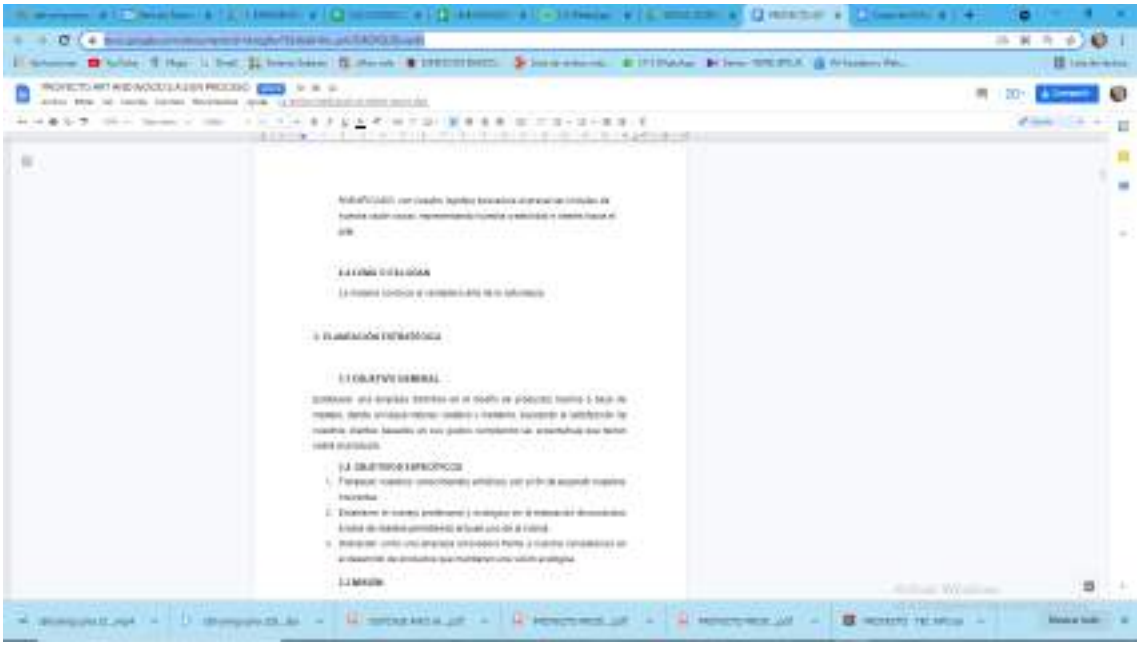
https://docs.google.com/document/d/1Atvgfbv7t3xNs01lhi_sxXJ5IR2PGbDx/edit



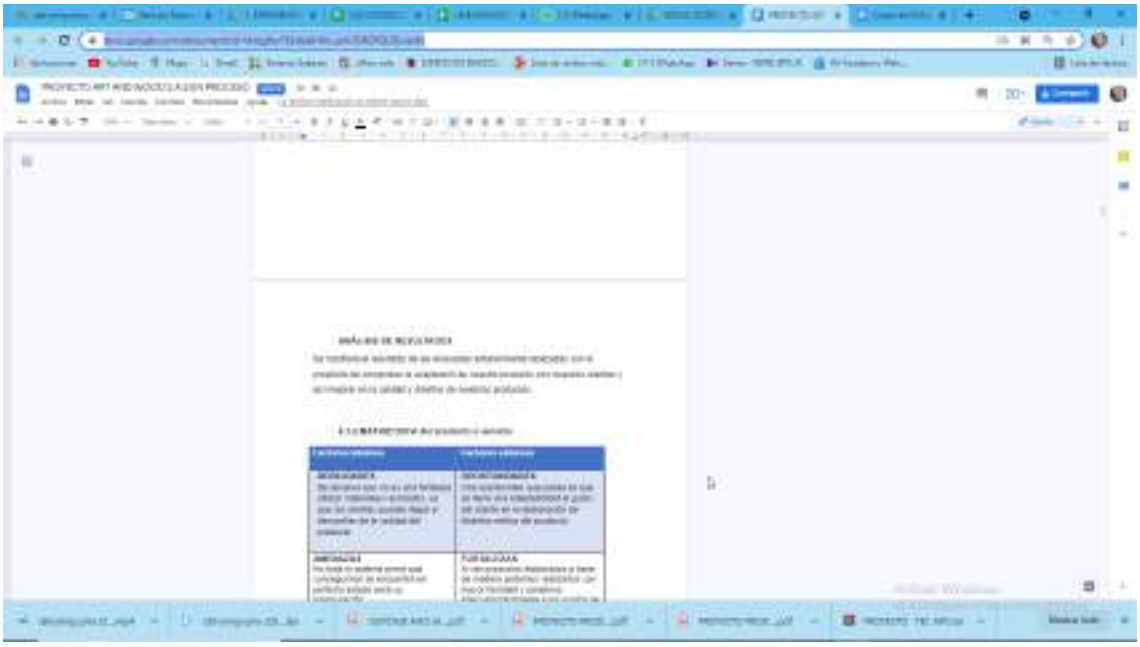


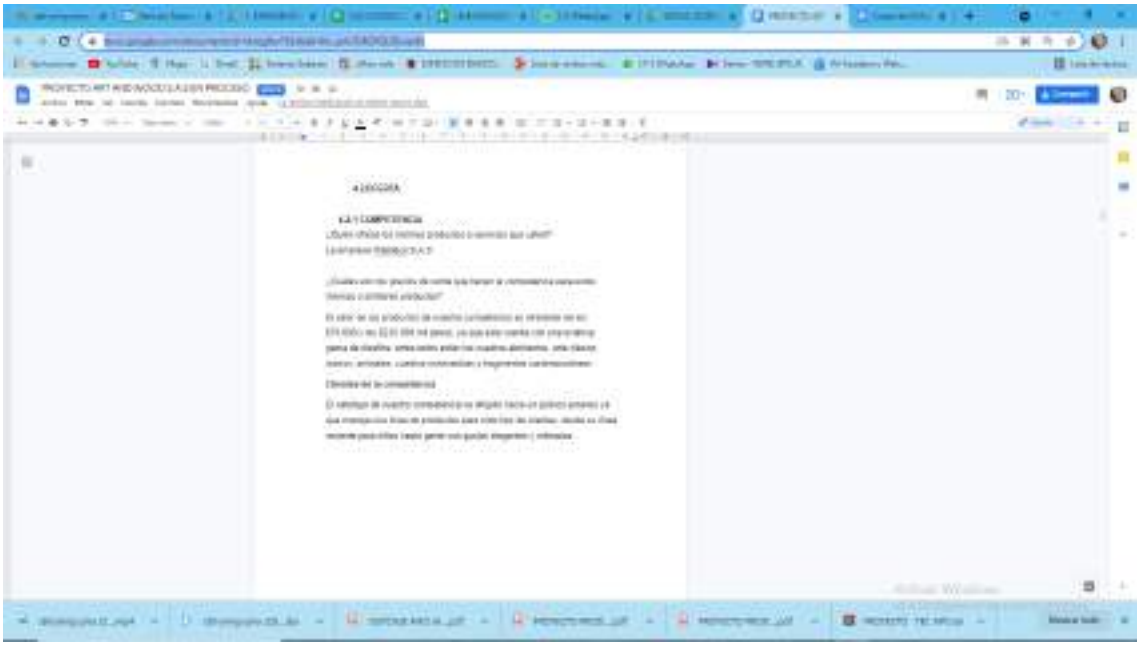


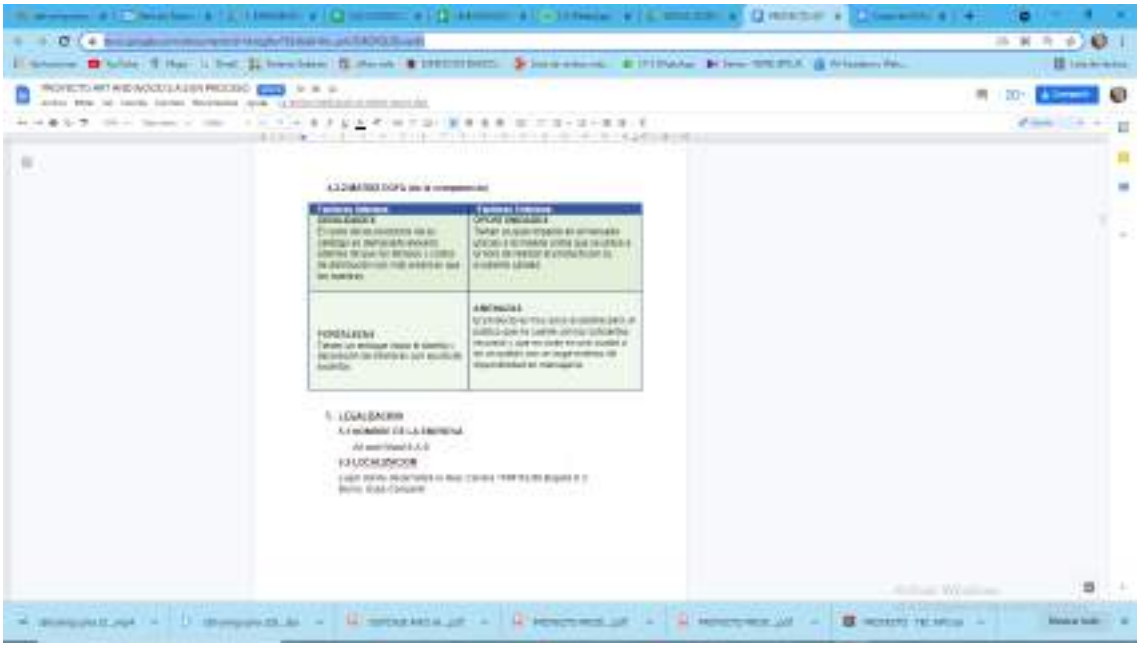


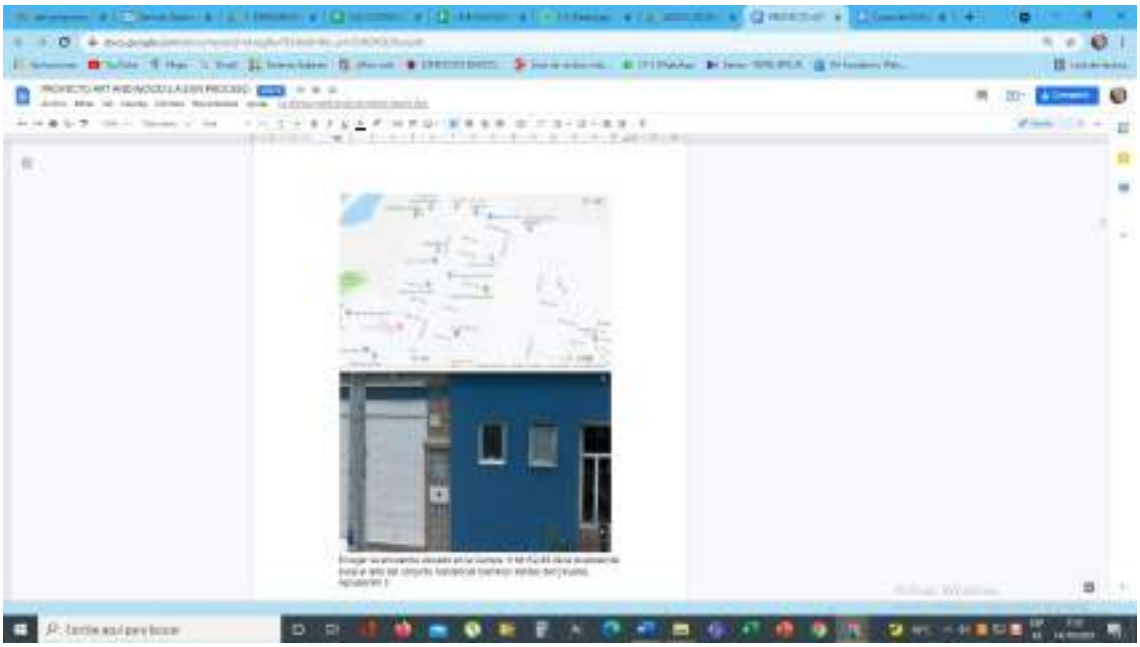


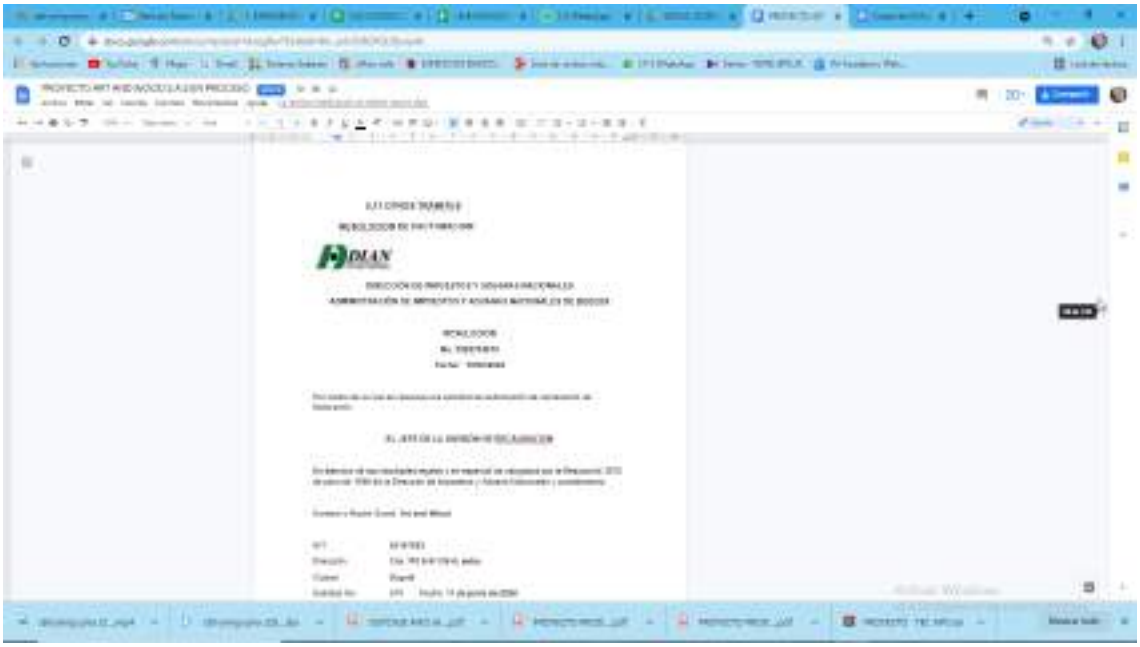


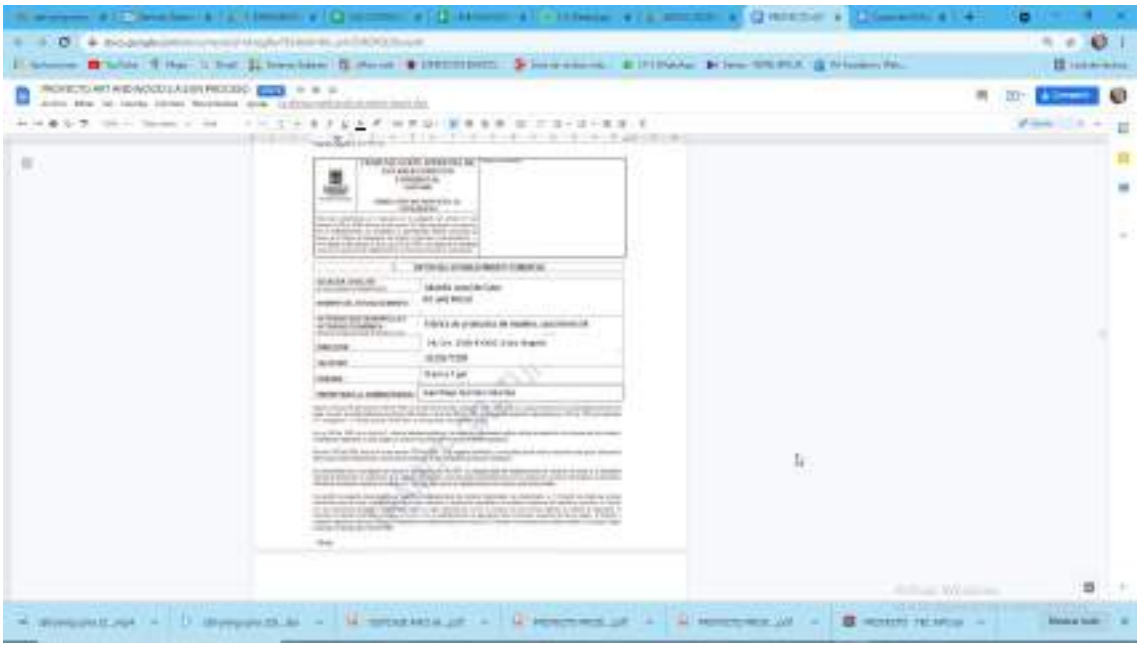


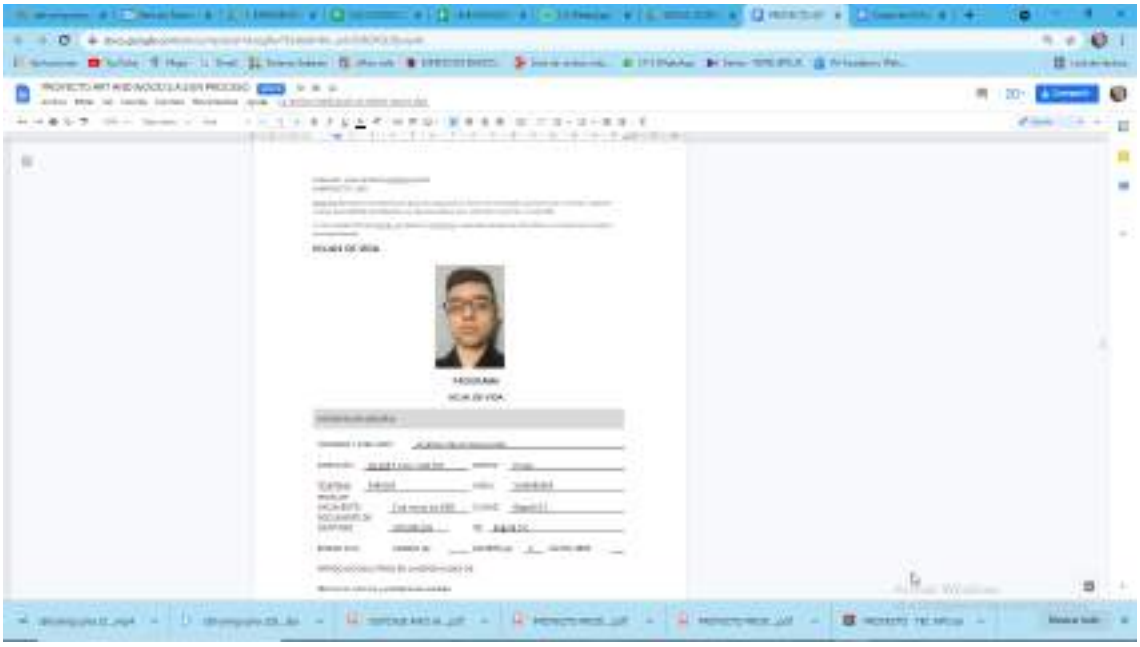


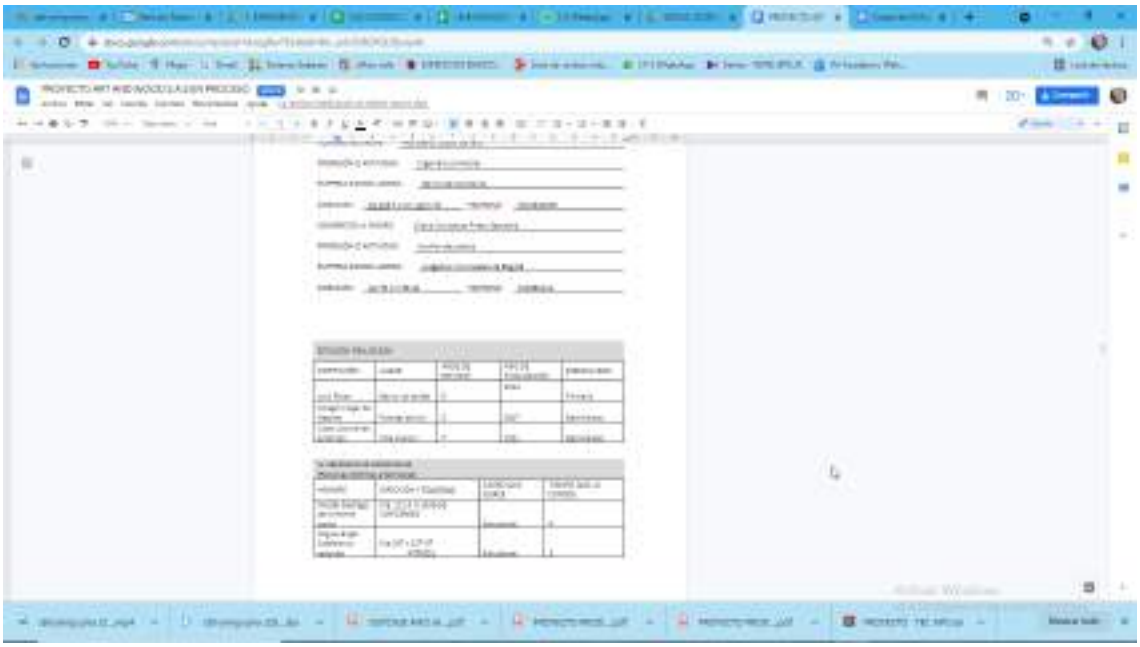












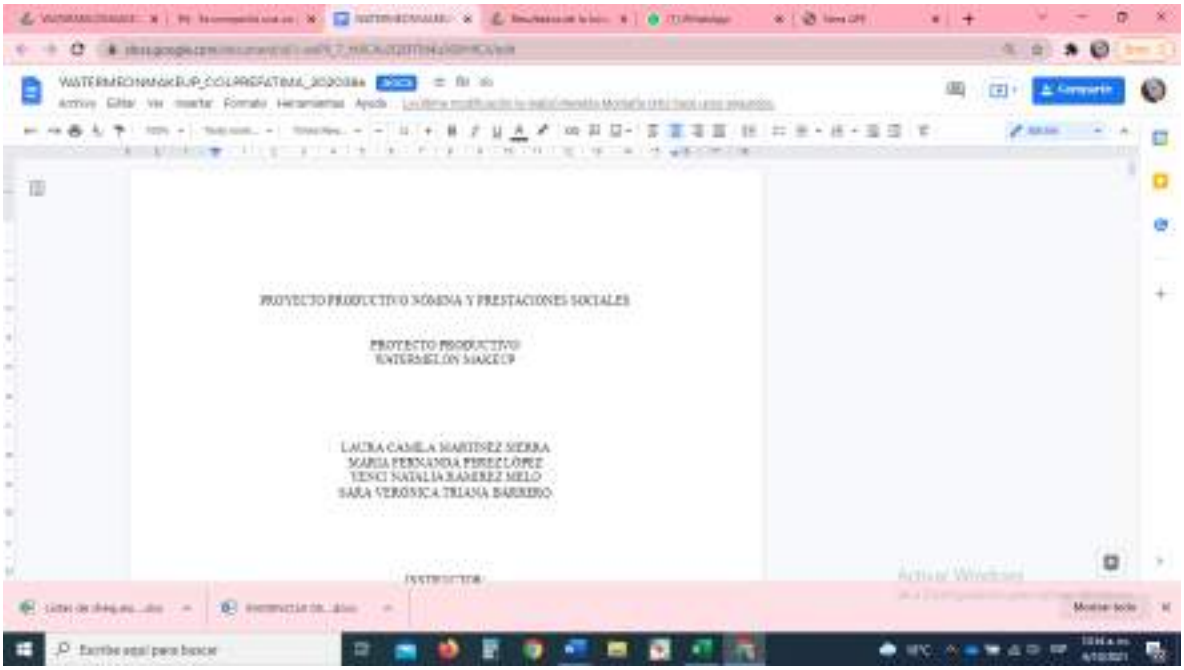


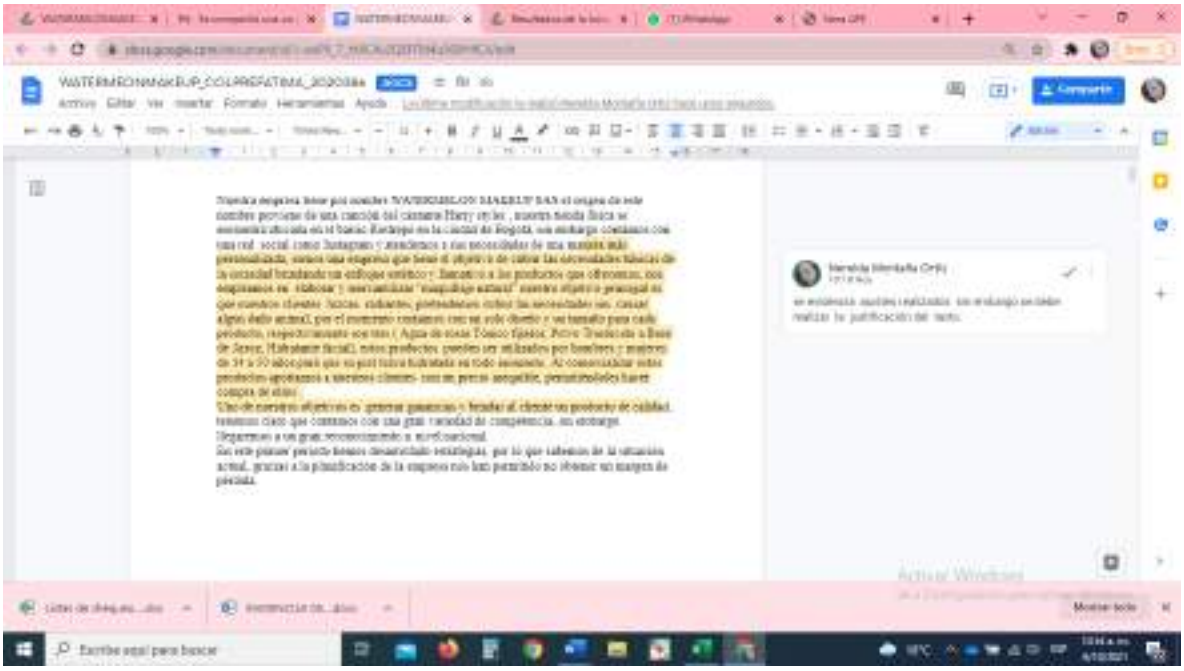
Evidencias 06 de octubre de 2021

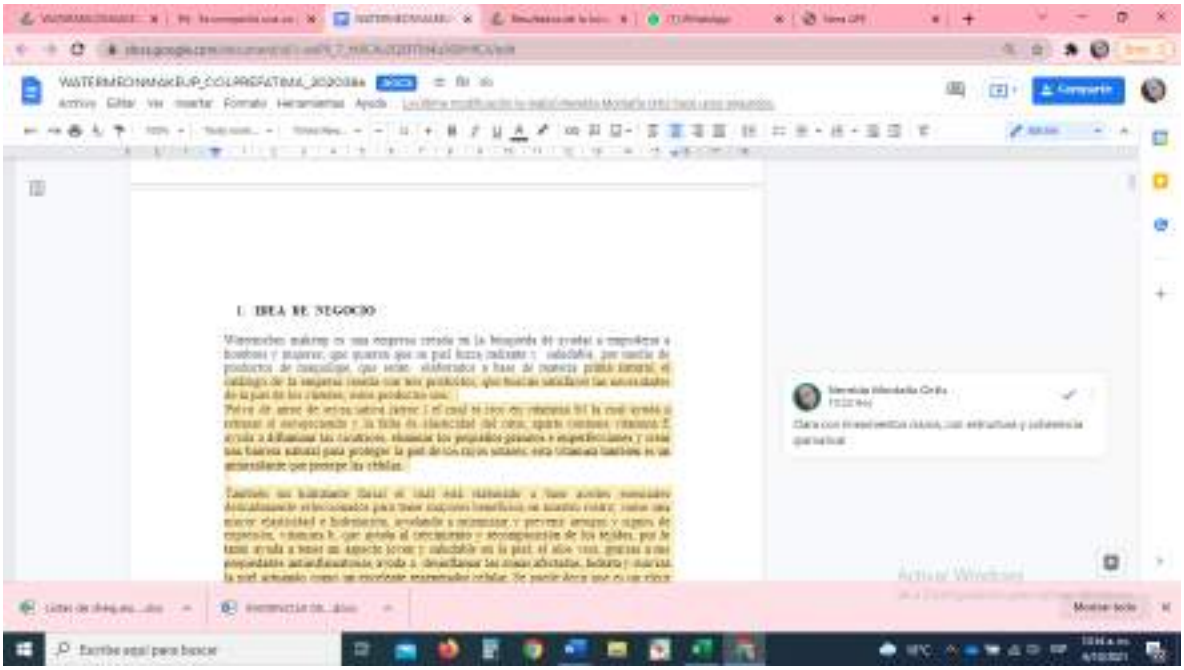
https://drive.google.com/drive/folders/1QS8lZkcZqmdHhw5zKqXciMuEk2c50-6G

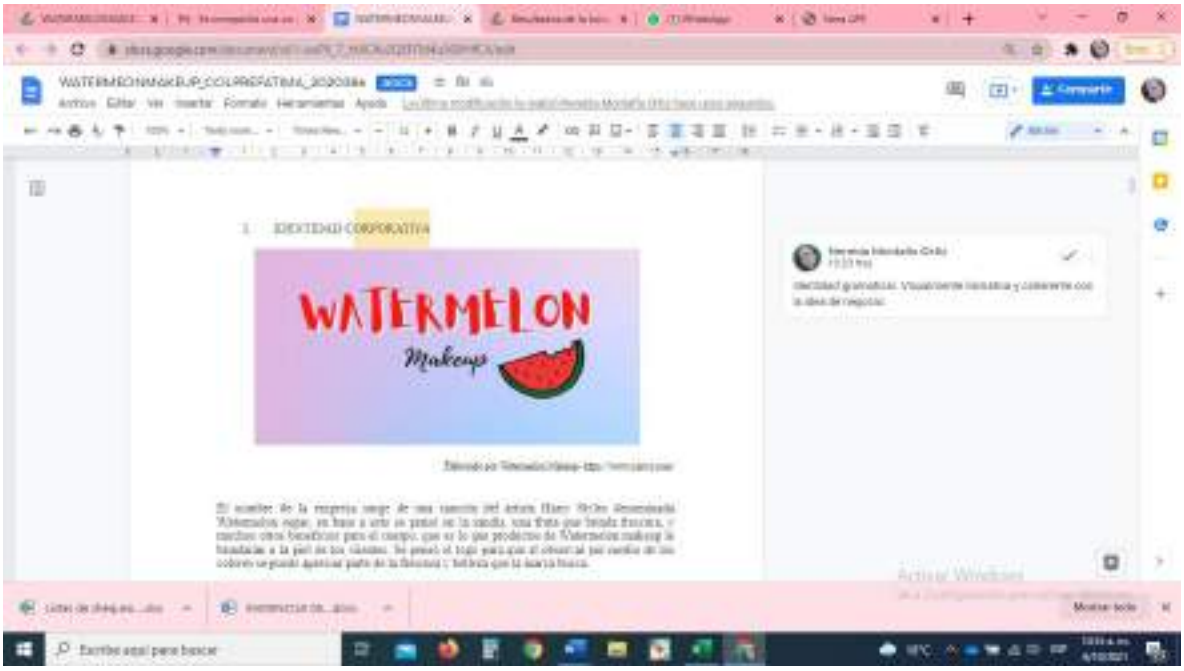
WATERMELON MAKEUP

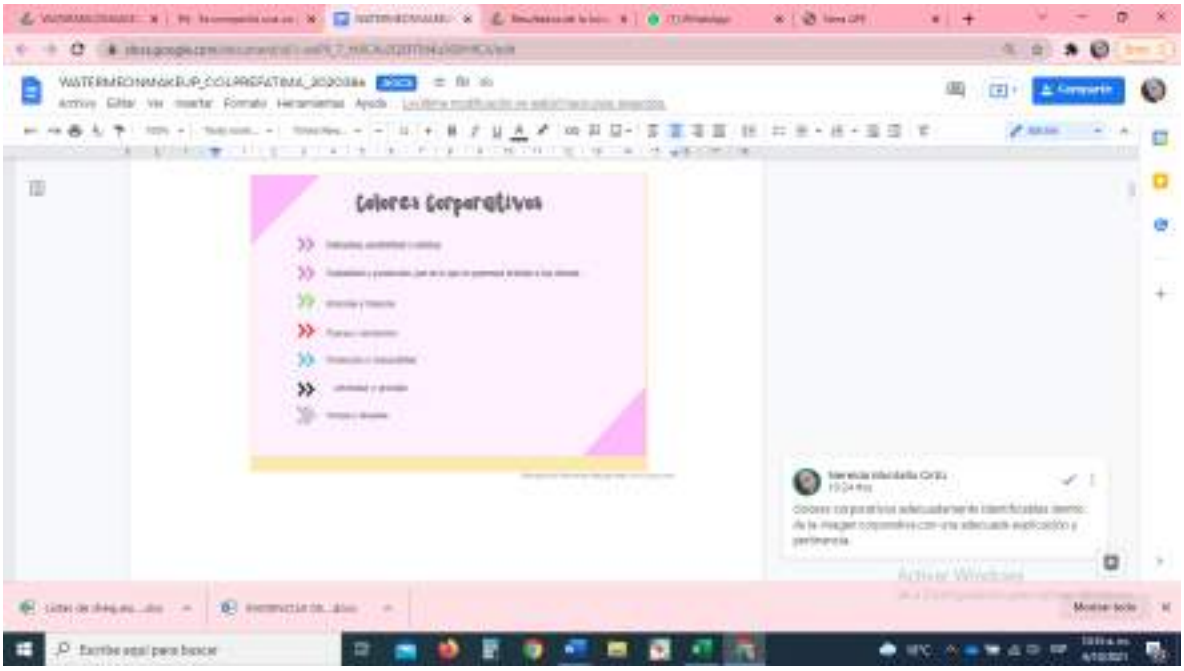
LAURA CAMILA MARTINEZ SIERRA
MARIA FERNANDA PEREZ LÓPEZ
YENCI NATALIA RAMIREZ MELO
SARA VERÓNICA TRIANA BARRERO

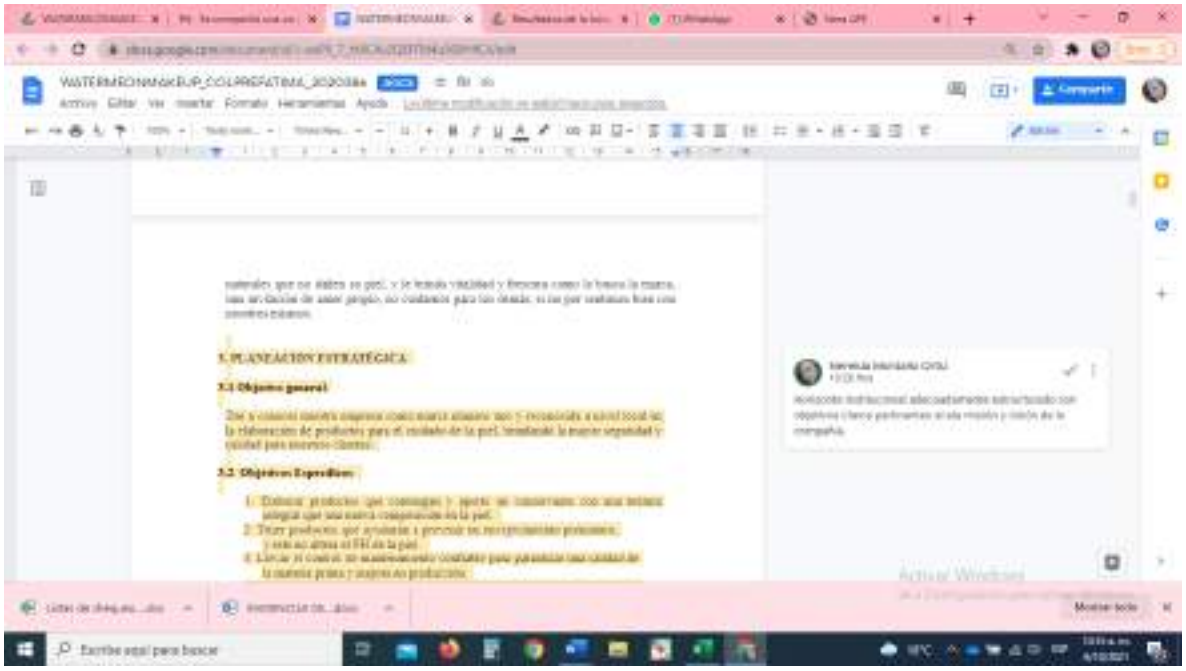


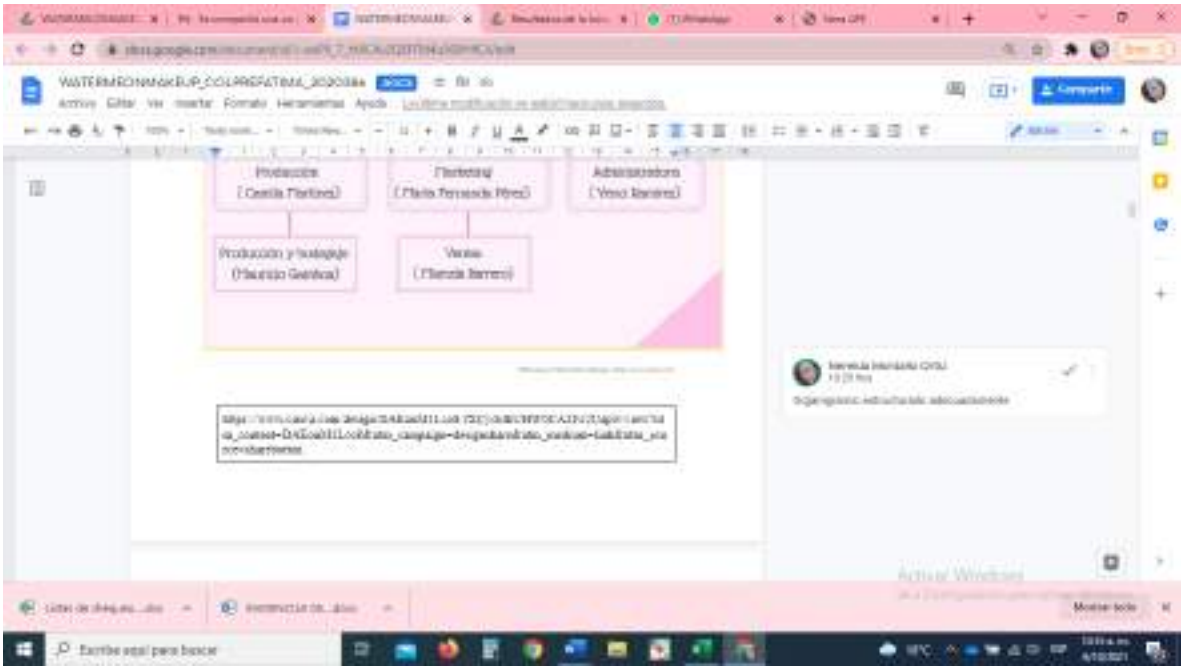


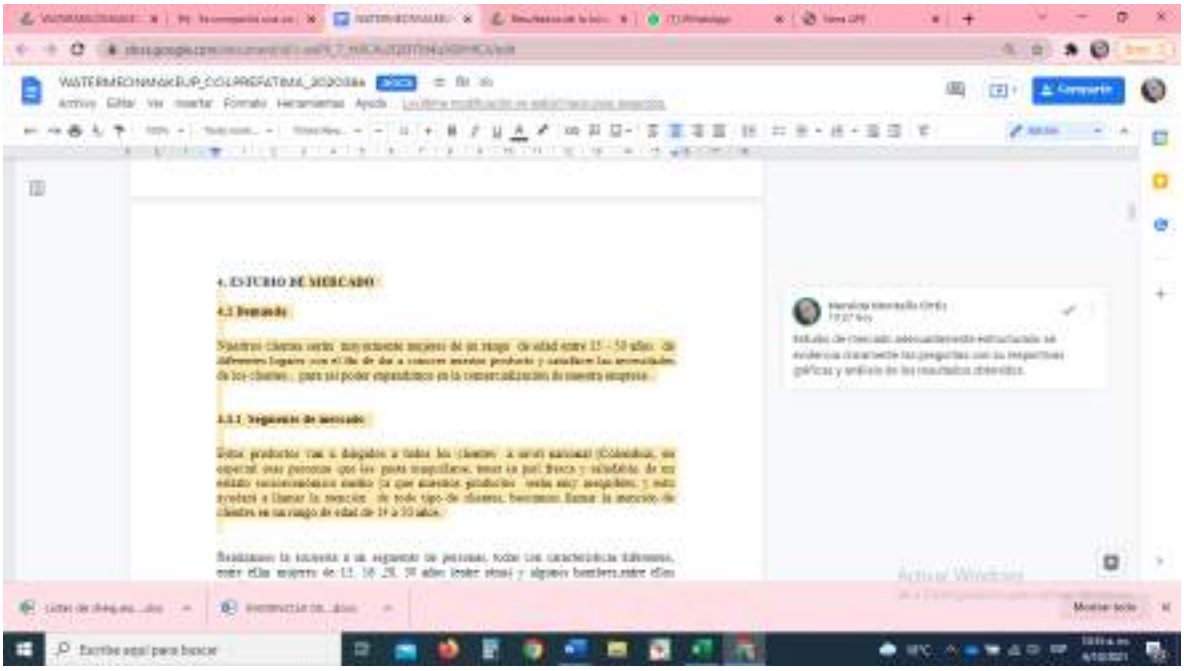



WATERMELON
Makeup


Colores Corporativos







4. ESTUDIO DE MERCADO

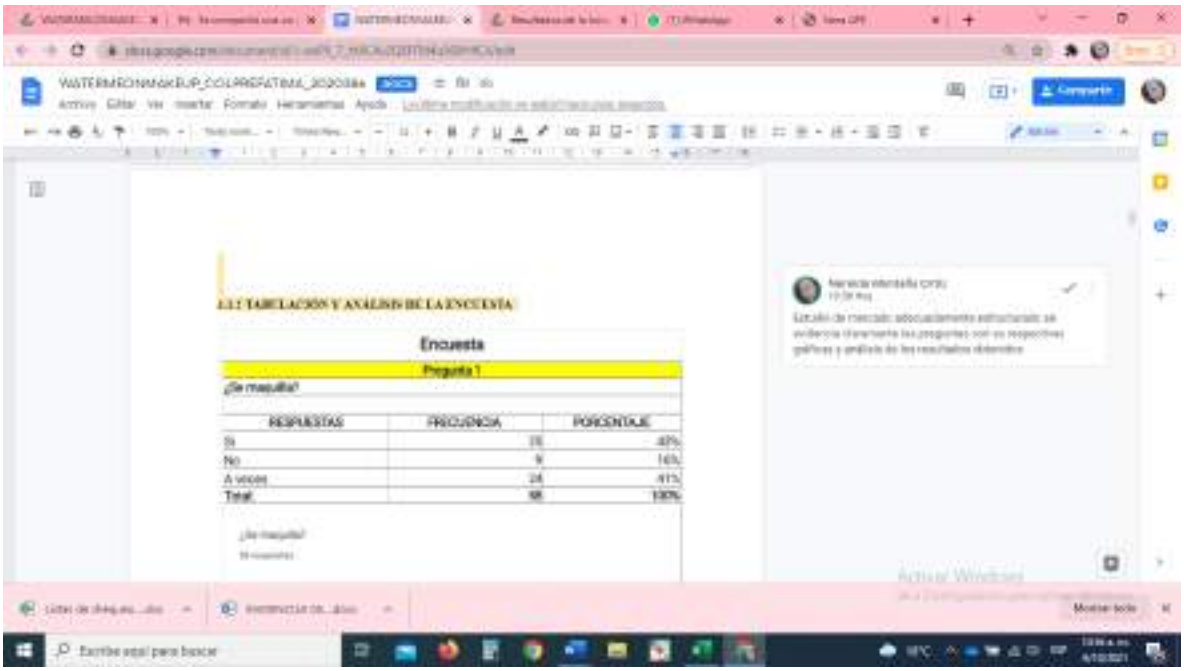
4.2 Demanda

Nuestros clientes serán mujeres de un rango de edad entre 15 - 50 años de diferentes lugares con el fin de dar a conocer nuestro producto y satisfacer las necesidades de los clientes , para así poder aprovechar en la comercialización de nuestra empresa.

4.2.1 Segmento de mercado

Estos productos van a dirigidos a todos los clientes a nivel nacional (Colombia), en especial esas personas que les gusta maquillarse, tener su piel lisca y saludable, de un estado socioeconómico medio ya que nuestros productos serán muy asequibles, y esto ayudará a llamar la atención de todo tipo de clientes, buscamos llamar la atención de clientes en un rango de edad de 19 a 30 años.

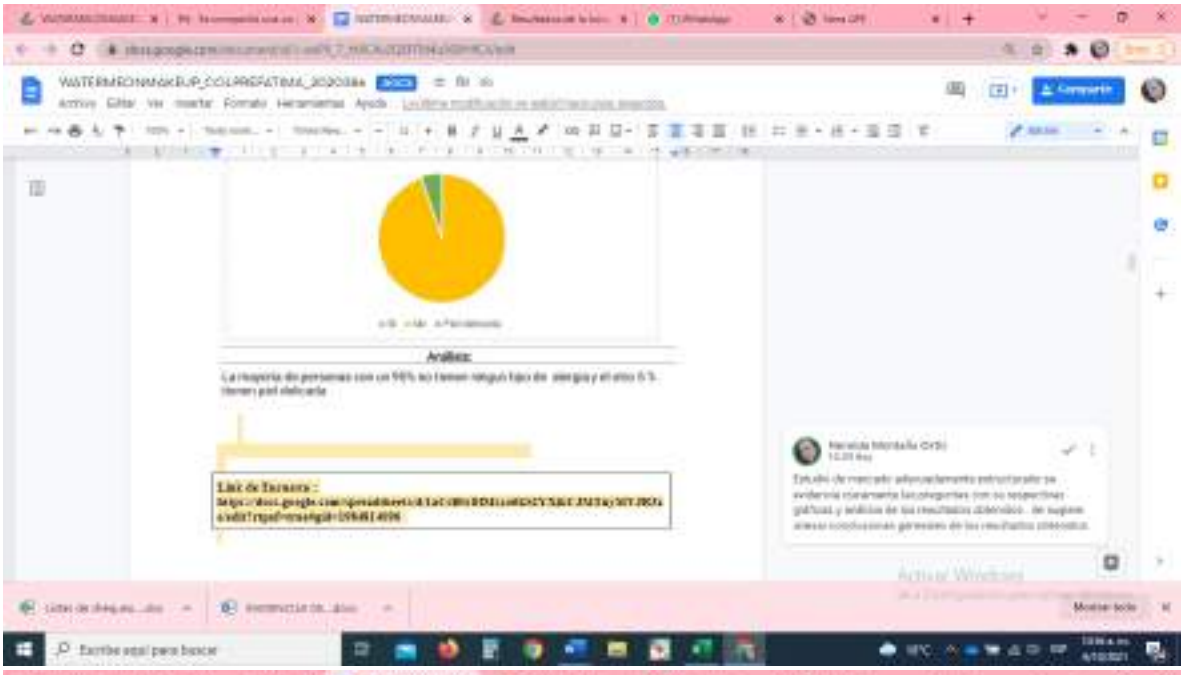
Realizamos la encuesta a un segmento de personas, todas con características diferentes, entre ellas mujeres de 15, 16, 28, 30 años (todas ellas) y algunos hombres entre ellos

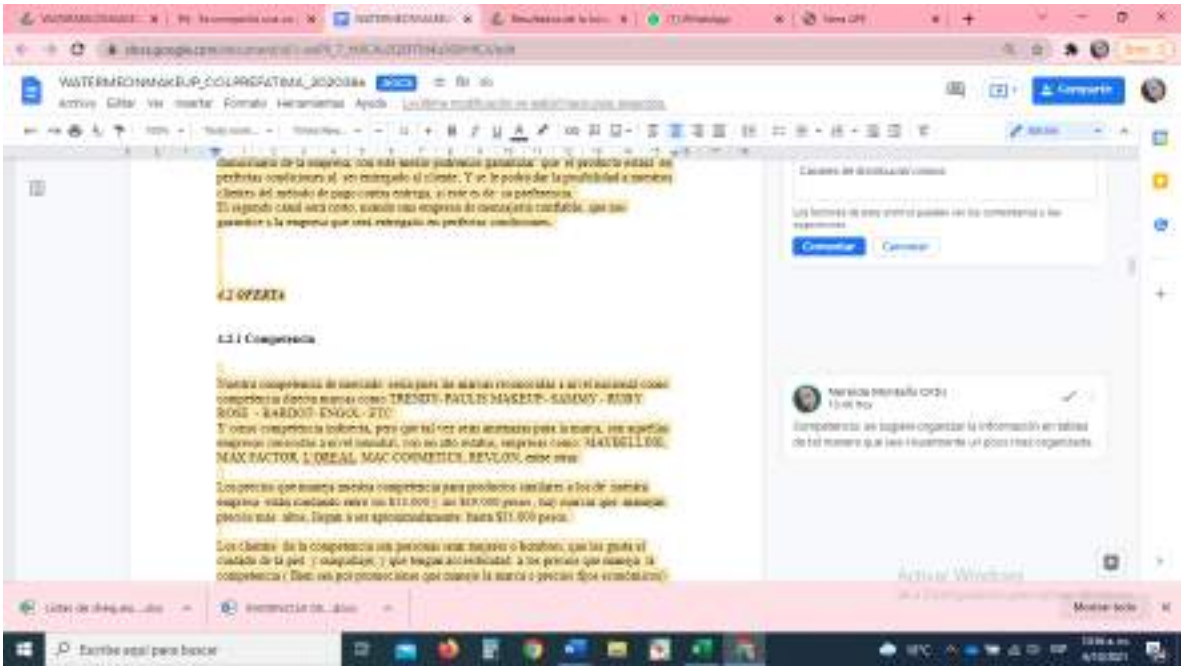


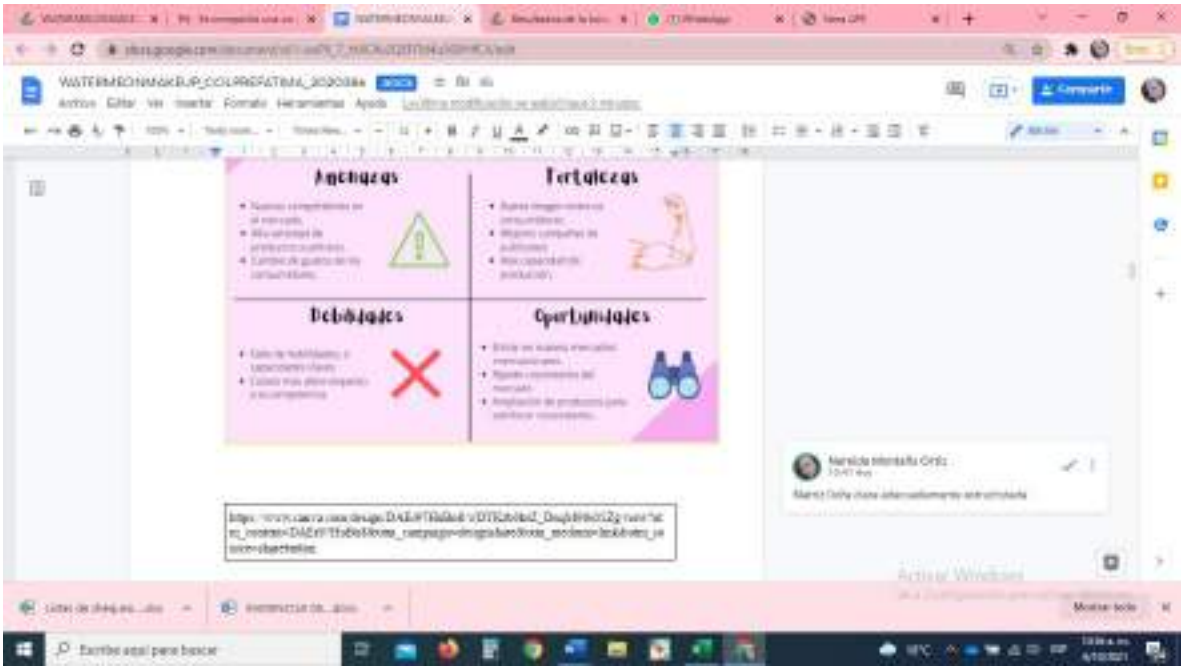
4.2.2 TABULACION Y ANALISIS DE LA ENCUESTA

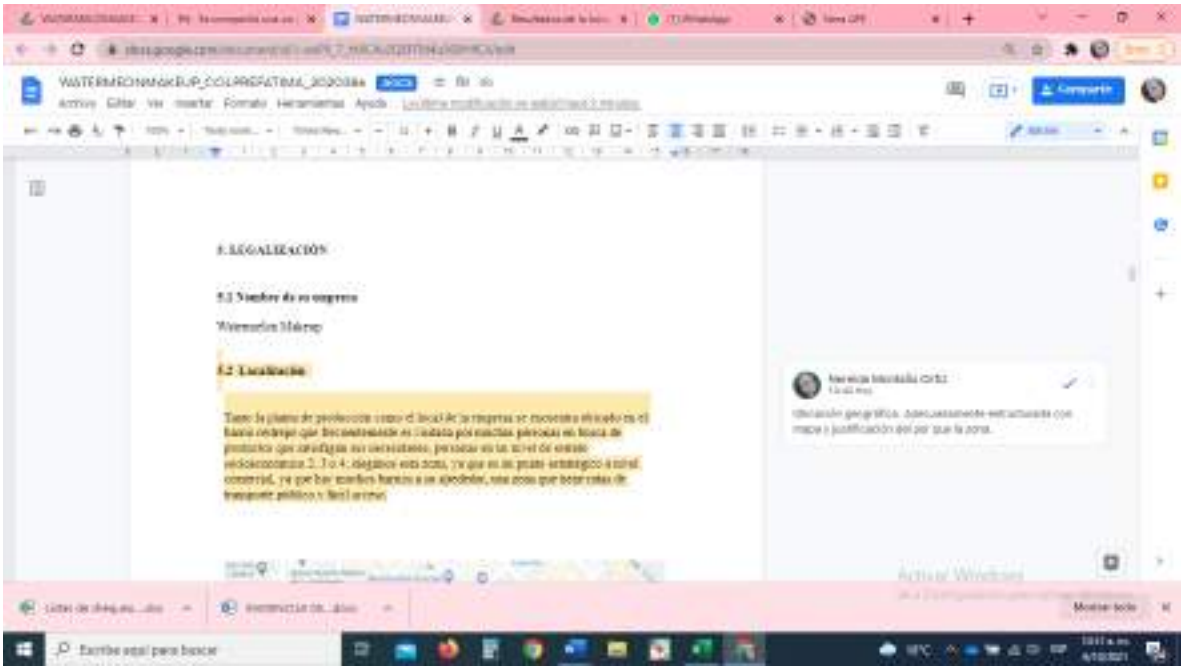
Encuesta

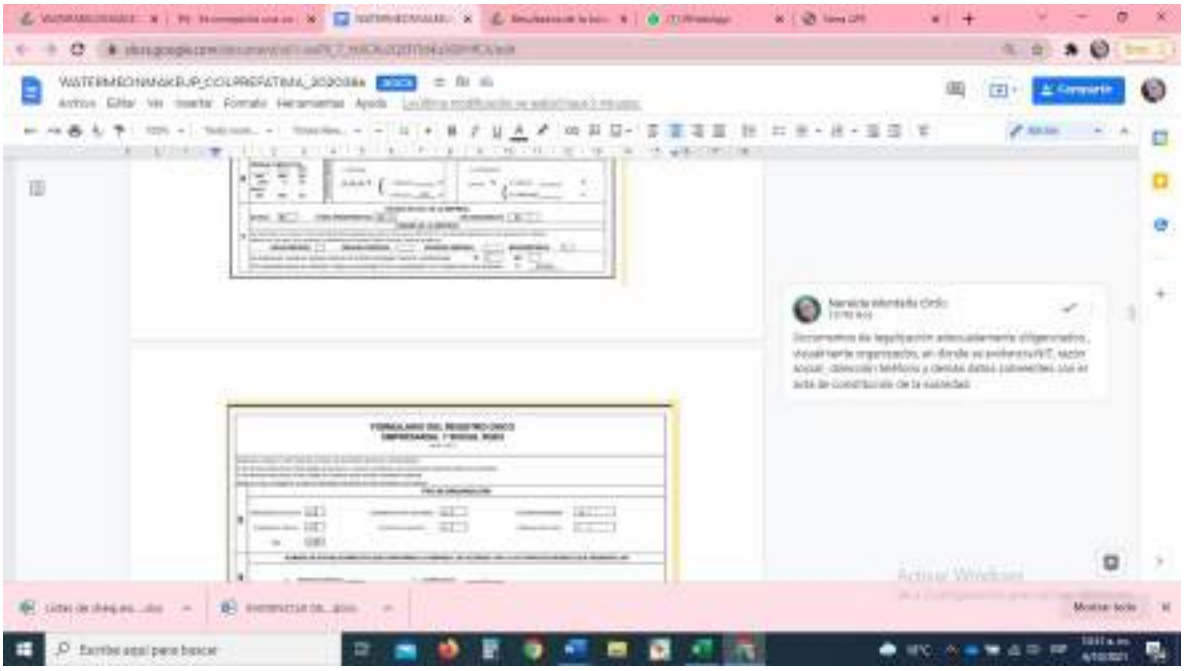
Pregunta 1		
¿Se maquilla?		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	40%
No	9	10%
A veces	24	41%
Total	68	100%

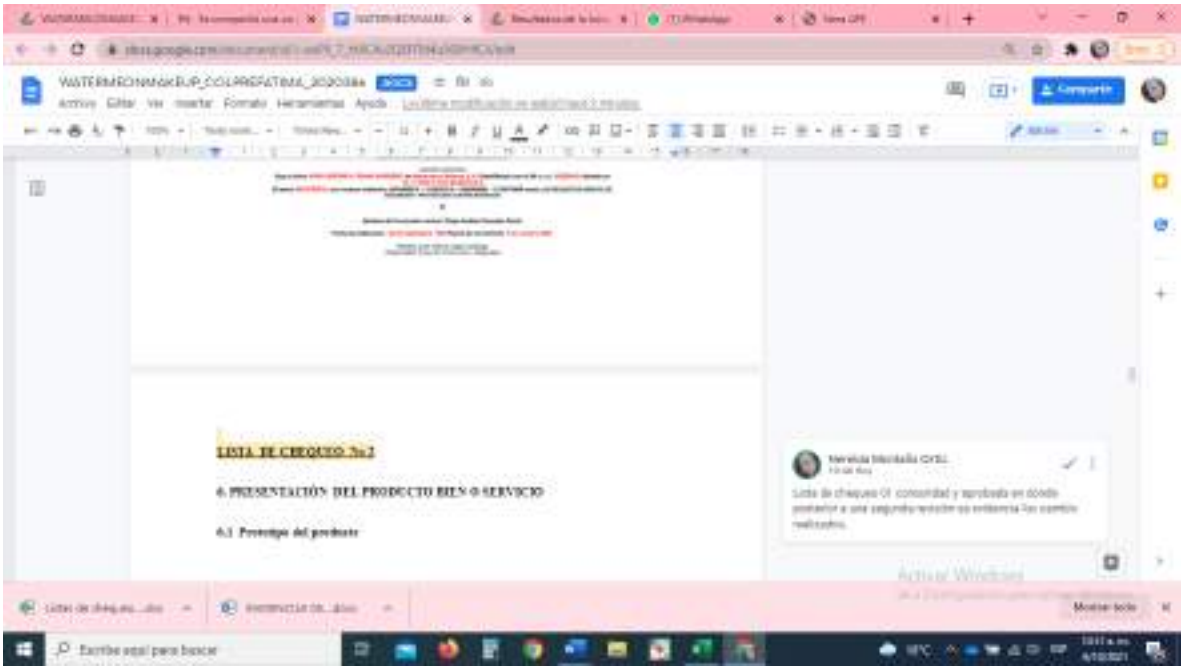


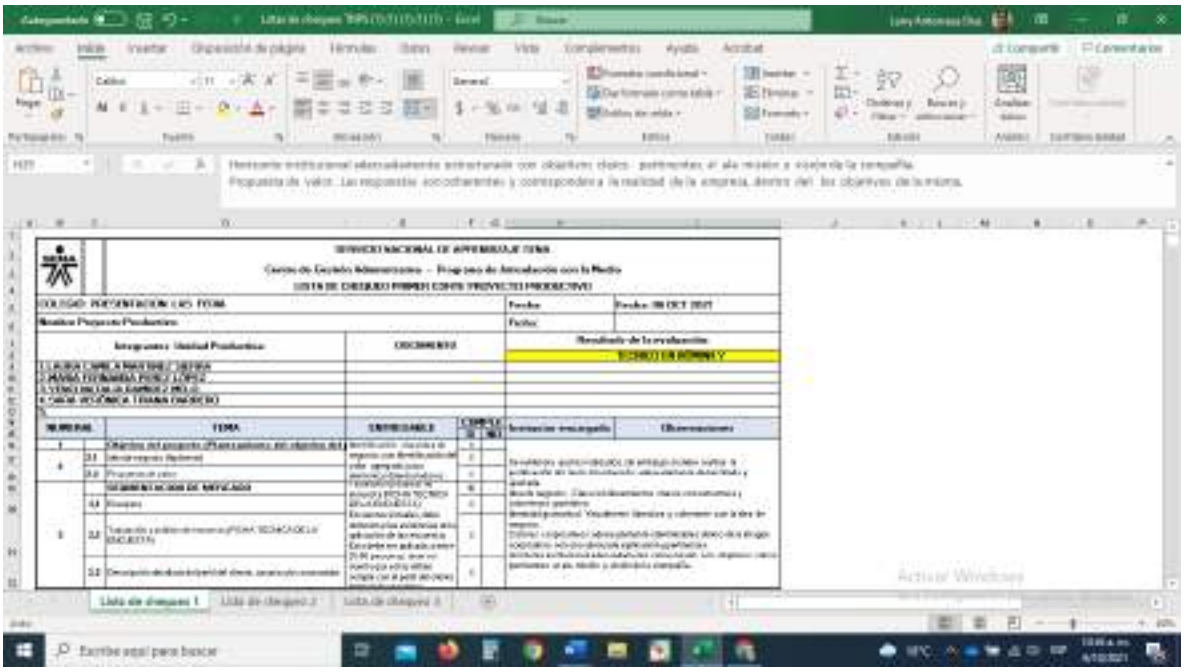


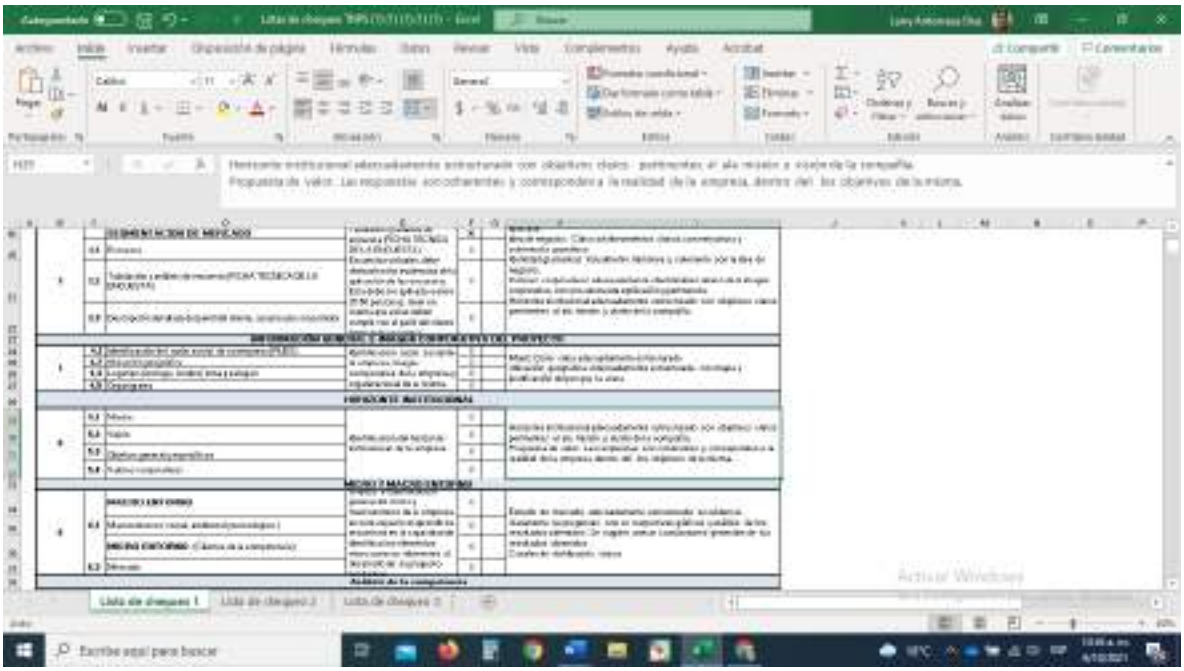

Amenazas
Fortalezas
Debilidades
Oportunidades


8. LEGALIZACIÓN
8.1 Nombre de su empresa
8.2 Localización




LISTA DE CHEQUEO No2
6. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO BIEN O SERVICIO
6.1 Prototipo del producto

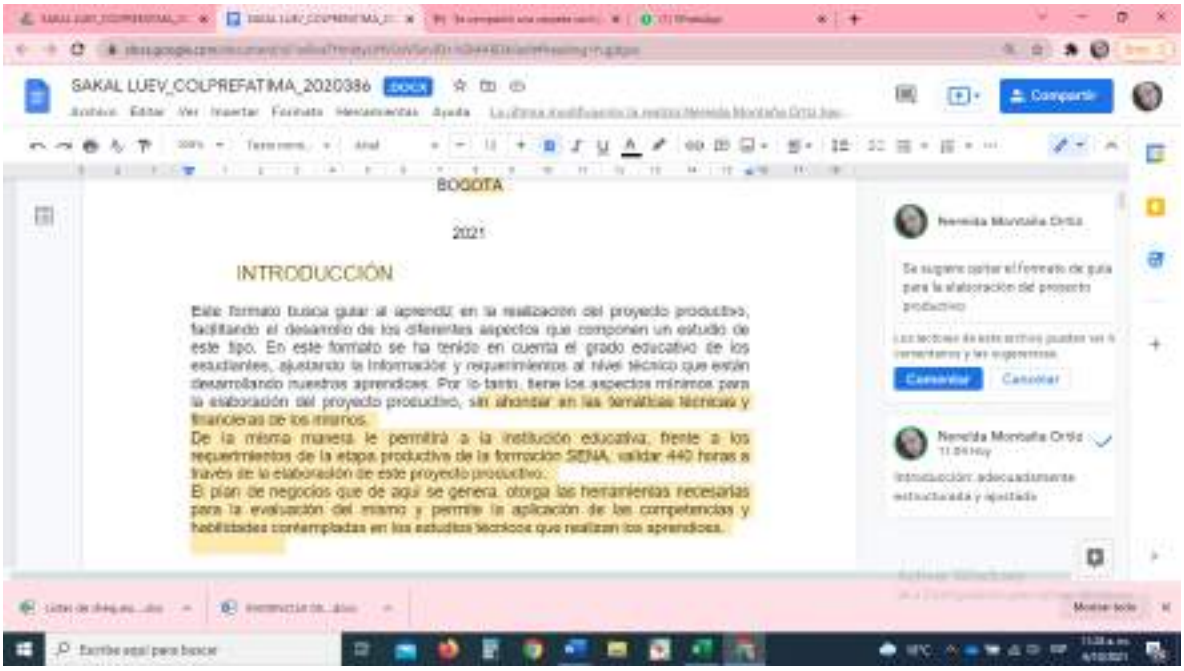


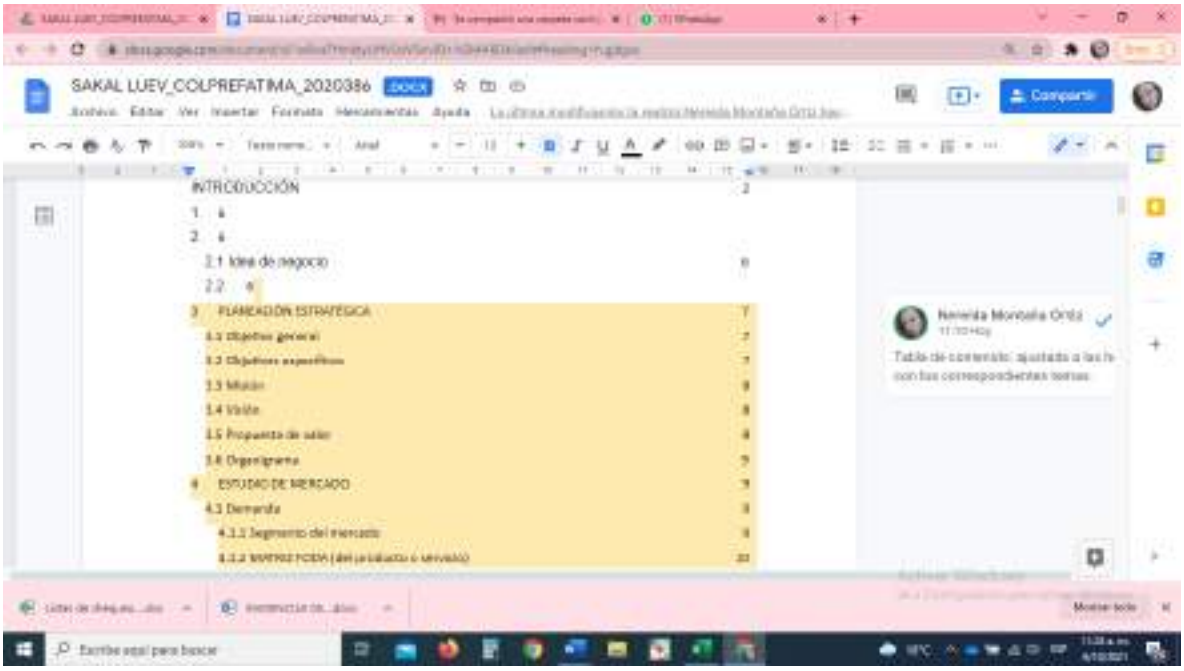


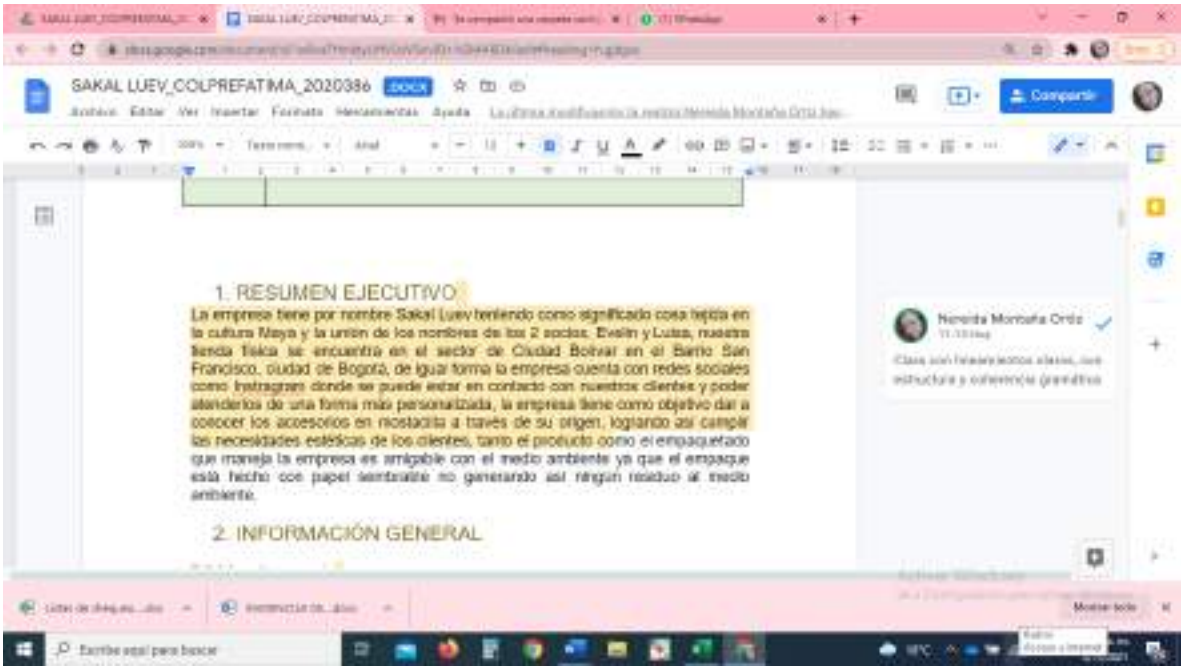
SAKAL LUEV

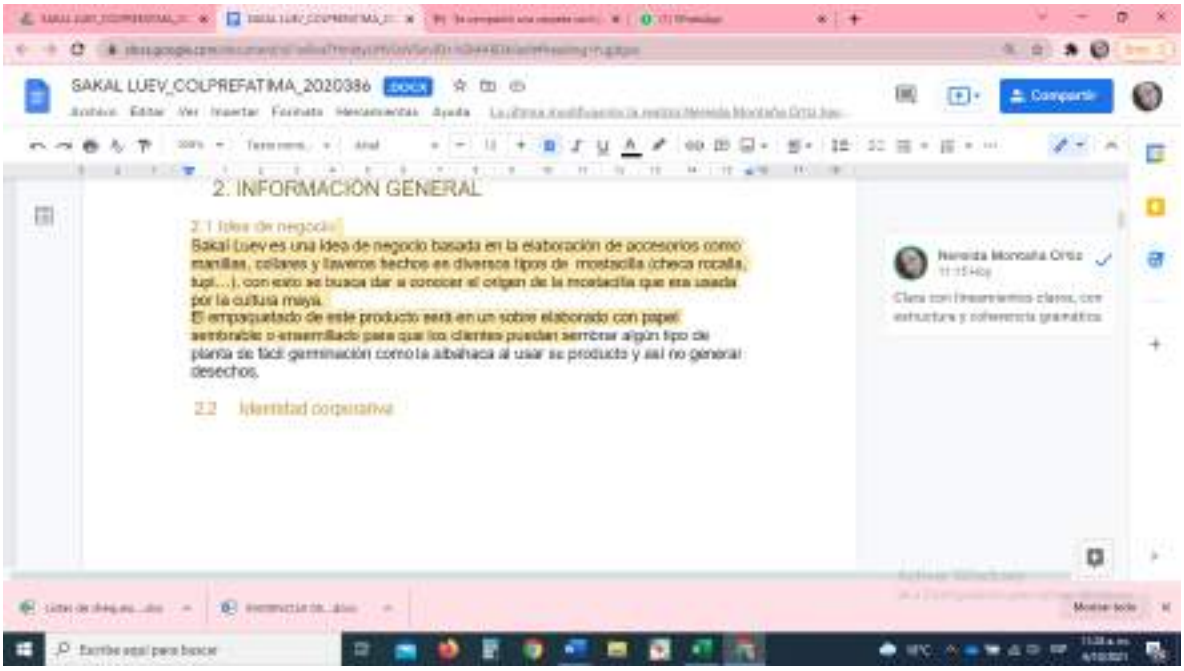
https://drive.google.com/drive/folders/1e-PAOI21KSWOBV5IdF9edOTjQNyl1c9G

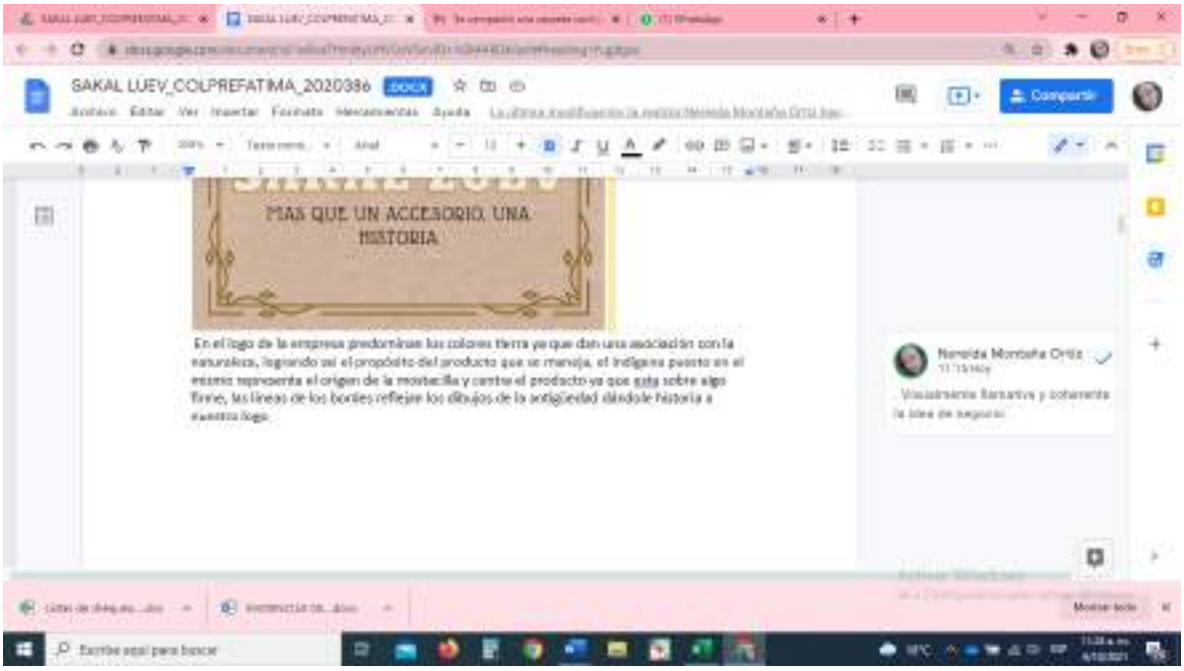
PADILLA ORJUELA EVELIN JULIANA
POLOCHE RUIZ LUISA FERNANDA

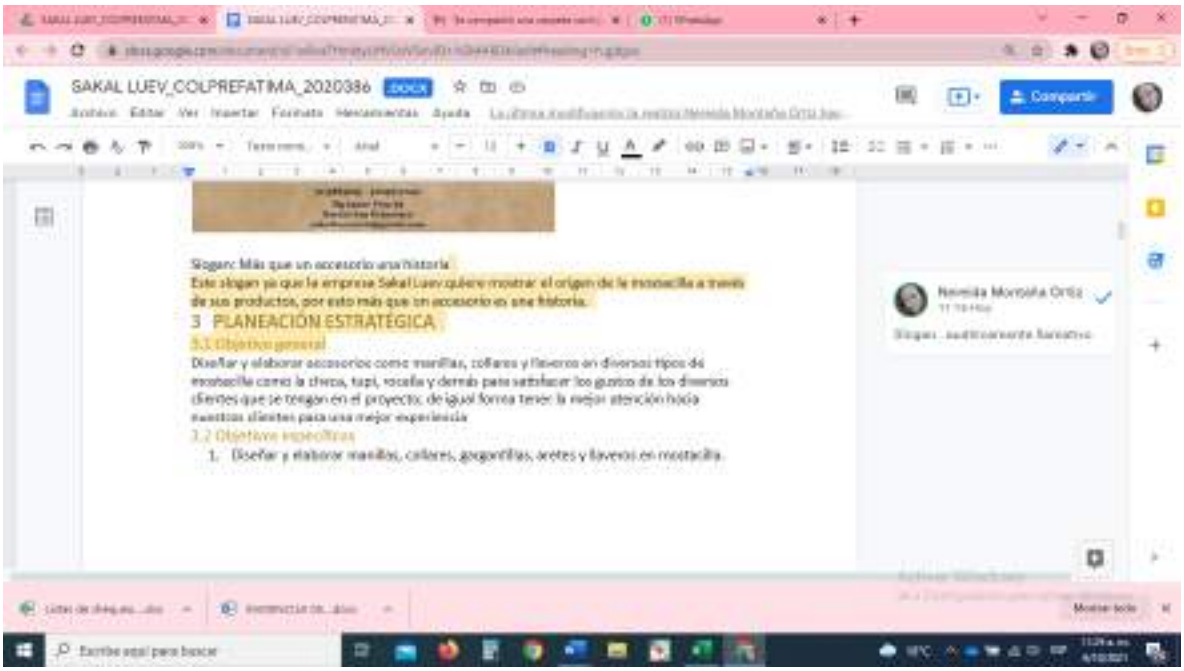

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Compartir
BOGOTA
2021
INTRODUCCIÓN
Este formato busca guiar al aprendiz en la realización del proyecto productivo, facilitando el desarrollo de los diferentes aspectos que componen un estudio de este tipo. En este formato se ha tenido en cuenta el grado educativo de los estudiantes, ajustando la información y requerimientos al nivel técnico que están desarrollando nuestros aprendices. Por lo tanto, tiene los aspectos mínimos para la elaboración del proyecto productivo, sin ahondar en las temáticas técnicas y financieras de los mismos.
De la misma manera le permitirá a la institución educativa, frente a los requerimientos de la etapa productiva de la formación SENA, validar 440 horas a través de la elaboración de este proyecto productivo.
El plan de negocios que de aquí se genera, otorga las herramientas necesarias para la evaluación del mismo y permite la aplicación de las competencias y habilidades contempladas en los estudios técnicos que realizan los aprendices.
Nereida Montaña Ortiz
Se sugiere optar el formato de guía para la elaboración del proyecto productivo
Comentar
Cancelar
Nereida Montaña Ortiz
Introducción adecuadamente estructurada y ajustada
Escribe aquí para buscar

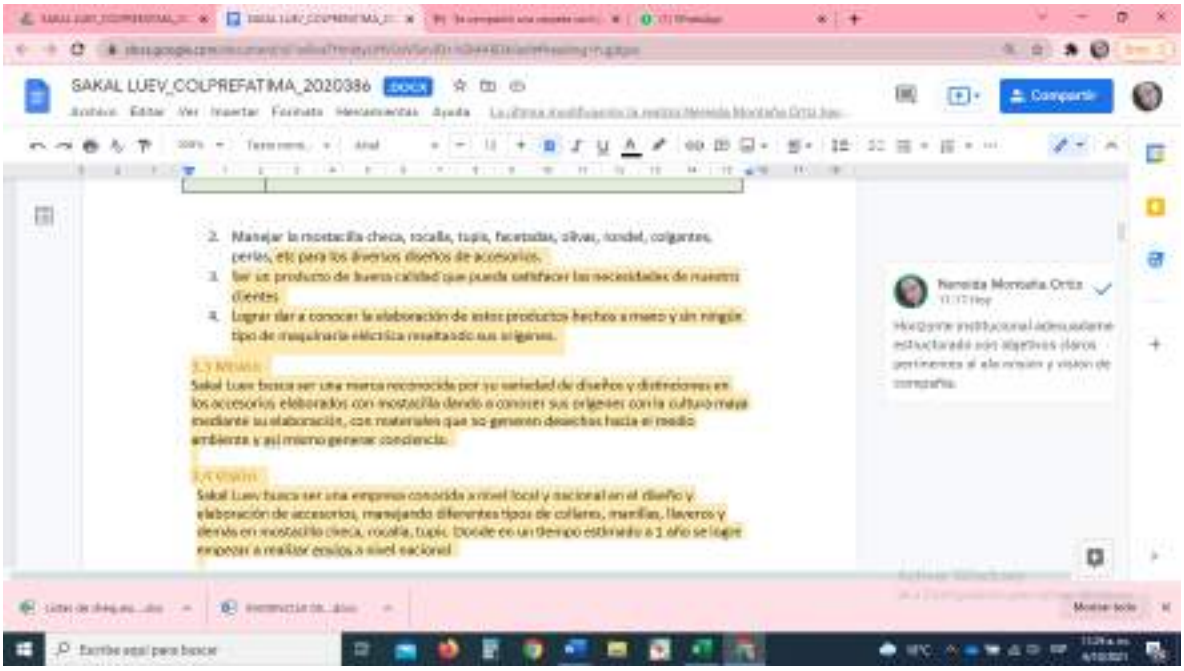

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Compartir
INTRODUCCIÓN 2
1 6
2 6
2.1 Idea de negocio 6
2.2 6
3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 7
3.1 Objetivo general 7
3.2 Objetivos específicos 7
3.3 Misión 8
3.4 Visión 8
3.5 Propuesta de valor 8
3.6 Organigrama 9
4 ESTUDIO DE MERCADO 9
4.3 Demanda 9
4.3.1 Segmento del mercado 9
4.3.2 MATRIZ DOFA (del producto o servicio) 10
Nereida Montaña Ortiz
Tabla de contenido ajustada a las h con los correspondientes temas
Escribe aquí para buscar

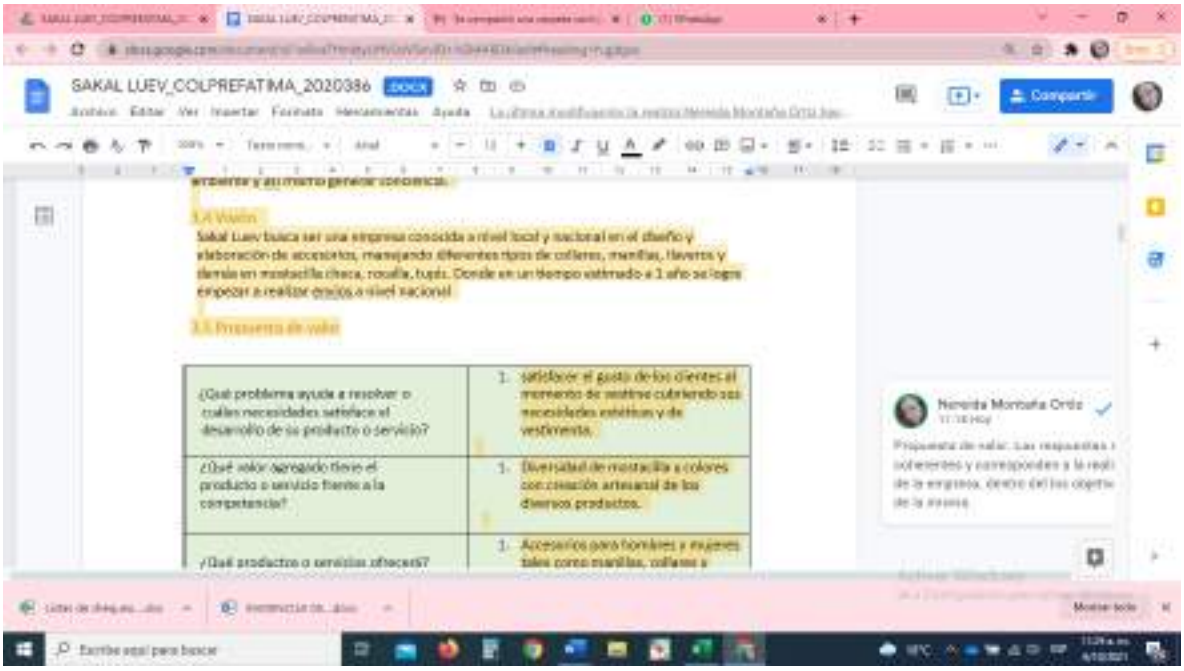

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
1. RESUMEN EJECUTIVO
La empresa tiene por nombre Sakal Luev teniendo como significado cosa lejita en la cultura Maya y la unión de los nombres de los 2 socias, Evelin y Luisa, nuestra tienda física se encuentra en el sector de Ciudad Bolívar en el Barrio San Francisco, ciudad de Bogotá, de igual forma la empresa cuenta con redes sociales como Instagram donde se puede estar en contacto con nuestros clientes y poder atenderlos de una forma más personalizada, la empresa tiene como objetivo dar a conocer los accesorios en mostacilla a través de su origen, logrando así cumplir las necesidades estéticas de los clientes, tanto el producto como el empaquetado que maneja la empresa es amigable con el medio ambiente ya que el empaque está hecho con papel sembrable no generando así ningún residuo al medio ambiente.
2. INFORMACIÓN GENERAL
Nereida Montaña Ortiz
Clara con lineamientos claros, con estructura y coherencia gramática
Mostrar todo

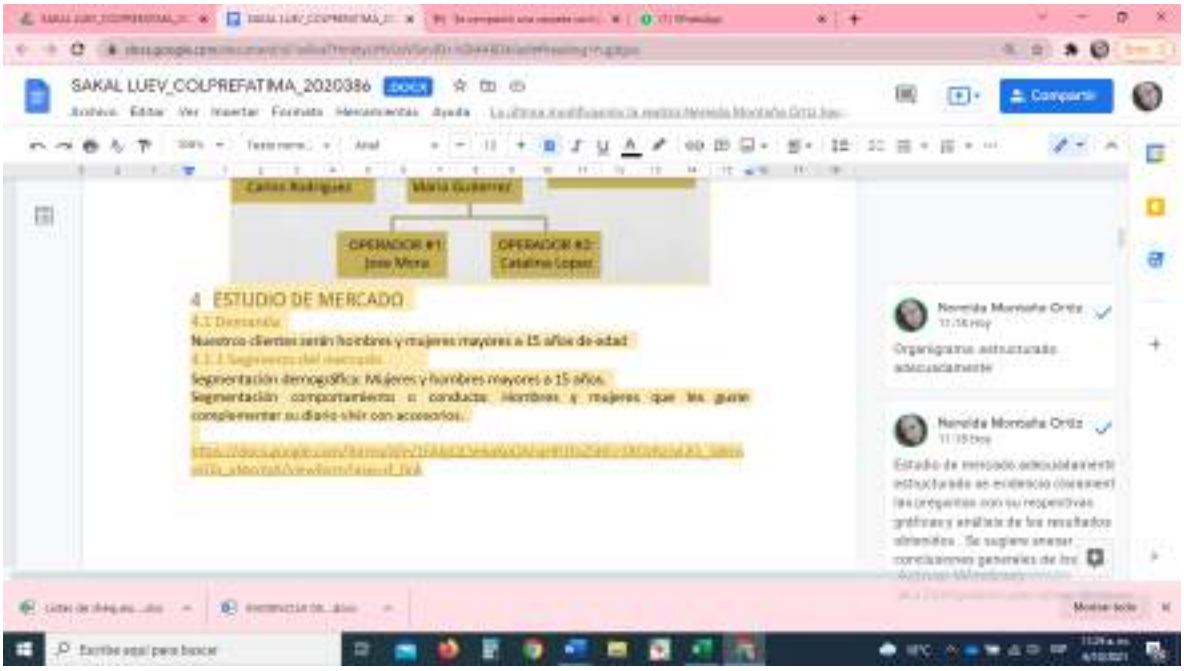

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
2. INFORMACIÓN GENERAL
2.1 Idea de negocio
Sakal Luev es una idea de negocio basada en la elaboración de accesorios como manillas, collares y llaveros hechos en diversos tipos de mostacilla (checa rocalla, tupi…), con esto se busca dar a conocer el origen de la mostacilla que era usada por la cultura maya.
El empaquetado de este producto será en un sobre elaborado con papel sembrable o enseñado para que los clientes puedan sembrar algún tipo de planta de fácil germinación como la albahaca al usar su producto y así no generar desechos.
2.2 Identidad corporativa
Nereida Montaña Ortiz
Clara con lineamientos claros, con estructura y coherencia gramática
Mostrar todo

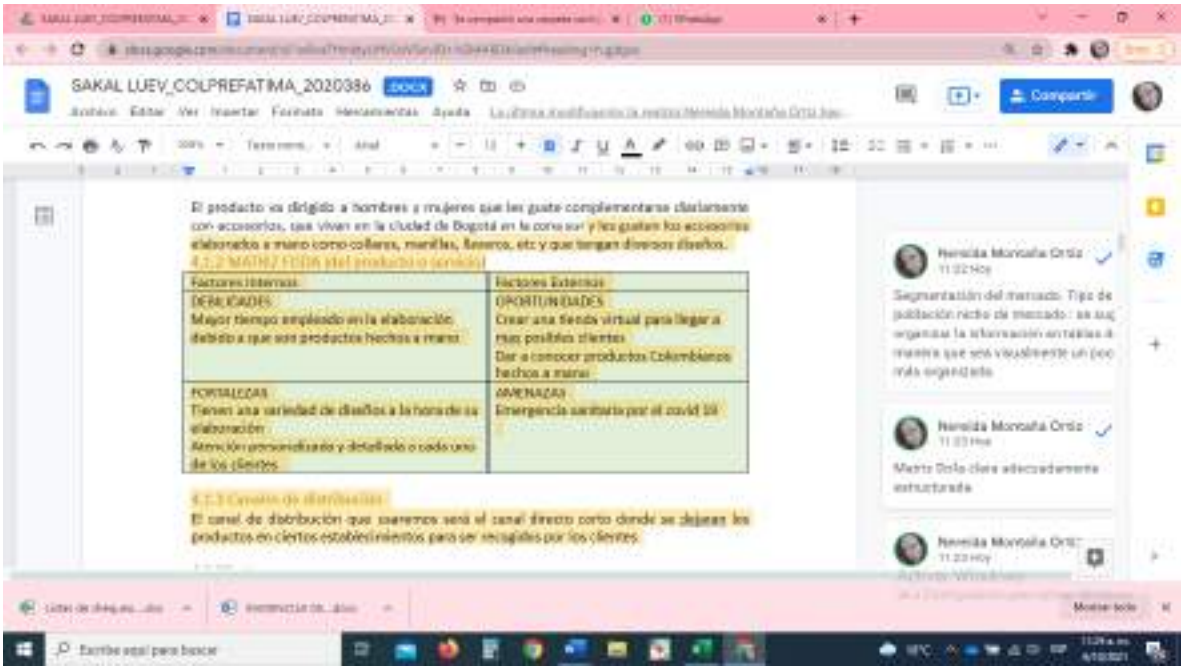

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
MAS QUE UN ACCESORIO, UNA HISTORIA
En el logo de la empresa predominan los colores tierra ya que dan una asociación con la naturaleza, logrando así el propósito del producto que se maneja, el indígena puesto en el mismo representa el origen de la mostacilla y centra el producto ya que esta sobre algo firme, las líneas de los bordes reflejan los dibujos de la antigüedad dándole historia a nuestro logo.
Nereida Montaña Ortiz
Escribe aquí para buscar

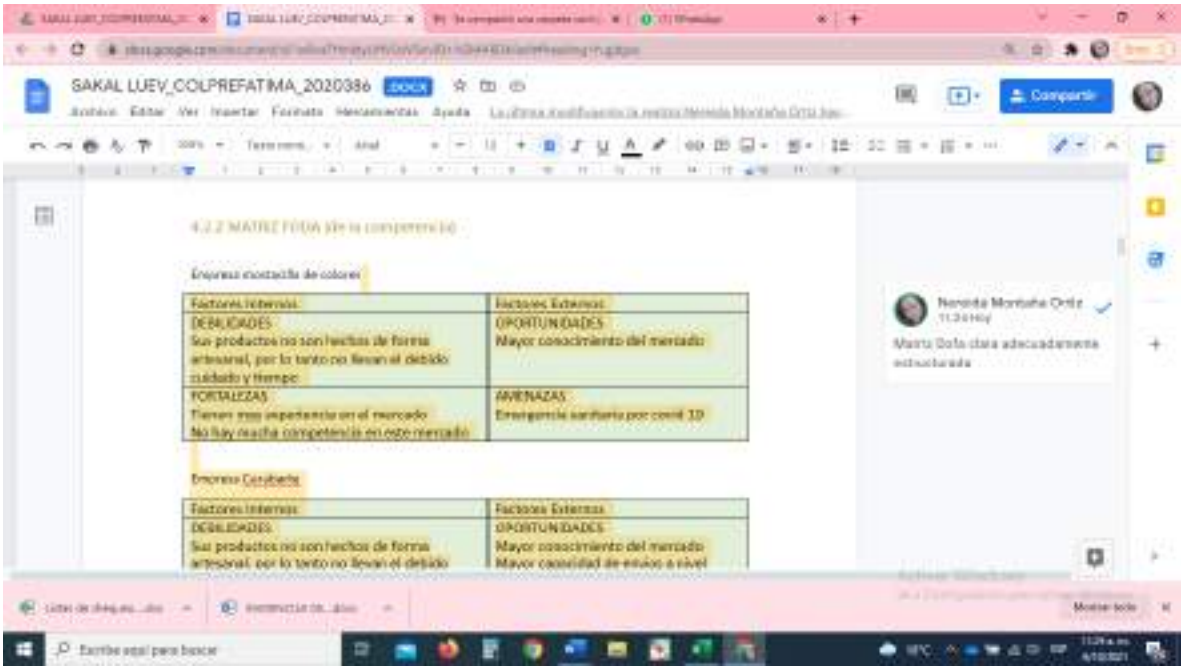

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
Slogan: Más que un accesorio una historia
Este slogan ya que la empresa Sakal Luev quiere mostrar el origen de la mostacilla a través de sus productos, por esto más que un accesorio es una historia.
3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
3.1 Objetivo general
Diseñar y elaborar accesorios como manillas, collares y llaveros en diversos tipos de mostacilla como la checa, tupi, rocalla y demás para satisfacer los gustos de los diversos clientes que se tengan en el proyecto; de igual forma tener la mejor atención hacia nuestros clientes para una mejor experiencia
3.2 Objetivos específicos
1. Diseñar y elaborar manillas, collares, gargantillas, aretes y llaveros en mostacilla.
Nereida Montaña Ortiz
Escribe aquí para buscar

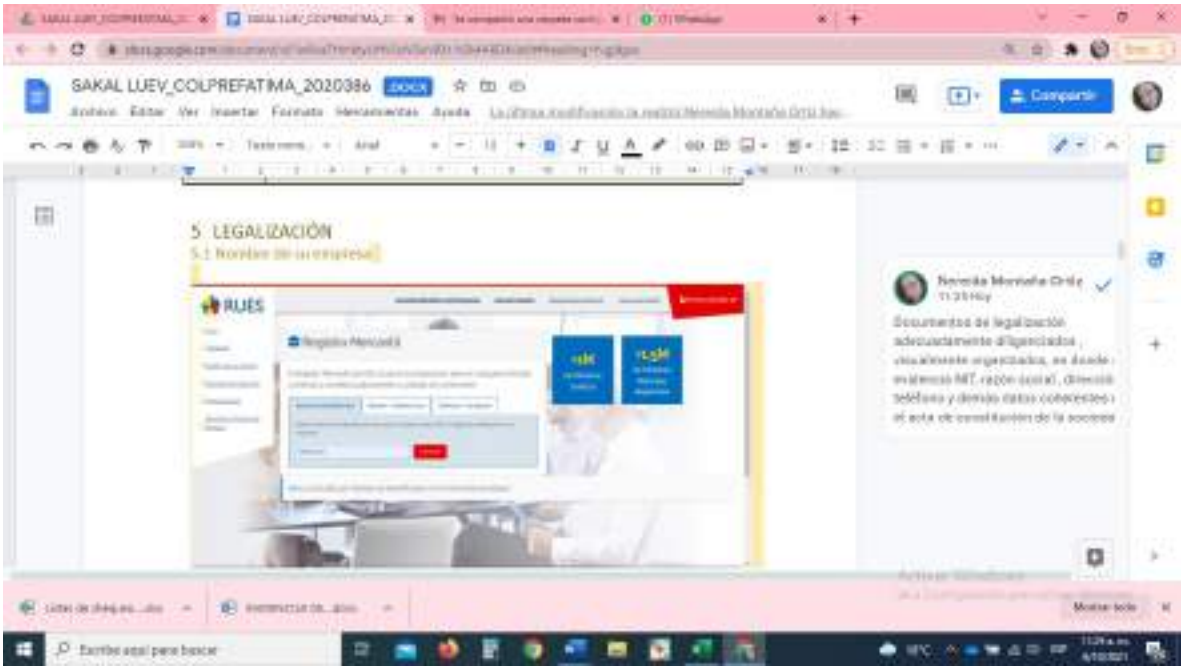

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_20203B6 .DOCX
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Compartir
2. Manejar la mostacilla checa, rocalla, tupis, facetadas, olivas, rondel, colgantes, perlas, etc para los diversos diseños de accesorios.
3. Ser un producto de buena calidad que pueda satisfacer las necesidades de nuestro clientes.
4. Lograr dar a conocer la elaboración de estos productos hechos a mano y sin ningún tipo de maquinaria eléctrica resaltando sus orígenes.
3.3 Misión
Sakal Luev busca ser una marca reconocida por su variedad de diseños y distinciones en los accesorios elaborados con mostacilla dando a conocer sus orígenes con la cultura maya mediante su elaboración, con materiales que no generen desechos hacia el medio ambiente y así mismo generar conciencia.
3.4 Visión
Sakal Luev busca ser una empresa conocida a nivel local y nacional en el diseño y elaboración de accesorios, manejando diferentes tipos de collares, manillas, llaveros y demás en mostacilla checa, rocalla, tupis. Donde en un tiempo estimado a 1 año se logre empezar a realizar envíos a nivel nacional
Nereida Montaña Ortiz
Escribe aquí para buscar

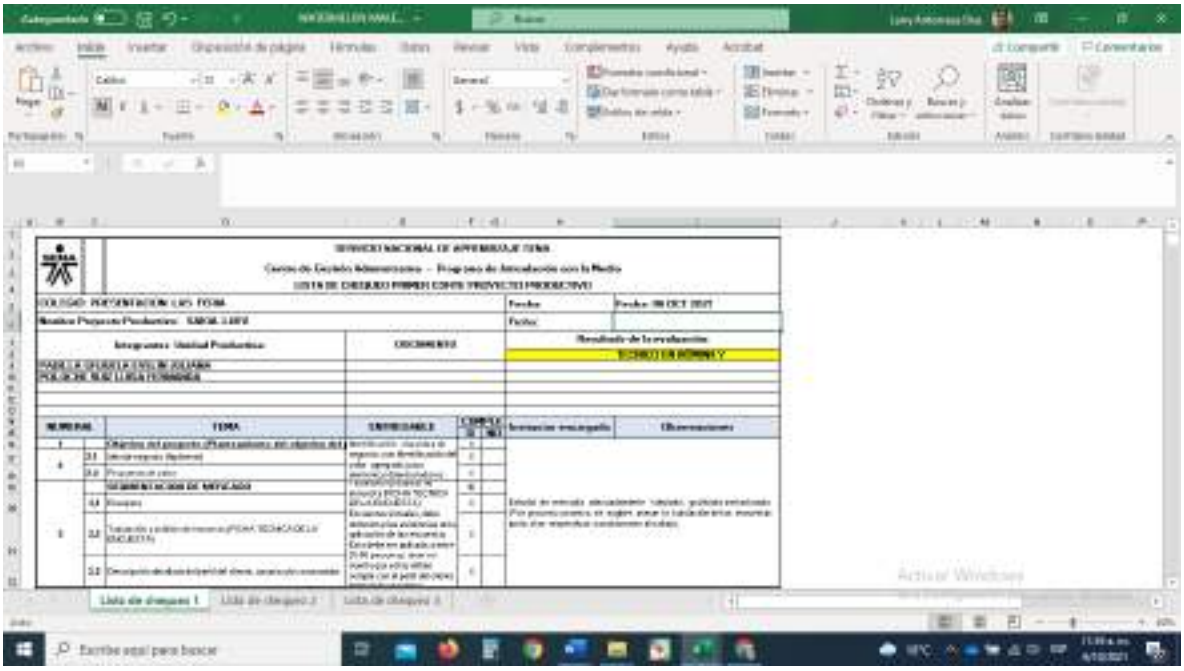

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_20203B6 .DOCX
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Compartir
ambiente y así mismo generar conciencia.
3.4 Visión
Sakal Luev busca ser una empresa conocida a nivel local y nacional en el diseño y elaboración de accesorios, manejando diferentes tipos de collares, manillas, llaveros y demás en mostacilla checa, rocalla, tupis. Donde en un tiempo estimado a 1 año se logre empezar a realizar envíos a nivel nacional
3.5 Propuesta de valor
¿Qué problema ayuda a resolver o cuáles necesidades satisface el desarrollo de su producto o servicio?
1. satisfacer el gusto de los clientes al momento de sentirse cubriendo sus necesidades estéticas y de vestimenta.
¿Qué valor agregado tiene el producto o servicio frente a la competencia?
1. Diversidad de mostacilla a colores con creación artesanal de los diversos productos.
¿Qué productos o servicios ofrecerá?
1. Accesorios para hombres y mujeres tales como manillas, collares a
Nereida Montaña Ortiz
Escribe aquí para buscar

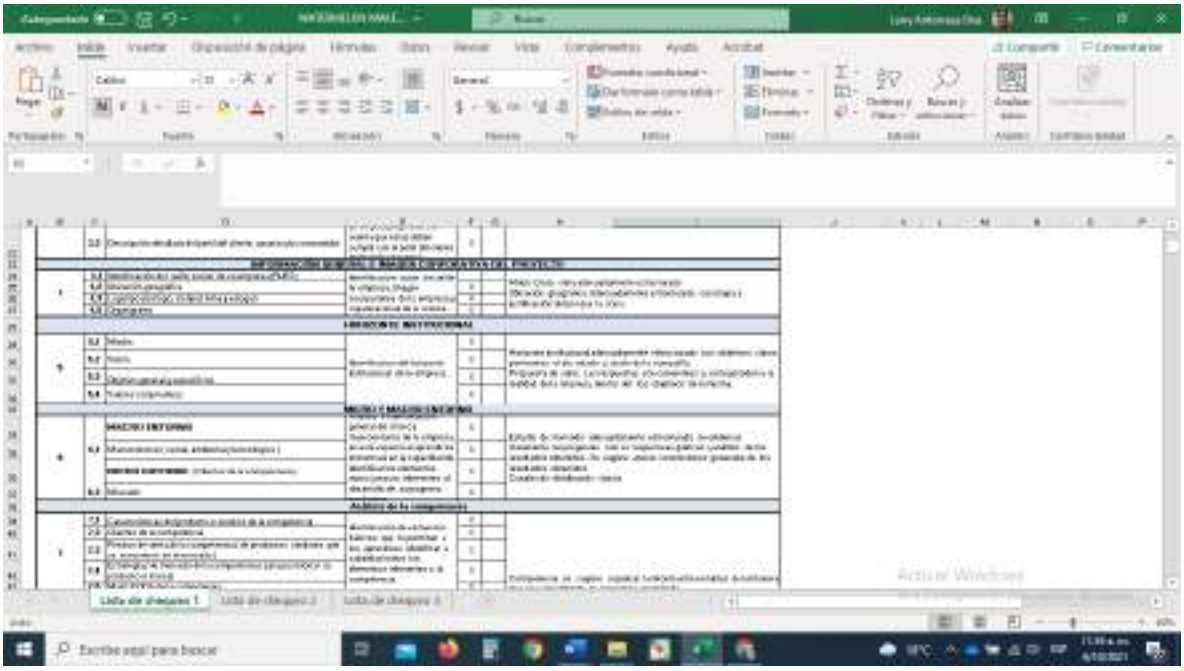

SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386 .DOCX
Compartir
Carlos Rodriguez
Maria Gutierrez
OPERADOR #1:
Jose Mora
OPERADOR #2:
Catalina Lopez
4 ESTUDIO DE MERCADO
4.1 Demanda
Nuestros clientes serán hombres y mujeres mayores a 15 años de edad
4.1.1 Segmento del mercado
Segmentación demográfica: Mujeres y hombres mayores a 15 años.
Segmentación comportamiento o conducta: Hombres y mujeres que les guste complementar su diario vivir con accesorios.
Nereida Montaña Ortiz
Organigrama estructurado adecuadamente
Nereida Montaña Ortiz
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencio claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos . Se sugiere anexar conclusiones generales de los


SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386 .DOCX
Compartir
El producto va dirigido a hombres y mujeres que les guste complementarse diariamente con accesorios, que vivan en la ciudad de Bogotá en la zona sur y les gusten los accesorios elaborados a mano como collares, manillas, llaveros, etc y que tengan diversos diseños.
4.1.2 MATRIZ DOFA del producto o servicio
Factores Internos
Factores Externos
DEBILIDADES
Mayor tiempo empleado en la elaboración debido a que son productos hechos a mano
OPORTUNIDADES
Crear una tienda virtual para llegar a mas posibles clientes
Dar a conocer productos Colombianos hechos a mano
FORTALEZAS
Tienen una variedad de diseños a la hora de su elaboración
Atención personalizada y detallada a cada uno de los clientes
AMENAZAS
Emergencia sanitaria por el covid 19
4.1.3 Canales de distribución
El canal de distribución que usaremos será el canal directo corto donde se dejaran los productos en ciertos establecimientos para ser recogidos por los clientes
Nereida Montaña Ortiz
Segmentación del mercado. Tipo de población nicho de mercado : se sug organizar la información en tablas d manera que sea visualmente un poc más organizado
Nereida Montaña Ortiz
Matriz Dofa clara adecuadamente estructurada
Nereida Montaña Ortiz


SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
Empresa cosecha de colores
Factores Internos
Factores Externos
DEBILIDADES
Sus productos no son hechos de forma artesanal, por lo tanto no llevan el debido cuidado y tiempo
OPORTUNIDADES
Mayor conocimiento del mercado
FORTALEZAS
Tienen mas experiencia en el mercado
No hay mucha competencia en este mercado
AMENAZAS
Emergencia sanitaria por covid 19
Empresa Confiberte
Factores Internos
Factores Externos
DEBILIDADES
Sus productos no son hechos de forma artesanal, por lo tanto no llevan el debido
OPORTUNIDADES
Mayor conocimiento del mercado
Mayor casualidad de envios a nivel


SAKAL LUEV_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
5 LEGALIZACIÓN
RUES



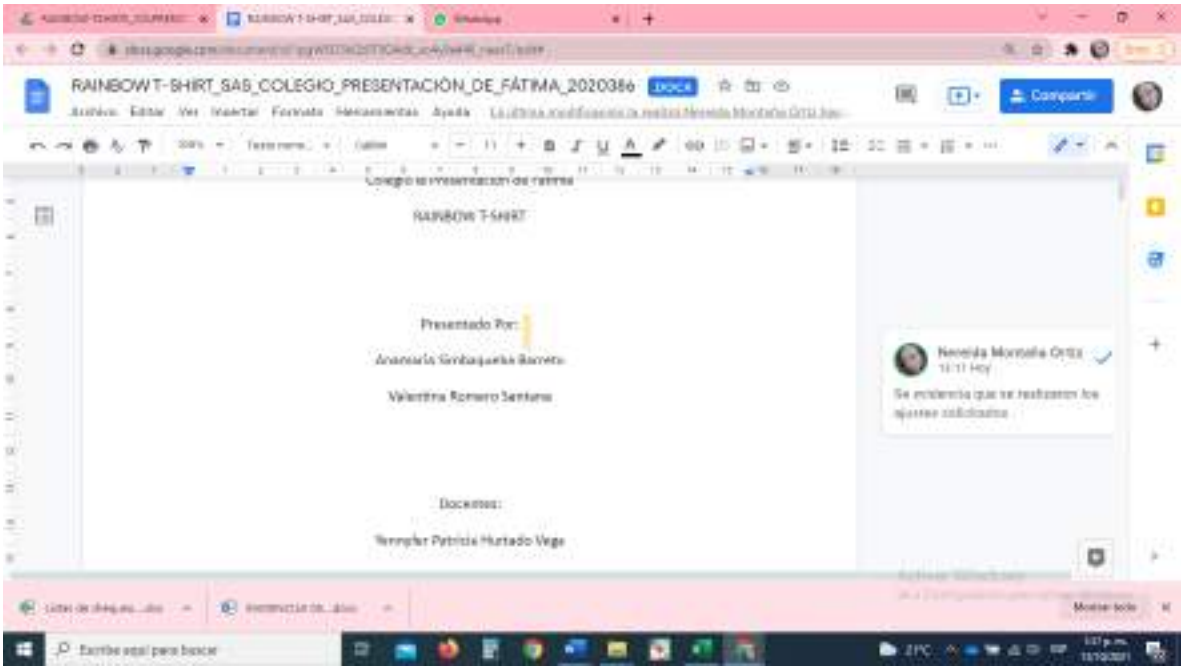


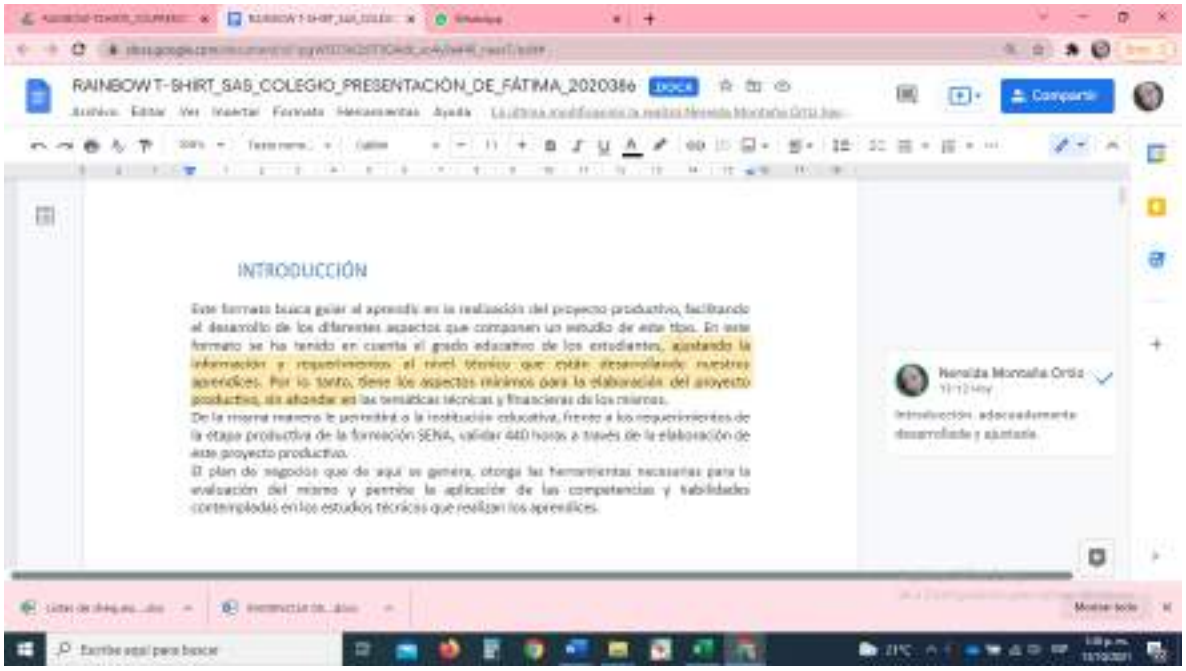
RAINBOW T-SHIRT

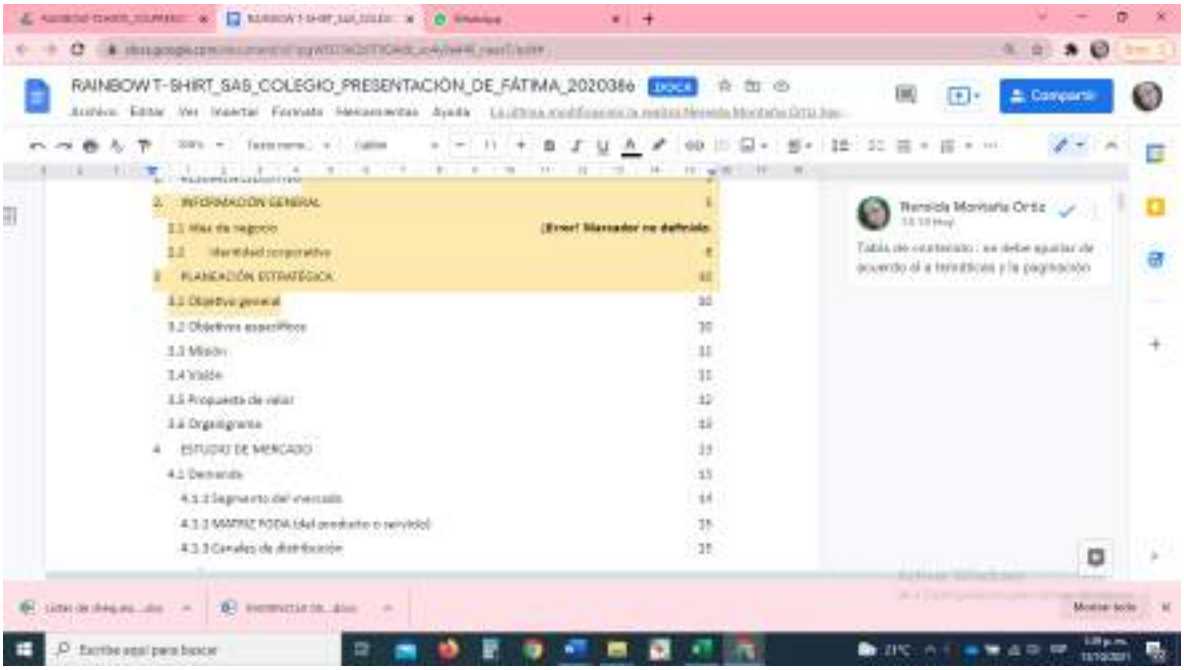
https://drive.google.com/drive/folders/1P_XdEft6QavRidBEg1ebIR9OCjohEvqV

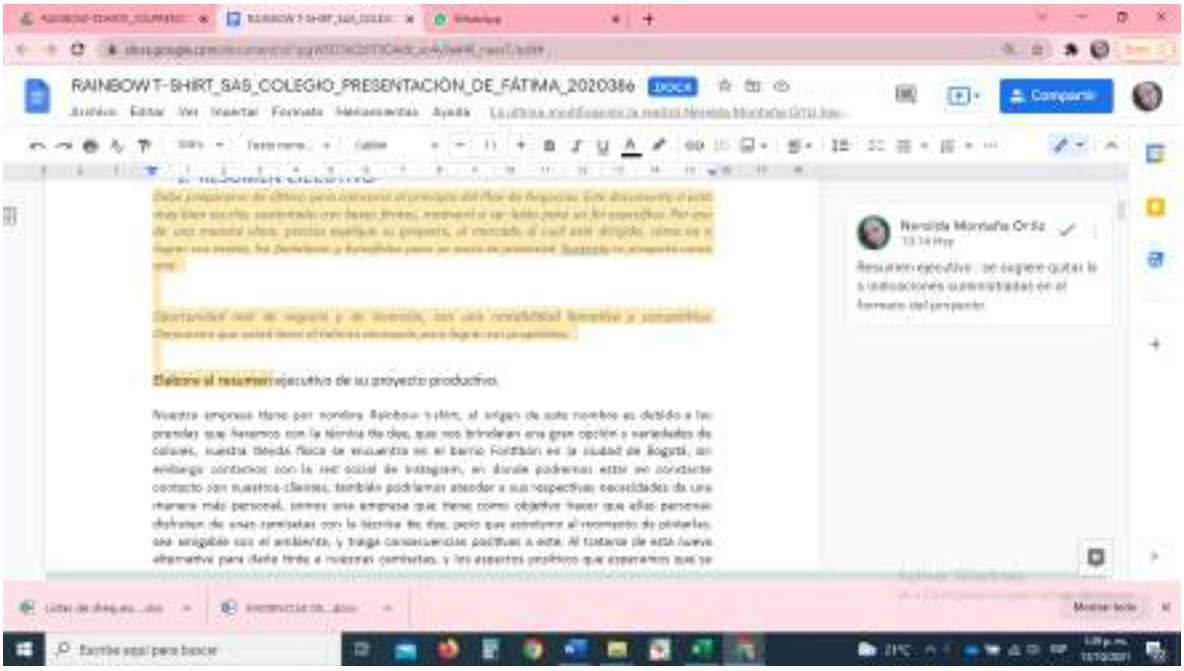
Anamaria Simbaqueba Barreto

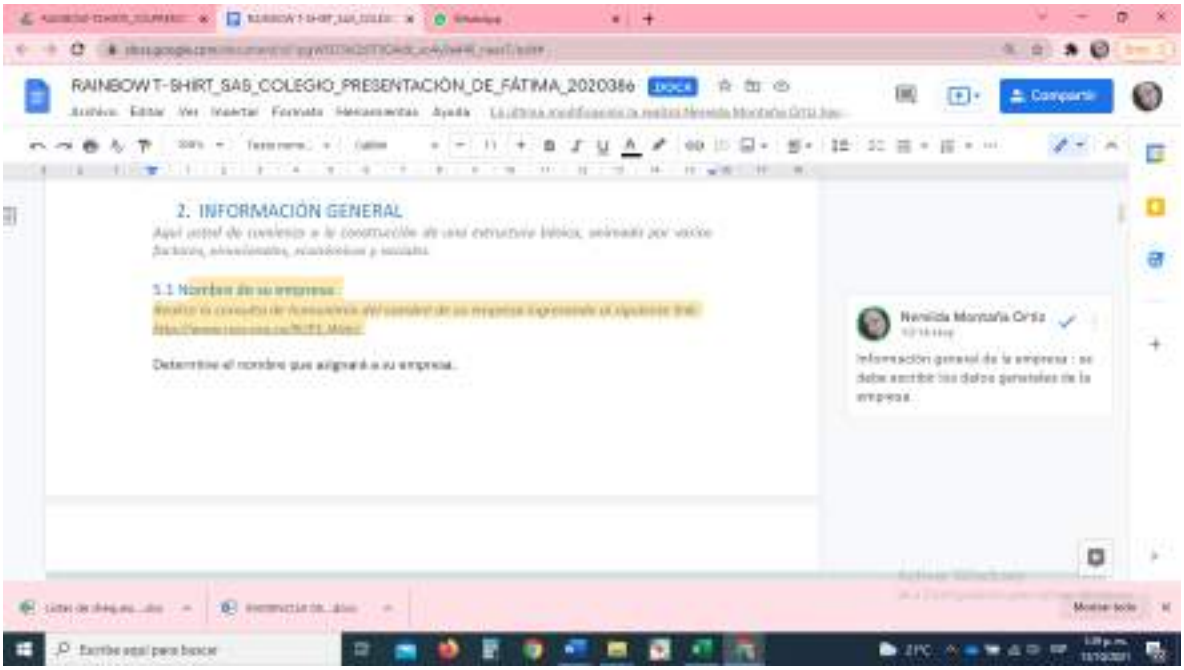
Valentina Romero Santana

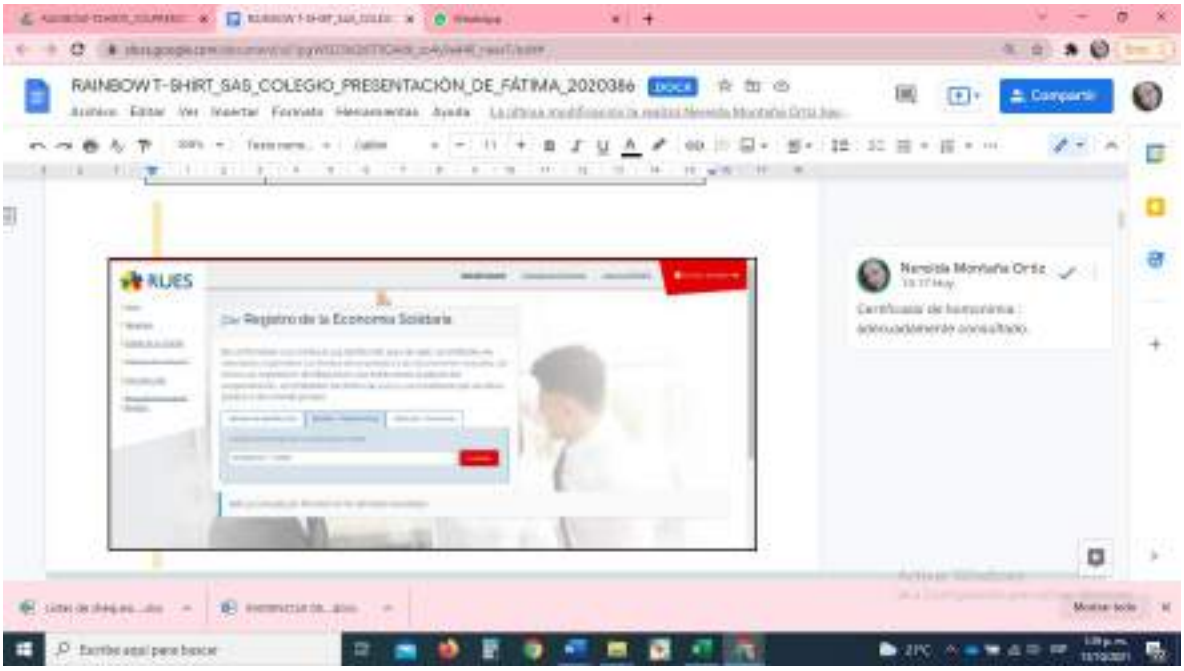


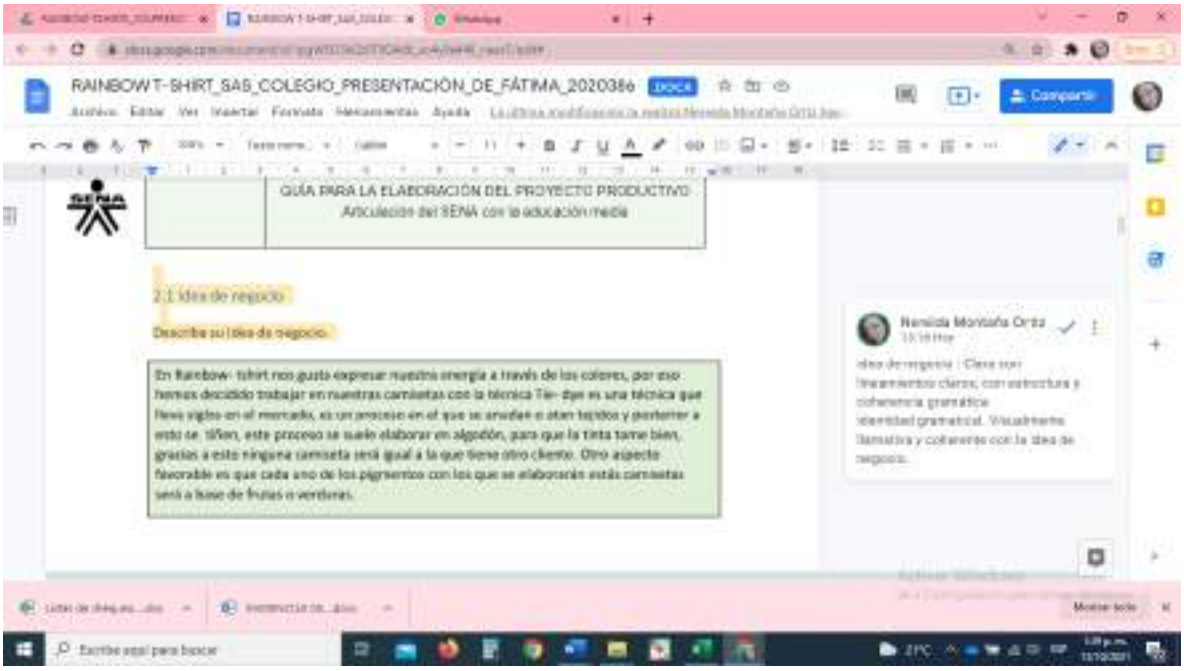

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
DOCX
Compartir
INTRODUCCIÓN
Este formato busca guiar al aprendiz en la realización del proyecto productivo, facilitando el desarrollo de los diferentes aspectos que componen un estudio de este tipo. En este formato se ha tenido en cuenta el grado educativo de los estudiantes, ajustando la información y requerimientos al nivel técnico que están desarrollando nuestros aprendices. Por lo tanto, tiene los aspectos mínimos para la elaboración del proyecto productivo, sin ahondar en las temáticas técnicas y financieras de los mismos.
De la misma manera le permitirá a la institución educativa, frente a los requerimientos de la etapa productiva de la formación SENA, validar 440 horas a través de la elaboración de este proyecto productivo.
El plan de negocios que de aquí se genera, otorga las herramientas necesarias para la evaluación del mismo y permite la aplicación de las competencias y habilidades contempladas en los estudios técnicos que realizan los aprendices.
Reinalda Montaña Ortiz
Introducción adecuadamente desarrollada y ajustada.

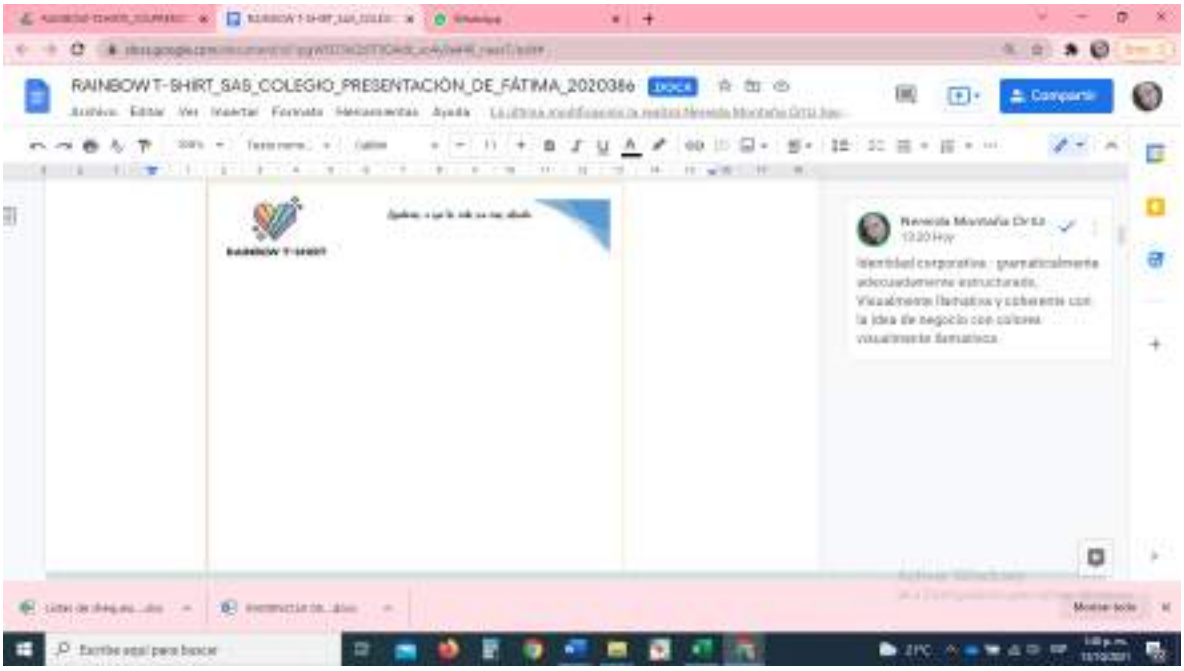

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
DOCX
Compartir
2. INFORMACIÓN GENERAL 5
3.1 Plan de negocio ¡Error! Marcador no definido.
3.2 Identidad corporativa 8
3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 10
3.2 Objetivo general 10
3.2 Objetivos específicos 10
3.3 Misión 11
3.4 Visión 11
3.5 Propuesta de valor 12
3.6 Organigrama 13
4 ESTUDIO DE MERCADO 13
4.1 Demanda 13
4.1.2 Segmento del mercado 14
4.1.3 MATRIZ FODA (del producto o servicio) 15
4.1.3 Canales de distribución 15
Reinalda Montaña Ortiz
Tabla de contenido: se debe ajustar de acuerdo al a temáticas y la paginación

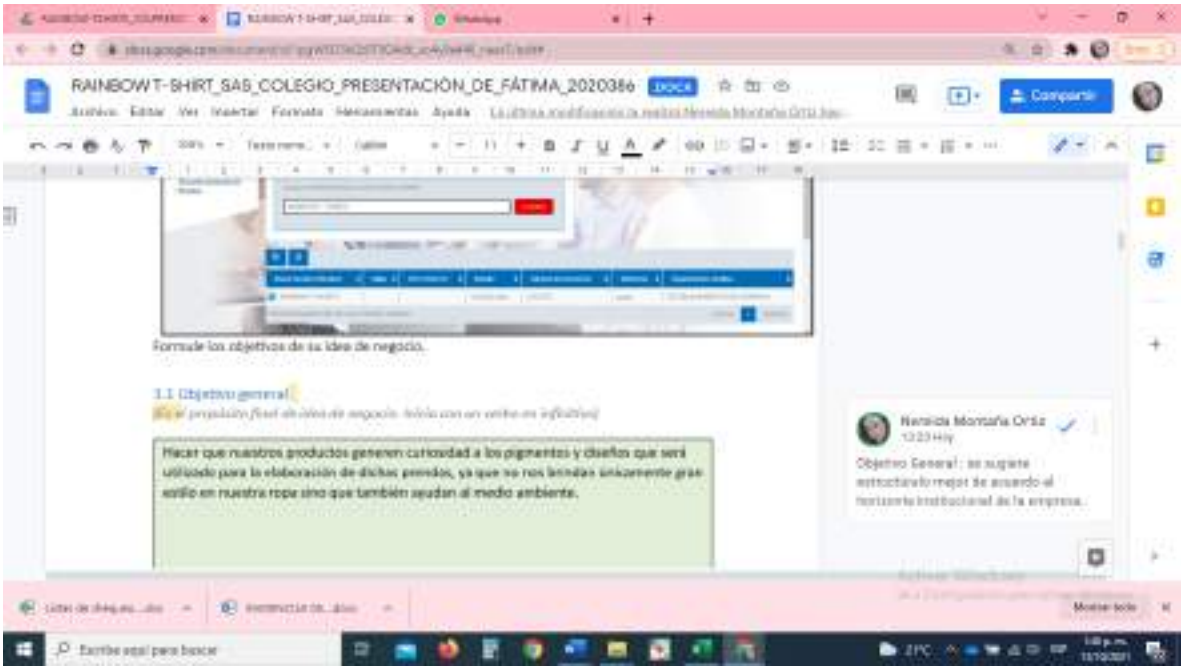

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
DOCX
Compartir
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Nerelda Montaña Ortiz
Elabore el resumen ejecutivo de su proyecto productivo.
Nuestra empresa tiene por nombre Rainbow t-shirt, el origen de este nombre se debido a las prendas que haremos con la técnica tie dye, que nos brindaran una gran opción a variedades de colores, nuestra tienda física se encuentra en el barrio Fontibón en la ciudad de Bogotá, sin embargo contamos con la red social de Instagram, en donde podremos estar en contacto contacto con nuestros clientes, también podríamos atender a sus respectivas necesidades de una manera más personal, somos una empresa que tiene como objetivo hacer que ellas personas disfruten de unas camisetas con la técnica tie dye, pero que contribuye al cuidado de ambiente, sea amigable con el ambiente, y traiga consecuencias positivas a esta. Al tratarse de esta nueva alternativa para darle tinte a nuestras camisetas, y las aspectos positivos que esperamos que se
Escribe aquí para buscar

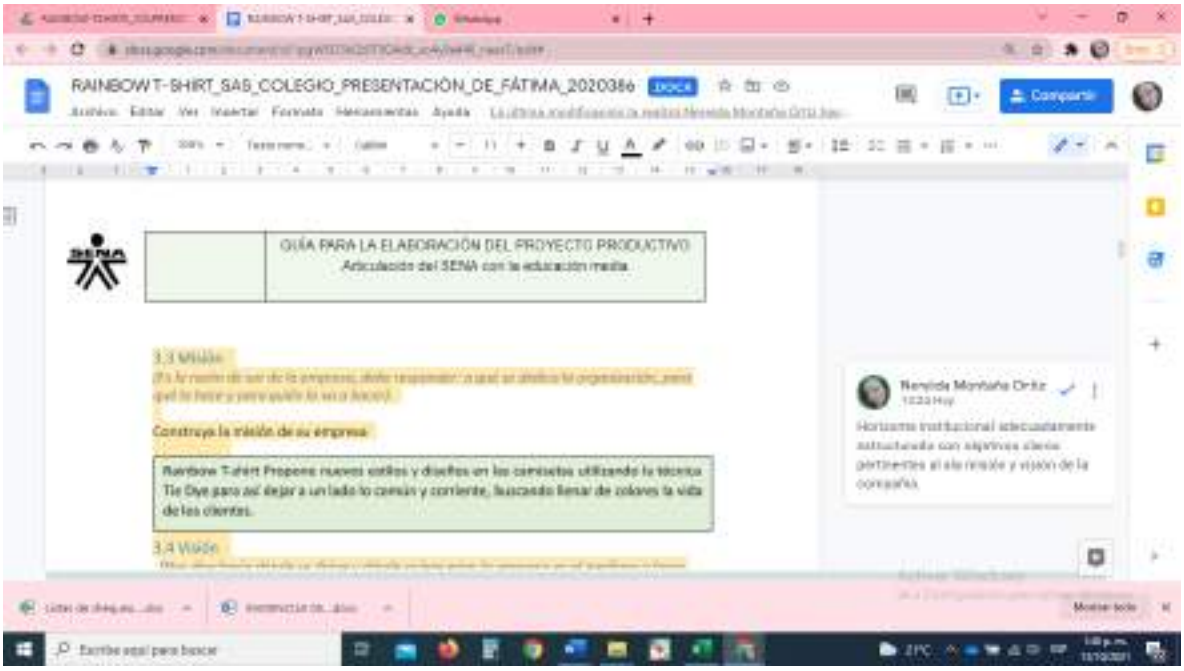

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
DOCX
Compartir
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
2. INFORMACIÓN GENERAL
Aquí usted de comienzo a la construcción de una estructura básica, enlazado por varios factores, económicos, académicos y sociales.
5.1 Nombre de su empresa :
Nerelda Montaña Ortiz
Información general de la empresa : se debe escribir los datos generales de la empresa.
Determine el nombre que asignará a su empresa.
Escribe aquí para buscar

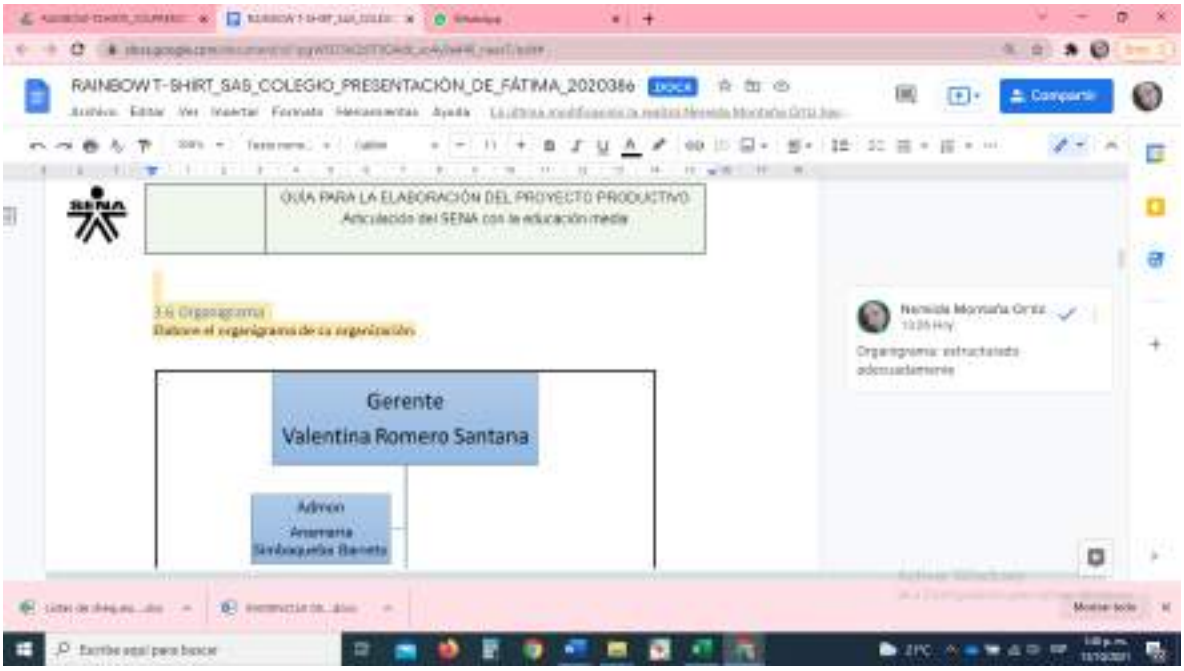

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
Compartir
RLUES
Registro de la Economía Solidaria
Nereida Montaña Ortiz

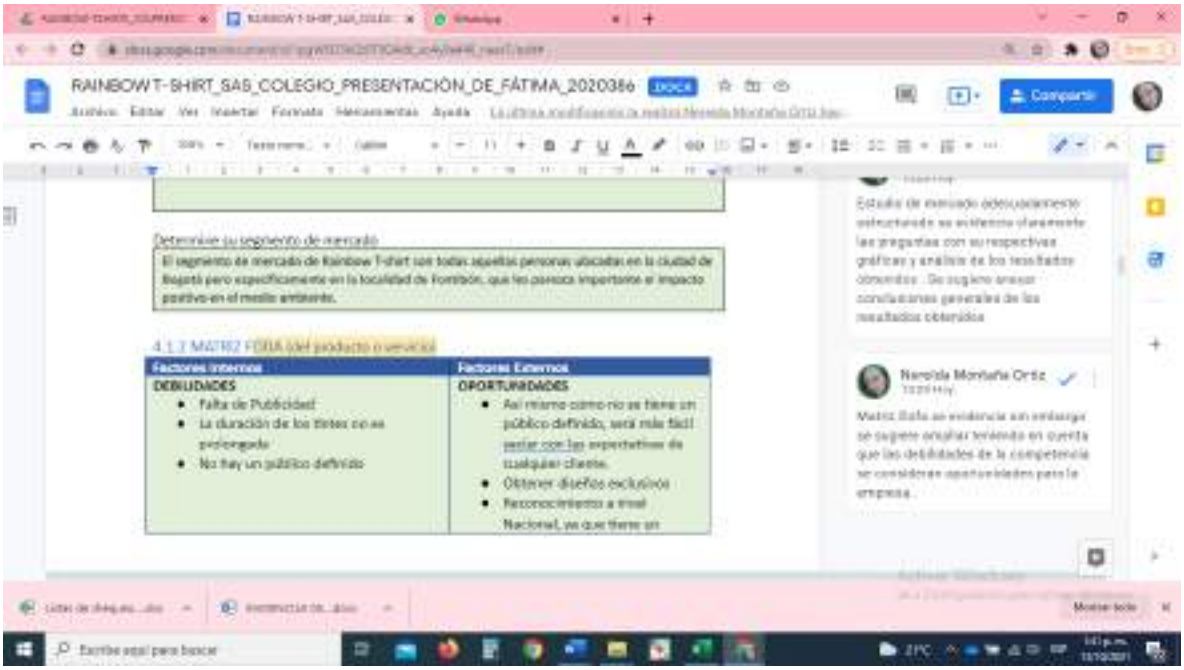

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
2.1 Idea de negocio
Describe su idea de negocio.
En Rainbow- tshirt nos gusta expresar nuestra energía a través de los colores, por eso hemos decidido trabajar en nuestras camisetas con la técnica Tie- dye es una técnica que lleva siglos en el mercado, es un proceso en el que se anudan o atan tejidos y posterior a esto se tiñen, este proceso se suele elaborar en algodón, para que la tinta tome bien, gracias a esto ninguna camiseta será igual a la que tiene otro cliente. Otro aspecto favorable es que cada uno de los pigmentos con los que se elaborarán estás camisetas será a base de frutas o verduras.
Nereida Montaña Ortiz

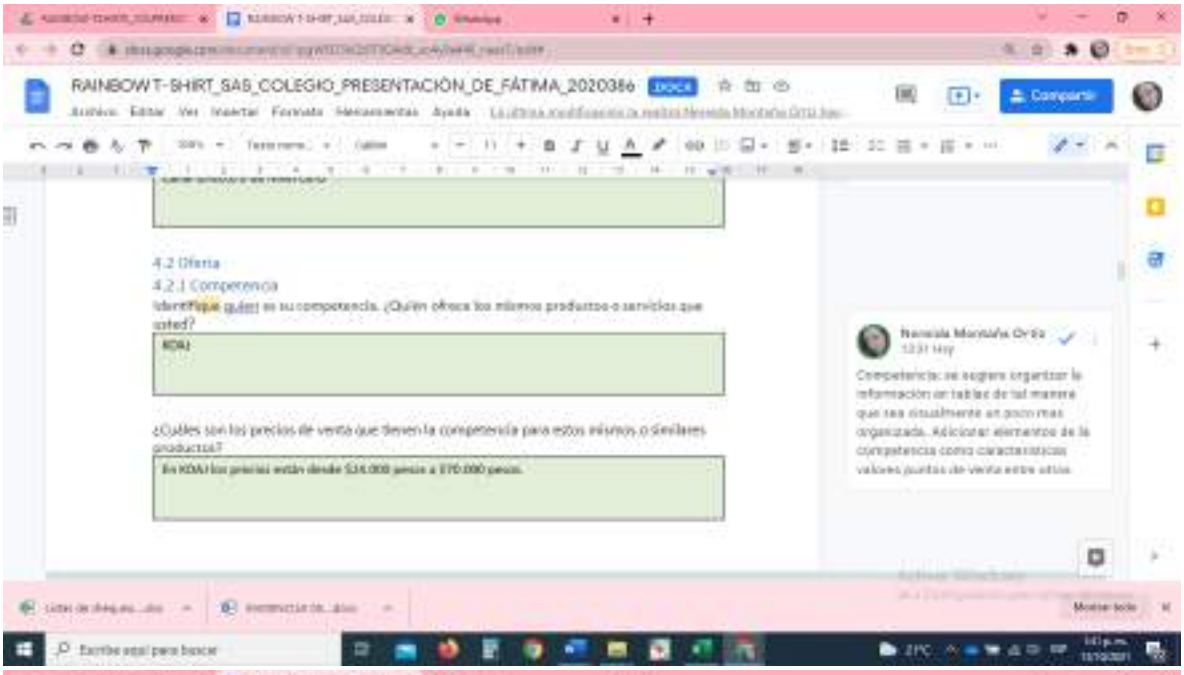

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
DOCX
Compartir

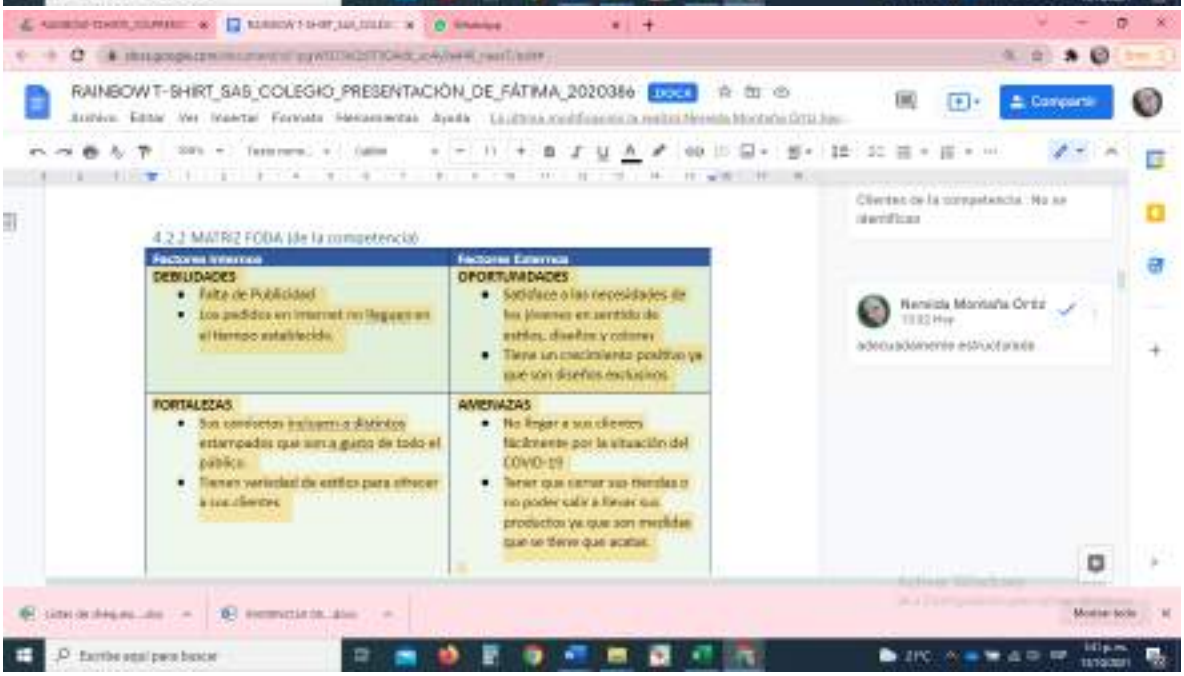

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
DOCX
Compartir
Formule los objetivos de su idea de negocio.
1.1 Objetivo general
Hacer que nuestros productos generen curiosidad a los pigmentos y diseños que será utilizado para la elaboración de dichas prendas, ya que no nos limitaríamos únicamente gran estilo en nuestra ropa sino que también ayudan al medio ambiente.

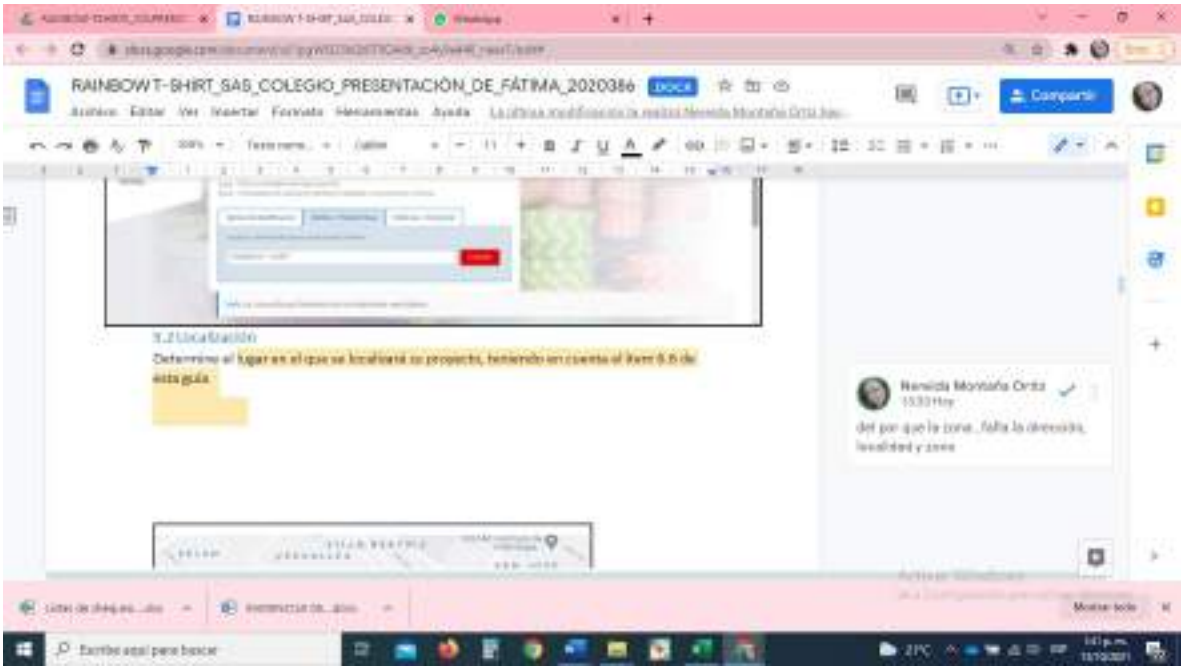

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
Construya la misión de su empresa
Rainbow T-shirt Propone nuevos estilos y diseños en las camisetas utilizando la técnica Tie Dye para así dejar a un lado lo común y corriente, buscando llenar de colores la vida de los clientes.
3.4 Visión

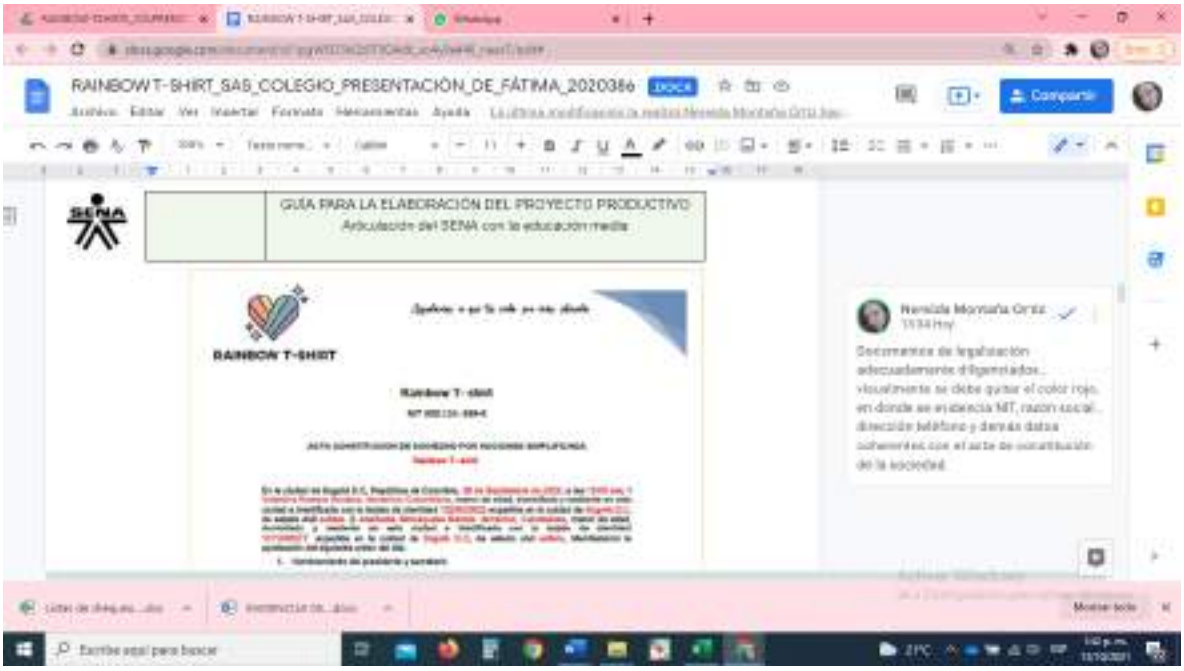

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
3.6 Organigrama
Elabore el organigrama de su organización
Gerente
Valentina Romero Santana

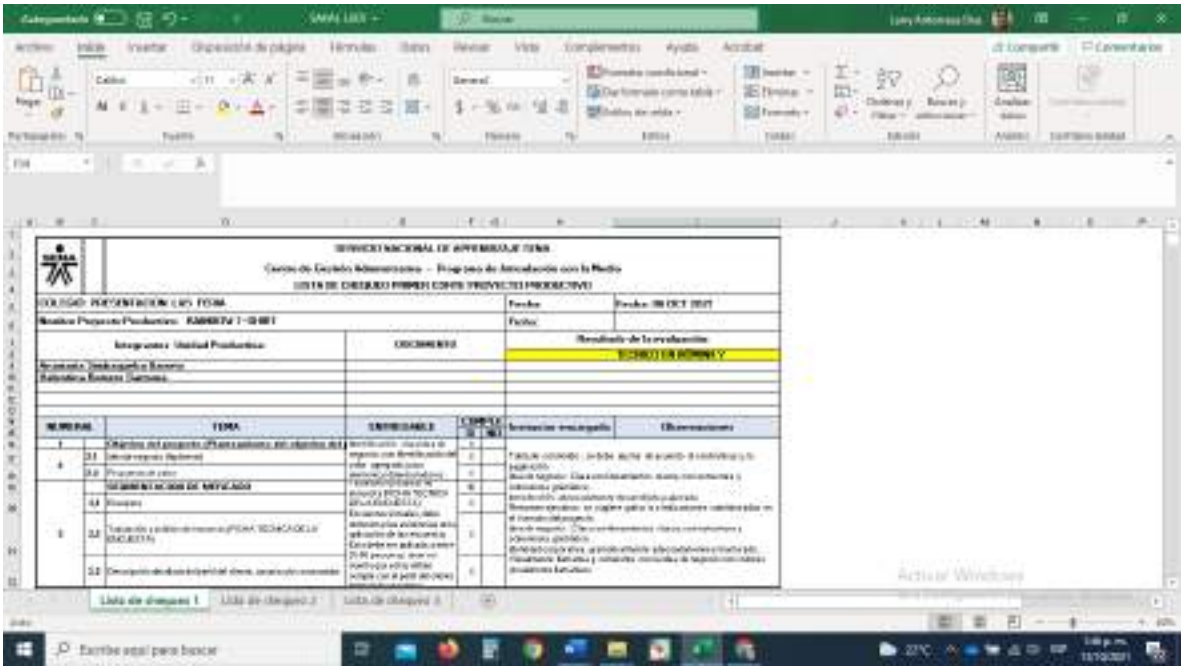

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
Compartir
Determine su segmento de mercado
El segmento de mercado de Rainbow T-shirt son todas aquellas personas ubicadas en la ciudad de Bogotá pero específicamente en la localidad de Fontibón, que les parezca importante el impacto positivo en el medio ambiente.
4.1.2 MATRIZ FODA del producto o servicio
Factores Internos
DEBILIDADES
Falta de Publicidad
La duración de los tintes no es prolongada
No hay un público definido
Factores Externos
OPORTUNIDADES
Así mismo como no se tiene un público definido, será más fácil poder con las expectativas de cualquier cliente.
Obtener diseños exclusivos
Reconocimiento a nivel Nacional, ya que tiene un
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencia claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos . Se sugiere anexar conclusiones generales de los resultados obtenidos
Nerolda Montaña Ortiz
Matriz DOFA se evidencia sin embargo se sugiere ampliar teniendo en cuenta que las debilidades de la competencia se consideran oportunidades para la empresa .
Escribe aquí para buscar

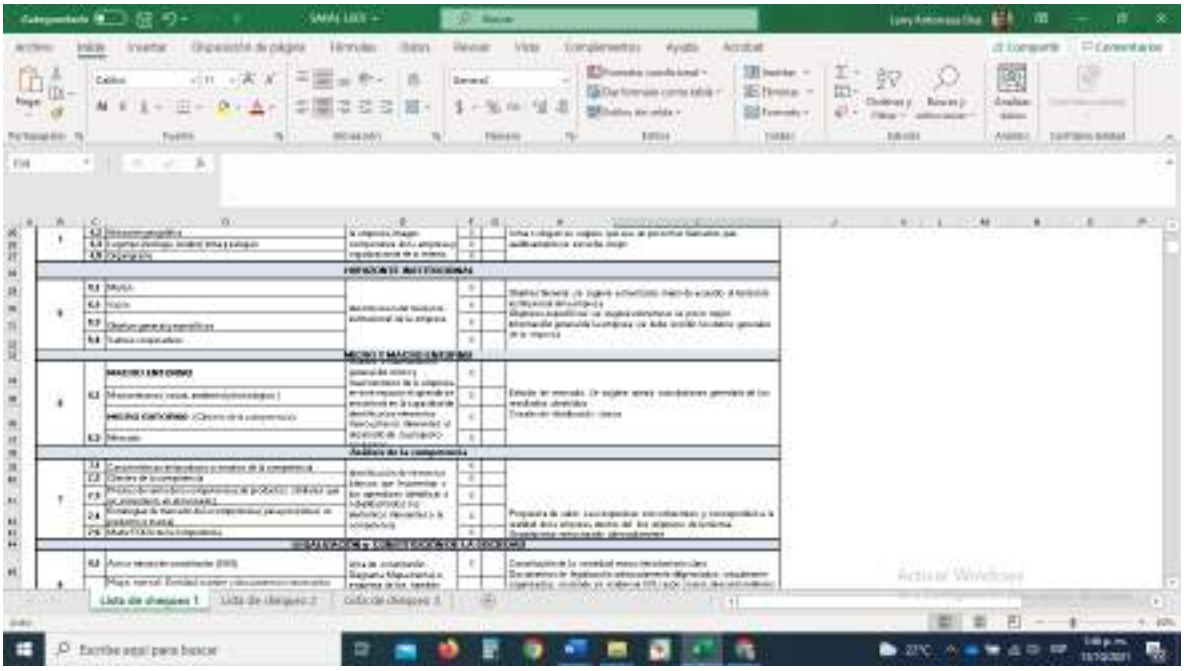

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
Compartir
4.2 Oferta
4.2.1 Competencia
Identifique quién es su competencia. ¿Quién ofrece los mismos productos o servicios que usted?
KOAJ
¿Cuáles son los precios de venta que tienen la competencia para estos mismos o similares productos?
En KOAJ los precios están desde $24.000 pesos a $70.000 pesos.
Nereida Montaña Ortiz
Competencia: se sugiere organizar la información en tablas de tal manera que sea visualmente un poco mas organizada. Adicionar elementos de la competencia como características valores puntos de venta entre otros

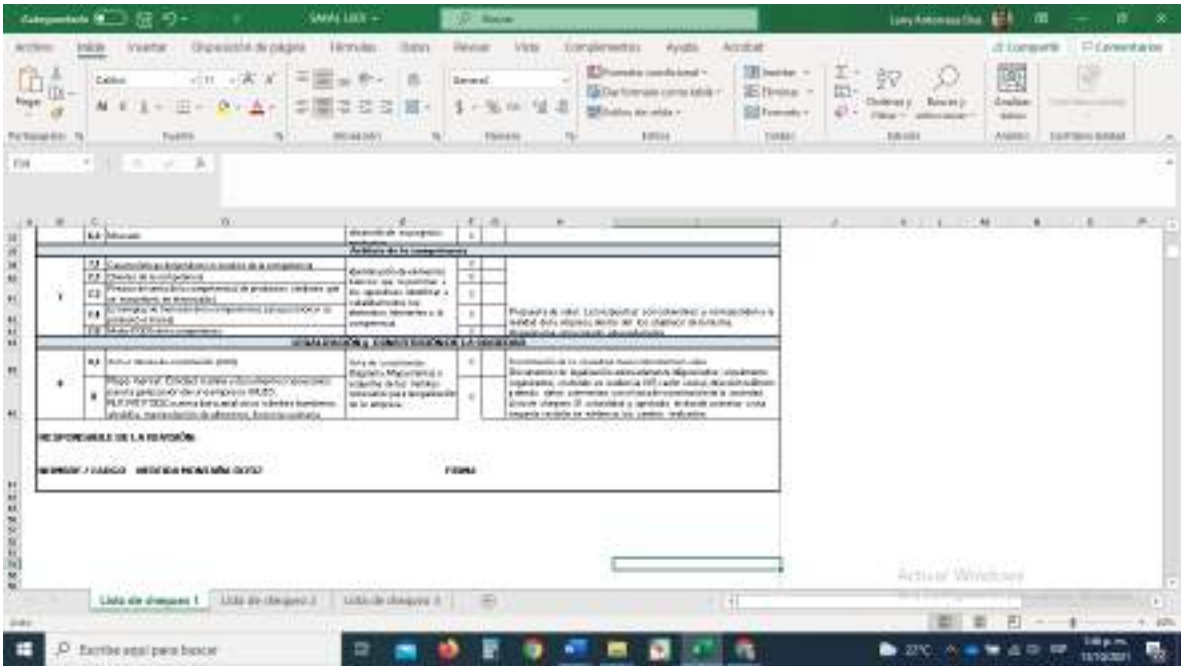

RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
Compartir
Clientes de la competencia. No se identifican
4.2.2 MATRIZ FODA (de la competencia)
Factores Internos
DEBILIDADES
Falta de Publicidad
Los pedidos en internet no llegan en el tiempo establecido.
Factores Externos
OPORTUNIDADES
Satisface o las necesidades de los jovenes en sentido de estilos, diseños y colores
Tiene un crecimiento positivo ya que son diseños exclusivos
FORTALEZAS
Son conjuntos incluyen o diseños estampados que son a gusto de todo el publico
Tienen variedad de estilos para ofrecer a sus clientes
AMENAZAS
No llegar a sus clientes fácilmente por la situación del COVID-19
Tener que cerrar sus tiendas o no poder salir a llevar sus productos ya que son medidas que se tiene que acatar.
Nereida Montaña Ortiz
adecuadamente estructurada


RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
Compartir
Determine el lugar en el que se localizará su proyecto, teniendo en cuenta el ítem 6.6 de esta guía


RAINBOW T-SHIRT_SAS_COLEGIO_PRESENTACIÓN_DE_FÁTIMA_2020386
Compartir
GUIA PARA LA ELABORACION DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
RAINBOW T-SHIRT



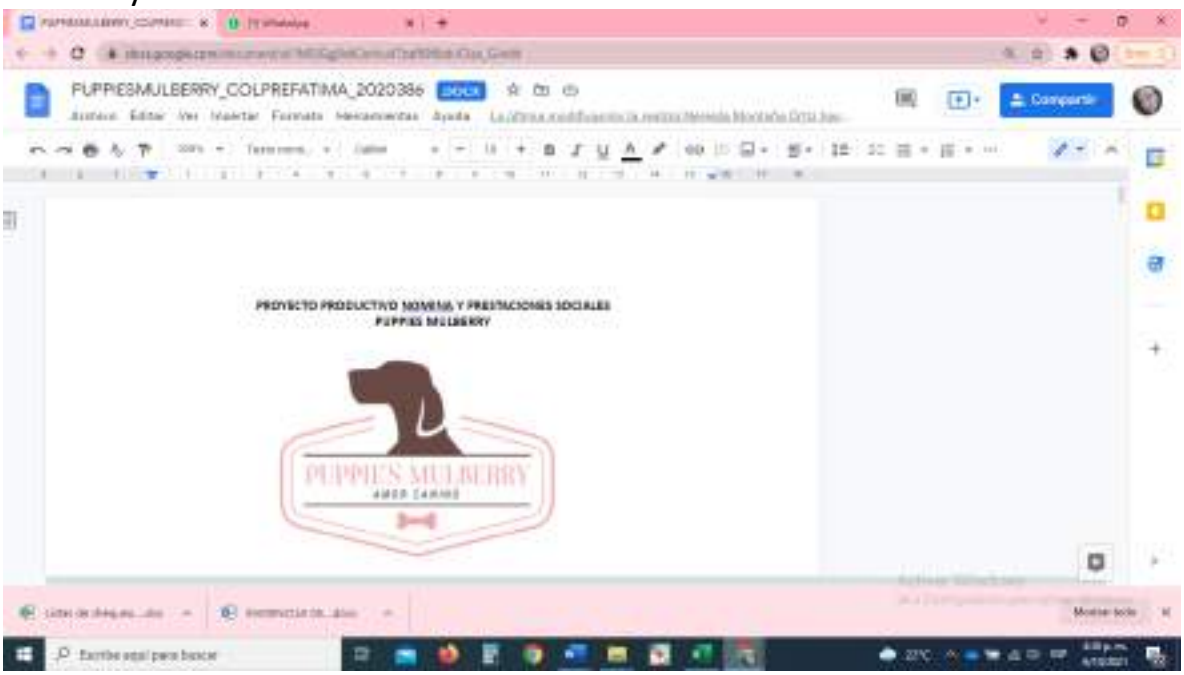


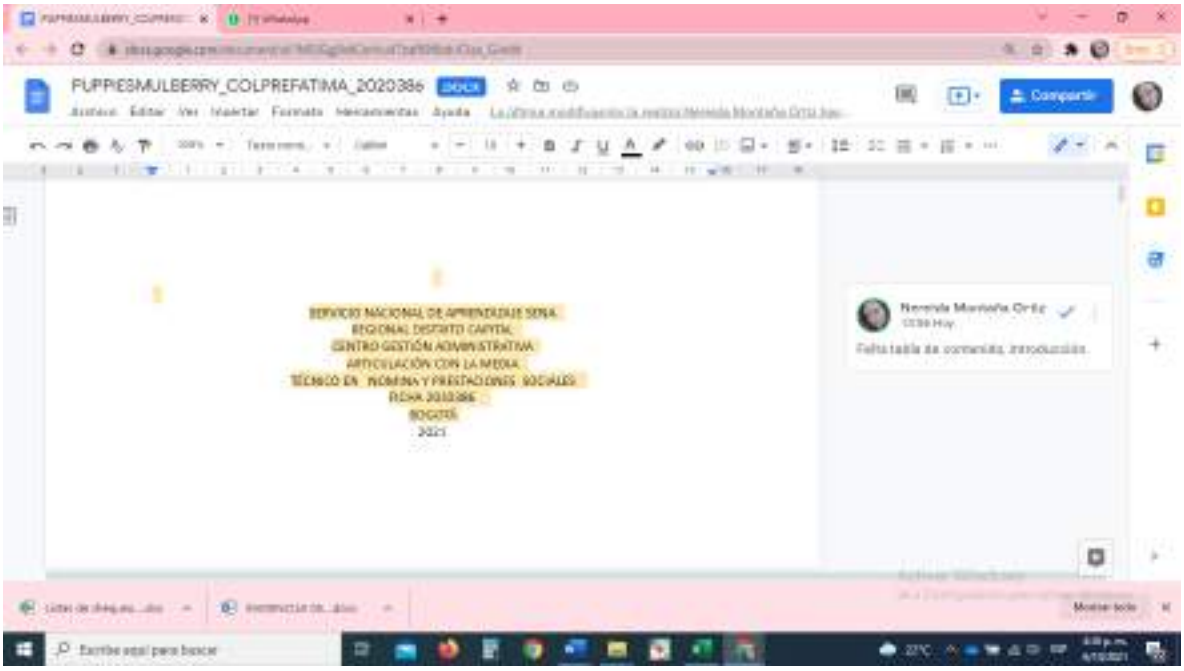


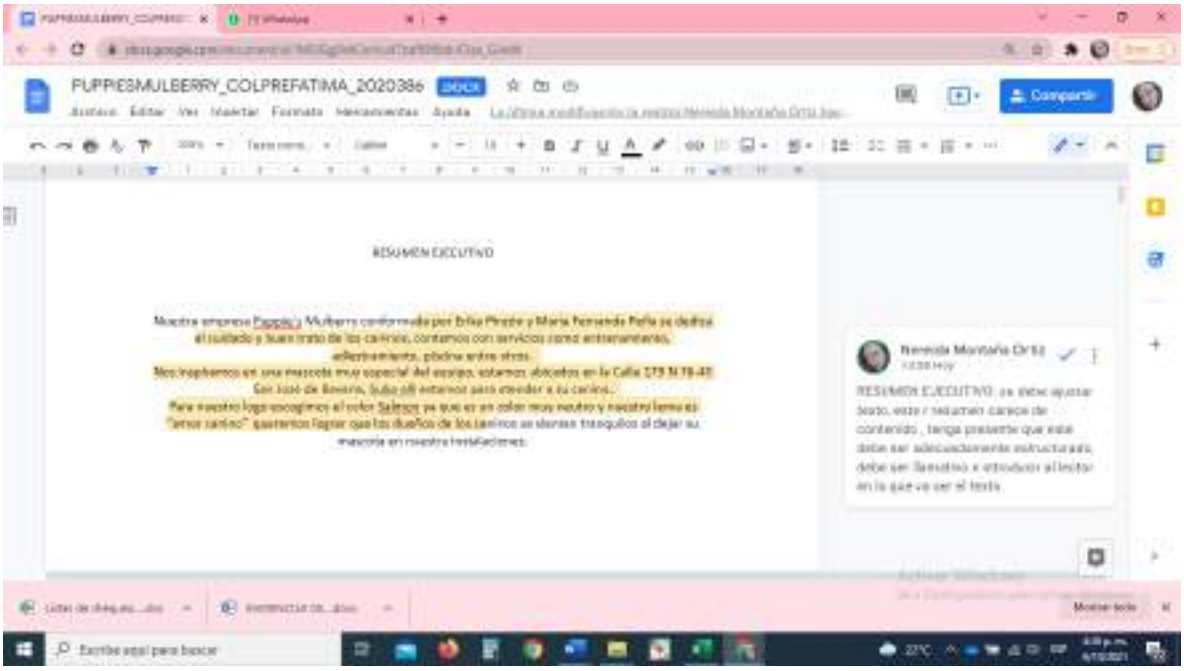
PUPPIES MULBERRY

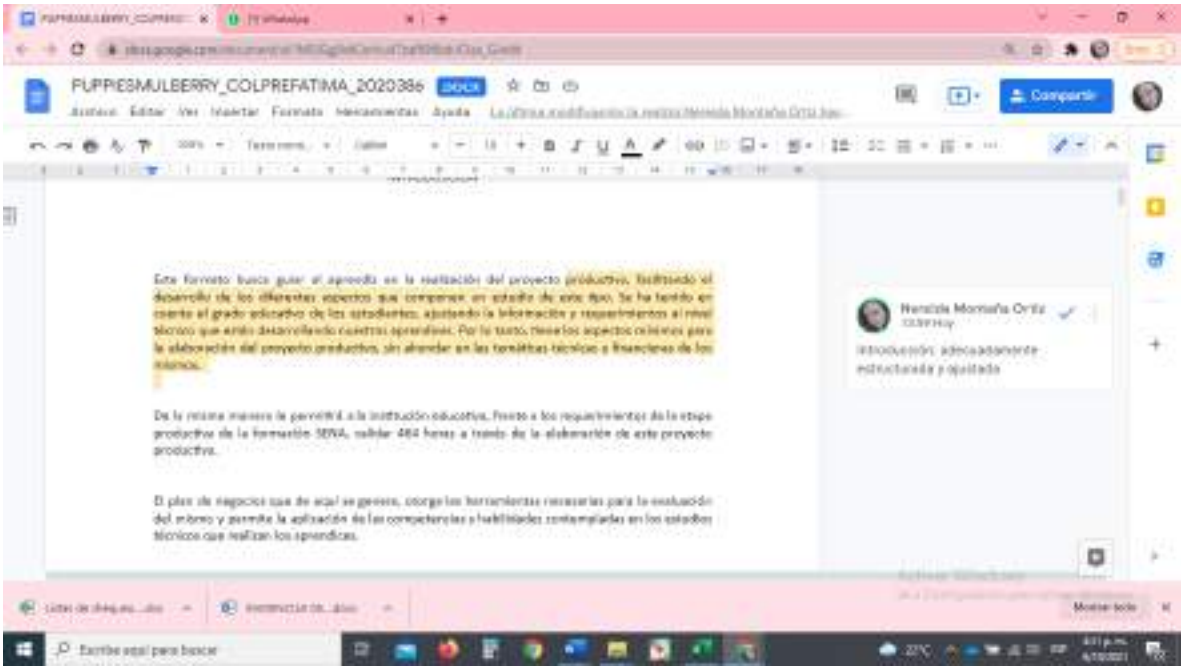
https://docs.google.com/document/d/1MSlGgj8sKCerIcuX7zaf89KbdvF2ps_G/edit

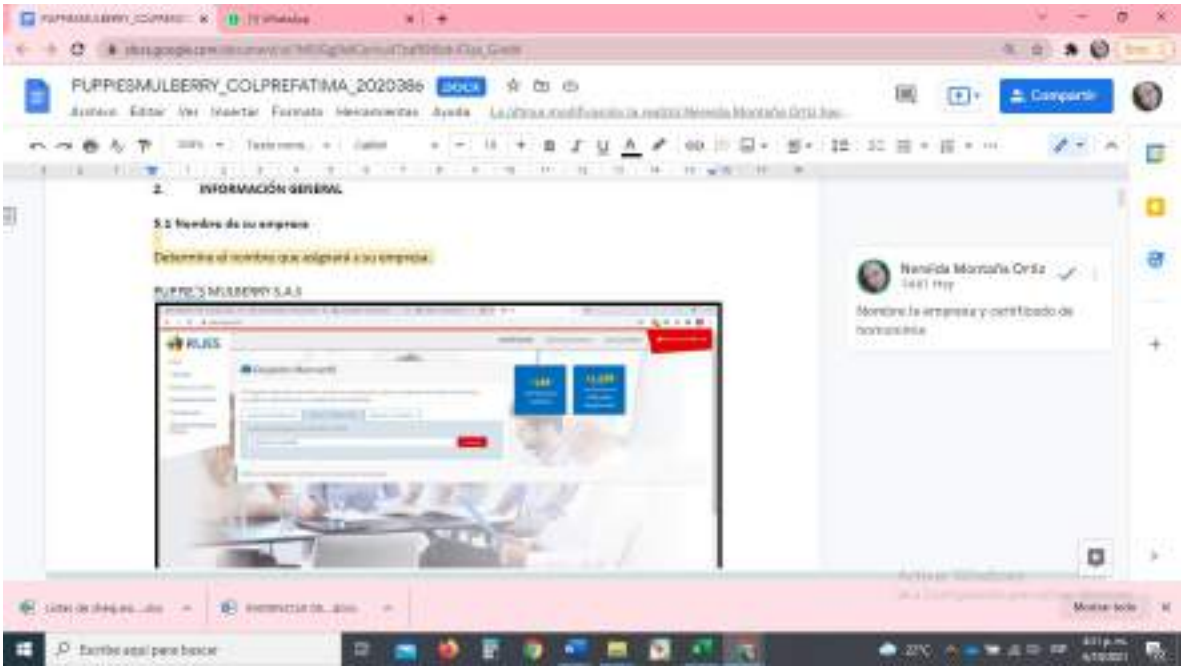
Maria Fernanda Peña Daza
Erika Dayanna Pinzón Pinilla

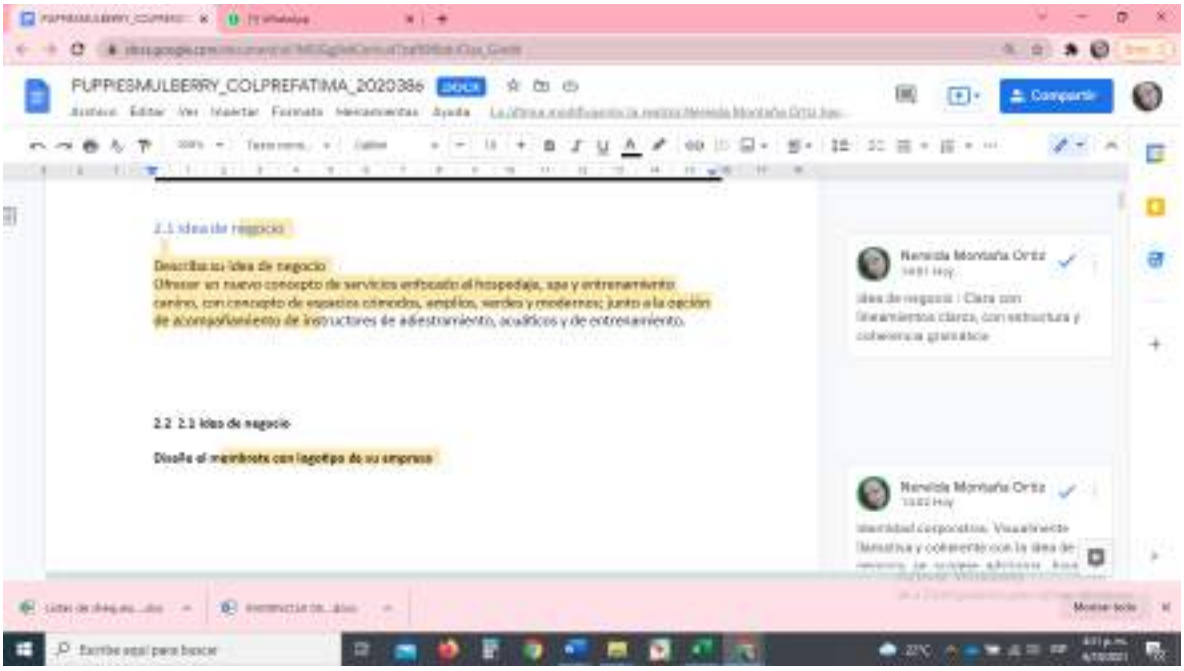


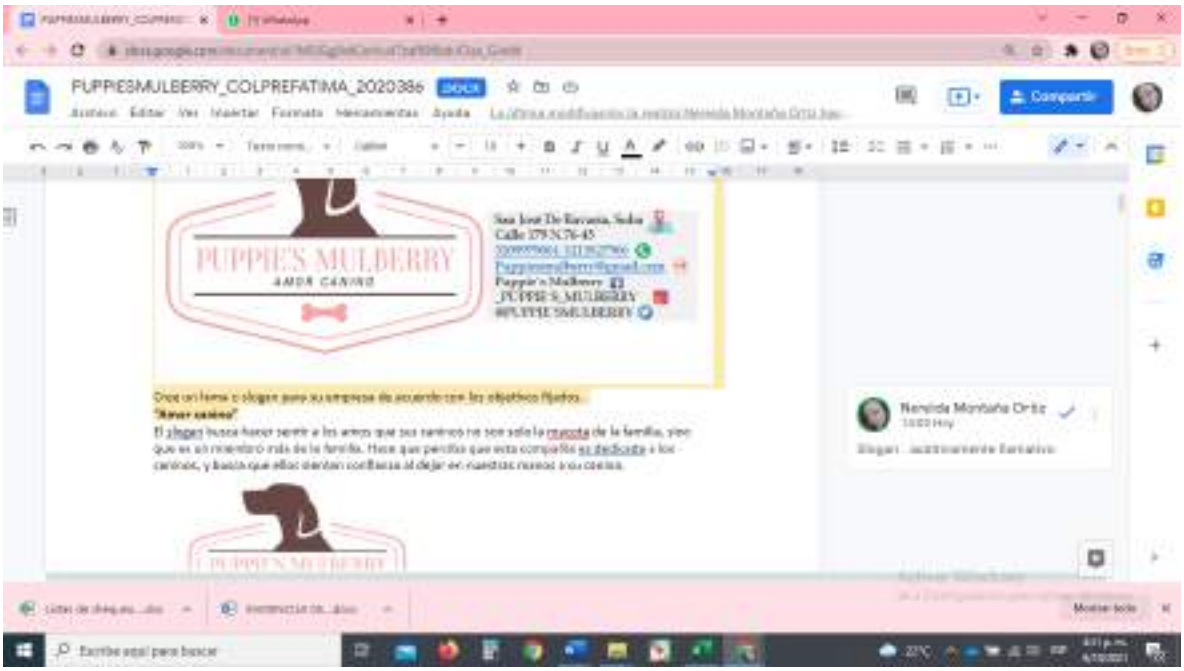

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
REGIONAL DISTRITO CAPITAL
CENTRO GESTIÓN ADMINISTRATIVA
ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
TÉCNICO EN NOMINA Y PRESTACIONES SOCIALES
FICHA 2010386
BOGOTÁ
2021
Nereida Montaña Ortiz
Falta tabla de contenido, introducción

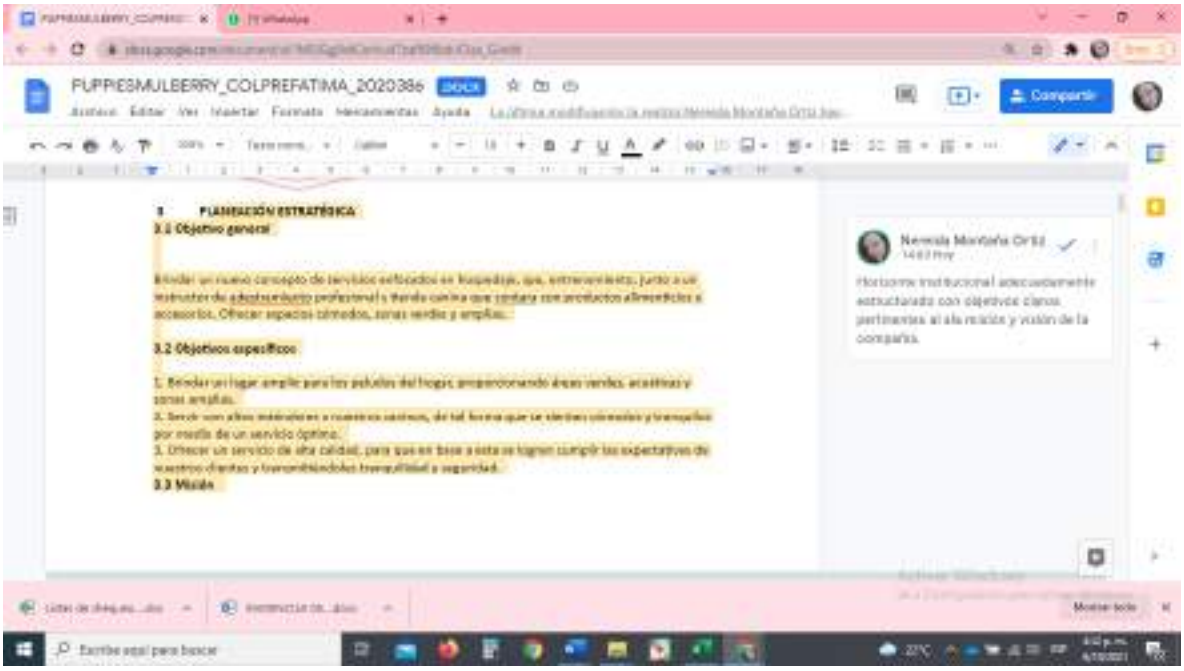

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
RESUMEN EJECUTIVO
Nereida Montaña Ortiz
RESUMEN EJECUTIVO: se debe ajustar texto, este / resumen carece de contenido , tenga presente que este debe ser adecuadamente estructurado, debe ser llamativo e introducir al lector en la que va ser el texto

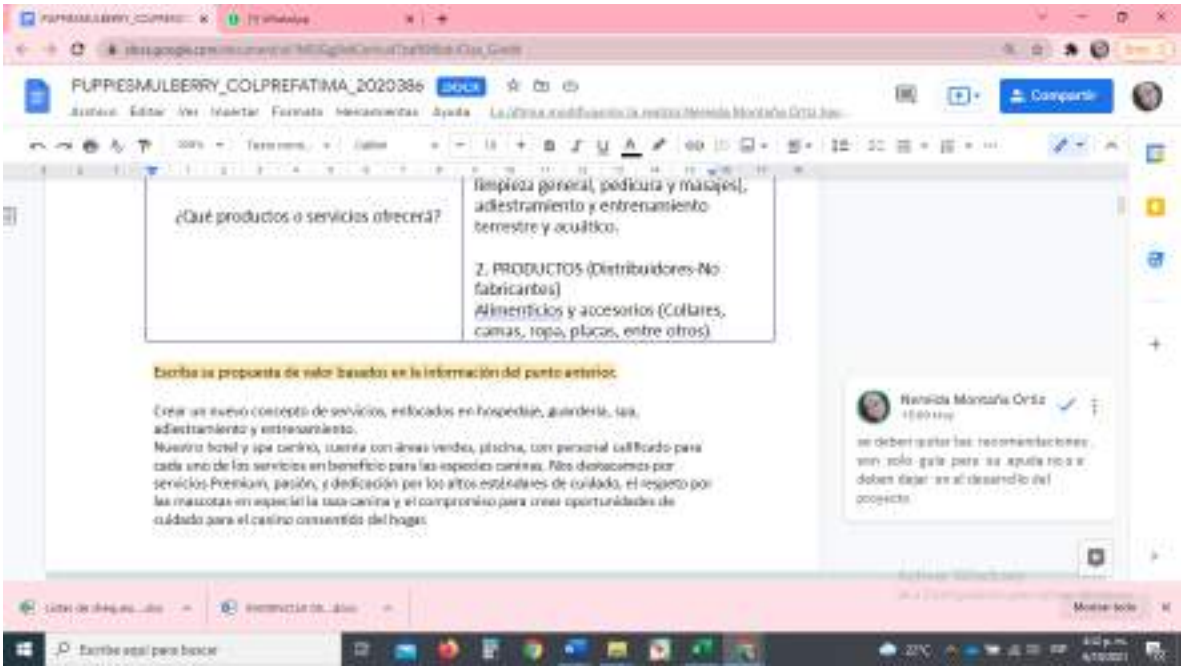

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
Este formato busca guiar al aprendiz en la realización del proyecto productivo, facilitando el desarrollo de los diferentes aspectos que comprenden un estudio de este tipo. Se ha tenido en cuenta el grado educativo de los estudiantes, ajustando la información y requerimientos al nivel técnico que están desarrollando cuentas aprendices. Por lo tanto, tienen los aspectos mínimos para la elaboración del proyecto productivo, sin ahondar en las temáticas técnicas o financieras de los mismos.
De la misma manera le permitirá a la institución educativa, frente a los requerimientos de la etapa productiva de la formación SENA, validar 464 horas a través de la elaboración de este proyecto productivo.
El plan de negocios que de aquí se genere, otorga las herramientas necesarias para la evaluación del mismo y permite la aplicación de las competencias y habilidades contempladas en los estudios técnicos que realizan los aprendices.
Nanzida Montaño Ortiz
Escribe aquí para buscar

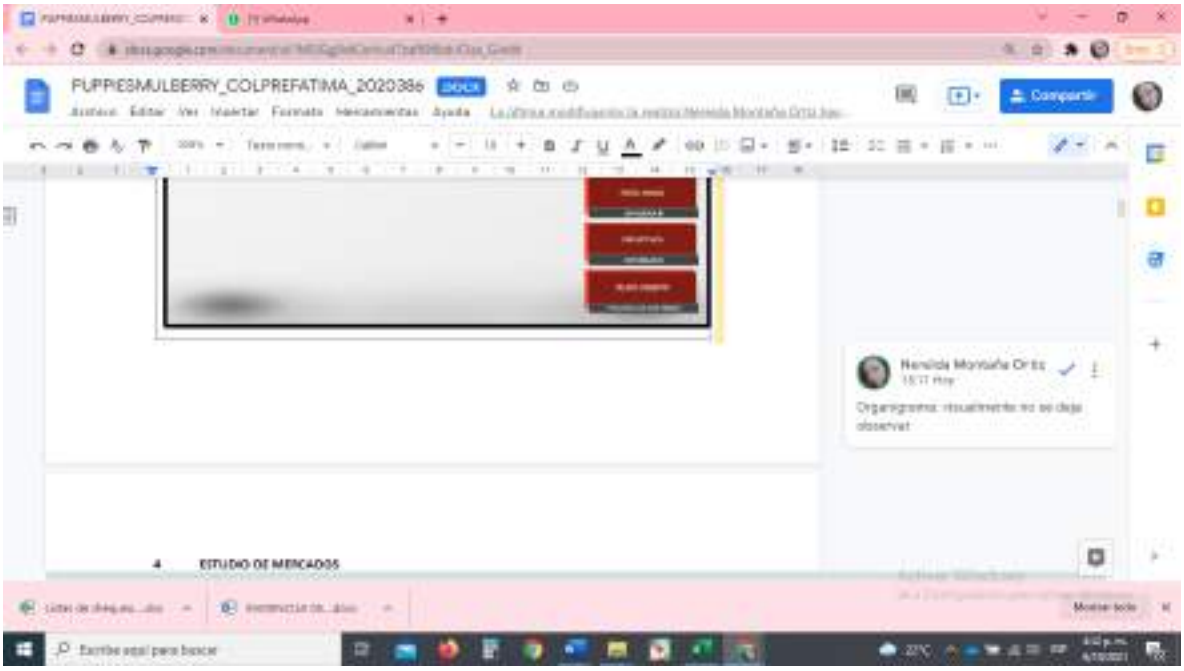

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
2. INFORMACIÓN GENERAL
2.1 Nombre de su empresa
Determina el nombre que asignará a su empresa.
PUPPIE'S MULBERRY S.A.S
RUES
Nanzida Montaño Ortiz
Escribe aquí para buscar

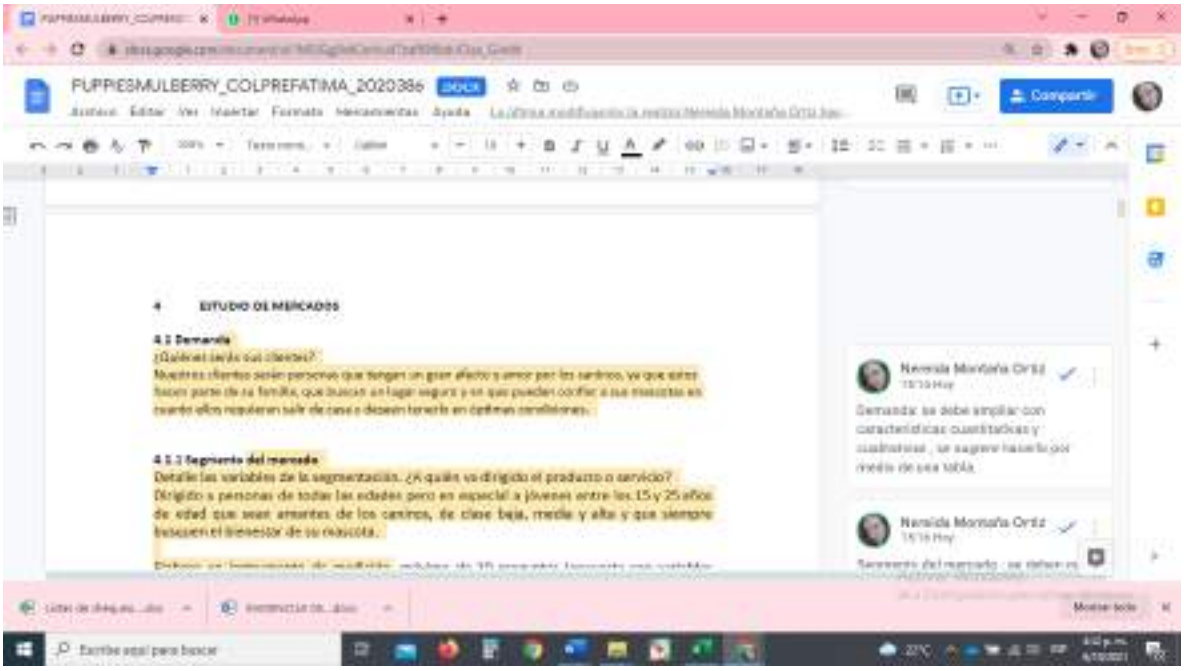

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
2.1 Idea de negocio
Describa su idea de negocio
Ofrecer un nuevo concepto de servicios enfocado al hospedaje, spa y entrenamiento canino, con concepto de espacios cómodos, amplios, verdes y modernos; junto a la opción de acompañamiento de instructores de adiestramiento, acuáticos y de entrenamiento.
2.2 2.1 Idea de negocio
Diseño el membrete con logotipo de su empresa
Reinalda Montaña Ortiz
idea de negocio : Clara con lineamientos claros, con estructura y coherencia gramatical
Reinalda Montaña Ortiz
identidad corporativa. Visualmente llamativa y coherente con la idea de

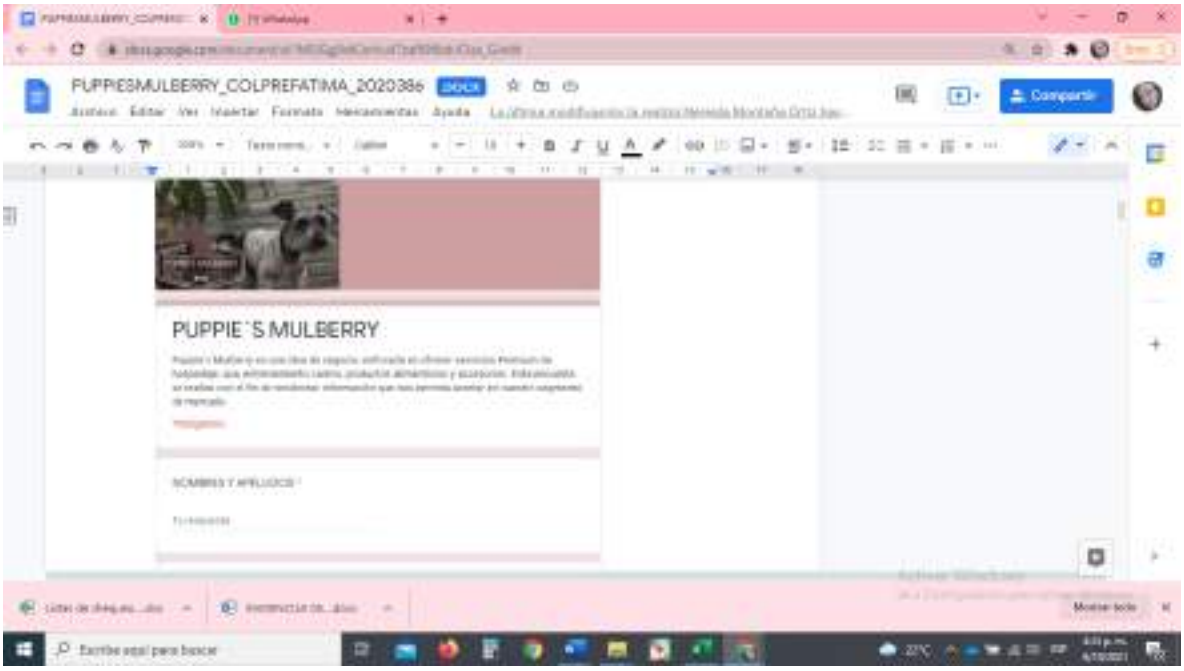

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
PUPPIE'S MULBERRY
AMOR CANINO
Una Idea de Barranca, Sedes
Calle 179 N 76-45
Puppie's Mulberry
_PUPPIE'S_MULBERRY
@PUPPIE'S MULBERRY
Crear un lema o slogan para su empresa de acuerdo con los objetivos ligados.
"Amor canino"
El slogan busca hacer sentir a los amos que sus caninos no son solo la mascota de la familia, sino que es un miembro más de la familia. Hace que perciba que esta compañía es dedicada a los caninos, y busca que ellos sientan confianza al dejar en nuestras manos a su canino.
Reinalda Montaña Ortiz
Slogan : acertadamente llamativo

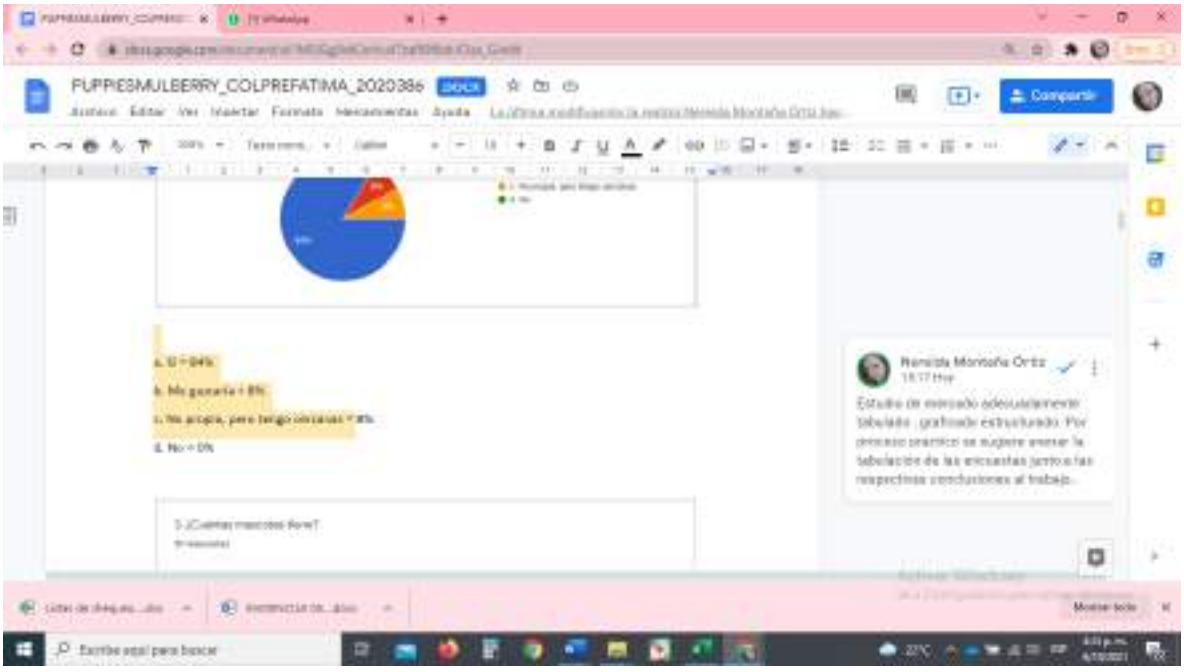

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
3.1 Objetivo general
3.2 Objetivos específicos
3.3 Misión
Nereida Montaña Ortiz

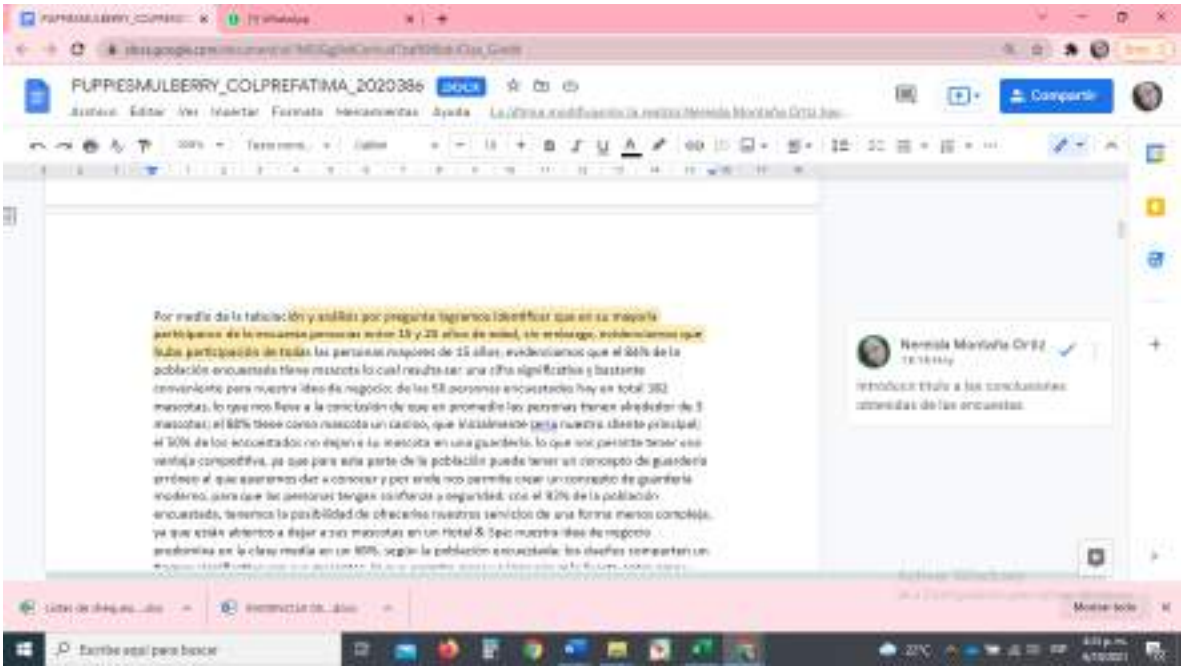

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
¿Qué productos o servicios ofrecerá?
limpieza general, pedicura y masajes), adiestramiento y entrenamiento terrestre y acuático.
2. PRODUCTOS (Distribuidores-No fabricantes)
Alimenticios y accesorios (Collares, camas, ropa, placas, entre otros)
Escriba su propuesta de valor basados en la información del punto anterior.
Crear un nuevo concepto de servicios, enfocados en hospedaje, guardería, spa, adiestramiento y entrenamiento.
Nuestro hotel y spa canino, cuenta con áreas verdes, piscina, con personal calificado para cada uno de los servicios en beneficio para las especies caninas. Nos destacamos por servicios Premium, pasión, y dedicación por los altos estándares de cuidado, el respeto por las mascotas en especial la raza canina y el compromiso para crear oportunidades de cuidado para el canino consentido del hogar.
Nereida Montaña Ortiz

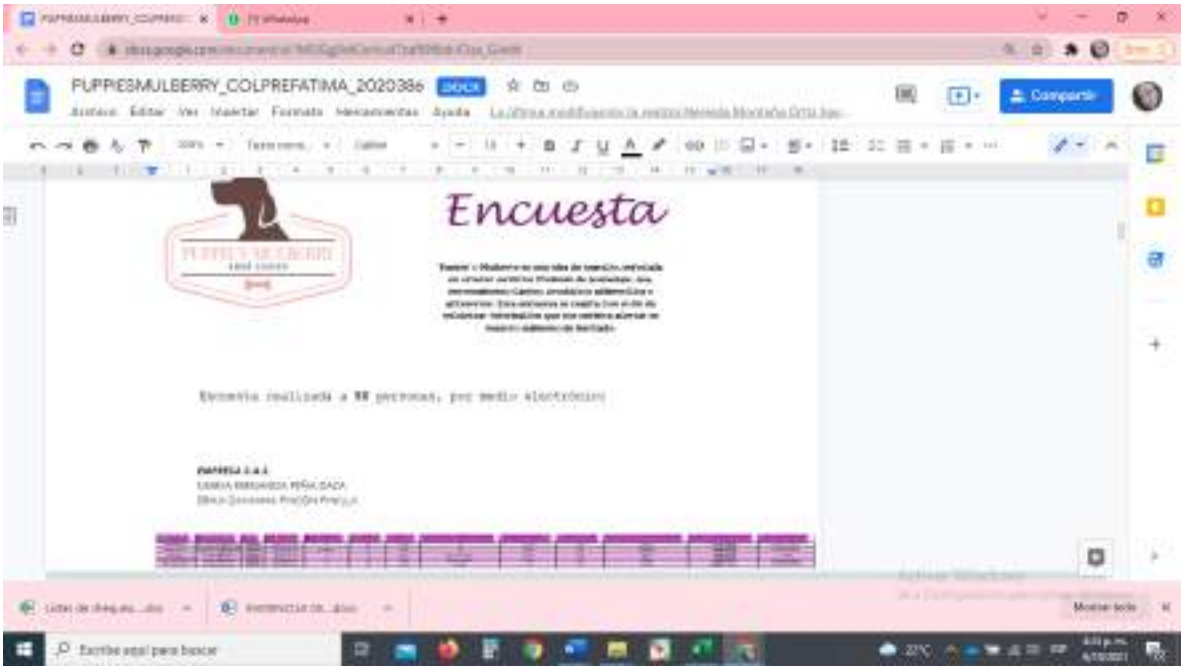

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
Nereida Montaña Ortiz
Organigrama: visualmente no se deja observar
4 ESTUDIO DE MERCADOS

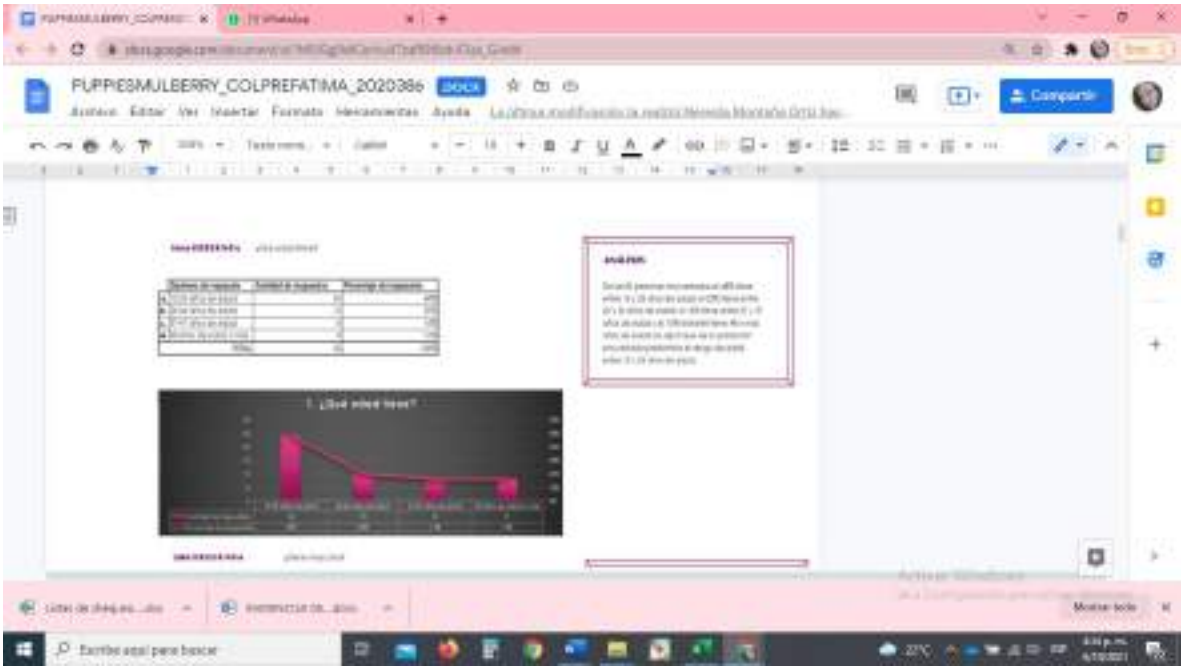

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
4 ESTUDIO DE MERCADOS
4.1 Demanda
¿Quiénes serán sus clientes?
Nuestros clientes serán personas que tengan un gran afecto y amor por los animales, ya que estos hacen parte de su familia, que buscan un lugar seguro y en que puedan confiar a sus mascotas en cuanto ellos requieran salir de casa o deseen tenerla en óptimas condiciones.
4.1.1 Segmento del mercado
Detalle las variables de la segmentación. ¿A quién va dirigido el producto o servicio?
Dirigido a personas de todas las edades pero en especial a jóvenes entre los 15 y 25 años de edad que sean amantes de los caninos, de clase baja, media y alta y que siempre busquen el bienestar de su mascota.
Nereida Montaña Ortiz
Demanda: se debe simplar con características cuantitativas y cualitativas , se sugiere hacerlo por medio de una tabla
Nereida Montaña Ortiz

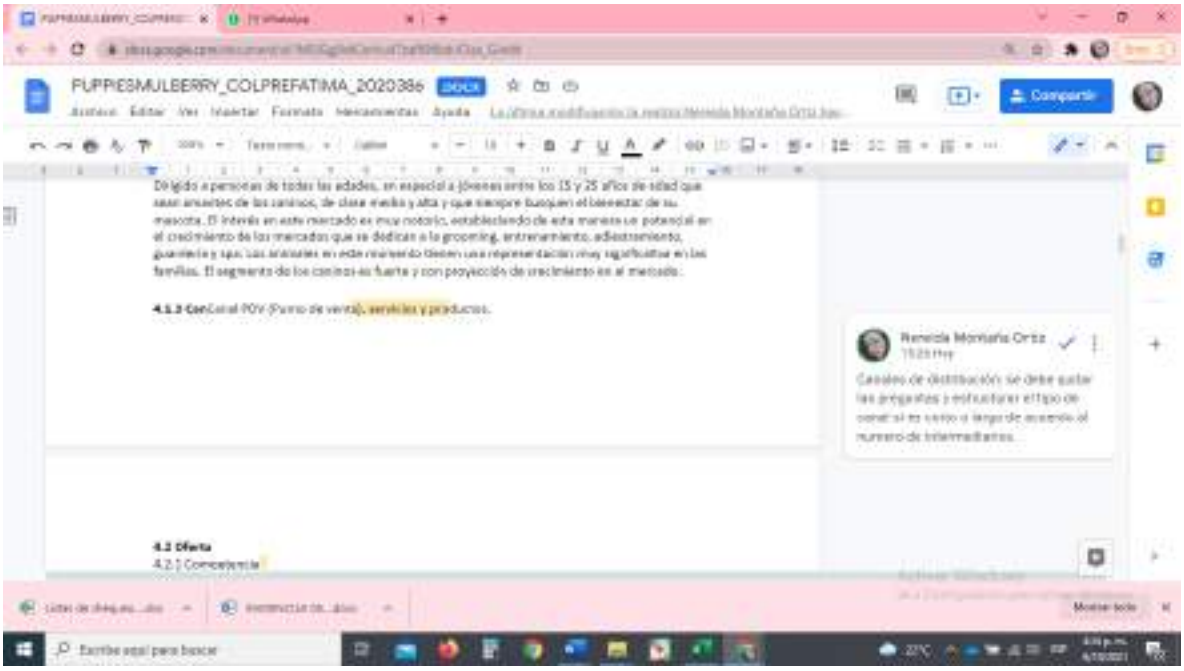

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
PUPPIE`S MULBERRY

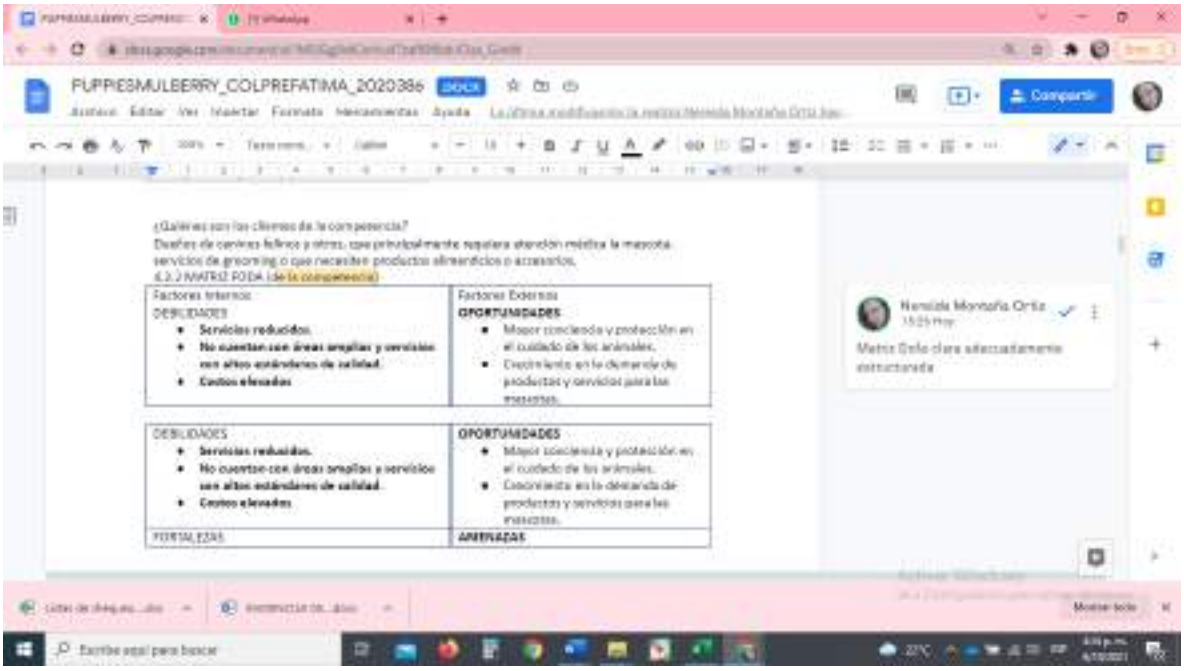

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386

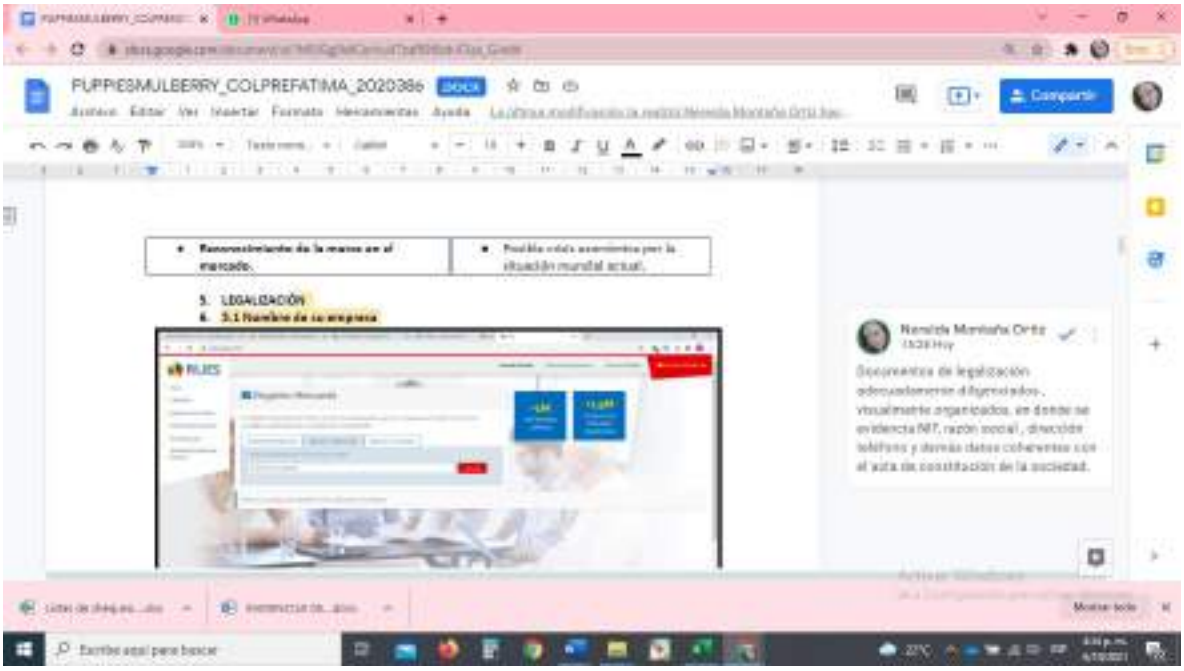

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
Por medio de la tabulación y análisis por pregunta logramos identificar que en su mayoría participaron de la encuesta personas entre 18 y 28 años de edad, sin embargo, evidenciamos que hubo participación de todas las personas mayores de 15 años, evidenciamos que el 86% de la población encuestada tiene mascota lo cual resulta ser una cifra significativa y bastante conveniente para nuestra idea de negocio; de las 58 personas encuestadas hay un total 182 mascotas, lo que nos lleva a la conclusión de que en promedio las personas tienen alrededor de 3 mascotas; el 80% tiene como mascota un canino, que idiosincrasia nuestra cliente principal; el 50% de los encuestados no dejan a su mascota en una guardería, lo que nos permite tener una ventaja competitiva, ya que para esta parte de la población puede tener un concepto de guardería prémium al que queremos dar a conocer y por ende nos permite crear un concepto de guardería moderno, para que las personas tengan confianza y seguridad; con el 82% de la población encuestada, tenemos la posibilidad de ofrecerles nuestros servicios de una forma menos compleja, ya que están atentos a dejar a sus mascotas en un Hotel & Spa; nuestra idea de negocio predomina en la clase media en un 60%, según la población encuestada; los dueños comparten un
Nerenda Montaña Ortiz
introducir título a las conclusiones obtenidas de las encuestas
Escribe aquí para buscar

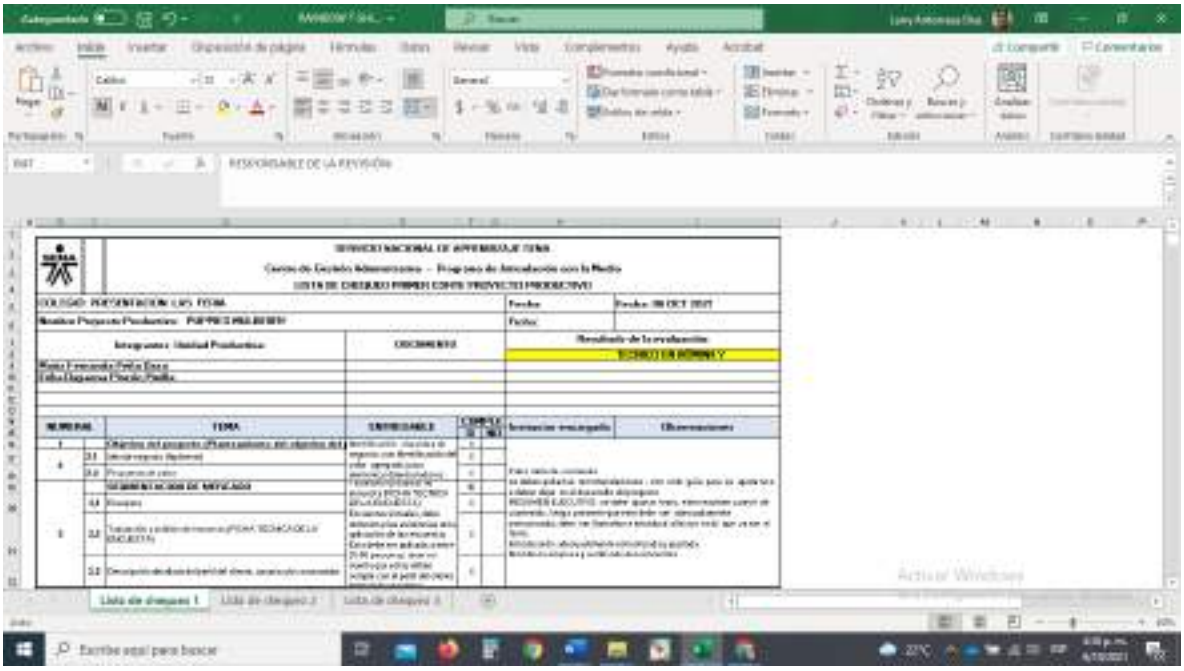

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
Encuesta
Encuesta realizada a 58 personas, por medio electrónico
Escribe aquí para buscar

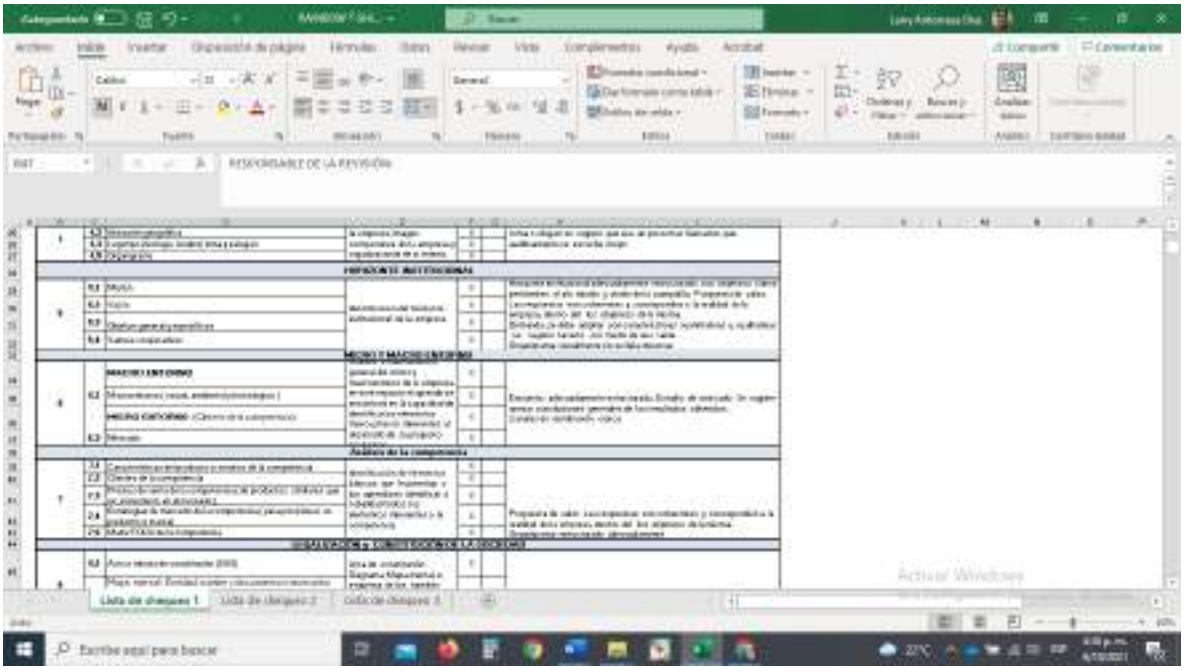

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir

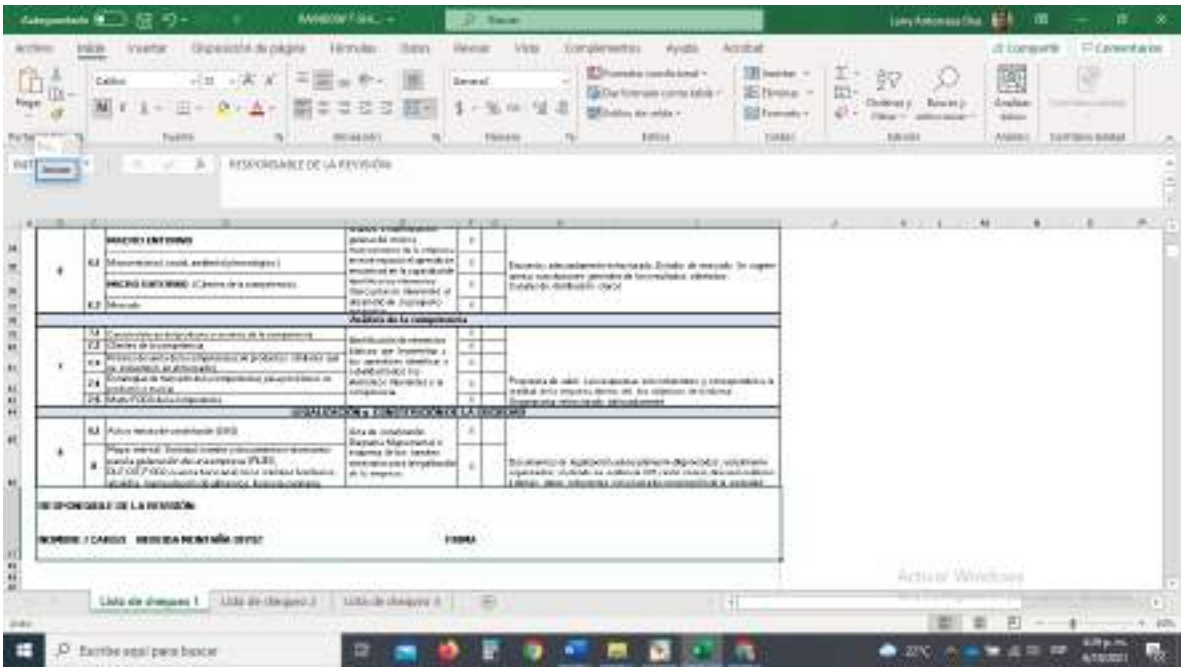

PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
Dirigido a personas de todas las edades, en especial a jóvenes entre los 15 y 25 años de edad que
4.1.3 Canal POV (Punto de venta), servicios y productos.
Reinelda Montaña Ortiz
Canales de distribución: se debe quitar
4.2 Oferta
4.2.1 Competencia


PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
¿Quiénes son los clientes de la competencia?
Dueños de caninos felinos y otros, que principalmente requieran atención médica la mascota, servicios de grooming o que necesiten productos alimenticios o accesorios.
6.3.) MATRIZ FODA (de la competencia)
Factores Internos
DEBILIDADES
Servicios reducidos.
No cuentan con áreas amplias y servicios con altos estándares de calidad.
Costos elevados
Factores Externos
OPORTUNIDADES
Mayor conciencia y protección en el cuidado de los animales.
Crecimiento en la demanda de productos y servicios para las mascotas.
DEBILIDADES
Servicios reducidos.
No cuentan con áreas amplias y servicios con altos estándares de calidad.
Costos elevados
OPORTUNIDADES
Mayor conciencia y protección en el cuidado de los animales.
Crecimiento en la demanda de productos y servicios para las mascotas.
FORTALEZAS
AMENAZAS
Nereida Montaño Ortiz
Mateo Ortiz clara adecuadamente estructurada


PUPPIESMULBERRY_COLPREFATIMA_2020386
Compartir
Reconocimiento de la marca en el mercado.
Posible crisis económica por la situación mundial actual.
5. LEGALIZACIÓN
6. 5.1 Nombre de su empresa
RUES
Nereida Montaño Ortiz
Documentos de legalización adecuadamente digitalizados, visualmente organizados, en donde se evidencia NIT, razón social, dirección teléfono y demás datos coherentes con el acta de constitución de la sociedad.





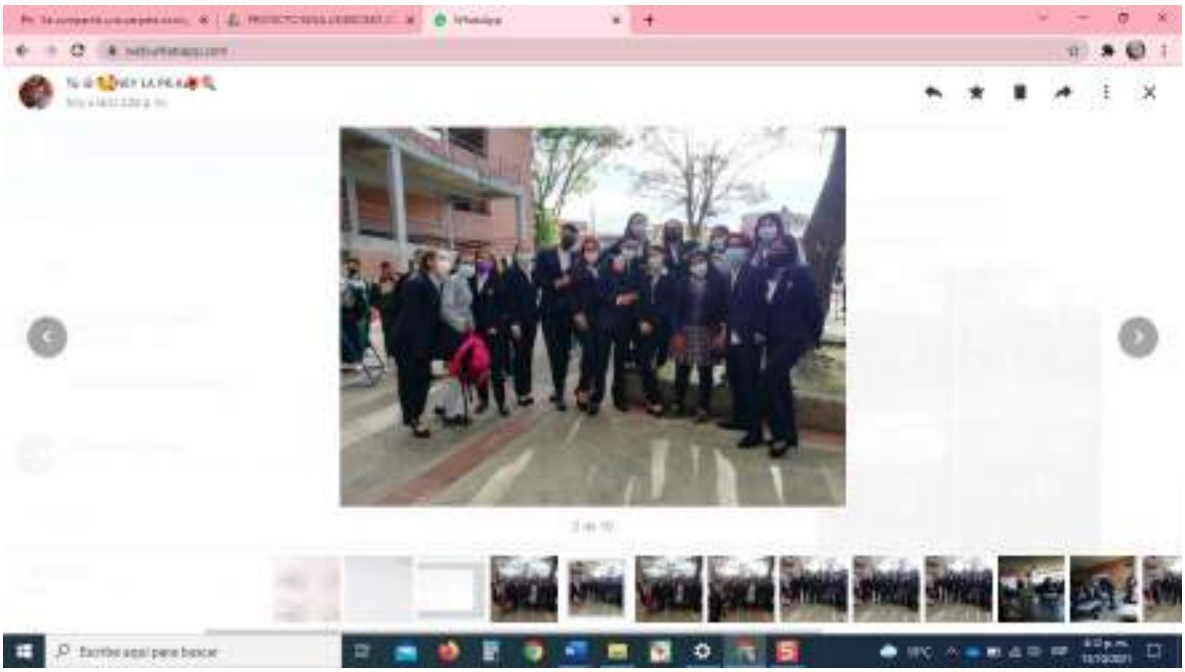


EVIDENCIAS 07 DE OCTUBRE

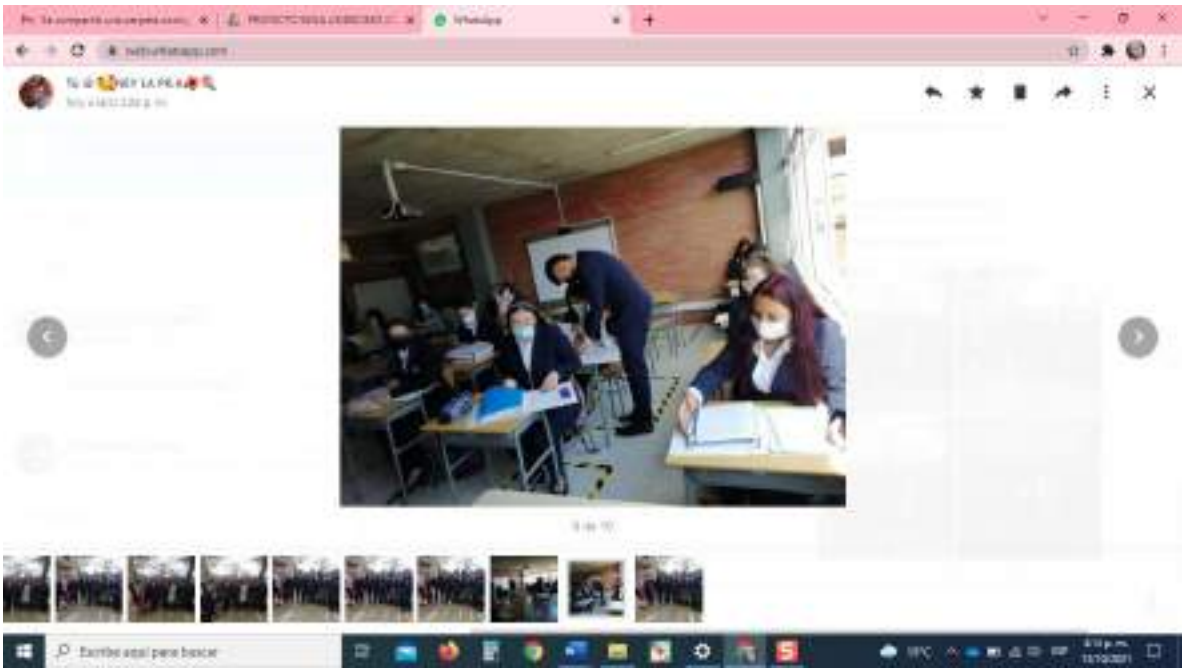
FORMACION FICHA 2020352

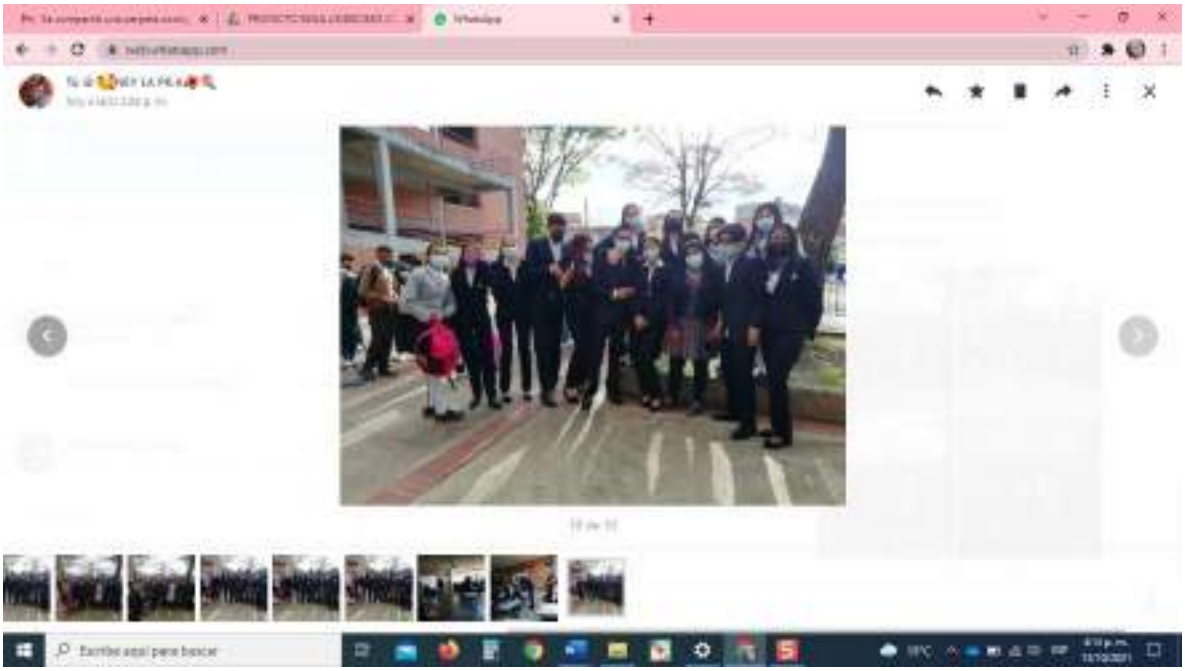
IED EL JAPON









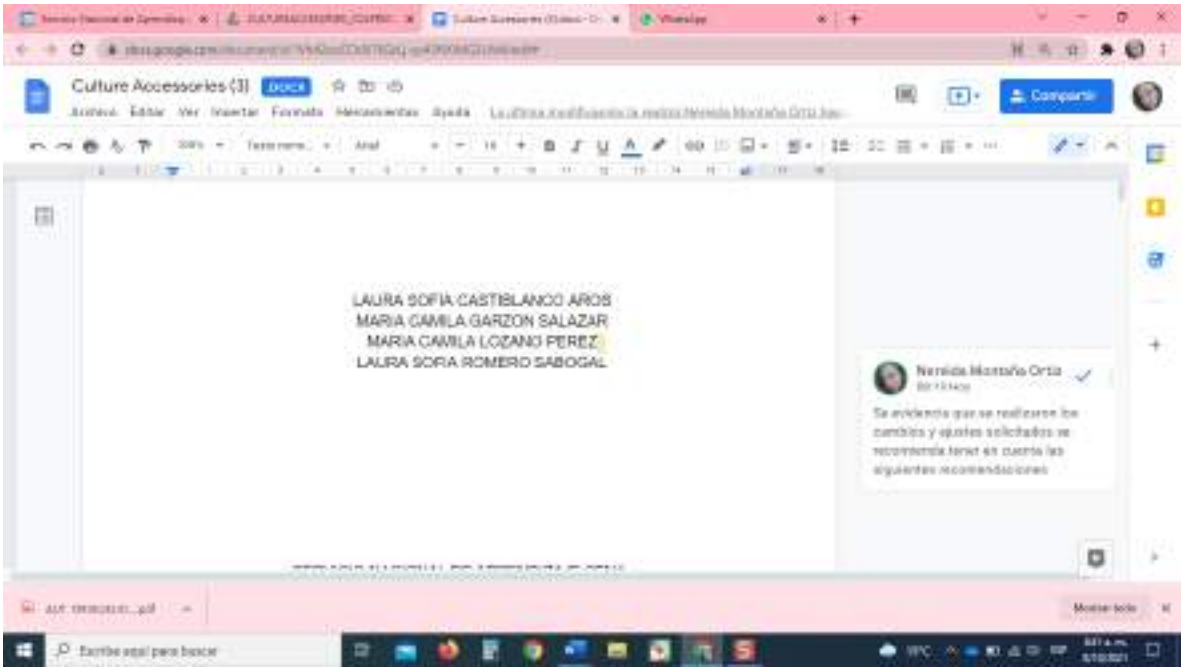


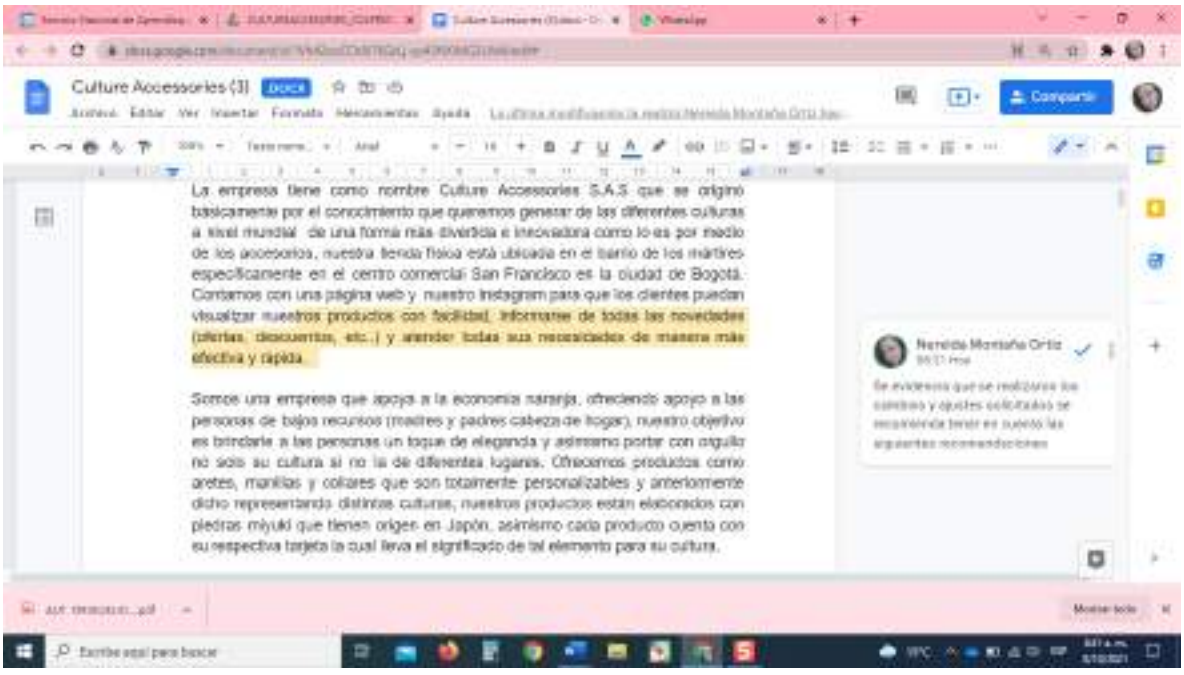
EVIDENCIAS 08

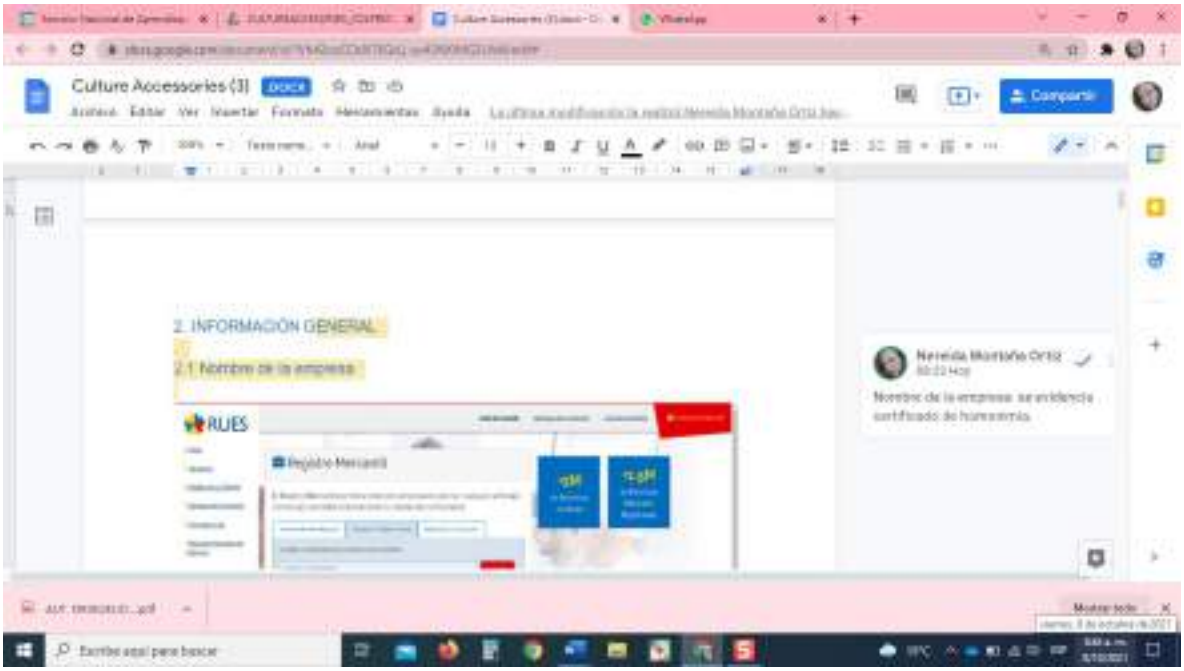
CULTURE ACCESSORIES

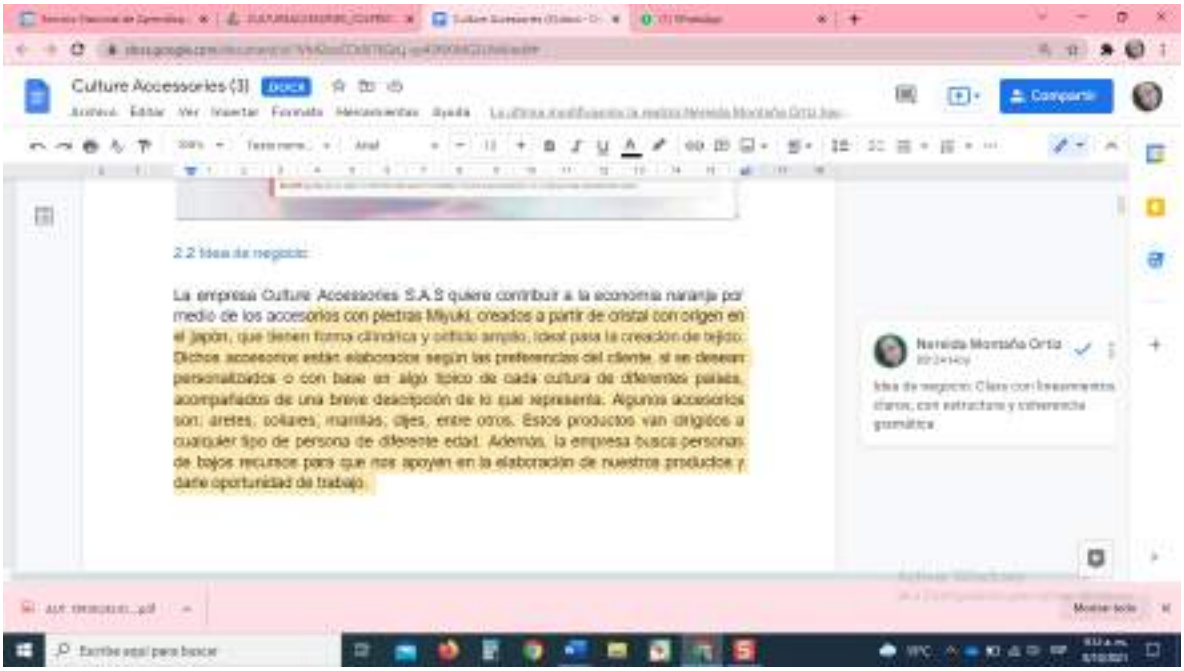
https://docs.google.com/document/d/1Vh42wzCOs8i76GzLj-qv43NXiMG2UId4/edit

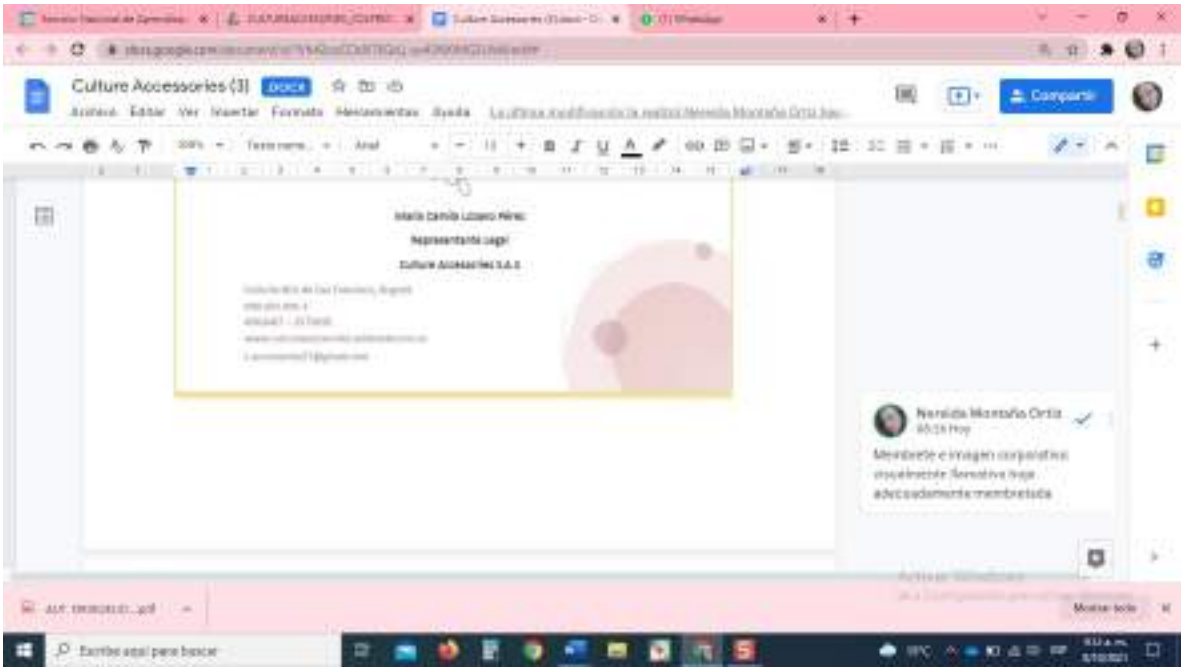
LAURA SOFIA CASTIBLANCO AROS
MARIA CAMILA GARZON SALAZAR
MARIA CAMILA LOZANO PEREZ
LAURA SOFIA ROMERO SABOGAL

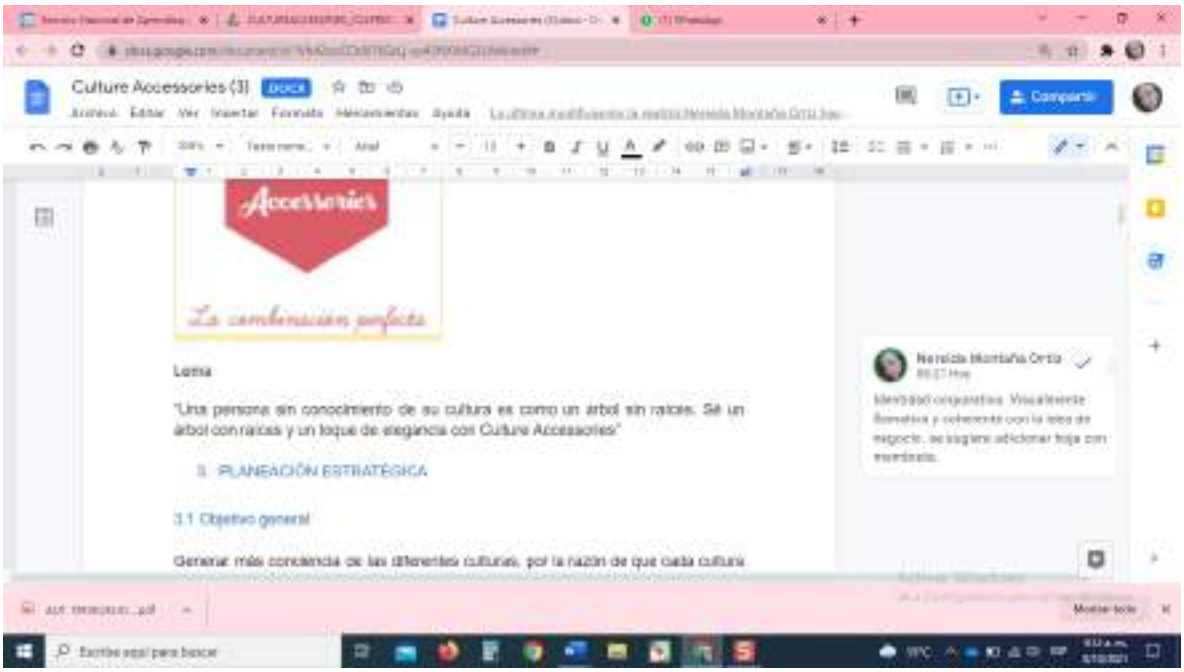

Culture Accessories (3)
Compartir
LAURA SOFIA CASTIBLANCO AROS
MARIA CAMILA GARZON SALAZAR
MARIA CAMILA LOZANO PEREZ
LAURA SOFIA ROMERO SABOGAL

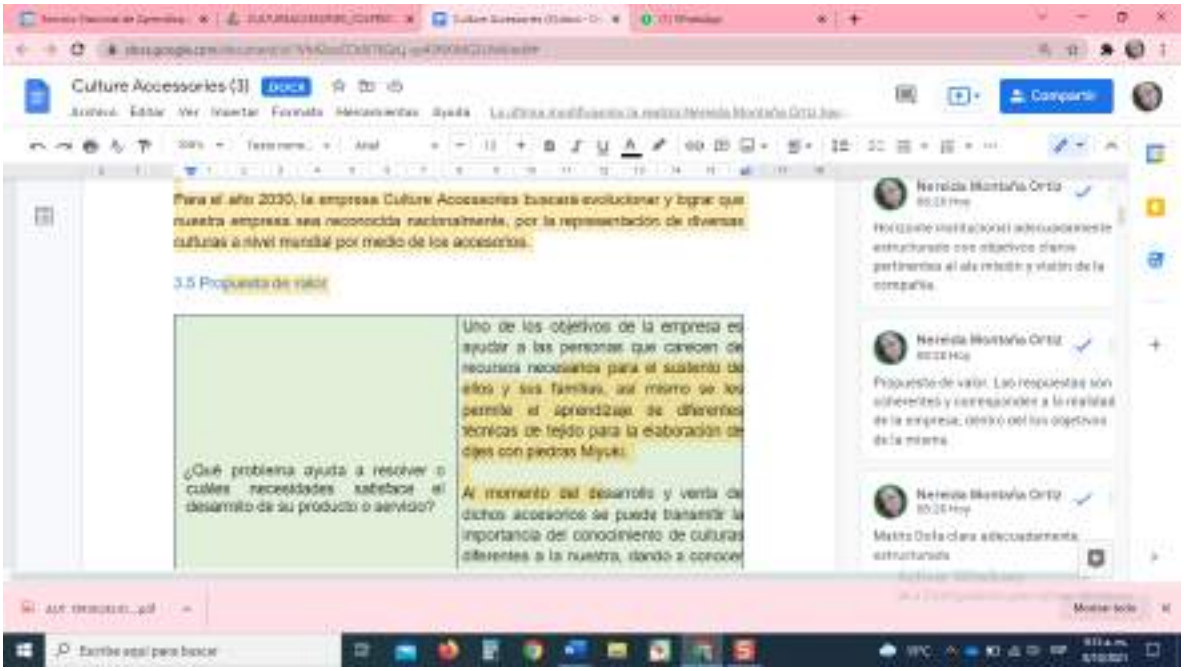

Culture Accessories (3)
Compartir
La empresa tiene como nombre Culture Accesories S.A.S que se origino básicamente por el conocimiento que queremos generar de las diferentes culturas a nivel mundial de una forma más divertida e innovadora como lo es por medio de los accesorios, nuestra tienda física está ubicada en el barrio de los mártires específicamente en el centro comercial San Francisco en la ciudad de Bogotá. Contamos con una página web y nuestro Instagram para que los clientes puedan visualizar nuestros productos con facilidad, informarse de todas las novedades (ofertas, descuentos, etc..) y atender todas sus necesidades de manera más efectiva y rápida.
Somos una empresa que apoya a la economía naranja, ofreciendo apoyo a las personas de bajos recursos (madres y padres cabeza de hogar), nuestro objetivo es brindarle a las personas un toque de elegancia y asimismo portar con orgullo no solo su cultura si no la de diferentes lugares. Ofrecemos productos como aretes, manillas y collares que son totalmente personalizables y anteriormente dicho representando distintas culturas, nuestros productos están elaborados con piedras miyuki que tienen origen en Japón, asimismo cada producto cuenta con su respectiva tarjeta la cual lleva el significado de tal elemento para su cultura.

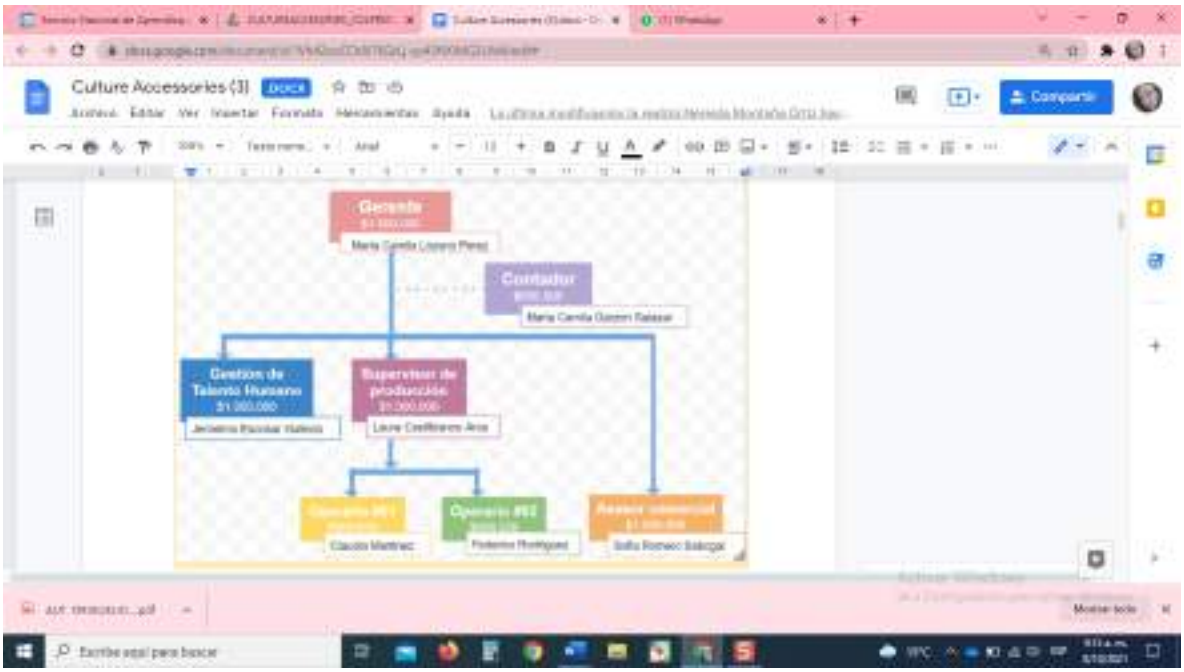

Culture Accessories (3)
Compartir
2. INFORMACIÓN GENERAL
2.1 Nombre de la empresa
RUES

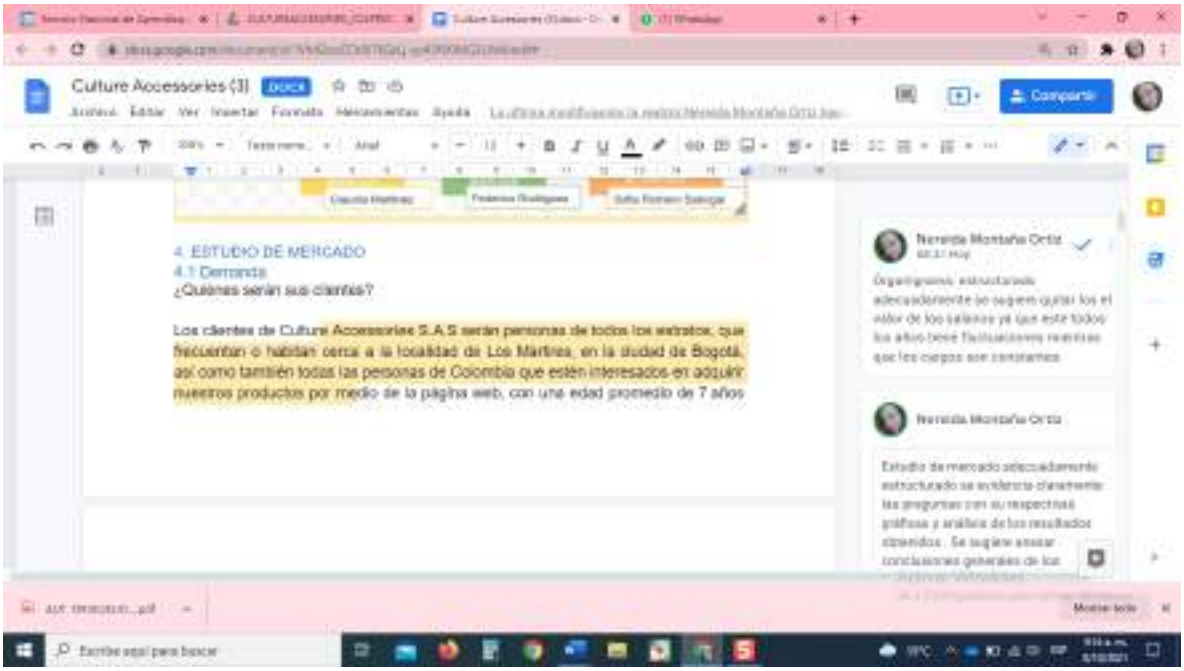

Culture Accessories (3)
Compartir
2.2 Idea de negocio
La empresa Culture Accessories S.A.S quiere contribuir a la economía naranja por medio de los accesorios con piedras Miyuki, creados a partir de cristal con origen en el Japón, que tienen forma cilíndrica y orificio amplio, ideal para la creación de tejidos. Dichos accesorios están elaborados según las preferencias del cliente, si se desean personalizados o con base en algo típico de cada cultura de diferentes países, acompañados de una breve descripción de lo que representa. Algunos accesorios son: aretes, collares, manillas, dijes, entre otros. Estos productos van dirigidos a cualquier tipo de persona de diferente edad. Además, la empresa busca personas de bajos recursos para que nos apoyen en la elaboración de nuestros productos y darle oportunidad de trabajo.

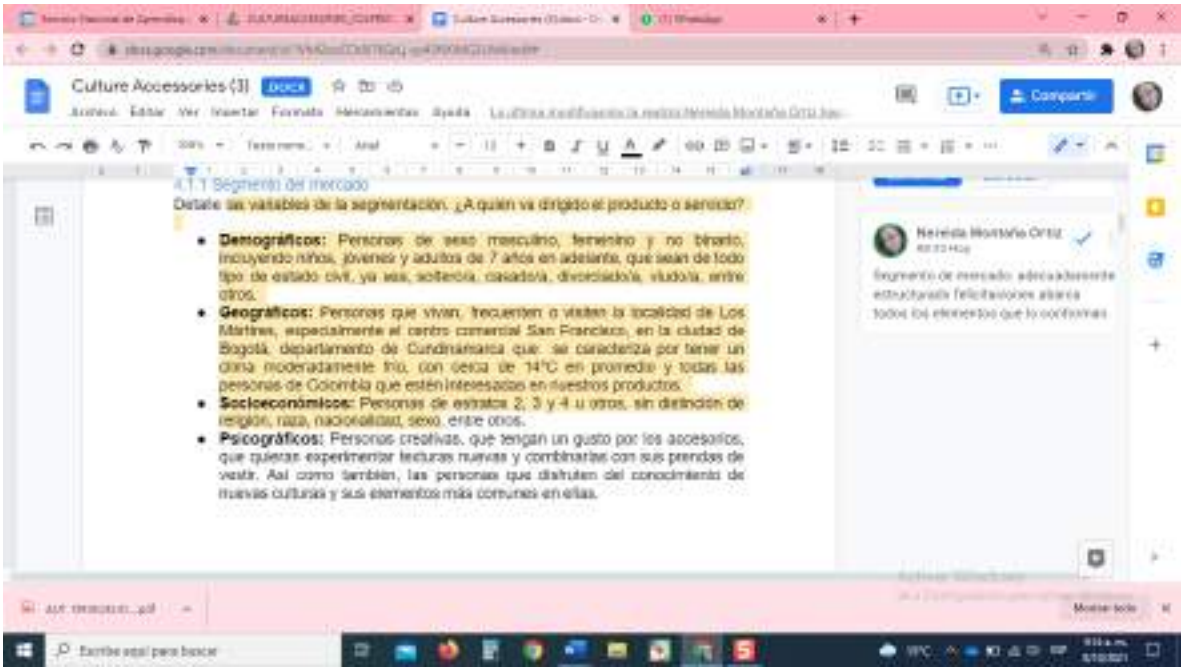

Culture Accessories (3)
Compartir
Nereida Montaña Ortiz

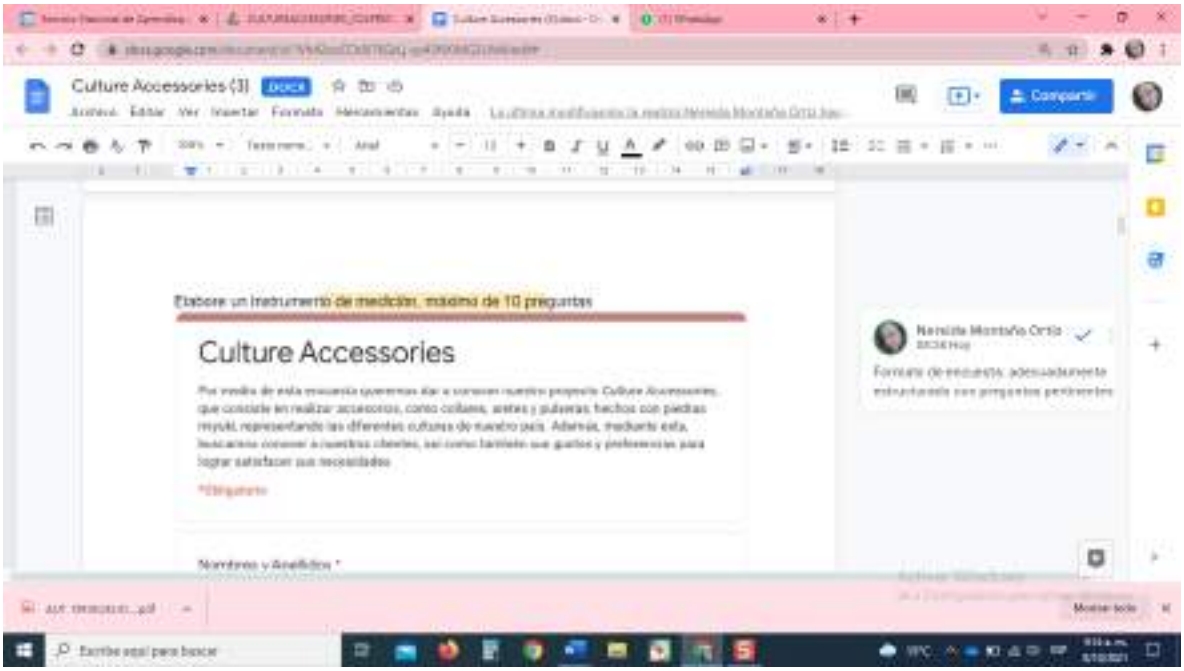

Culture Accessories (3)
Compartir
Accessories
La combinación perfecta
Nereida Montaña Ortiz
Lema
"Una persona sin conocimiento de su cultura es como un árbol sin raíces. Sé un árbol con raíces y un toque de elegancia con Culture Accessories"
3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
3.1 Objetivo general
Generar más conciencia de las diferentes culturas, por la razón de que cada cultura

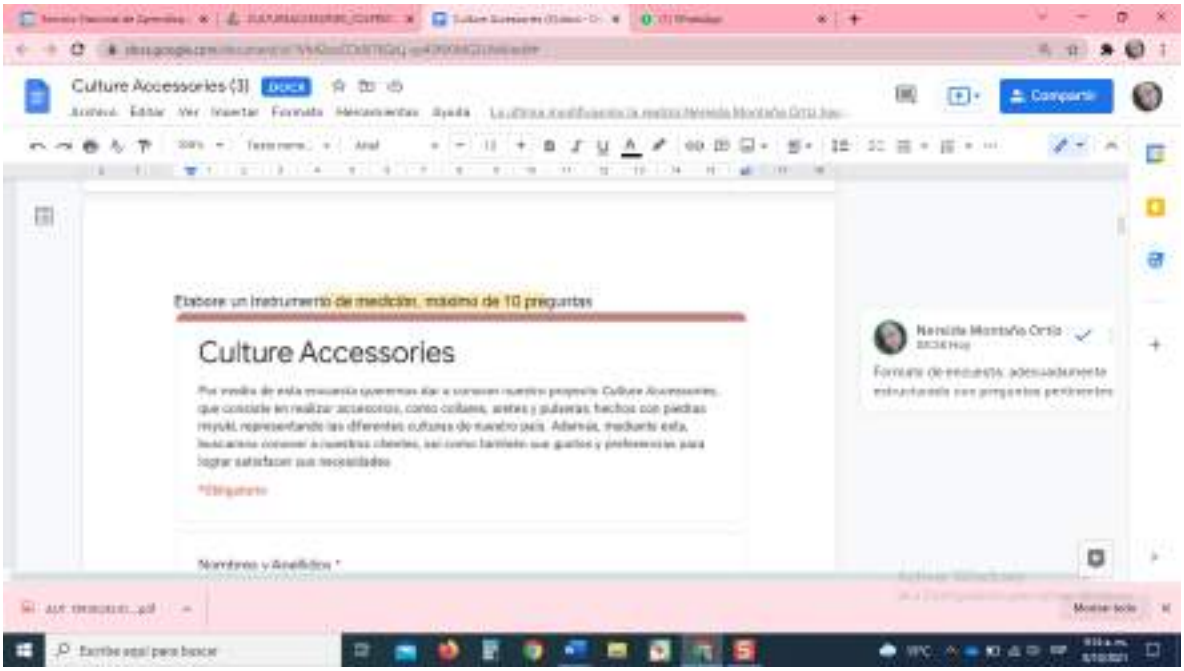

Culture Accessories (3)
Compartir
Para el año 2030, la empresa Culture Accessories buscara evolucionar y lograr que nuestra empresa sea reconocida nacionalmente, por la representacion de diversas culturas a nivel mundial por medio de los accesorios.
3.5 Propuesta de valor
¿Qué problema ayuda a resolver o cuáles necesidades satisface el desarrollo de su producto o servicio?
Uno de los objetivos de la empresa es ayudar a las personas que carecen de recursos necesarios para el sustento de ellos y sus familias, así mismo se les permite el aprendizaje de diferentes técnicas de tejido para la elaboración de ojes con piedras Miyuki.
Al momento del desarrollo y venta de dichos accesorios se puede trasmitir la importancia del conocimiento de culturas diferentes a la nuestra, dando a conocer
Nereida Montaño Ortiz
Nereida Montaño Ortiz
Nereida Montaño Ortiz

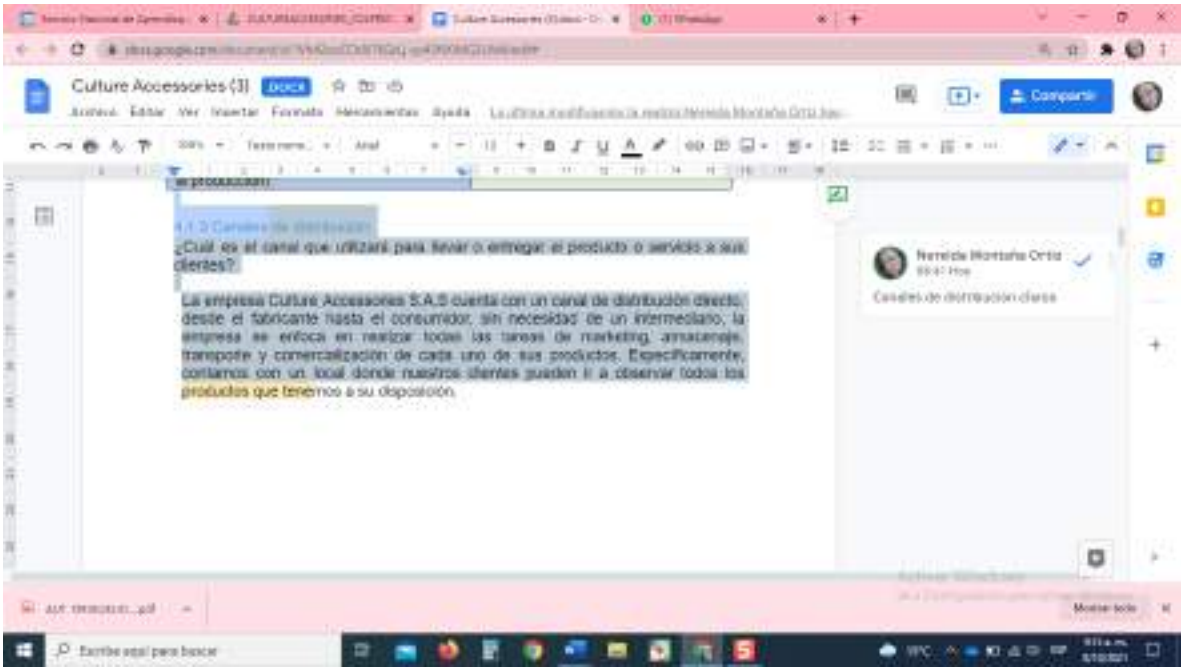

Culture Accessories (3)
Compartir
Gerente
Contador
Gestion de Talento Humano
Supervisor de producción
Operario #01
Operario #02
Asesor comercial


Culture Accessories (3)
Compartir
4. ESTUDIO DE MERCADO
4.1 Demanda
¿Quienes serán sus clientes?
Los clientes de Culture Accesorias S.A.S serán personas de todos los estratos, que frecuentan o habitan cerca a la localidad de Los Mártires, en la ciudad de Bogotá, así como también todas las personas de Colombia que estén interesados en adquirir nuestros productos por medio de la página web, con una edad promedio de 7 años
Nereida Montaña Ortiz
Organigrama estructurado adecuadamente se sugiere ajustar los el valor de los salarios ya que este todos los años tiene fluctuaciones mientras que los cargos son constantes
Nereida Montaña Ortiz
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencia claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos. Se sugiere anexar conclusiones generales de los


Culture Accessories (3)
Compartir
4.1.1 Segmento del mercado
Detalle las variables de la segmentación. ¿A quien va dirigido el producto o servicio?
Demográficos: Personas de sexo masculino, femenino y no binario, incluyendo niños, jóvenes y adultos de 7 años en adelante, que sean de todo tipo de estado civil, ya sea, soltería, casado/a, divorciado/a, viudo/a, entre otros.
Geográficos: Personas que vivan, frecuenten o visiten la localidad de Los Mártires, especialmente el centro comercial San Francisco, en la ciudad de Bogotá, departamento de Cundinamarca que se caracteriza por tener un clima moderadamente frío, con cerca de 14°C en promedio y todas las personas de Colombia que estén interesadas en nuestros productos.
Socioeconómicos: Personas de estratos 2, 3 y 4 u otros, sin distinción de religión, raza, nacionalidad, sexo, entre otros.
Psicográficos: Personas creativas, que tengan un gusto por los accesorios, que quieran experimentar lecturas nuevas y combinarlas con sus prendas de vestir. Así como también, las personas que disfruten del conocimiento de nuevas culturas y sus elementos más comunes en ellas.
Nereida Montaña Ortiz
Segmento de mercado adecuadamente estructurado felicitaciones abarca todos los elementos que lo conforman


Culture Accessories (3)
Compartir
Elabore un instrumento de medición, máximo de 10 preguntas
Culture Accessories
Nombres y Apellidos *

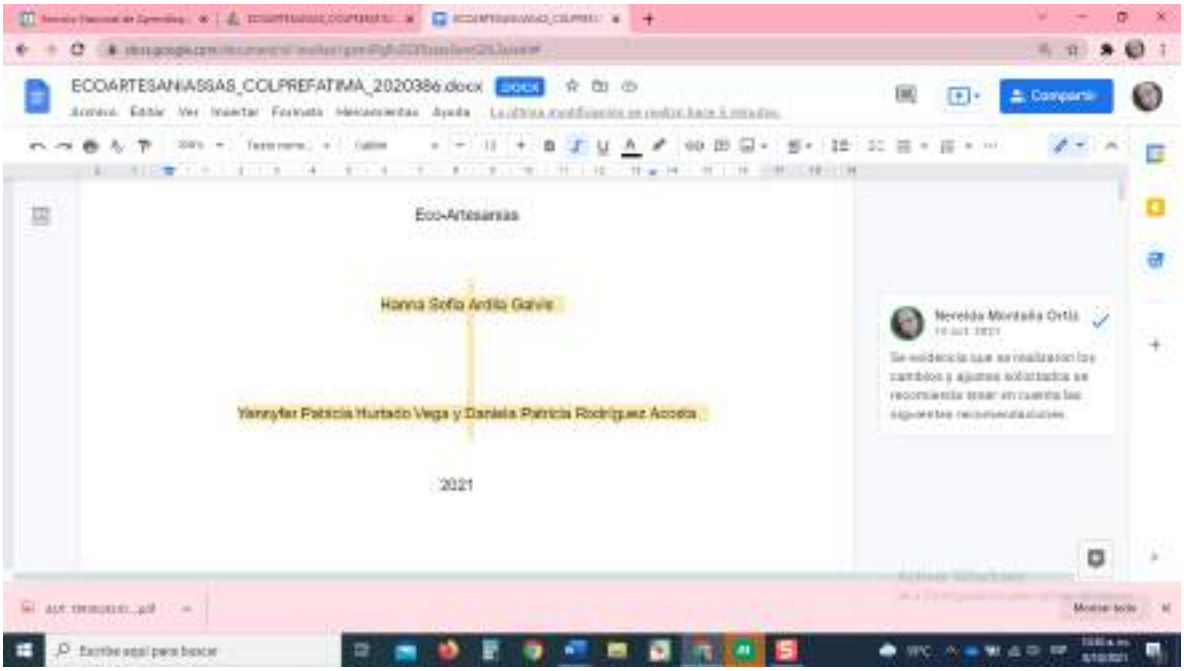

Culture Accessories (3)
Compartir
Elabore un instrumento de medición, máximo de 10 preguntas
Culture Accessories
Nombres y Apellidos *

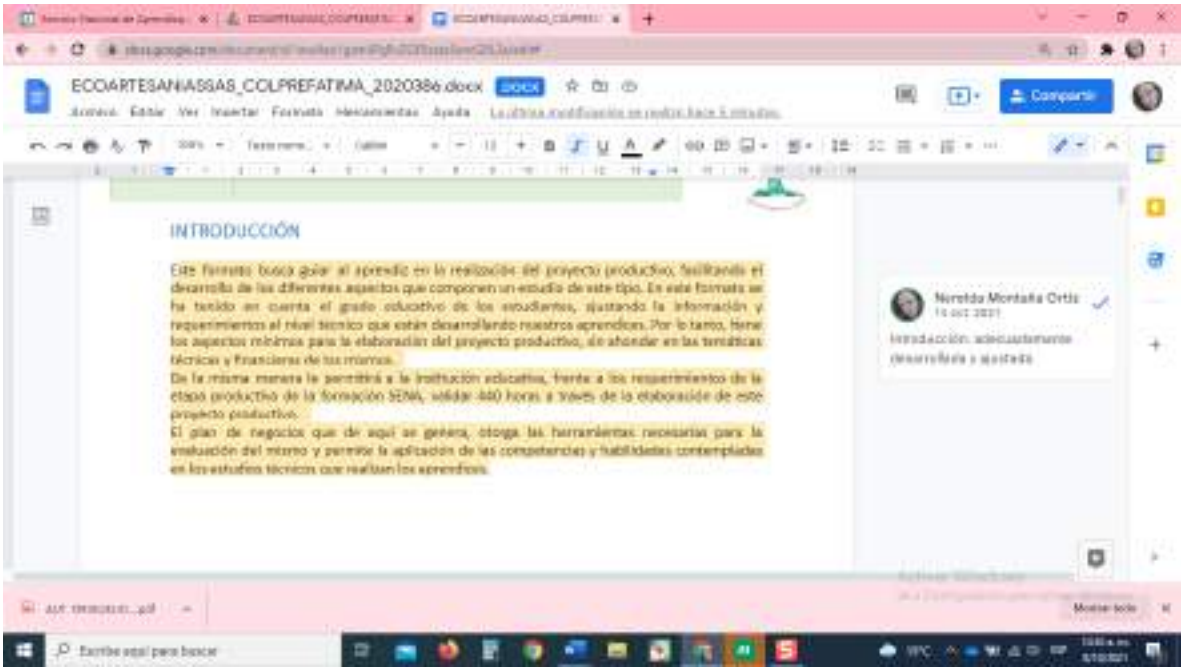


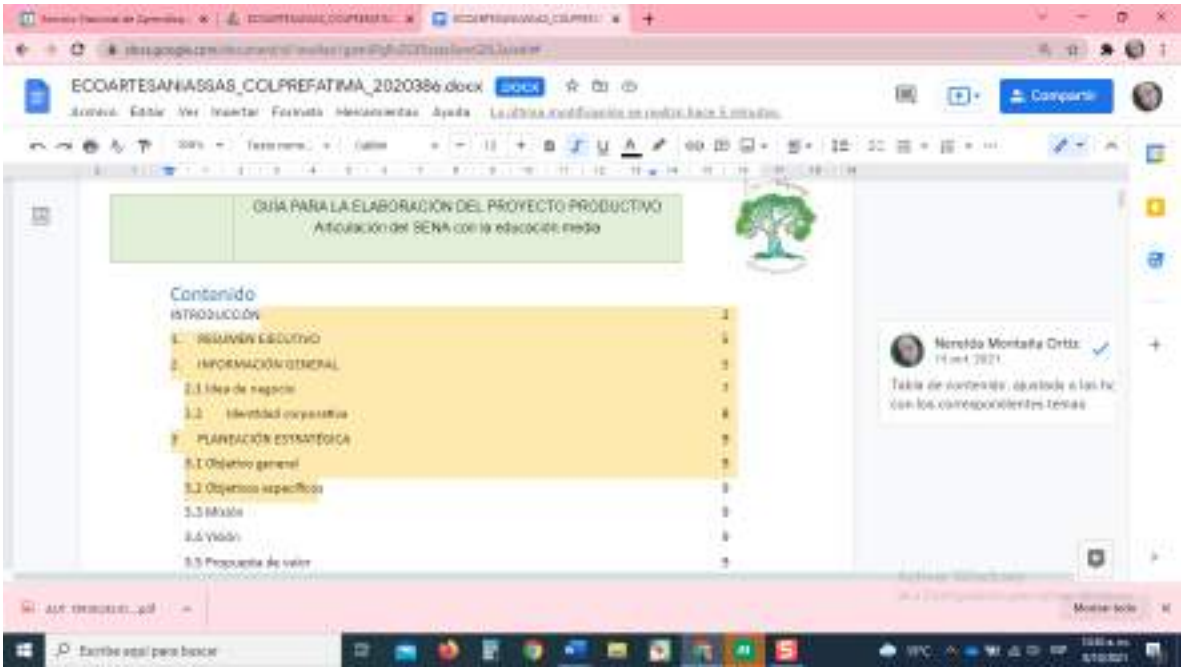
Eco-Artesanías

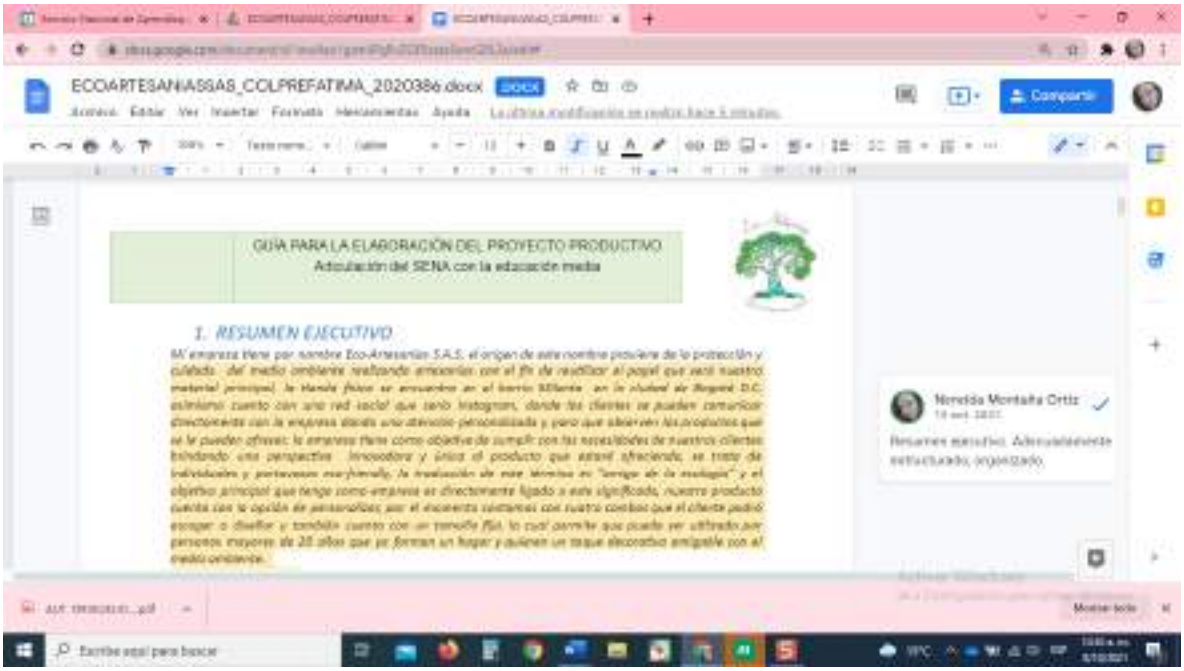
https://docs.google.com/document/d/1wwIIqo1gam6PgRvZGE5szezSencG8L2a/edit

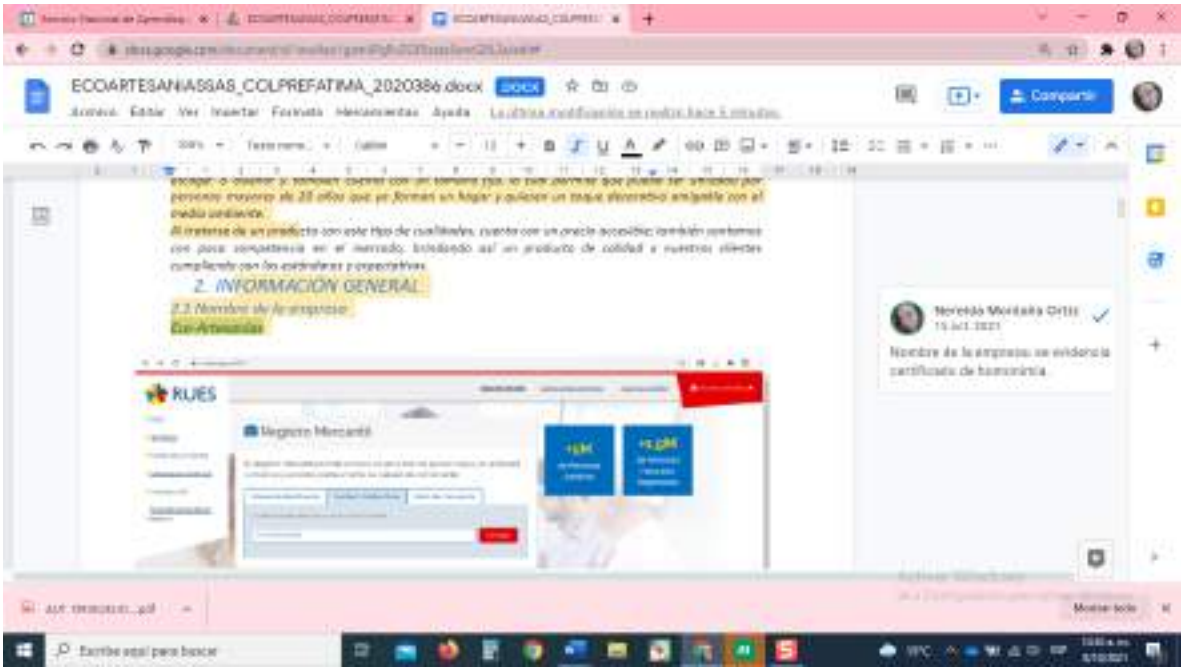
Hanna Sofia Ardila Galvis
Yennyfer Patricia Hurtado Vega
Daniela Patricia Rodríguez Acosta

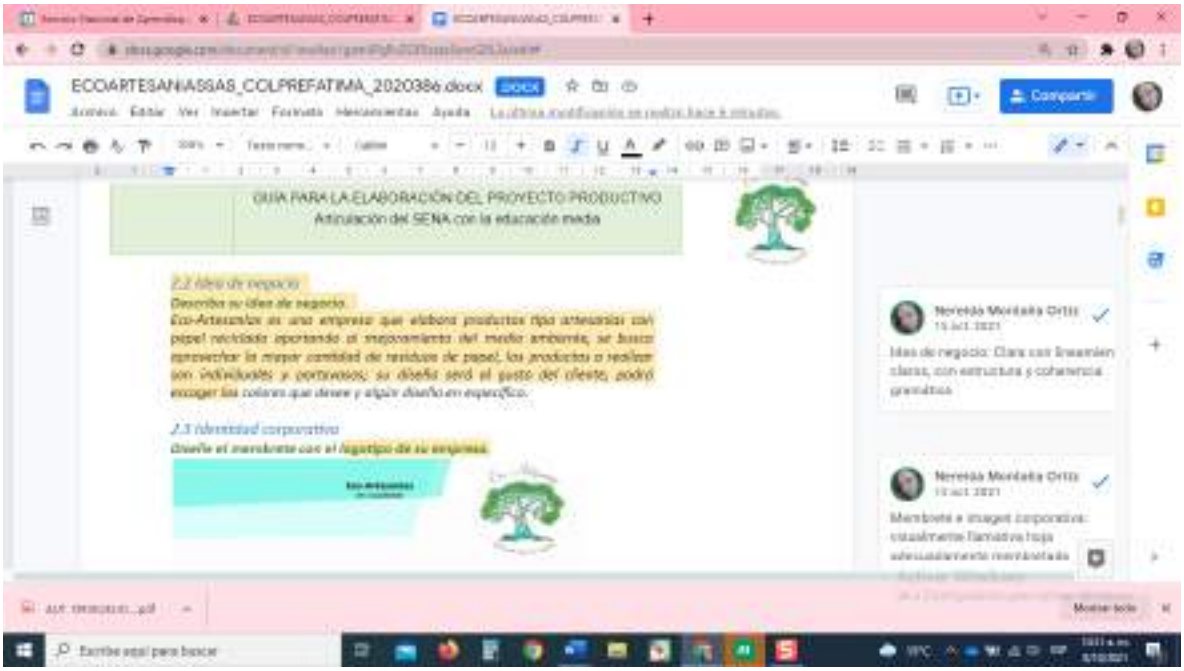

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Eco-Artesanías
Hanna Sofia Ardila Galvis
Yannyfer Patricia Hurtado Vega y Daniela Patricia Rodriguez Acosta
2021

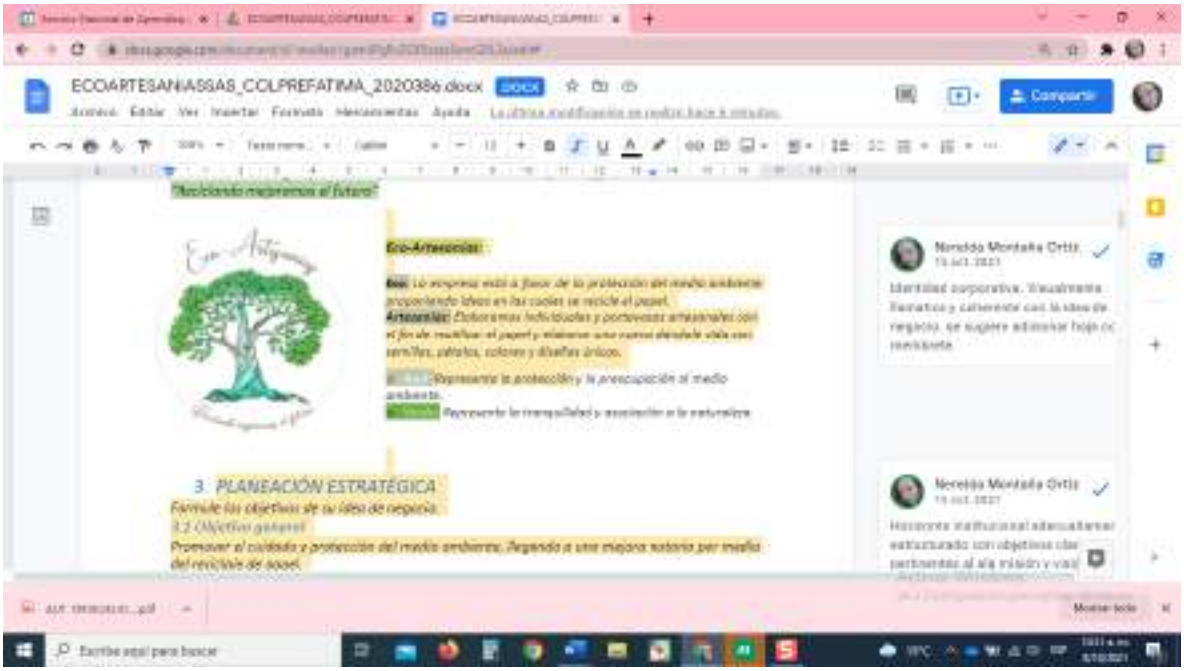

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
INTRODUCCIÓN
Este formato busca guiar al aprendiz en la realización del proyecto productivo, facilitando el desarrollo de los diferentes aspectos que componen un estudio de este tipo. En este formato se ha tenido en cuenta el grado educativo de los estudiantes, ajustando la información y requerimientos al nivel técnico que están desarrollando nuestros aprendices. Por lo tanto, tiene los aspectos mínimos para la elaboración del proyecto productivo, sin ahondar en las temáticas técnicas y financieras de los mismos.
De la misma manera le permitirá a la institución educativa, frente a los requerimientos de la etapa productiva de la formación SENA, validar 440 horas, a través de la elaboración de este proyecto productivo.
El plan de negocios que de aquí se genera, otorga las herramientas necesarias para la evaluación del mismo y permite la aplicación de las competencias y habilidades contempladas en los estudios técnicos que realizan los aprendices.

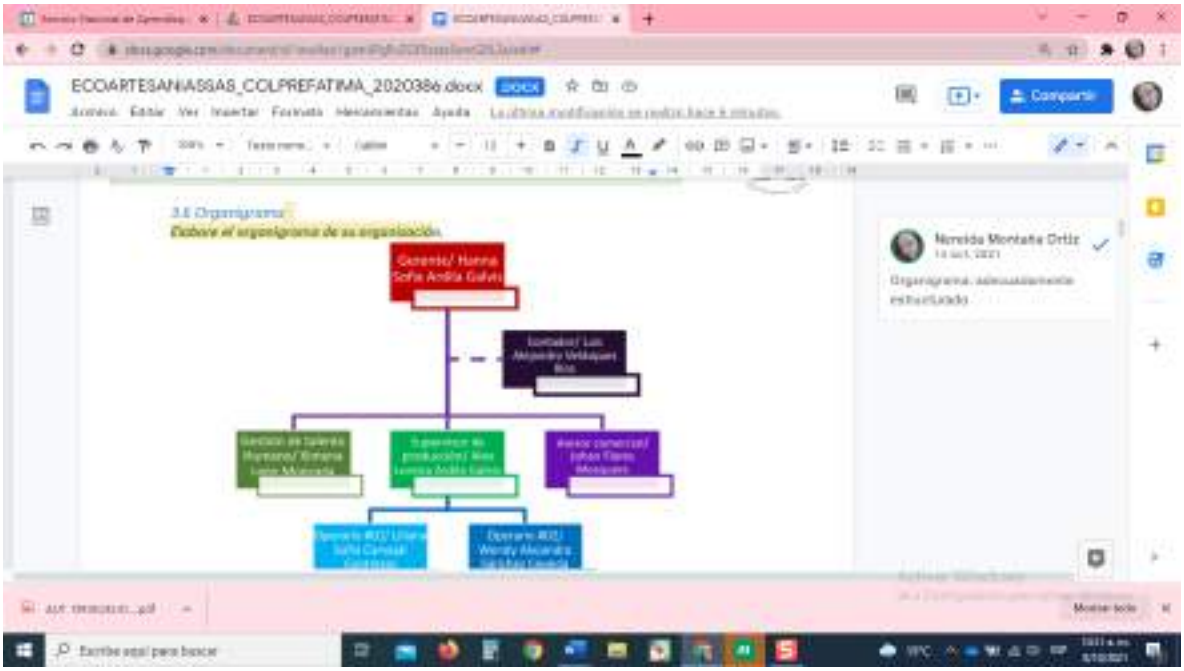

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
Contenido
INTRODUCCIÓN 2
1. RESUMEN EJECUTIVO 3
2. INFORMACIÓN GENERAL 3
2.1 Idea de negocio 3
2.2 Identidad corporativa 4
3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 5
3.1 Objetivo general 5
3.2 Objetivos específicos 5
3.3 Misión 5
3.4 Visión 5
3.5 Propuesta de valor 5
Noreldis Montaño Ortiz
Tabla de contenido ajustada a las hc con los correspondientes temas
Escribe aquí para buscar

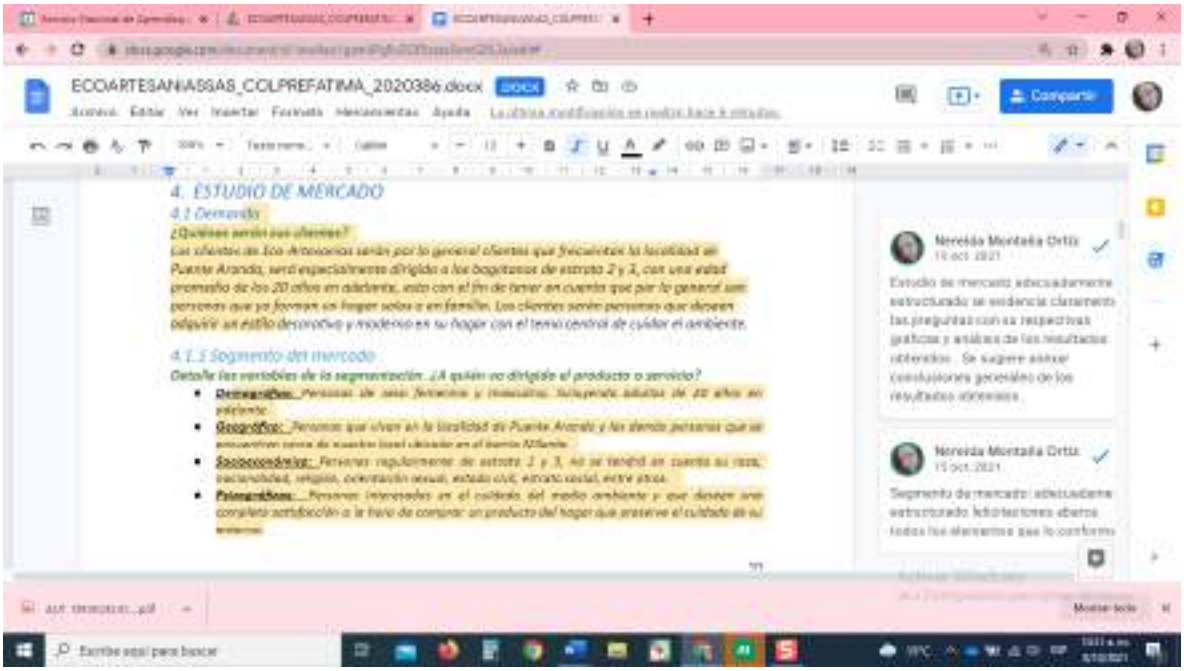

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
1. RESUMEN EJECUTIVO
Noreldis Montaño Ortiz
Resumen ejecutivo. Adecuadamente estructurado, organizado.
Escribe aquí para buscar

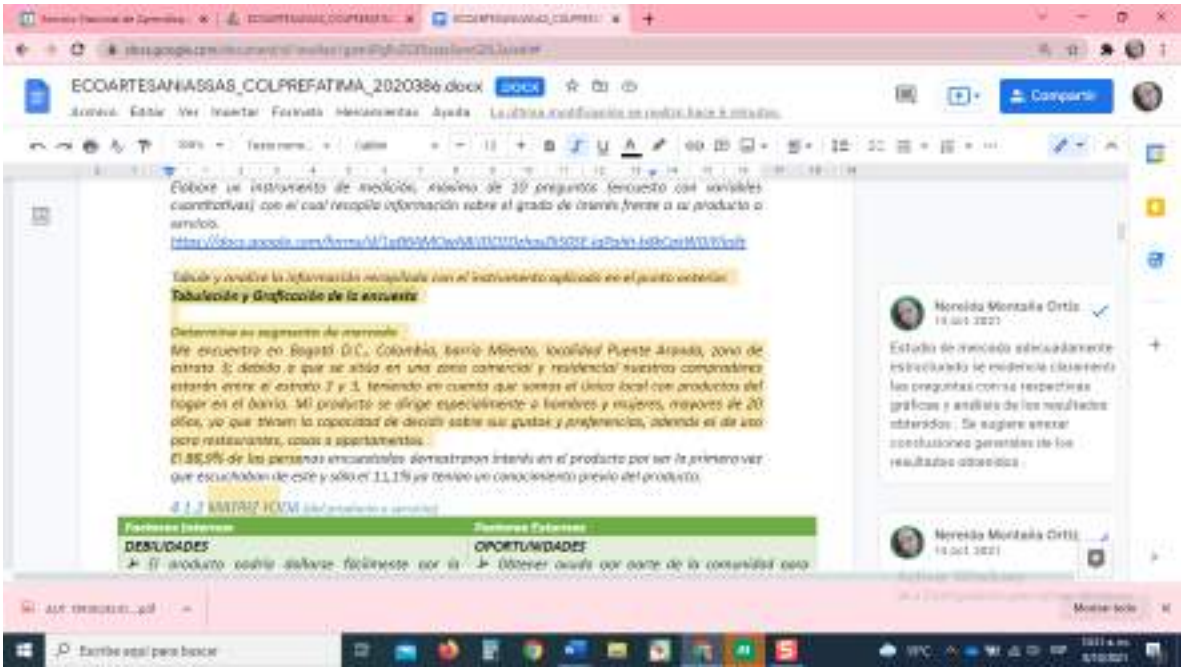

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
2. INFORMACIÓN GENERAL
2.1 Nombre de la empresa
Eco-Artesanías
RUES
Registro Mercantil
Nereida Montaño Ortiz
Nombre de la empresa se evidencia certificado de tradicionalidad

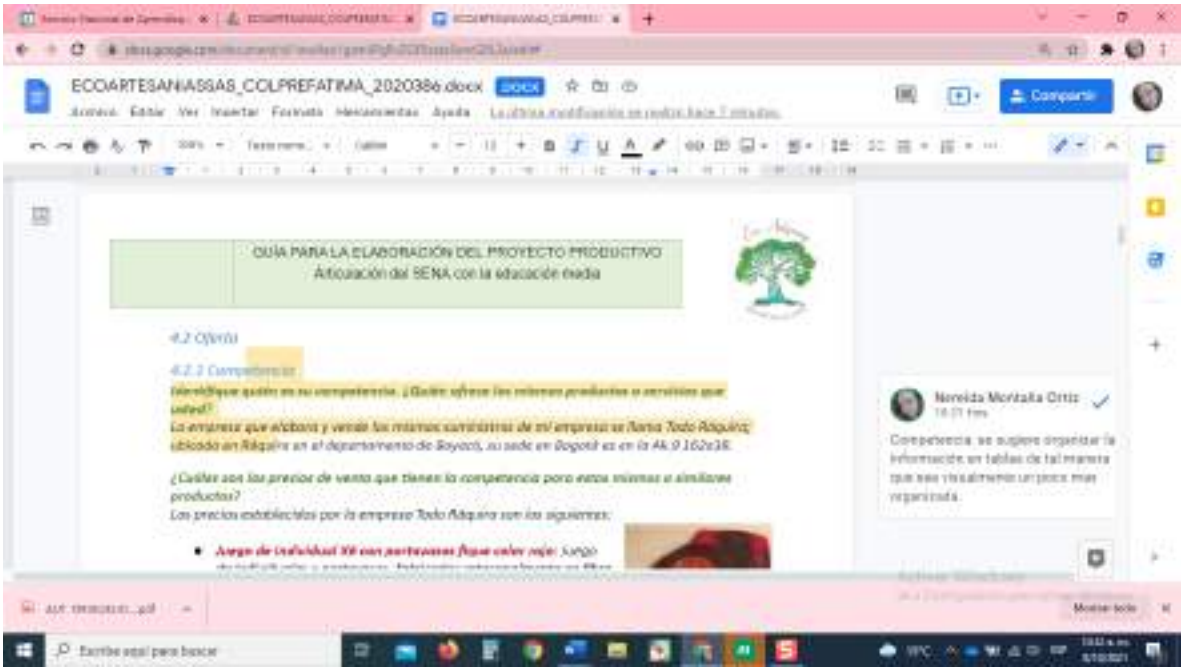

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
GUIA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
2.2 Idea de negocio
Describa su idea de negocio
Eco-Artesanías es una empresa que elabora productos tipo artesanías con papel reciclado aportando al mejoramiento del medio ambiente, se busca aprovechar la mayor cantidad de residuos de papel, los productos a realizar son individuales y portavasos; su diseño será el gusto del cliente, podrá escoger los colores que desee y algún diseño en específico.
2.3 Identidad corporativa
Diseño el membrete con el logotipo de su empresa
Nereida Montaño Ortiz
Idea de negocio: Clara con ideas bien claras, con estructura y coherencia gramatical
Nereida Montaño Ortiz
Membrete e imagen corporativa: considerando llamativa hoja adecuadamente membretada

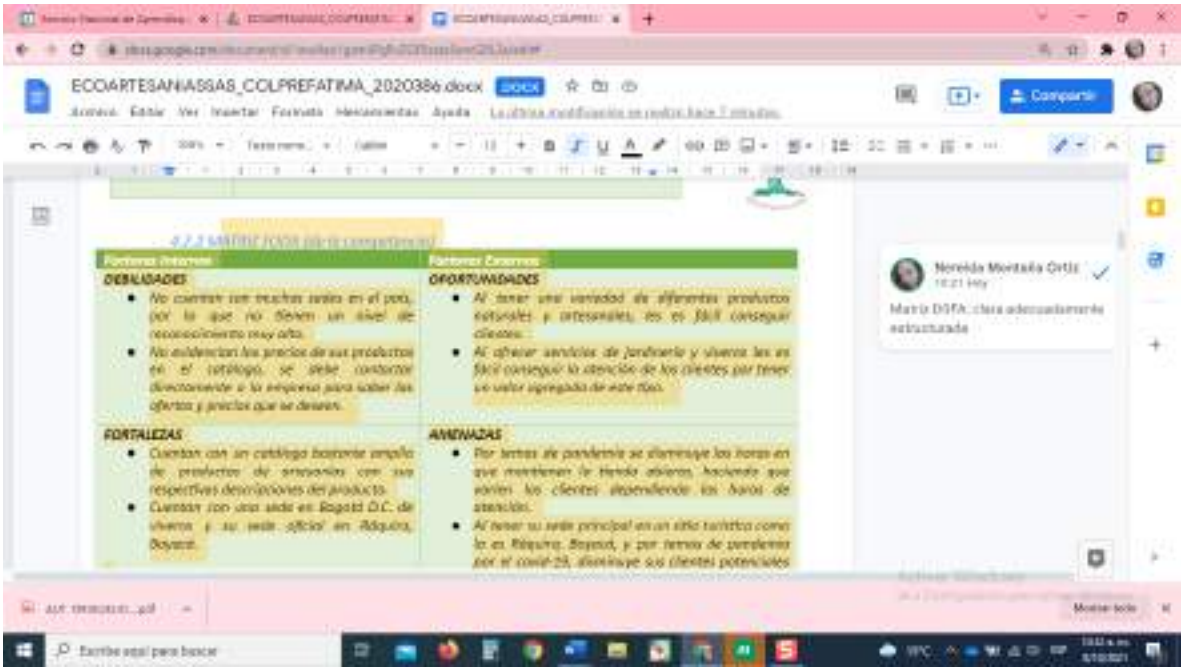

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
"Reciclando mejoramos el futuro"
Eco-Artesanías
3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
Formule los objetivos de su idea de negocio.
3.1 Objetivo general
Promover el cuidado y protección del medio ambiente, llegando a una mejora sostenible por medio del reciclaje de papel.

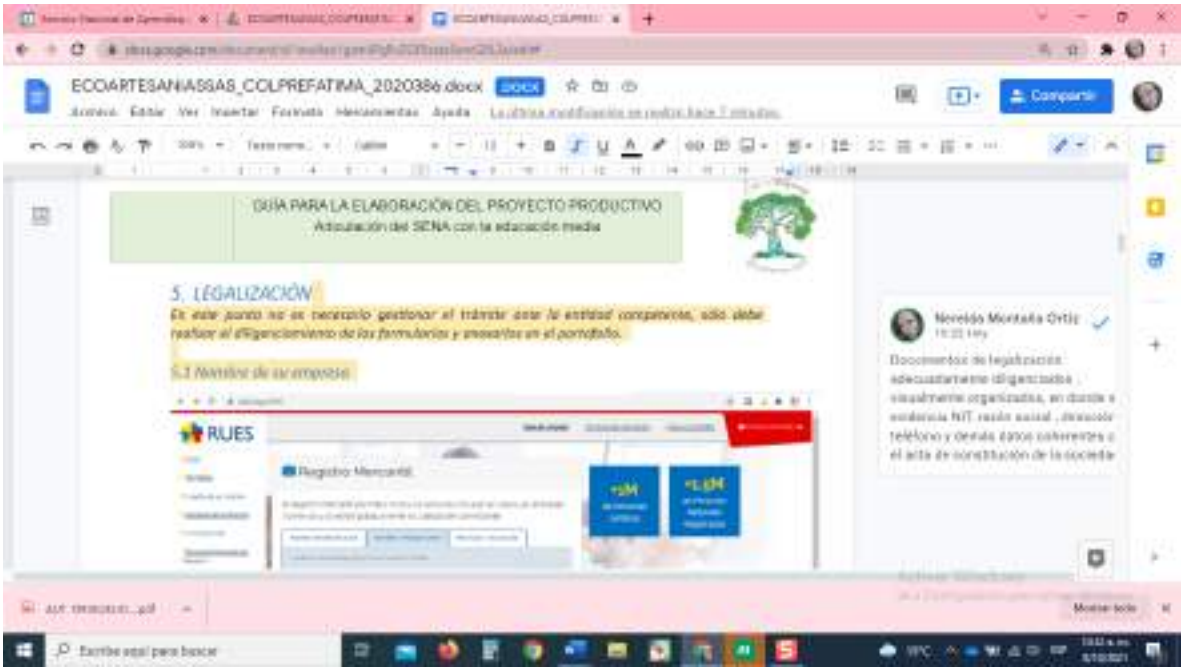

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
3.6 Organigrama
Elabore el organigrama de su organización.


ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
4. ESTUDIO DE MERCADO
4.1 Demanda
¿Quiénes serán sus clientes?
Los clientes de Eco Artesanías serán por lo general clientes que frecuentan la localidad de Puente Aranda, será especialmente dirigido a los bogotanos de estrato 2 y 3, con una edad promedio de los 20 años en adelante, esto con el fin de tener en cuenta que por lo general son personas que ya forman un hogar solos o en familia. Los clientes serán personas que desean adquirir un estilo decorativo y moderno en su hogar con el tema central de cuidar el ambiente.
4.1.1 Segmento del mercado
Detalle las variables de la segmentación. ¿A quién va dirigido el producto o servicio?
Demográfico: Personas de sexo femenino y masculino, incluyendo adultos de 20 años en adelante
Geográfico: Personas que viven en la localidad de Puente Aranda y las demás personas que se encuentren cerca de nuestro local ubicado en el barrio Atlanta
Socioeconómico: Personas regularmente de estrato 2 y 3, no se tendrá en cuenta su raza, nacionalidad, religión, orientación sexual, estado civil, estrato social, entre otros.
Psicográficos: Personas interesadas en el cuidado del medio ambiente y que deseen una completa satisfacción a la hora de comprar un producto del hogar que preserve el cuidado de su entorno
Nereida Montaña Ortiz
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencia claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos . Se sugiere anexar conclusiones generales de los resultados obtenidos
Nereida Montaña Ortiz
Segmento de mercado adecuadamente estructurado felicitaciones abarca todos los elementos que lo conforman
Escribe aquí para buscar

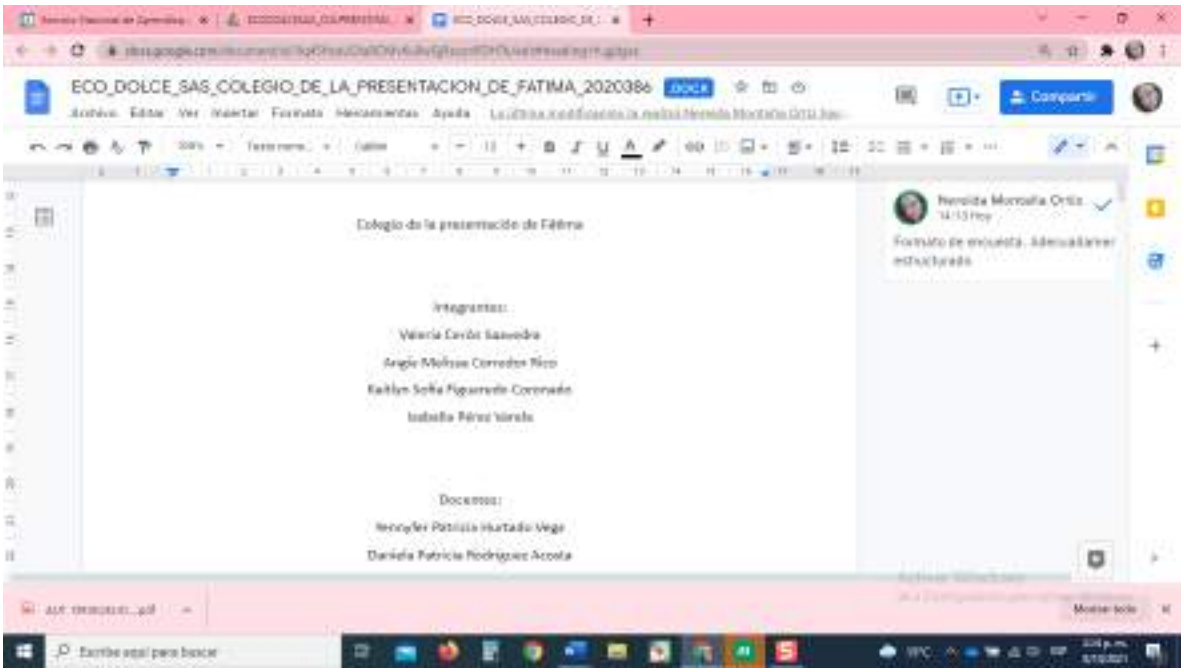

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
Elabore un instrumento de medición, máximo de 10 preguntas (encuesta con variables cuantitativas) con el cual recopile información sobre el grado de interés frente a su producto o servicio.
Tabulación y Graficación de la encuesta
Determine su segmento de mercado
Me encuentro en Bogotá D.C., Colombia, barrio Milenio, localidad Puente Aranda, zona de estrato 3; debido a que se ubica en una zona comercial y residencial nuestros compradores estarán entre el estrato 2 y 3, teniendo en cuenta que somos el único local con productos del hogar en el barrio. Mi producto se dirige especialmente a hombres y mujeres, mayores de 20 años, ya que tienen la capacidad de decidir sobre sus gustos y preferencias, además es de uso para restaurantes, casas o apartamentos.
El 88,9% de las personas encuestadas demostraron interés en el producto por ser la primera vez que escuchaban de este y sólo el 11,1% ya tenían un conocimiento previo del producto.
4.1.2 MATRIZ DOFA
Debilidades
El producto podría disfrazar fácilmente por la
Oportunidades
Obtener ayuda por parte de la comunidad para
Nereida Montaña Ortiz
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencia claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos . Se sugiere anexar conclusiones generales de los resultados obtenidos
Nereida Montaña Ortiz
Escribe aquí para buscar

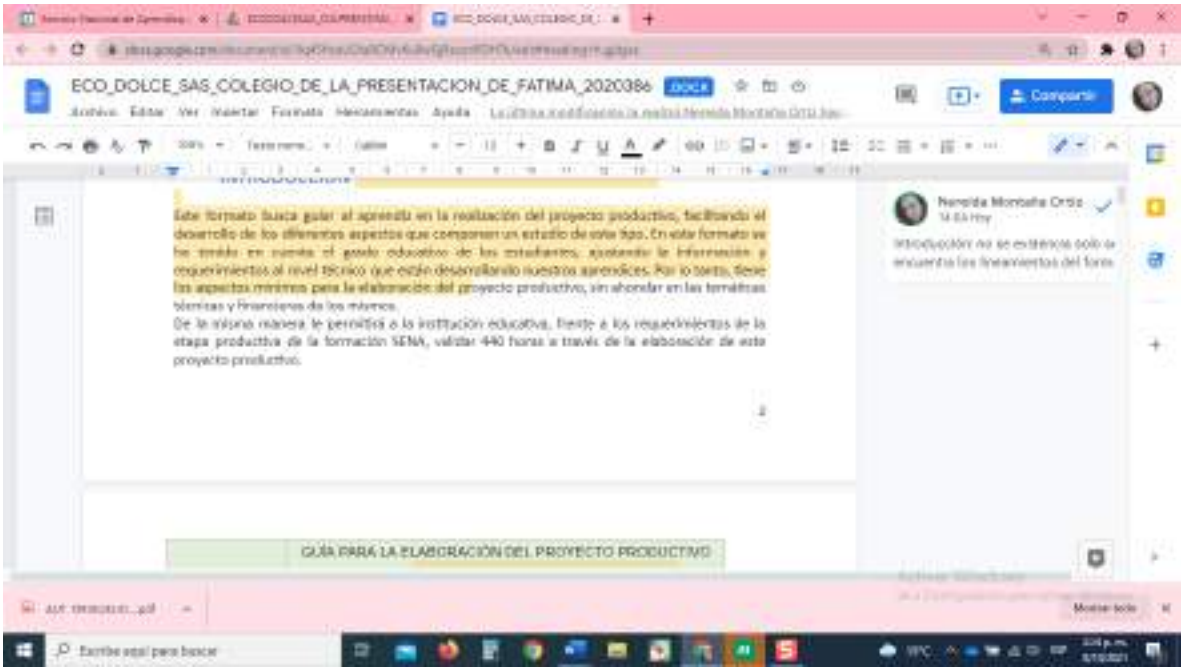

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
4.2 Oferta
4.2.1 Competencia
Identifique quién es su competencia. ¿Quién ofrece los mismos productos o servicios que usted?
La empresa que elabora y vende los mismos suministros de mi empresa se llama Todo Ráquira; ubicada en Ráquira en el departamento de Boyacá, su sede en Bogotá es en la Ak 9 162a38.
¿Cuáles son los precios de venta que tienen la competencia para estos mismos o similares productos?
Los precios establecidos por la empresa Todo Ráquira son los siguientes:
Noreida Montaña Ortiz
Competencia se sugiere organizar la información en tablas de tal manera que sea visualmente un poco mas organizada

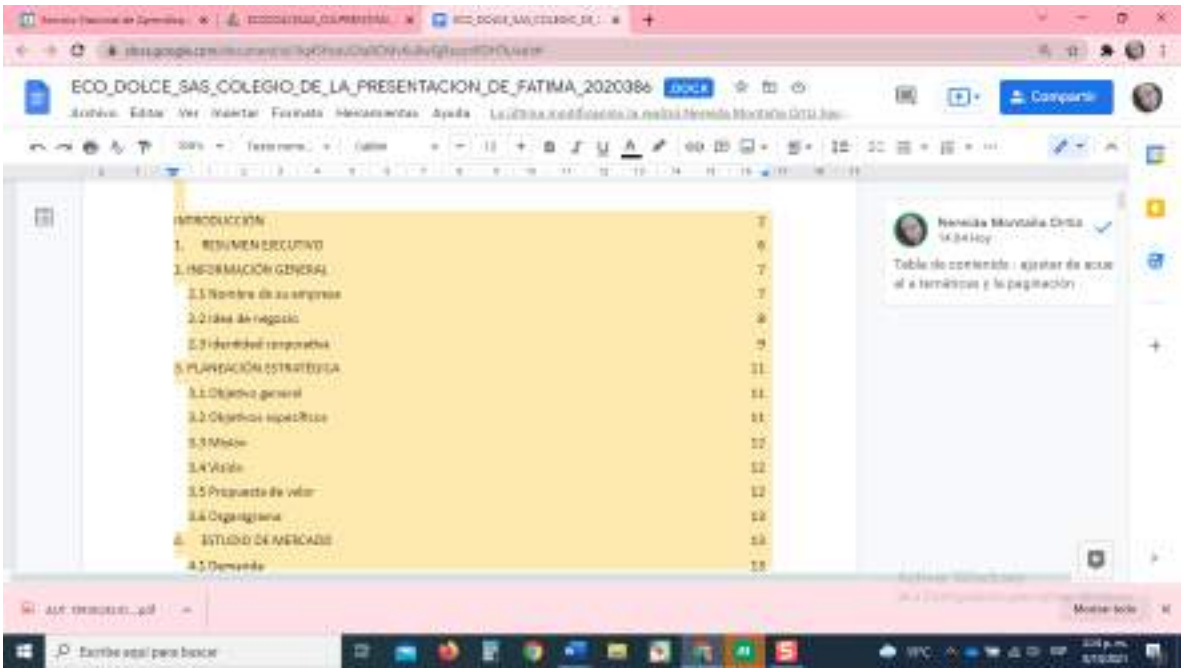

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
4.2.2 MATRIZ DOFA (de la competencia)
Factores Internos
Factores Externos
DEBILIDADES
No cuentan con tiendas solas en el país, por lo que no tienen un nivel de reconocimiento muy alto.
No evidencian los precios de sus productos en el catálogo, se debe contactar directamente a la empresa para saber las ofertas y precios que se desean.
OPORTUNIDADES
Al tener una variedad de diferentes productos naturales y artesanales, es es fácil conseguir clientes.
Al ofrecer servicios de jardinería y viveros les es fácil conseguir la atención de los clientes por tener un valor agregado de este tipo.
FORTALEZAS
Cuentan con un catálogo bastante amplio de productos de artesanías con sus respectivas descripciones del producto.
Cuentan con una sede en Bogotá D.C. de viveros y su sede oficial en Ráquira, Boyacá.
AMENAZAS
Por temas de pandemia se disminuye las horas en que mantienen la tienda abierta, haciendo que varíen los clientes dependiendo los horas de atención.
Al tener su sede principal en un sitio turístico como lo es Ráquira, Boyacá, y por temas de pandemia por el covid-19, disminuye sus clientes potenciales
Noreida Montaña Ortiz
Matriz DOFA: clara adecuadamente estructurada

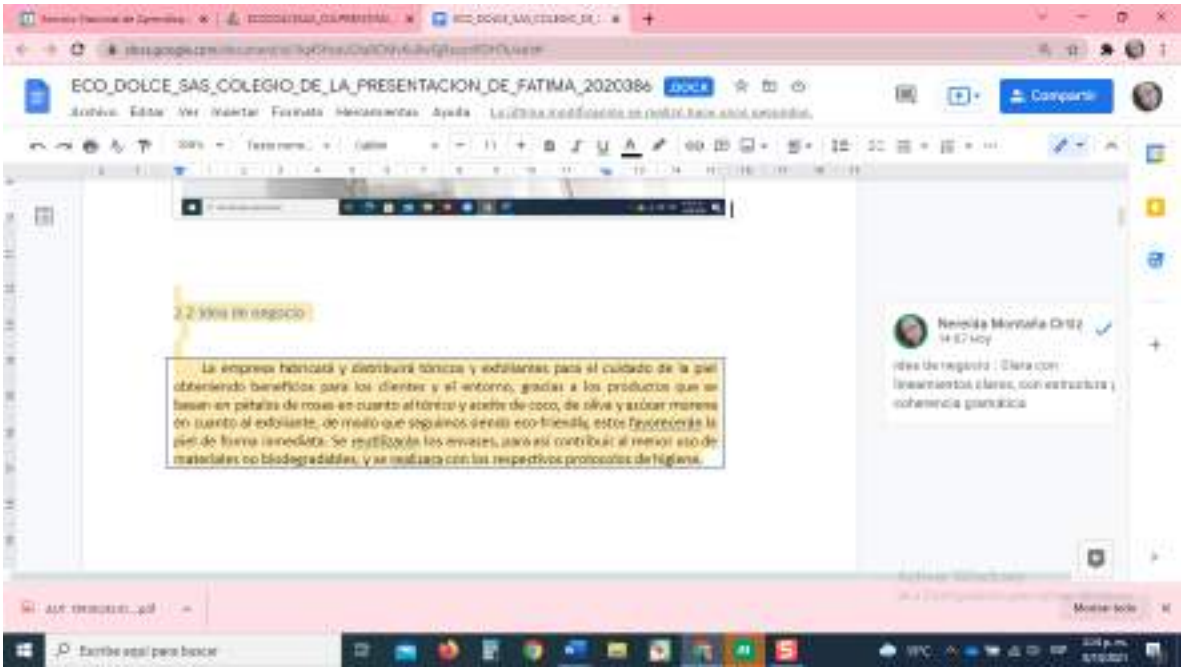


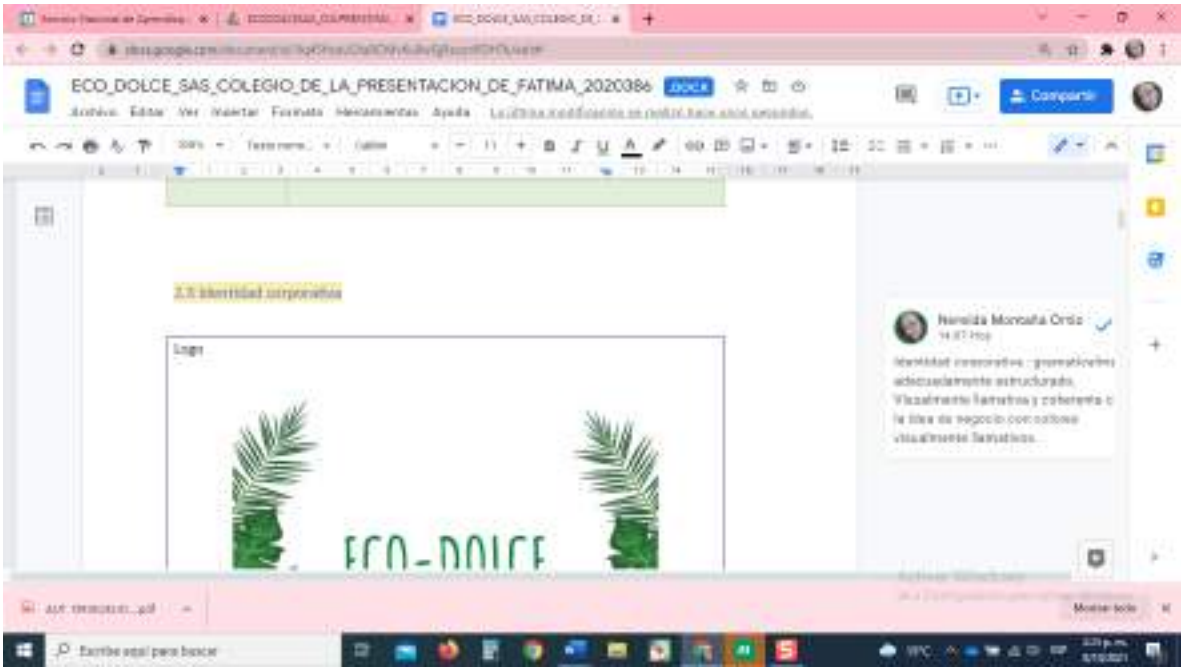
Eco – Dolce S.A.S

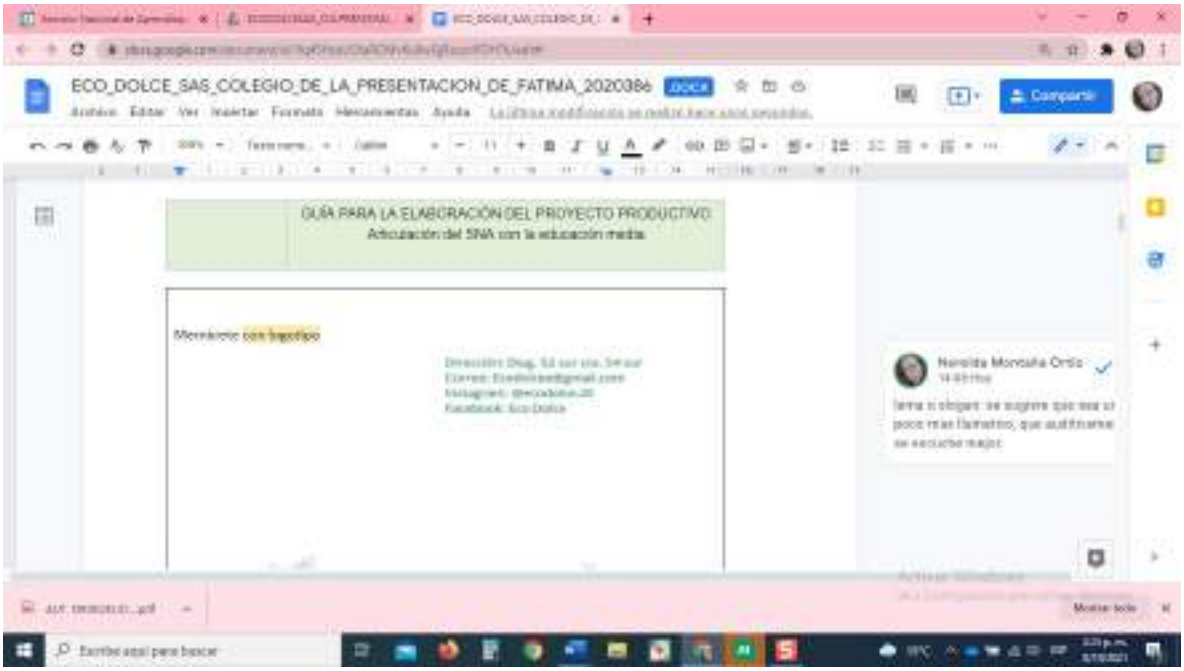


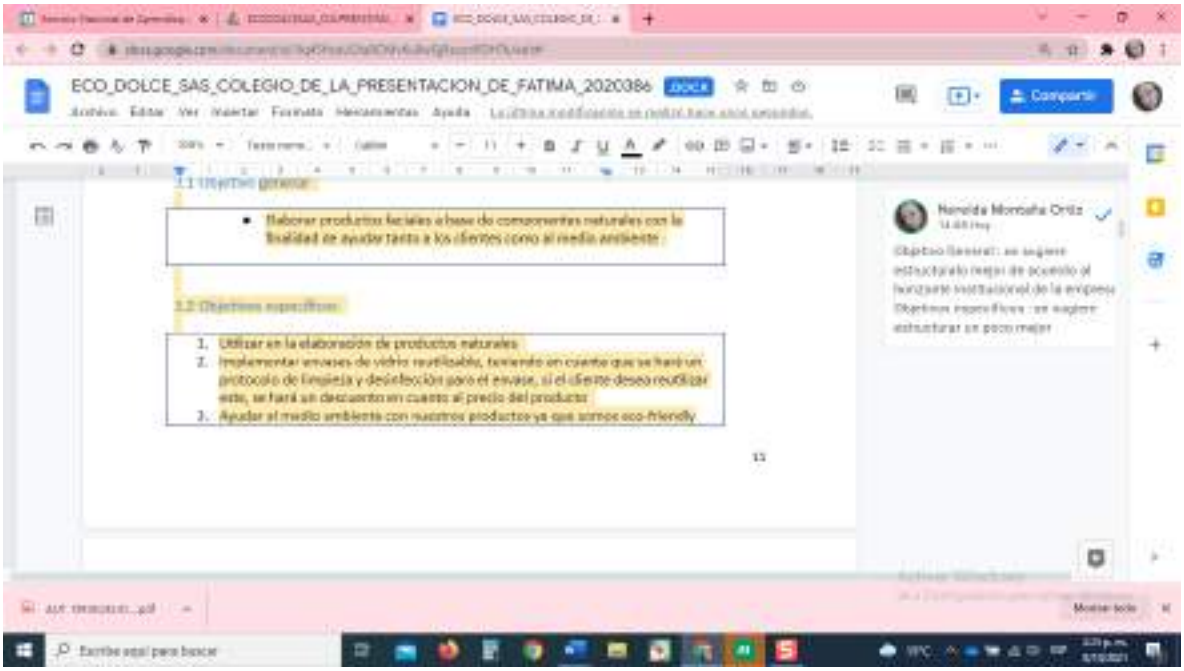

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
Este formato busca guiar al aprendiz en la realización del proyecto productivo, facilitando el desarrollo de los diferentes aspectos que componen un estudio de este tipo. En este formato se ha tenido en cuenta el grado educativo de los estudiantes, ajustando la información y requerimientos al nivel técnico que están desarrollando nuestros aprendices. Por lo tanto, tiene los aspectos mínimos para la elaboración del proyecto productivo, sin ahondar en las temáticas técnicas y financieras de los mismos.
De la misma manera le permitirá a la institución educativa, frente a los requerimientos de la etapa productiva de la formación SENA, validar 440 horas a través de la elaboración de este proyecto productivo.
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO

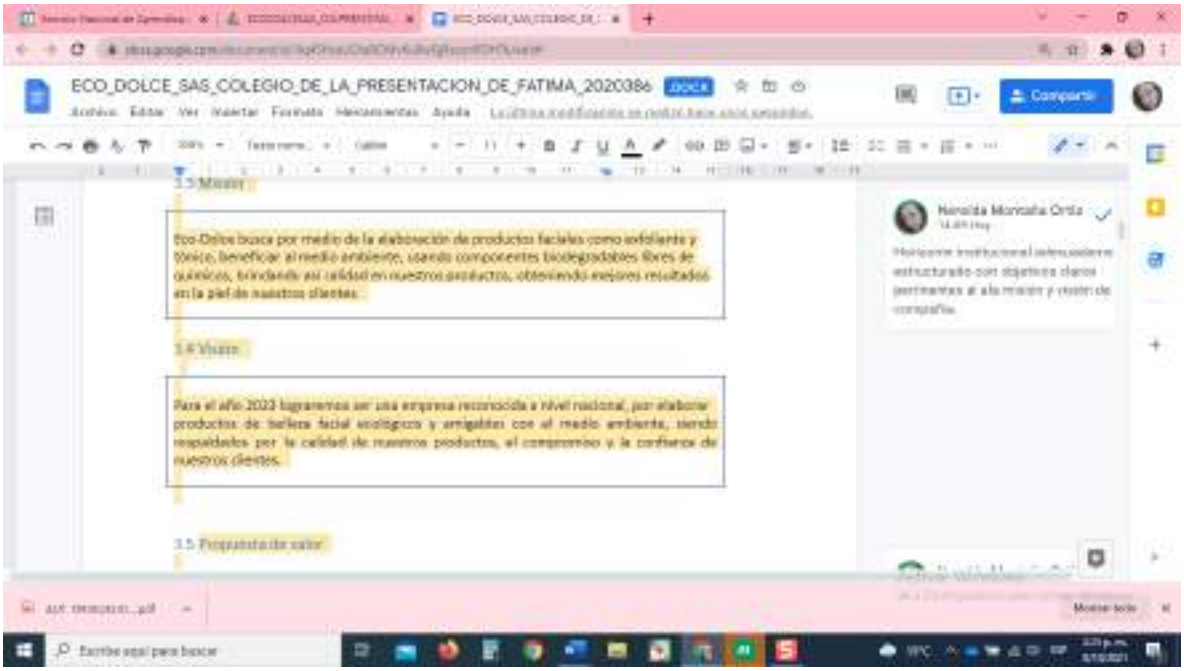

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
INTRODUCCIÓN 7
1. RESUMEN EJECUTIVO 8
2. INFORMACIÓN GENERAL 9
2.1 Nombre de su empresa 9
2.2 Idea de negocio 9
2.3 Identidad corporativa 9
3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 11
3.1 Objetivo general 11
3.2 Objetivos específicos 11
3.3 Misión 12
3.4 Visión 12
3.5 Propuesta de valor 12
3.6 Organigrama 13
4. ESTUDIO DE MERCADO 13
4.1 Demanda 13

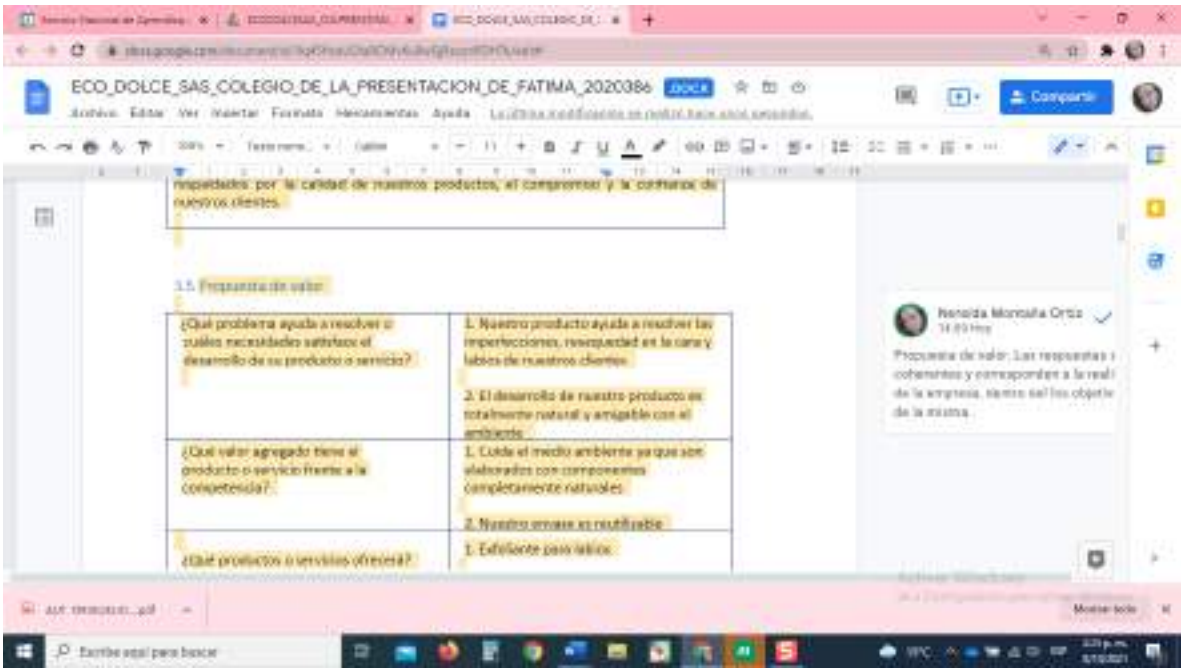

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
2.2 Idea de negocio
La empresa fabricará y distribuirá tónicos y exfoliantes para el cuidado de la piel obteniendo beneficios para los clientes y el entorno, gracias a los productos que se basan en pétalos de rosas en cuanto al tónico y aceite de coco, de oliva y azúcar morena en cuanto al exfoliante, de modo que seguimos siendo eco friendly, estos favorecerán la piel de forma inmediata. Se reutilizarán los envases, para así contribuir al menor uso de materiales no biodegradables, y se realizara con los respectivos protocolos de higiene.

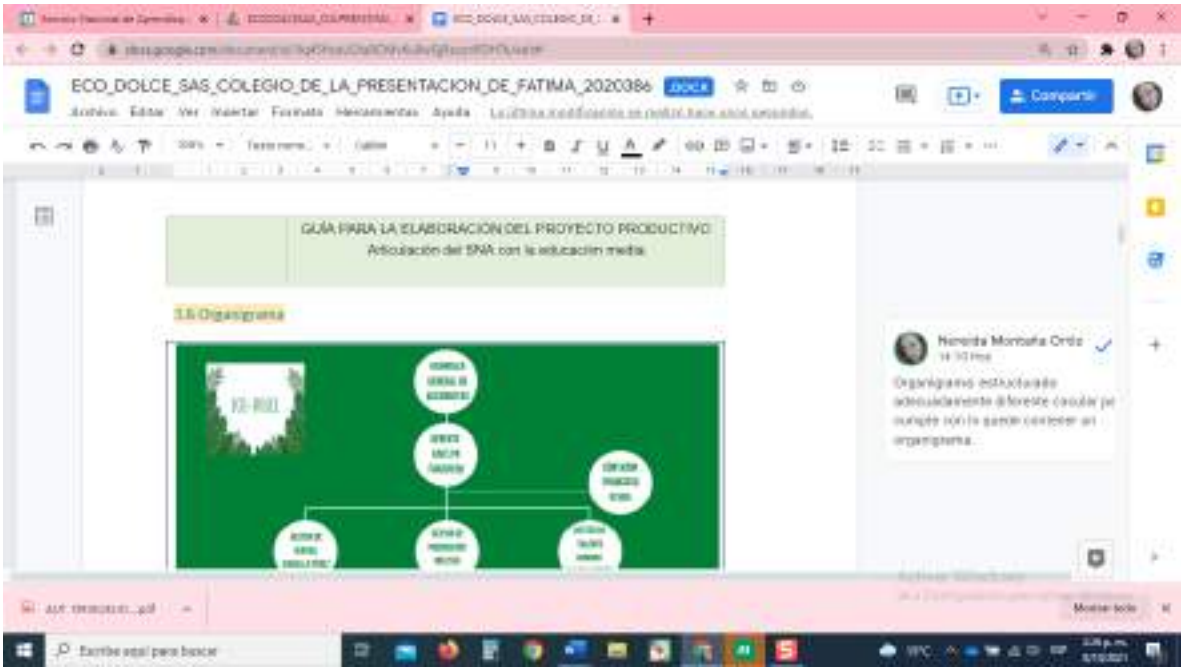

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
2.3 Identidad corporativa
Logo

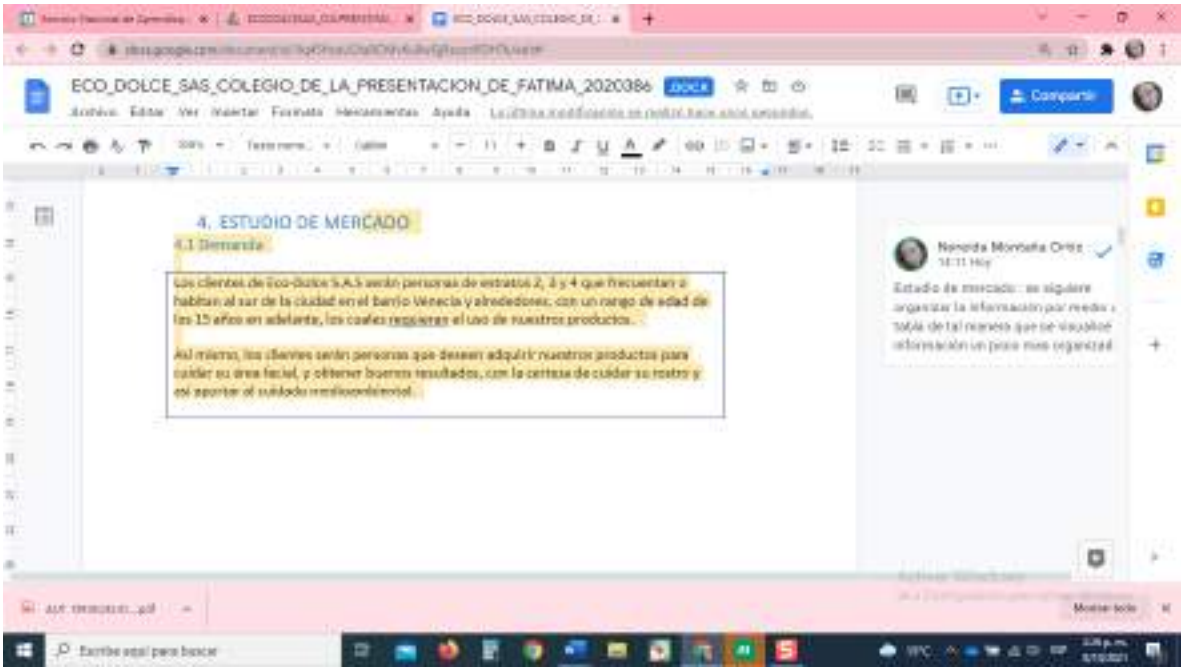

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
Membrete con logotipo

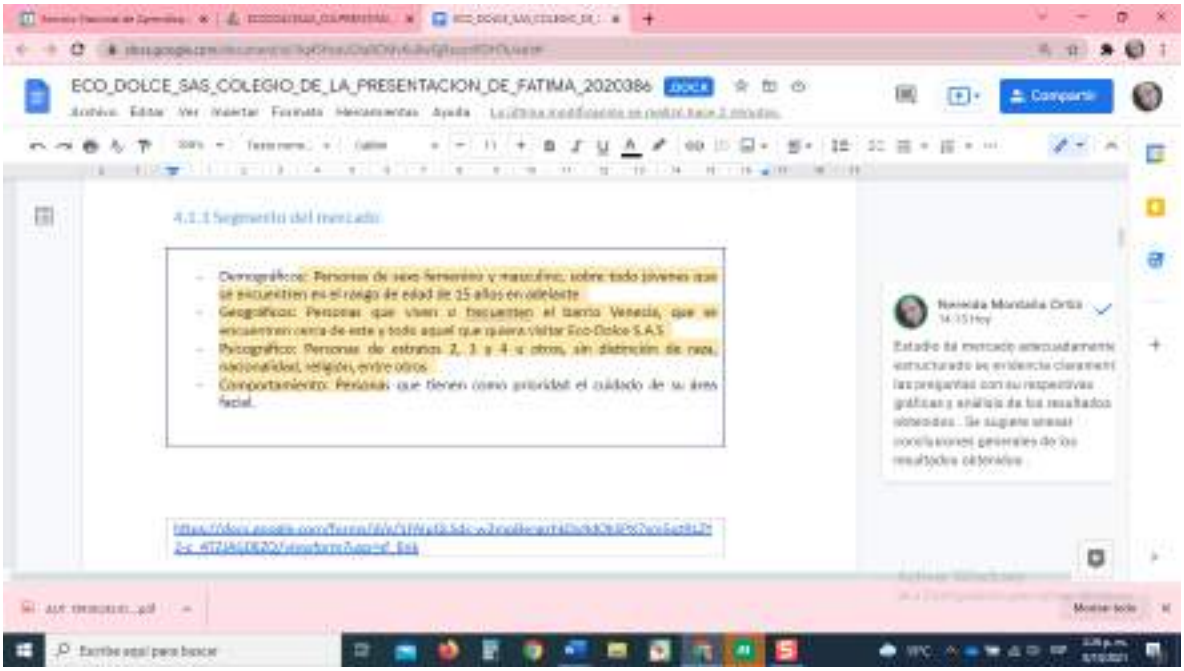

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
1.1 Objetivo general:
Elaborar productos faciales a base de componentes naturales con la finalidad de ayudar tanto a los clientes como al medio ambiente
1.2 Objetivos específicos:
1. Utilizar en la elaboración de productos naturales
2. Implementar envases de vidrio reutilizable, teniendo en cuenta que se hará un protocolo de limpieza y desinfección para el envase, si el cliente desea reutilizar este, se hará un descuento en cuanto al precio del producto
3. Ayudar al medio ambiente con nuestros productos ya que somos eco-friendly

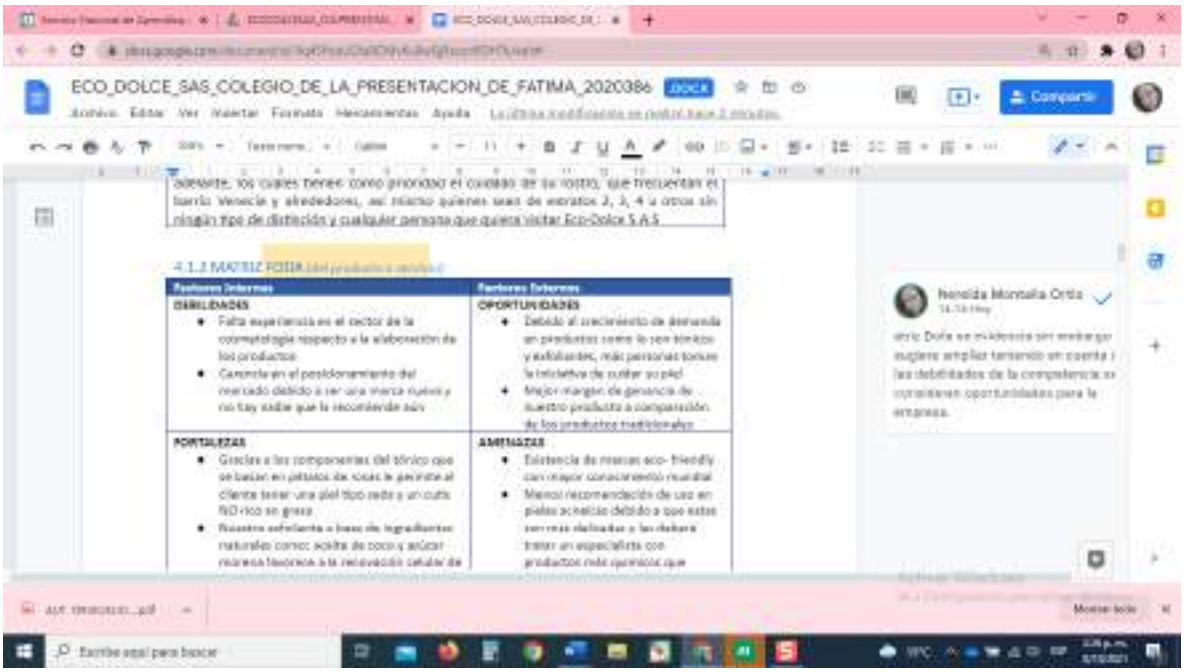

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
Eco-Dolce busca por medio de la elaboración de productos faciales como exfoliante y tónico, beneficiar al medio ambiente, usando componentes biodegradables libres de químicos, brindando su calidad en nuestros productos, obteniendo mejores resultados en la piel de nuestros clientes.
Para el año 2023 lograremos ser una empresa reconocida a nivel nacional, por elaborar productos de belleza facial ecológicos y amigables con el medio ambiente, siendo respaldados por la calidad de nuestros productos, el compromiso y la confianza de nuestros clientes.
3.5 Propuesta de valor

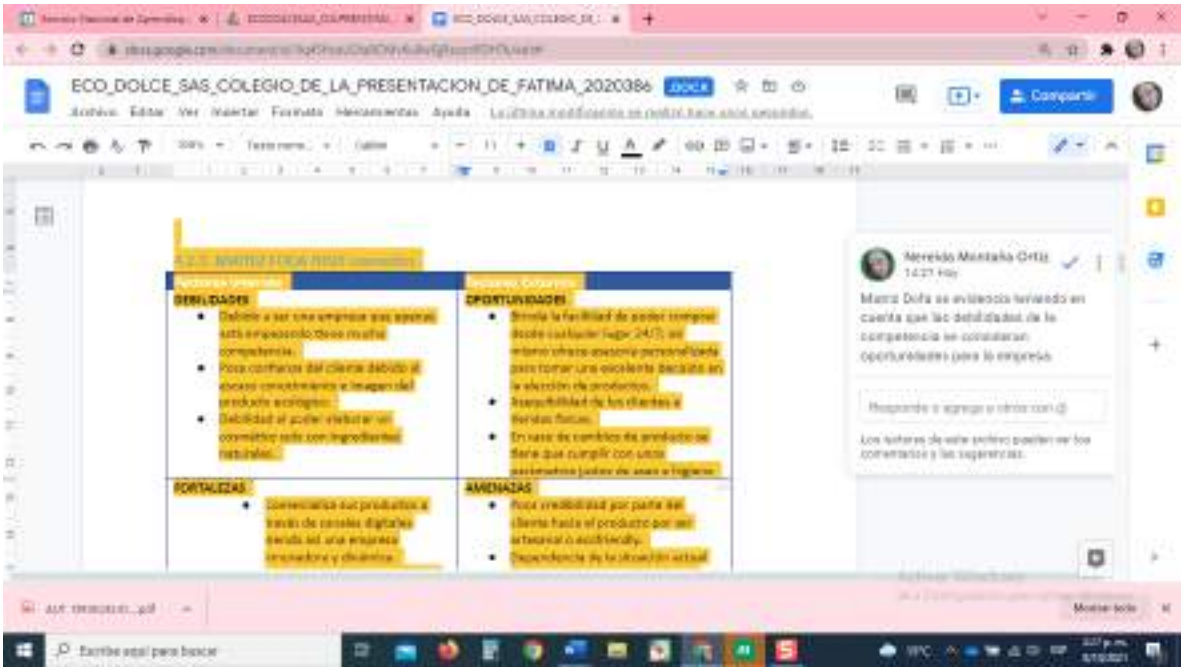

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
respaldados por la calidad de nuestros productos, el compromiso y la confianza de nuestros clientes.
3.5 Propuesta de valor
¿Qué problema ayuda a resolver o cuáles necesidades satisface el desarrollo de su producto o servicio?
1. Nuestro producto ayuda a resolver las imperfecciones, resequedad en la cara y labios de nuestros clientes.
2. El desarrollo de nuestro producto es totalmente natural y amigable con el ambiente.
¿Qué valor agregado tiene el producto o servicio frente a la competencia?
1. Cuida el medio ambiente ya que son elaborados con componentes completamente naturales.
2. Nuestro envase es reutilizable.
¿Qué productos o servicios ofrecerá?
1. Exfoliante para labios

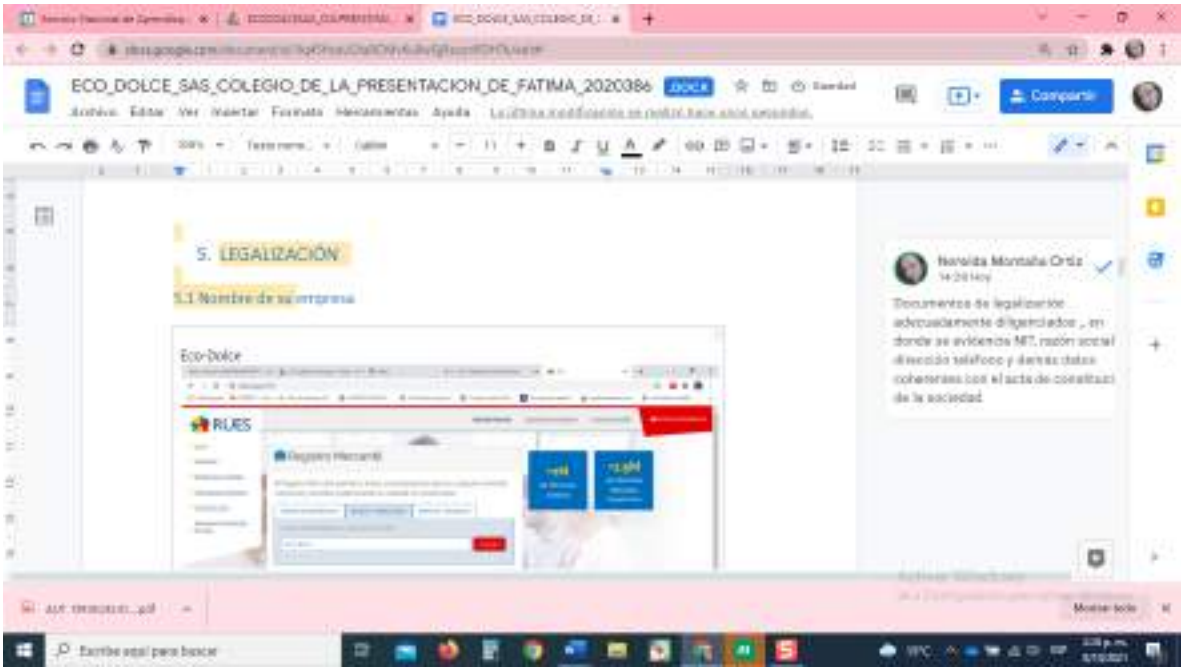

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACION DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SNA con la educación media
3.6 Organigrama


ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
4. ESTUDIO DE MERCADO
4.1 Demanda
Los clientes de Eco-Dolce S.A.S serán personas de estratos 2, 3 y 4 que frecuentan o habitan al sur de la ciudad en el barrio Venecia y alrededores, con un rango de edad de los 15 años en adelante, los cuales requieran el uso de nuestros productos.
Así mismo, los clientes serán personas que deseen adquirir nuestros productos para cuidar su área facial, y obtener buenos resultados, con la certeza de cuidar su rostro y así aportar al cuidado medioambiental.


ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
4.1.1 Segmento del mercado
- Demográficos: Personas de sexo femenino y masculino, sobre todo jóvenes que se encuentren en el rango de edad de 15 años en adelante
- Geográficos: Personas que viven o frecuenten el barrio Venecia, que se encuentren cerca de este y todo aquel que quiera visitar Eco-Dolce S.A.S
- Psicográfico: Personas de estratos 2, 3 y 4 u otros, sin distinción de raza, nacionalidad, religión, entre otros
- Comportamiento: Personas que tienen como prioridad el cuidado de su área facial.
Reinelda Montalla Ortiz
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencia claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos . Se sugiere anexar conclusiones generales de los resultados obtenidos
Escribe aquí para buscar


ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
4.1.2 MATRIZ FODA
Factores Internos
DEBILIDADES
Falta experiencia en el sector de la cosmetología respecto a la elaboración de los productos
Carencia en el posicionamiento del mercado debido a ser una marca nueva y no hay visibilidad que la recomiende aún
FORTALEZAS
Gracias a los componentes del fórmico que se basan en pétalos de rosas le garantiza al cliente tener una piel tipo seda y un cutis NO rico en grasa
Factores Externos
OPORTUNIDADES
Debido al crecimiento de demanda en productos como lo son tónicos y exfoliantes, más personas toman la iniciativa de cuidar su piel
Mejor margen de ganancia de nuestro producto a comparación de los productos tradicionales
AMENAZAS
Existencia de marcas eco- friendly con mayor conocimiento mundial
Menor recomendación de uso en pieles acneicas debido a que estas son muy delicadas y las deben tratar un especialista con productos más químicos que
Reinelda Montalla Ortiz
Escribe aquí para buscar



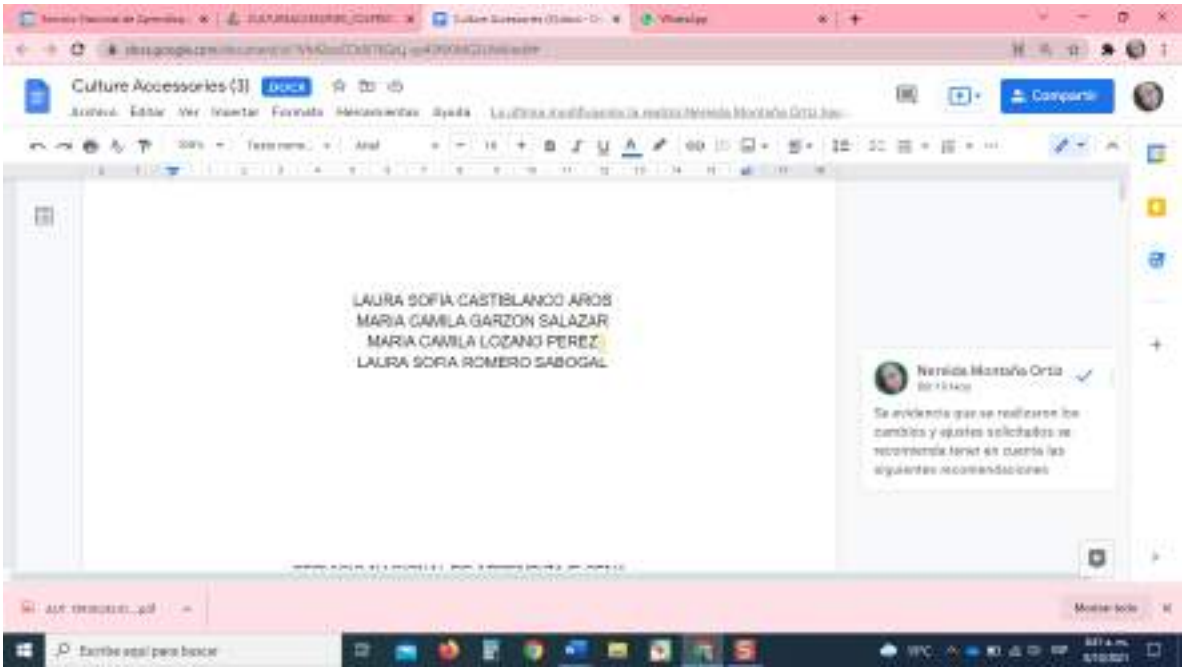


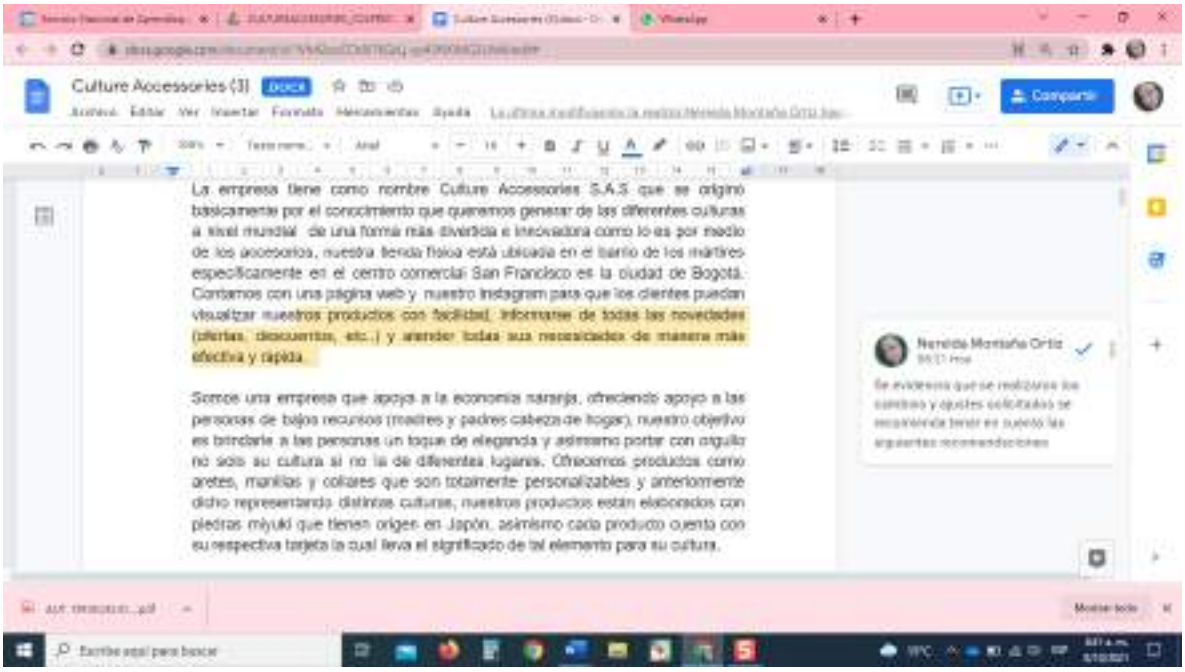
EVIDENCIAS 08

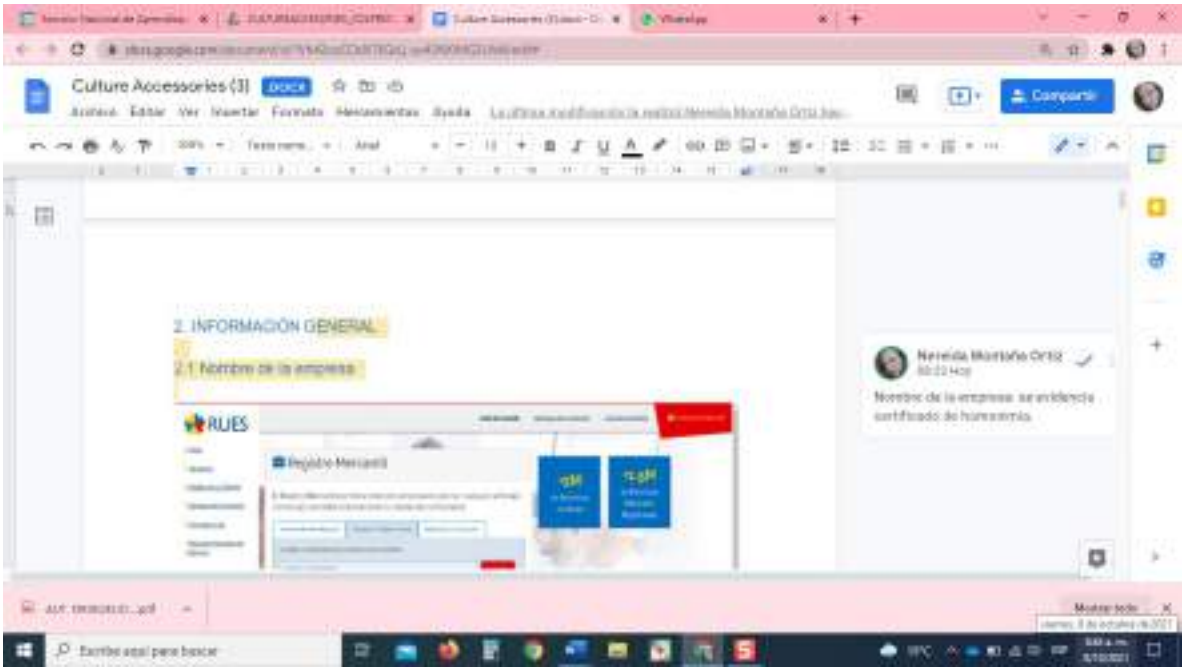
CULTURE ACCESSORIES

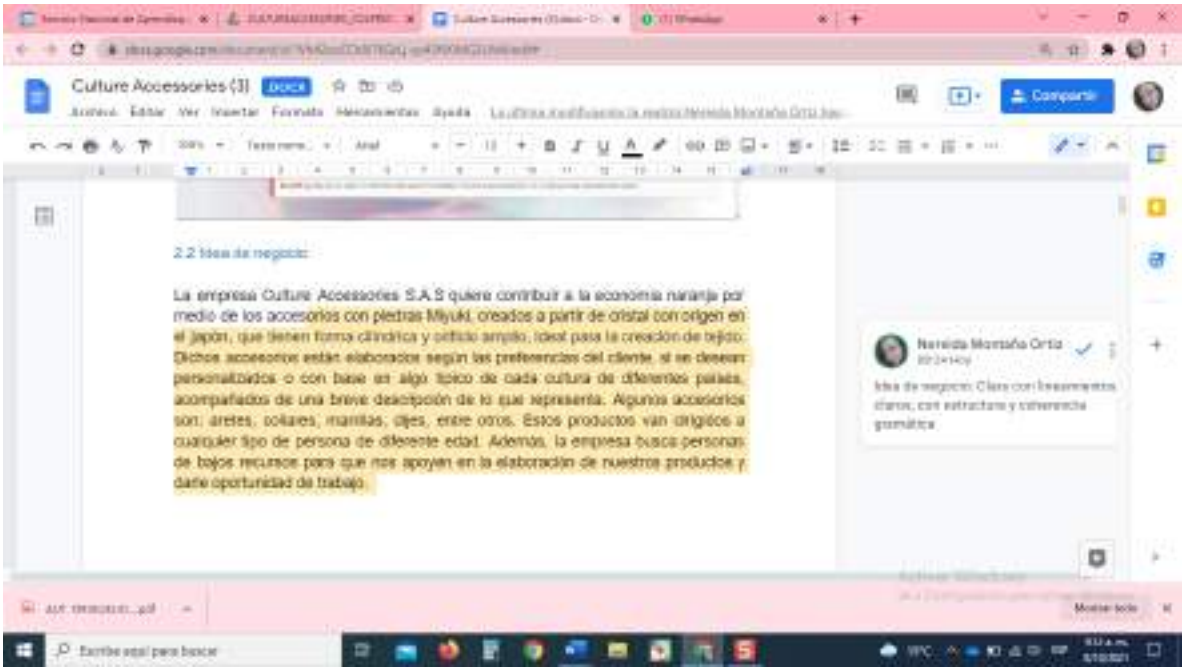
https://docs.google.com/document/d/1Vh42wzCOs8i76GzLj-qv43NXiMG2Uld4/edit

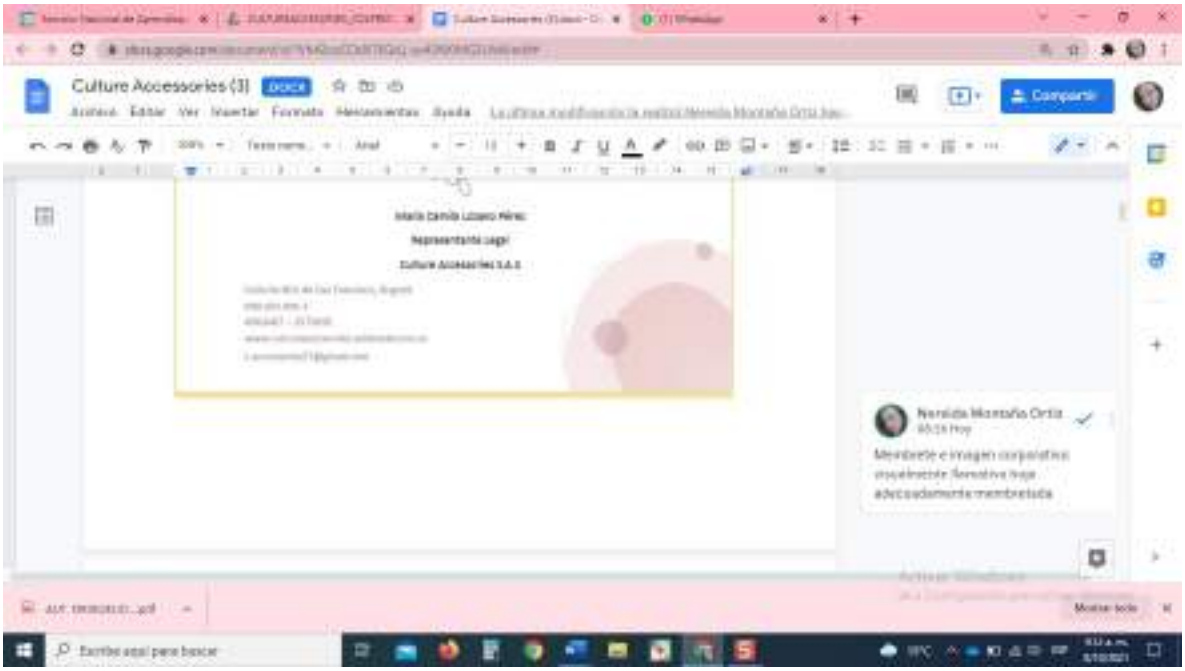
LAURA SOFIA CASTIBLANCO AROS
MARIA CAMILA GARZON SALAZAR
MARIA CAMILA LOZANO PEREZ
LAURA SOFIA ROMERO SABOGAL

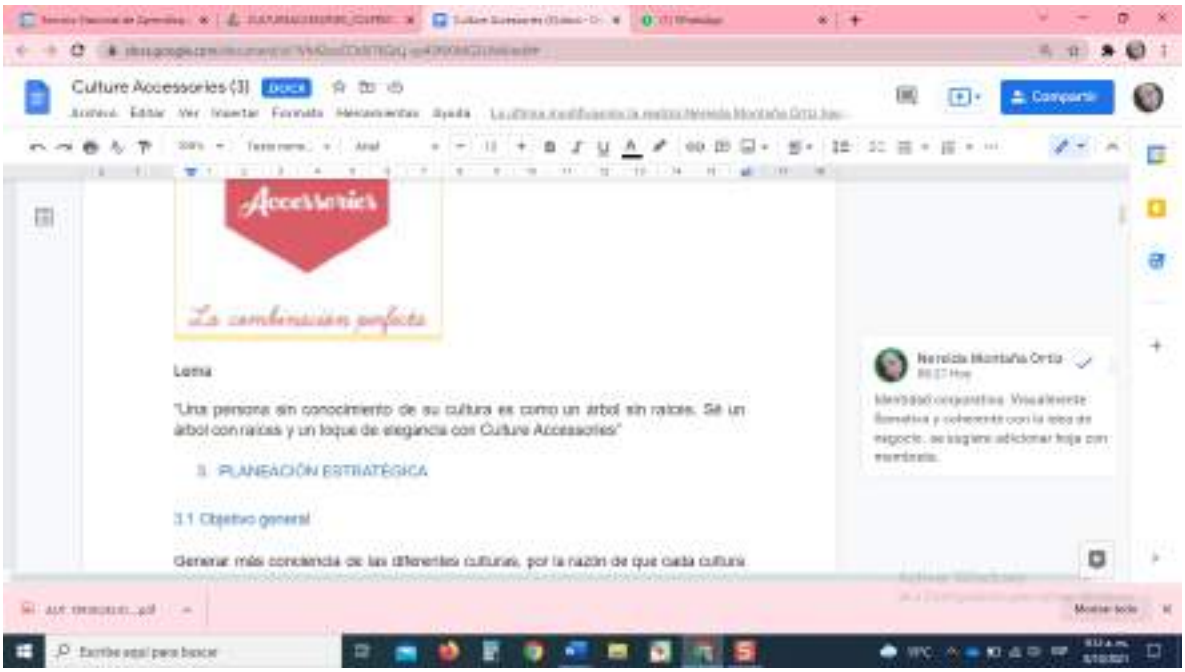


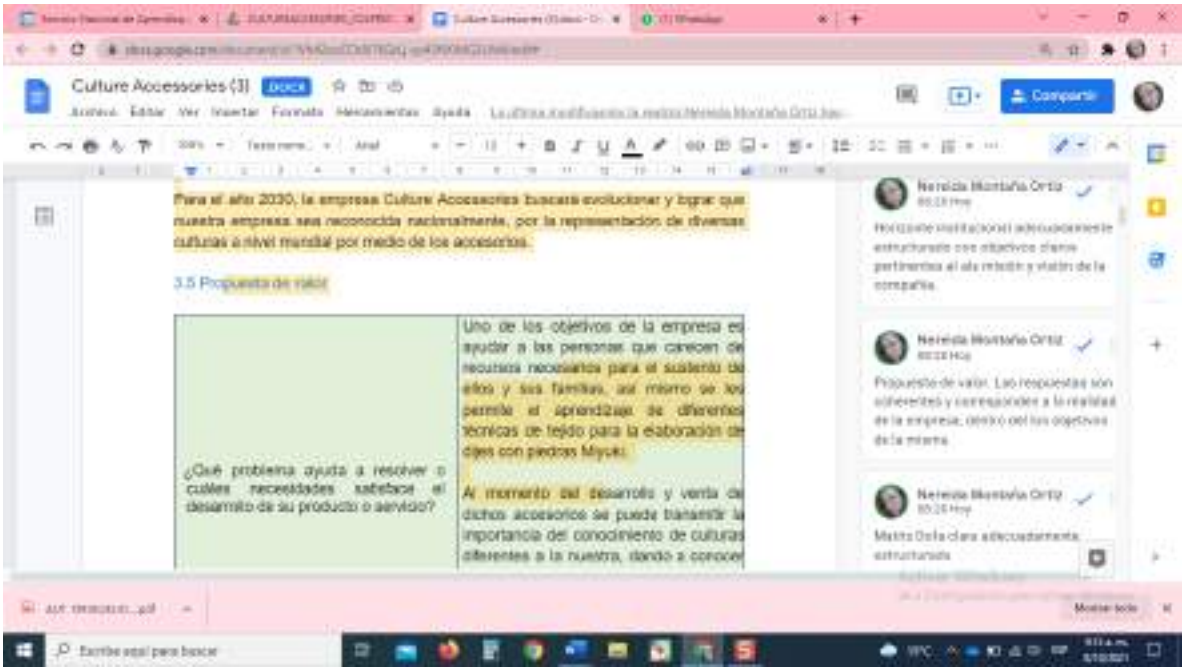


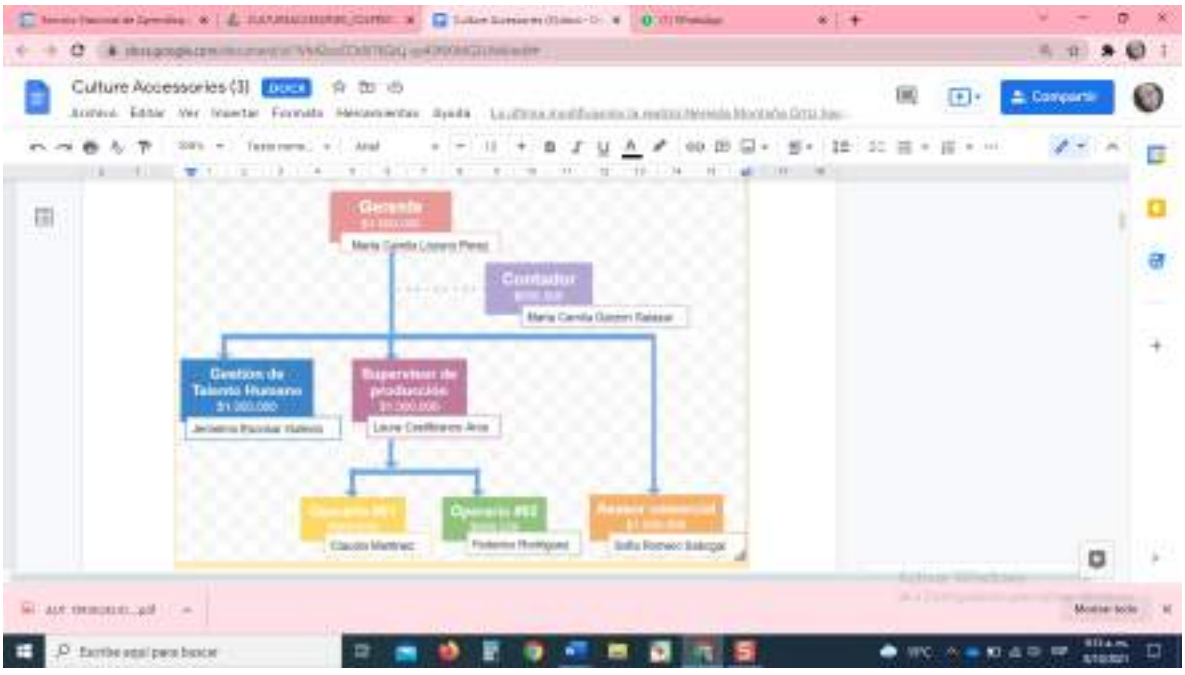

Culture Accessories (3)
Compartir
2. INFORMACIÓN GENERAL
2.1 Nombre de la empresa
RUES
Registro Mercantil
Nereida Montaño Ortiz

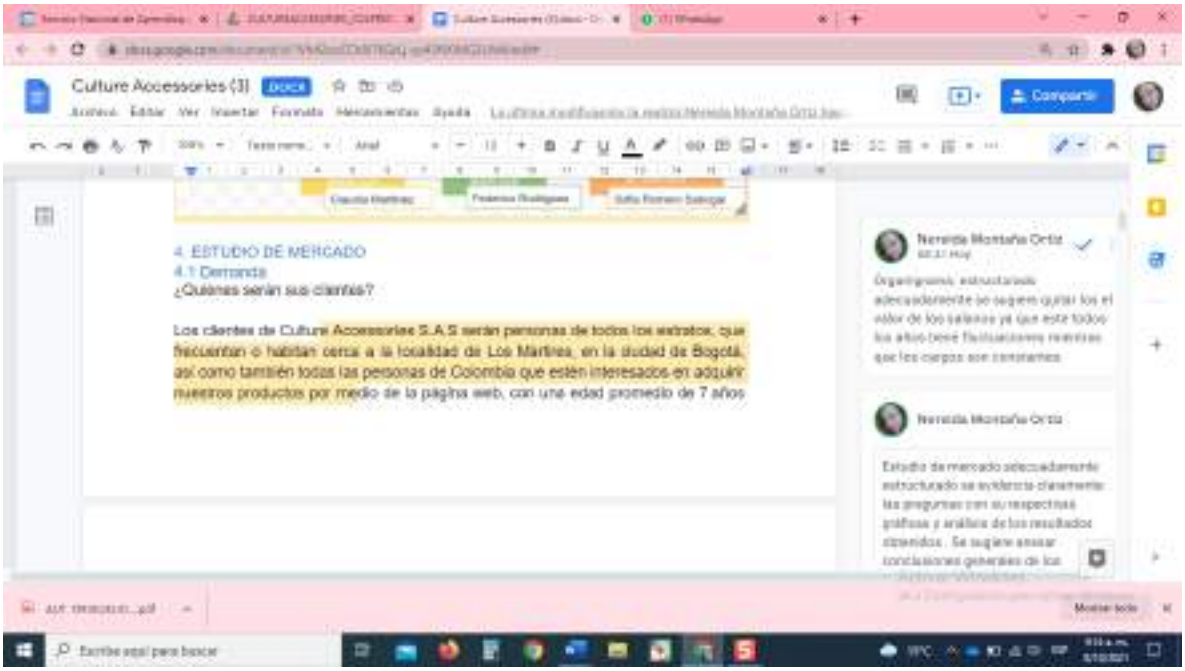

Culture Accessories (3)
Compartir
2.2 Idea de negocio
La empresa Culture Accessories S.A.S quiere contribuir a la economía naranja por medio de los accesorios con piedras Miyuki, creados a partir de cristal con origen en el japón, que tienen forma cilíndrica y orificio amplio, ideal para la creación de tejidos. Dichos accesorios están elaborados según las preferencias del cliente, si se desean personalizados o con base en algo típico de cada cultura de diferentes países, acompañados de una breve descripción de lo que representa. Algunos accesorios son: aretes, collares, manillas, dijes, entre otros. Estos productos van dirigidos a cualquier tipo de persona de diferente edad. Además, la empresa busca personas de bajos recursos para que nos apoyen en la elaboración de nuestros productos y darle oportunidad de trabajo.
Nereida Montaño Ortiz

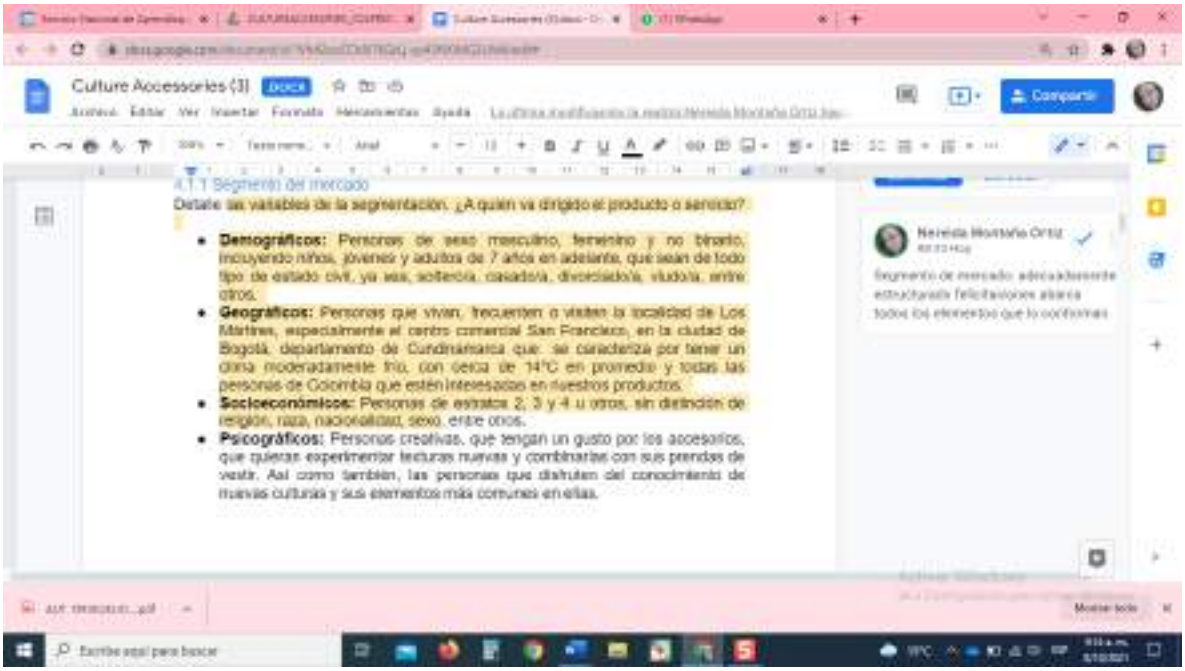

Culture Accessories (3)
Compartir
Nereida Montaña Ortiz

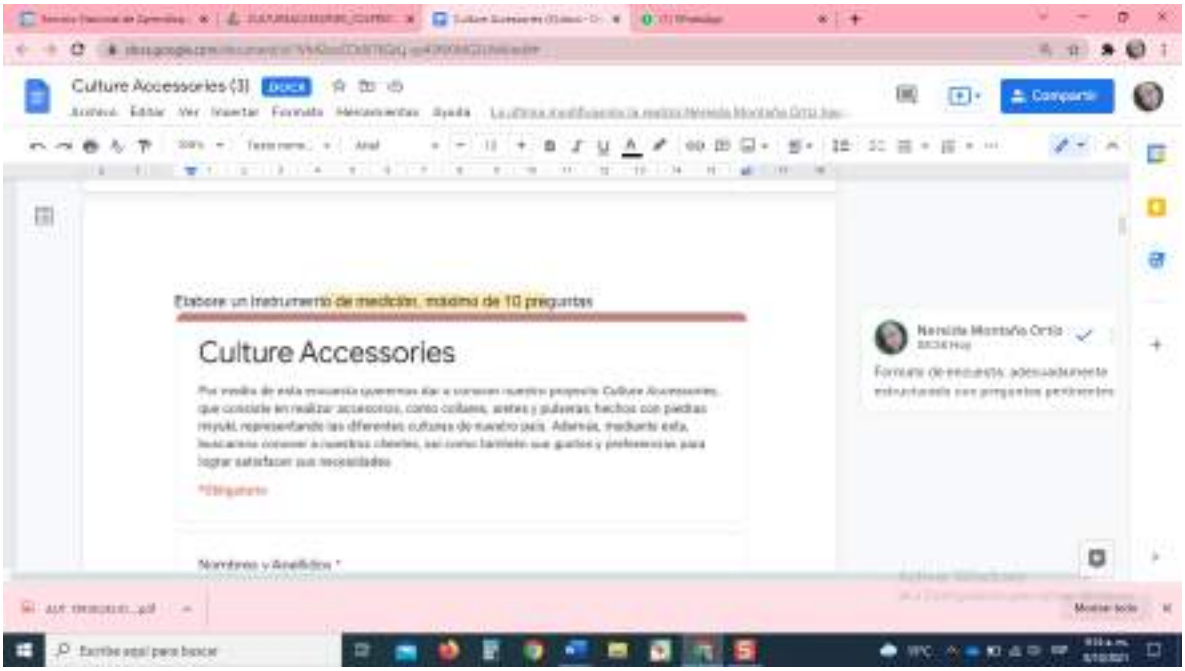

Culture Accessories (3)
Compartir
Accessories
La combinación perfecta
Nereida Montaña Ortiz
Lema
"Una persona sin conocimiento de su cultura es como un árbol sin raíces. Sé un árbol con raíces y un toque de elegancia con Culture Accesories"
3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
3.1 Objetivo general
Generar más conciencia de las diferentes culturas, por la razón de que cada cultura

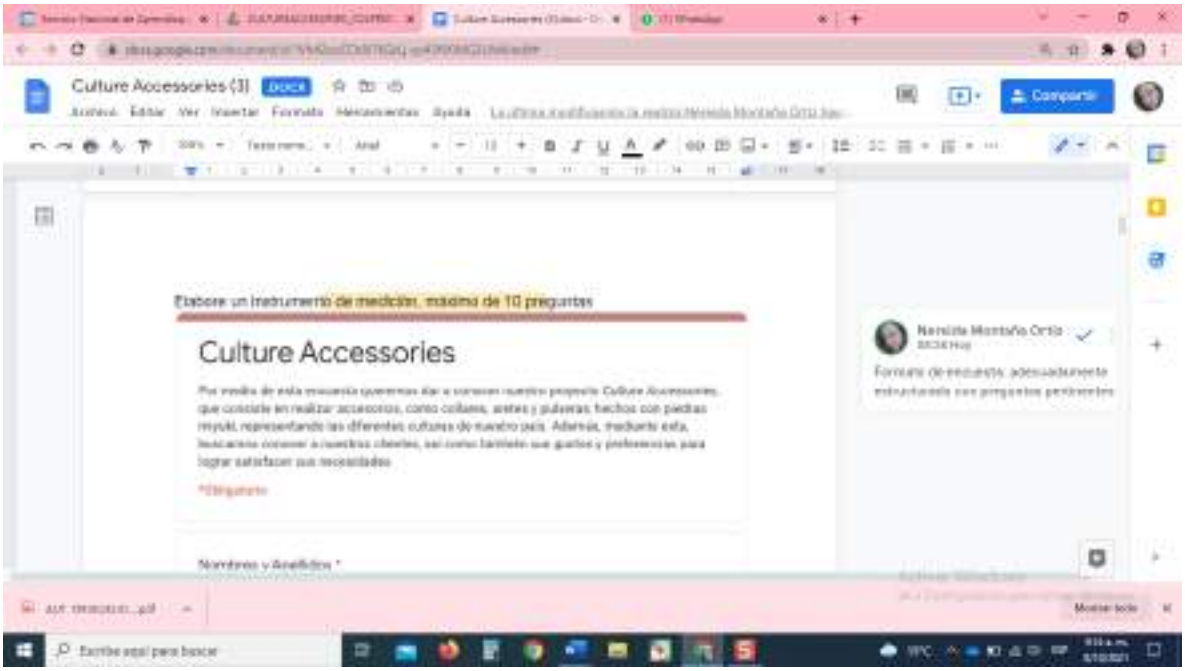

Culture Accessories (3)
Para el año 2030, la empresa Culture Accessories buscará evolucionar y lograr que nuestra empresa sea reconocida nacionalmente, por la representación de diversas culturas a nivel mundial por medio de los accesorios.
3.5 Propuesta de valor
¿Qué problema ayuda a resolver o cuáles necesidades satisface el desarrollo de su producto o servicio?
Uno de los objetivos de la empresa es ayudar a las personas que carecen de recursos necesarios para el sustento de ellos y sus familias, así mismo se les permite el aprendizaje de diferentes técnicas de tejido para la elaboración de ojes con piedras Miyuki.
Al momento del desarrollo y venta de dichos accesorios se puede trasmitir la importancia del conocimiento de culturas diferentes a la nuestra, dando a conocer

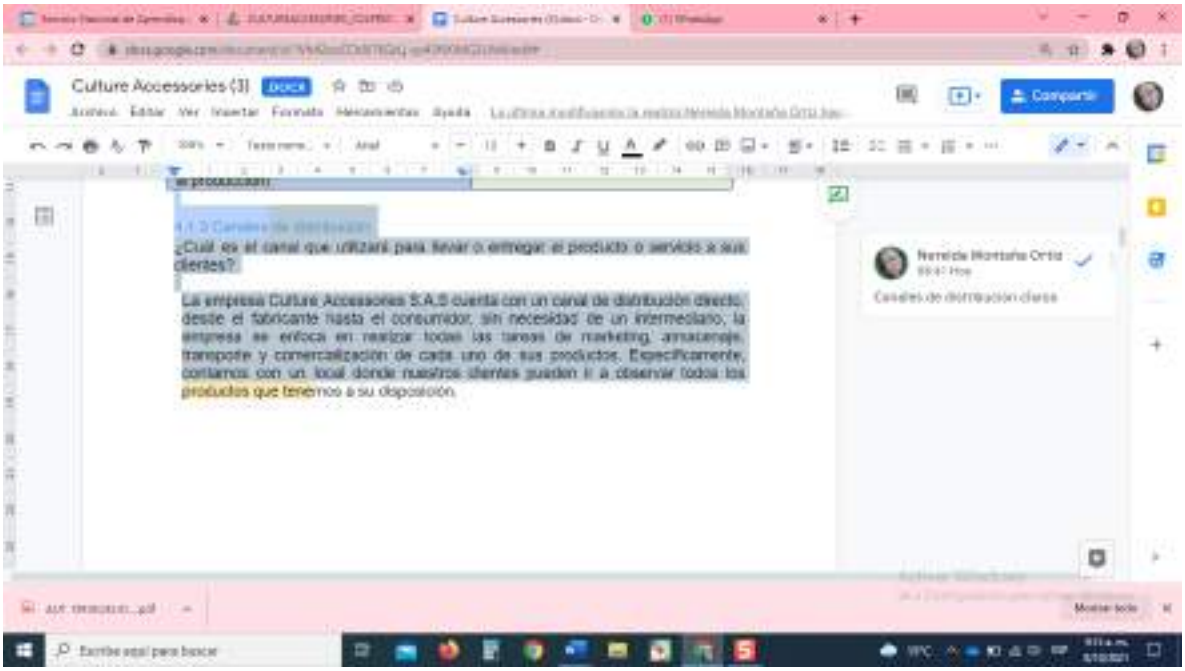

Culture Accessories (3)
Gerente
Contador
Gestion de Talento Humano
Supervisor de producción
Operario #1
Operario #2
Asesor comercial


Culture Accessories (3)
Compartir
4. ESTUDIO DE MERCADO
4.1 Demanda
¿Quienes serán sus clientes?
Los clientes de Culture Accessories S.A.S serán personas de todos los estratos, que frecuentan o habitan cerca a la localidad de Los Mártires, en la ciudad de Bogotá, así como también todas las personas de Colombia que estén interesados en adquirir nuestros productos por medio de la página web, con una edad promedio de 7 años
Nereida Montaña Ortiz
Nereida Montaña Ortiz


Culture Accessories (3)
Compartir
4.1.1 Segmento del mercado
Detalle las variables de la segmentación. ¿A quien va dirigido el producto o servicio?
Demográficos: Personas de sexo masculino, femenino y no binario, incluyendo niños, jóvenes y adultos de 7 años en adelante, que sean de todo tipo de estado civil, ya sea, soltería, casado/a, divorciado/a, viudo/a, entre otros.
Geográficos: Personas que vivan, frecuenten o visiten la localidad de Los Mártires, especialmente el centro comercial San Francisco, en la ciudad de Bogotá, departamento de Cundinamarca que se caracteriza por tener un clima moderadamente frío, con cerca de 14°C en promedio y todas las personas de Colombia que estén interesadas en nuestros productos.
Socioeconómicos: Personas de estratos 2, 3 y 4 u otros, sin distinción de religión, raza, nacionalidad, sexo, entre otros.
Psicográficos: Personas creativas, que tengan un gusto por los accesorios, que quieran experimentar texturas nuevas y combinarlas con sus prendas de vestir. Así como también, las personas que disfruten del conocimiento de nuevas culturas y sus elementos más comunes en ellas.
Nereida Montaña Ortiz


Culture Accessories (3)
Compartir
Elabore un instrumento de medición, máximo de 10 preguntas
Culture Accessories
Nombres y Apellidos *

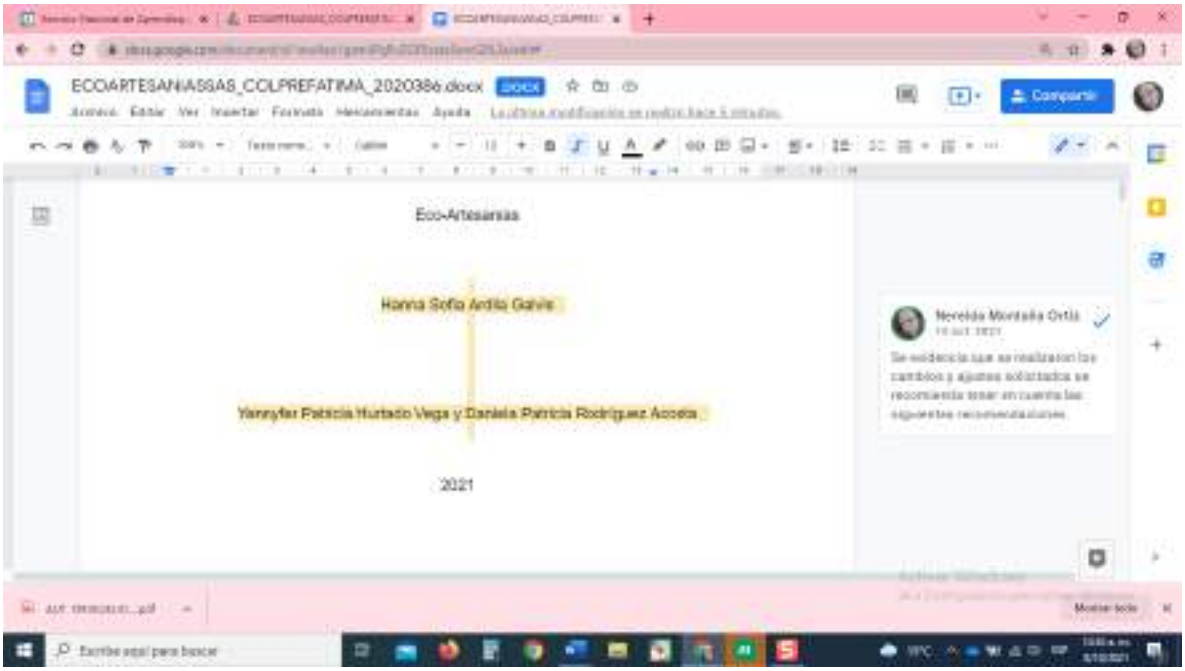

Culture Accessories (3)
Compartir
Elabore un instrumento de medición, máximo de 10 preguntas
Culture Accessories
Nombres y Apellidos *

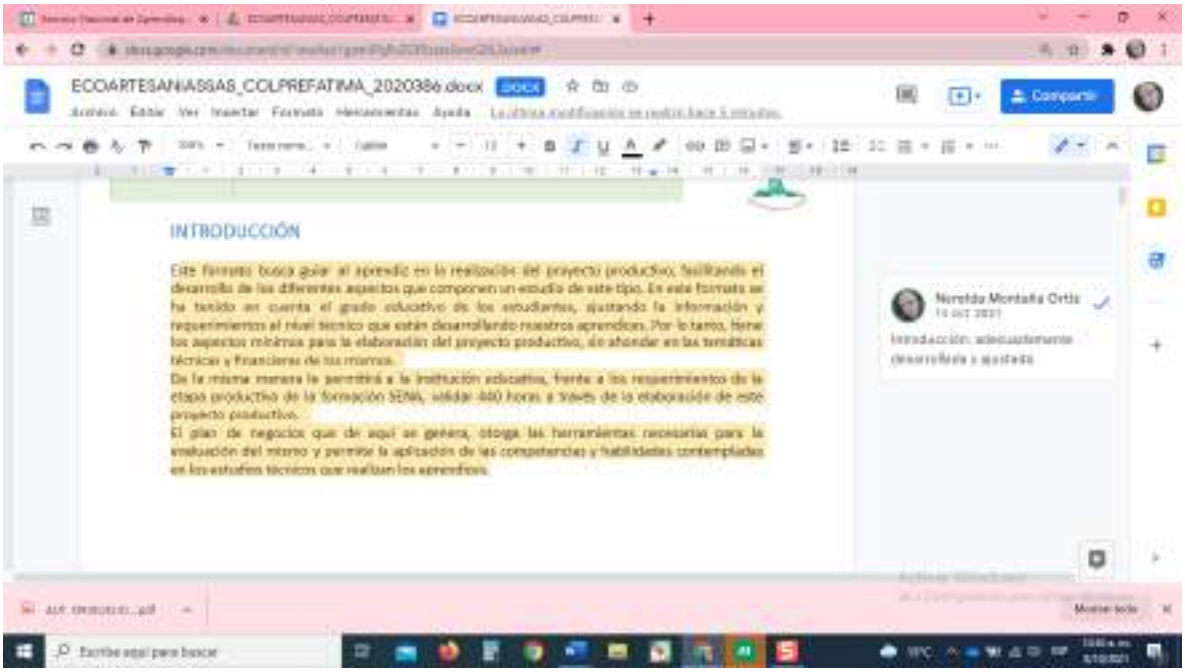


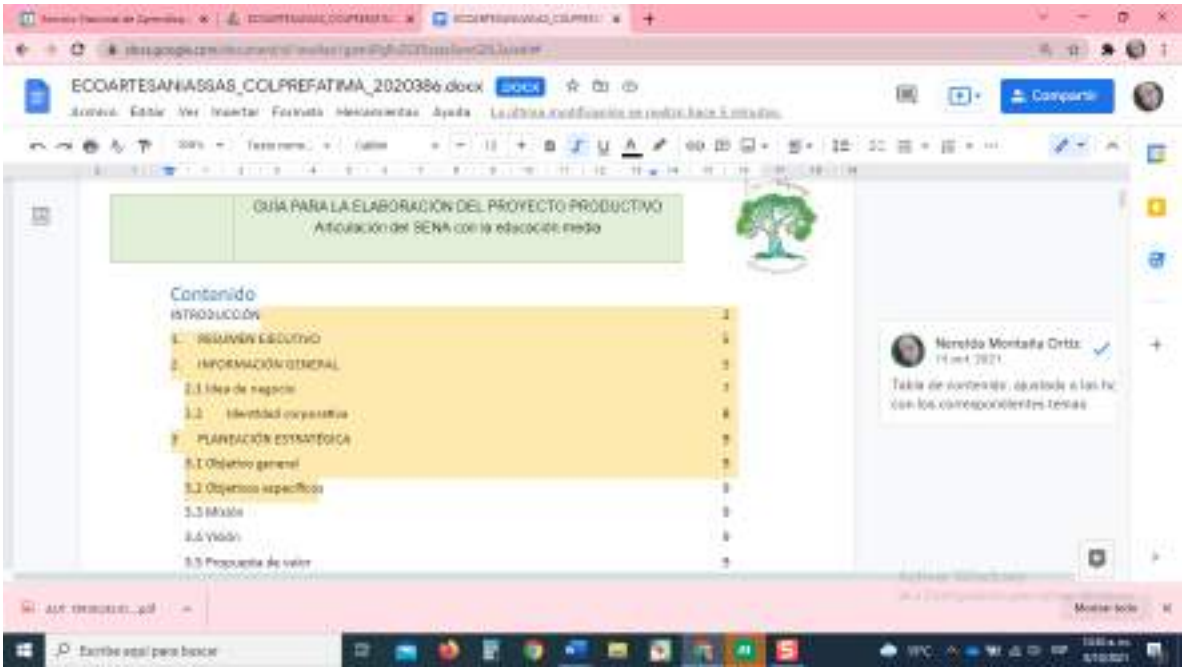
Eco-Artesanías

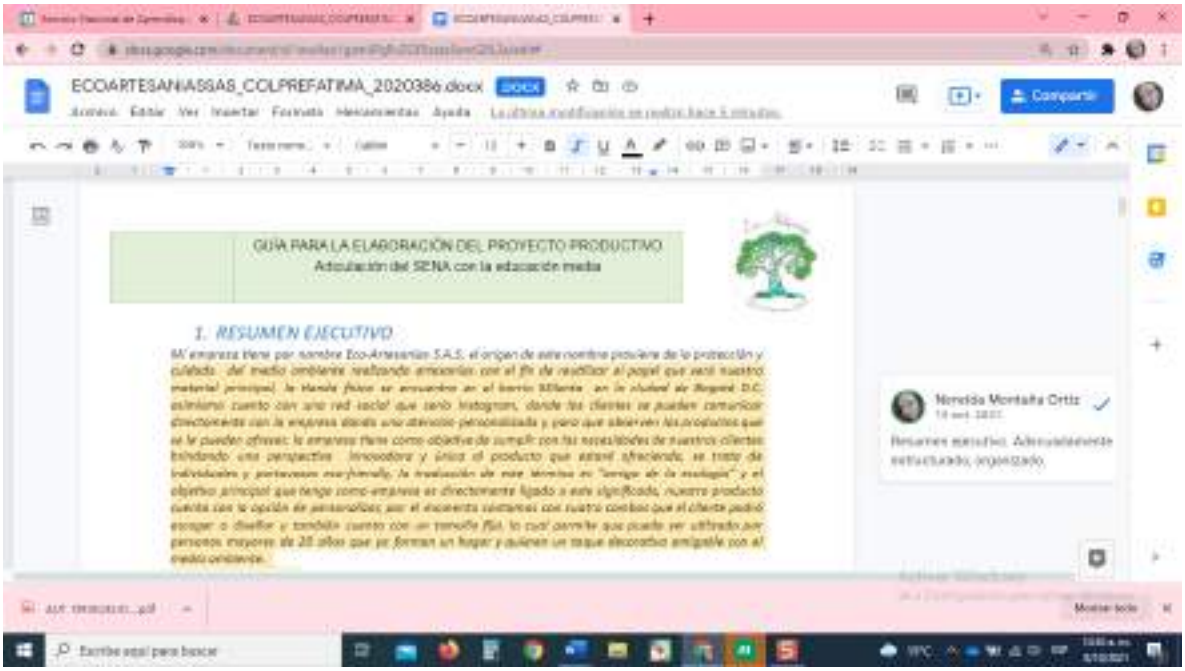
https://docs.google.com/document/d/1wwIIqo1gam6PgRvZGE5szezSencG8L2a/edit

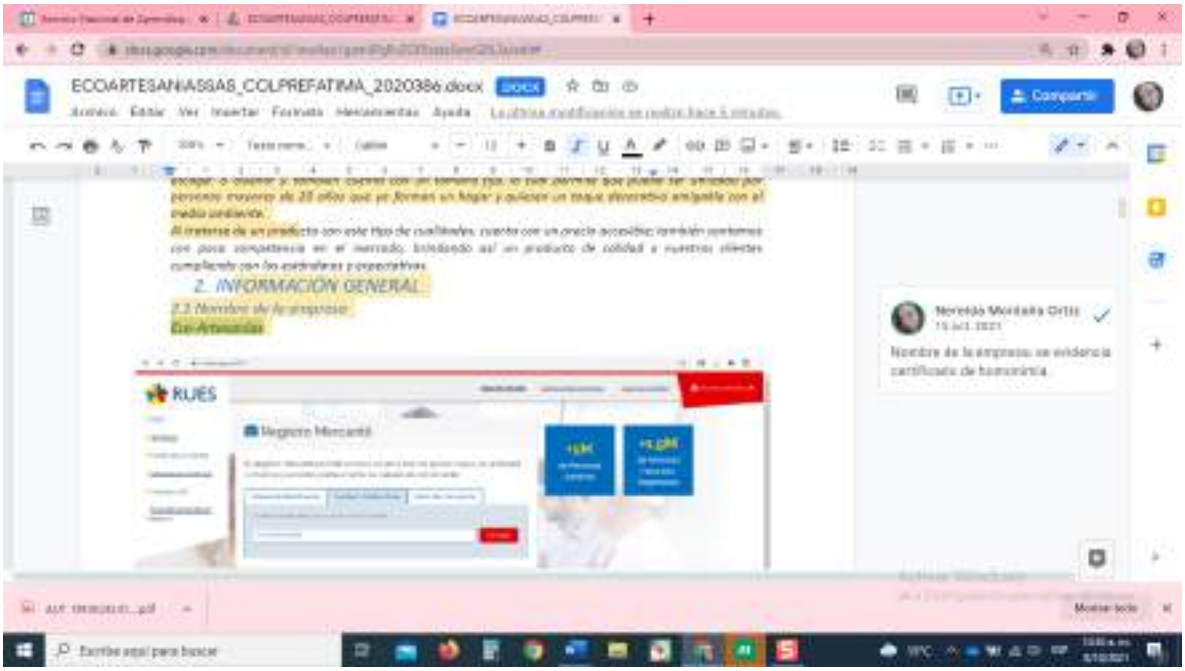
Hanna Sofia Ardila Galvis
Yennyfer Patricia Hurtado Vega
Daniela Patricia Rodríguez Acosta

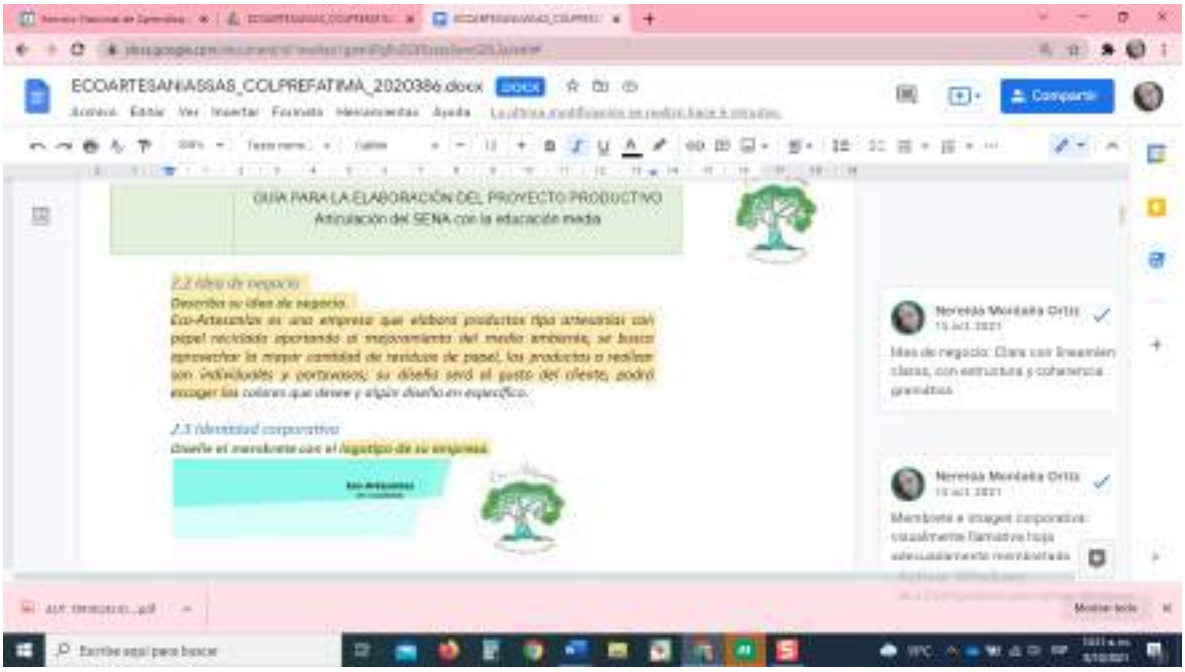

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Eco-Artesanías
Hanna Sofia Ardila Galvis
Yannyfer Patricia Hurtado Vega y Daniela Patricia Rodríguez Acosta
2021

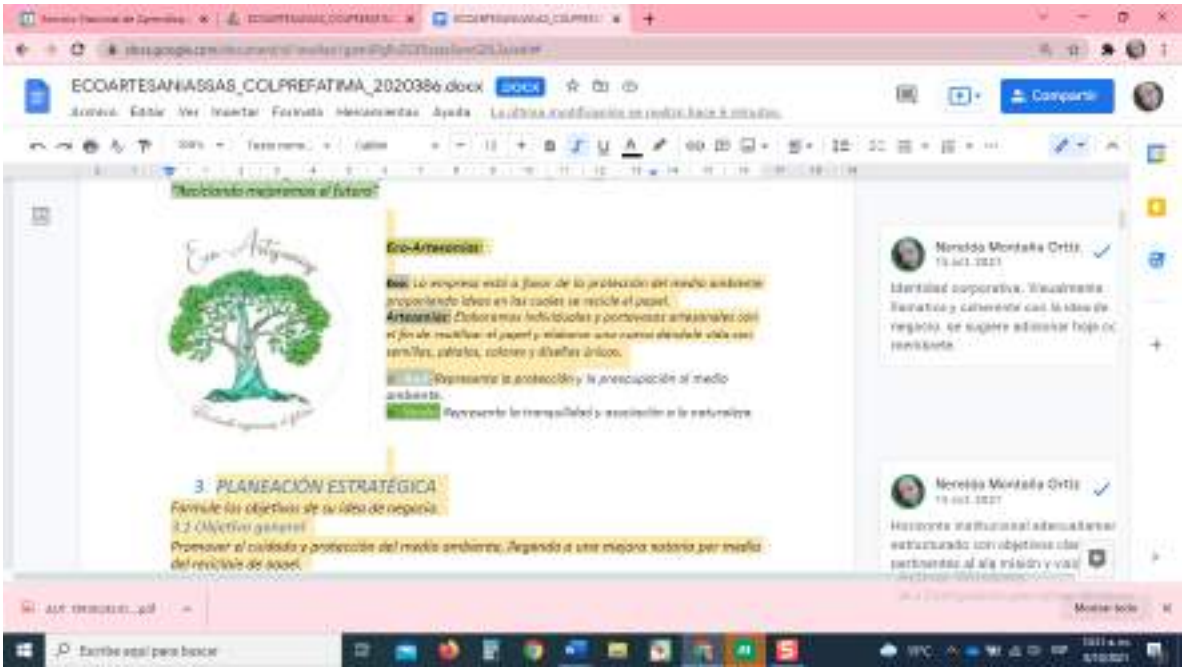

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
INTRODUCCIÓN
Este formato busca guiar al aprendiz en la realización del proyecto productivo, facilitando el desarrollo de los diferentes aspectos que componen un estudio de este tipo. En este formato se ha tenido en cuenta el grado educativo de los estudiantes, ajustando la información y requerimientos al nivel técnico que están desarrollando nuestros aprendices. Por lo tanto, tiene los aspectos mínimos para la elaboración del proyecto productivo, sin ahondar en las temáticas técnicas y financieras de los mismos.
De la misma manera le permitirá a la institución educativa, frente a los requerimientos de la etapa productiva de la formación SENA, validar 440 horas, a través de la elaboración de este proyecto productivo.
El plan de negocios que de aquí se genera, otorga las herramientas necesarias para la evaluación del mismo y permite la aplicación de las competencias y habilidades contempladas en los estudios técnicos que realizan los aprendices.

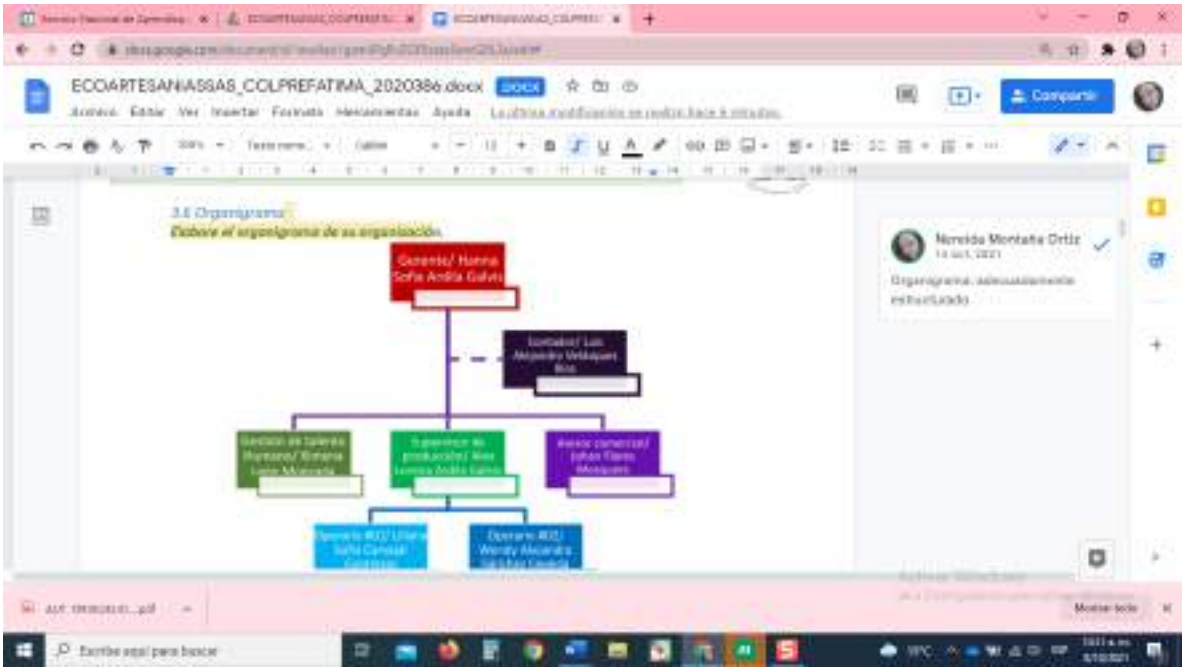

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
Contenido
INTRODUCCIÓN 2
1. RESUMEN EJECUTIVO 3
2. INFORMACIÓN GENERAL 3
2.1 Idea de negocio 3
2.2 Identidad corporativa 4
3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 5
3.1 Objetivo general 5
3.2 Objetivos específicos 5
3.3 Misión 5
3.4 Visión 5
3.5 Propuesta de valor 5
Noreidis Montaño Ortiz
Tabla de contenido ajustada a las hc con los correspondientes temas
Escribe aquí para buscar

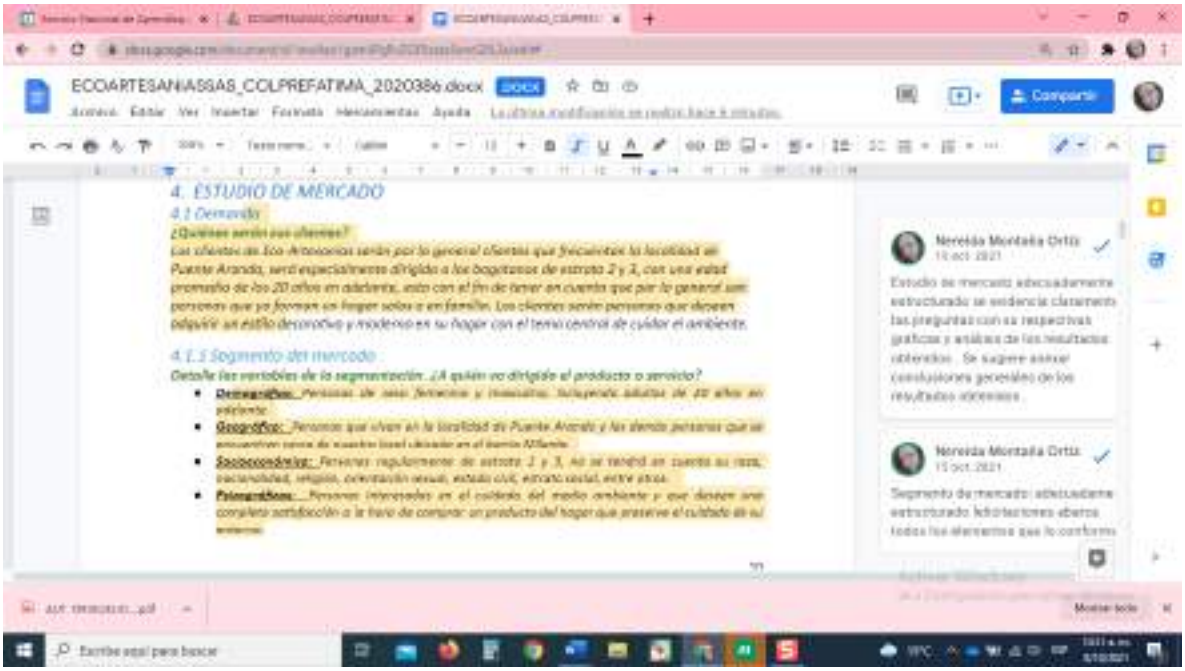

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
1. RESUMEN EJECUTIVO
Noreidis Montaño Ortiz
Resumen ejecutivo. Adecuadamente estructurado, organizado.
Escribe aquí para buscar

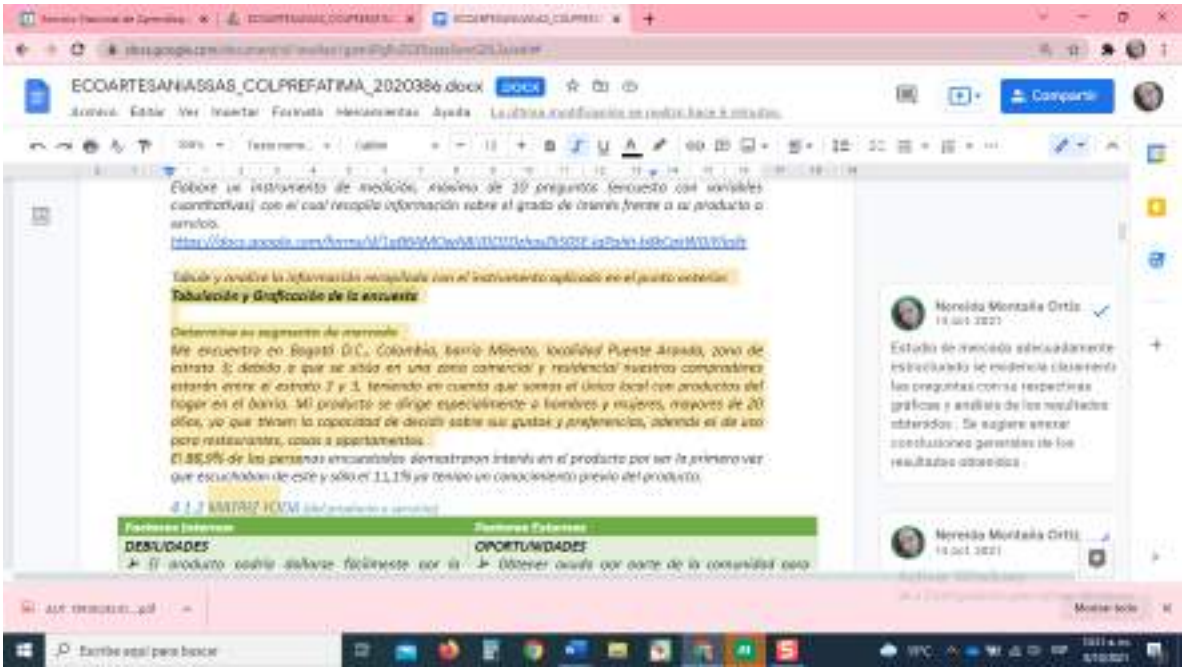

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
2. INFORMACIÓN GENERAL
2.1 Nombre de la empresa
Eco-Artesanías
RUES
Registro Mercantil
Nereida Montaño Ortiz
Nombre de la empresa: se evidencia certificado de homonimia

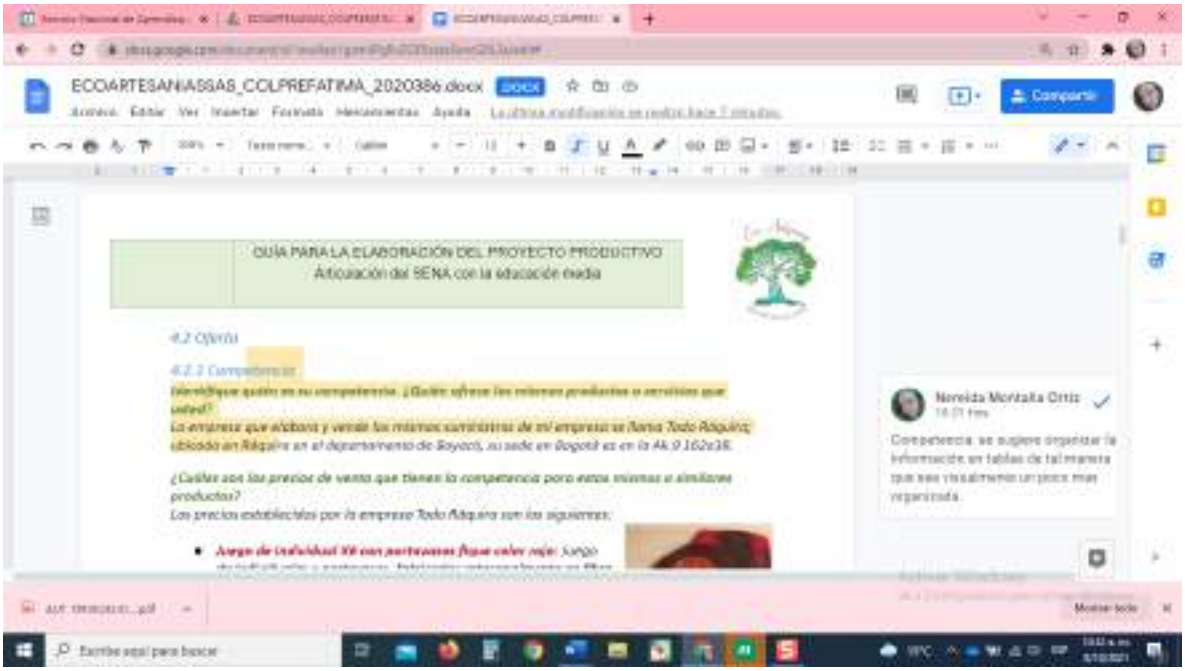

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
GUIA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
2.2 Idea de negocio
Describa su idea de negocio
Eco-Artesanías es una empresa que elabora productos tipo artesanías con papel reciclado aportando al mejoramiento del medio ambiente, se busca aprovechar la mayor cantidad de residuos de papel, los productos a realizar son individuales y portavasos; su diseño será el gusto del cliente, podrá escoger los colores que desee y algún diseño en específico.
2.3 Identidad corporativa
Diseño el membrete con el logotipo de su empresa
Nereida Montaño Ortiz
Idea de negocio: Clara con lineamientos claros, con estructura y coherencia gramatical
Membrete e imagen corporativa: cumplimiento fantástico hoja adecuadamente membretada

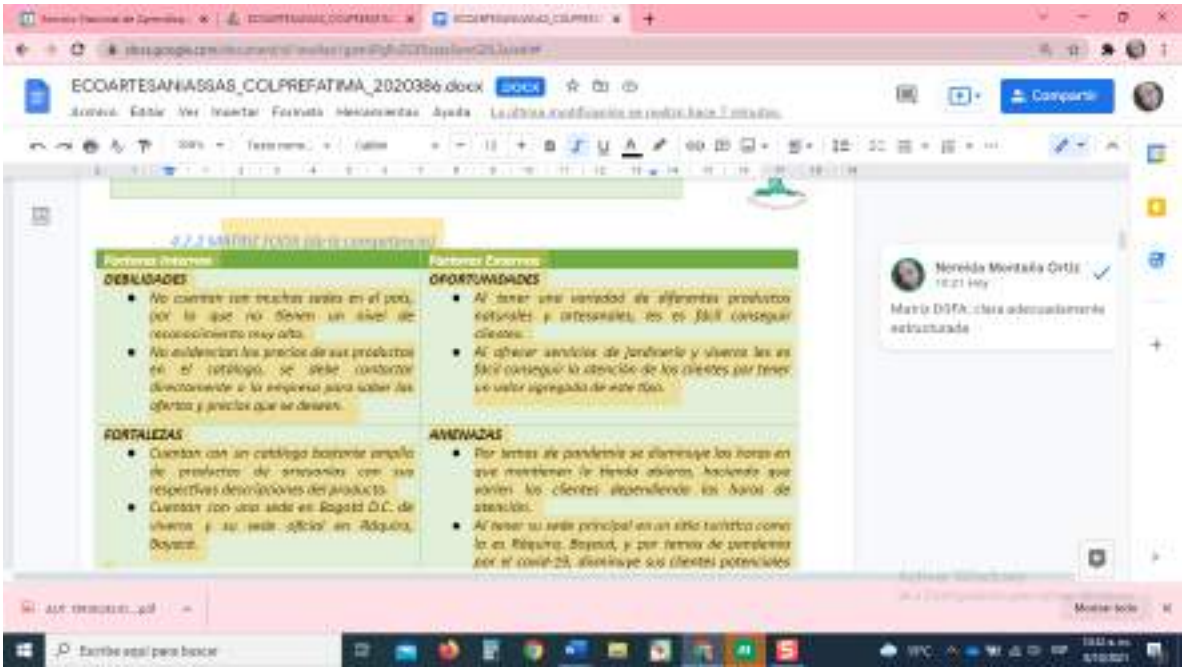

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
"Reciclando mejoramos el futuro"
Eco-Artesanías
3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
Formule los objetivos de su idea de negocio.
3.2 Objetivo general
Promover el cuidado y protección del medio ambiente, llegando a una mejora notoria por medio del reciclaje de papel.

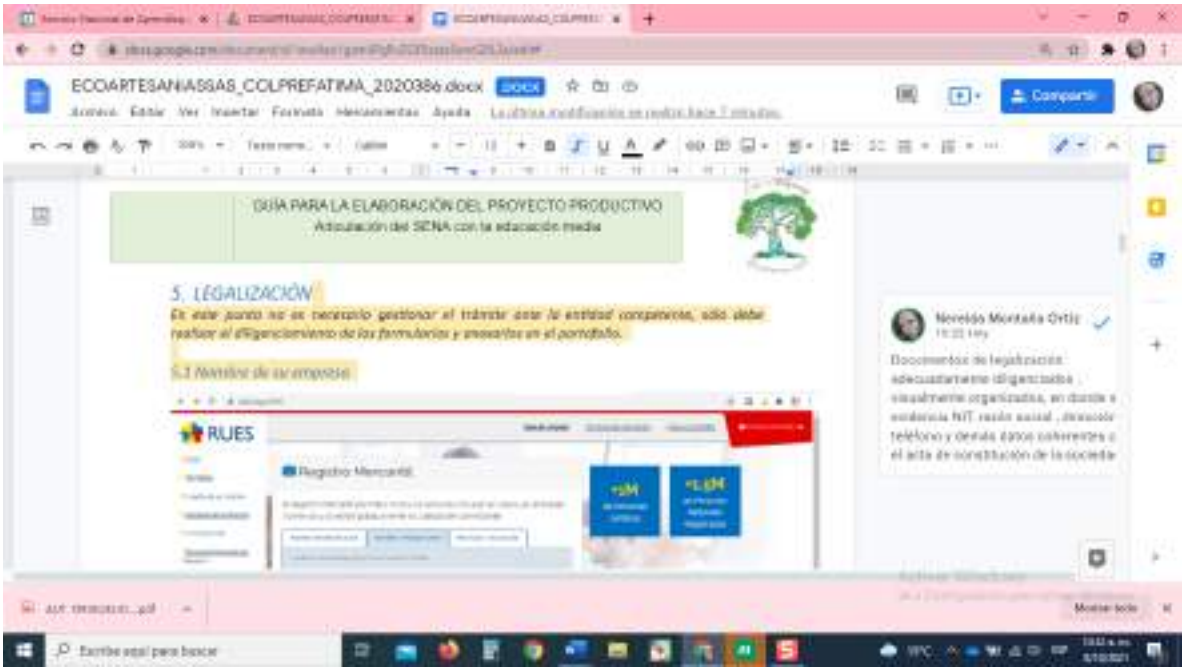

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
3.6 Organigrama
Elabore el organigrama de su organización.


ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
4. ESTUDIO DE MERCADO
4.1 Demanda
¿Quiénes serán sus clientes?
Los clientes de Eco Artesanías serán por lo general clientes que frecuentan la localidad de Puente Aranda, será especialmente dirigido a los bogotanos de estrato 2 y 3, con una edad promedio de los 20 años en adelante, esto con el fin de tener en cuenta que por lo general son personas que ya forman un hogar solos o en familia. Los clientes serán personas que desean adquirir un estilo decorativo y moderno en su hogar con el tema central de cuidar el ambiente.
4.1.1 Segmento del mercado
Detalle las variables de la segmentación. ¿A quién va dirigido el producto o servicio?
Demográfico: Personas de sexo femenino y masculino, incluyendo adultos de 20 años en adelante
Geográfico: Personas que viven en la localidad de Puente Aranda y las demás personas que se encuentren cerca de nuestro local ubicado en el barrio Alfonso
Socioeconómico: Personas netamente de estrato 2 y 3, no se tendrá en cuenta su raza, nacionalidad, religión, orientación sexual, estado civil, estrato social, entre otros.
Psicográficos: Personas interesadas en el cuidado del medio ambiente y que deseen una completa satisfacción a la hora de comprar un producto del hogar que preserve el cuidado de su entorno
Noreida Montaña Ortiz
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencia claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos . Se sugiere anexar conclusiones generales de los resultados obtenidos
Noreida Montaña Ortiz
Segmento de mercado adecuadamente estructurado felicitaciones abarca todos los elementos que lo conforma
Escribe aquí para buscar

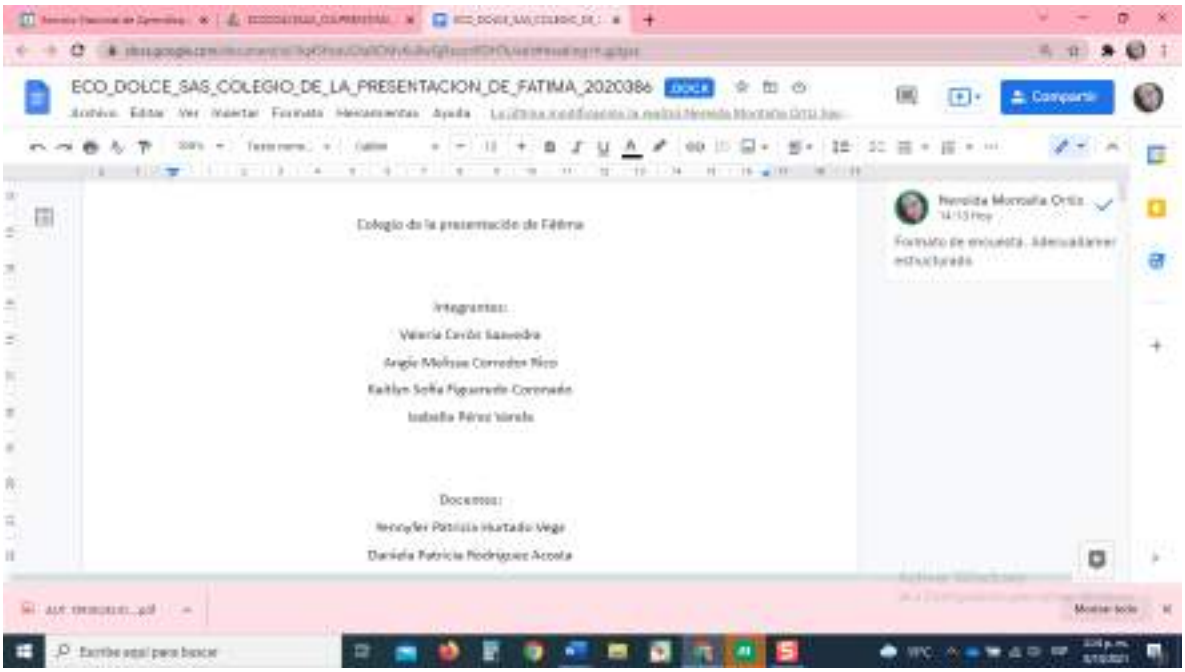

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
Elabore un instrumento de medición, mínimo de 10 preguntas (encuesta con variables cuantitativas) con el cual recopile información sobre el grado de interés frente a su producto o servicio.
Tabulación y Graficación de la encuesta
Determine su segmento de mercado
Me encuentro en Bogotá D.C., Colombia, barrio Milenio, localidad Puente Aranda, zona de estrato 3; debido a que se ubica en una zona comercial y residencial nuestros compradores estarán entre el estrato 2 y 3, teniendo en cuenta que somos el único local con productos del hogar en el barrio. Mi producto se dirige especialmente a hombres y mujeres, mayores de 20 años, ya que tienen la capacidad de decidir sobre sus gustos y preferencias, además es de uso para restaurantes, casas o apartamentos.
El 88,9% de las personas encuestadas demostraron interés en el producto por ser lo primero ver que escucharon de este y sólo el 11,1% ya tenían un conocimiento previo del producto.
4.1.2 MATRIZ DOFA
DEBILIDADES
OPORTUNIDADES
Noreida Montaña Ortiz
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencia claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos . Se sugiere anexar conclusiones generales de los resultados obtenidos
Escribe aquí para buscar

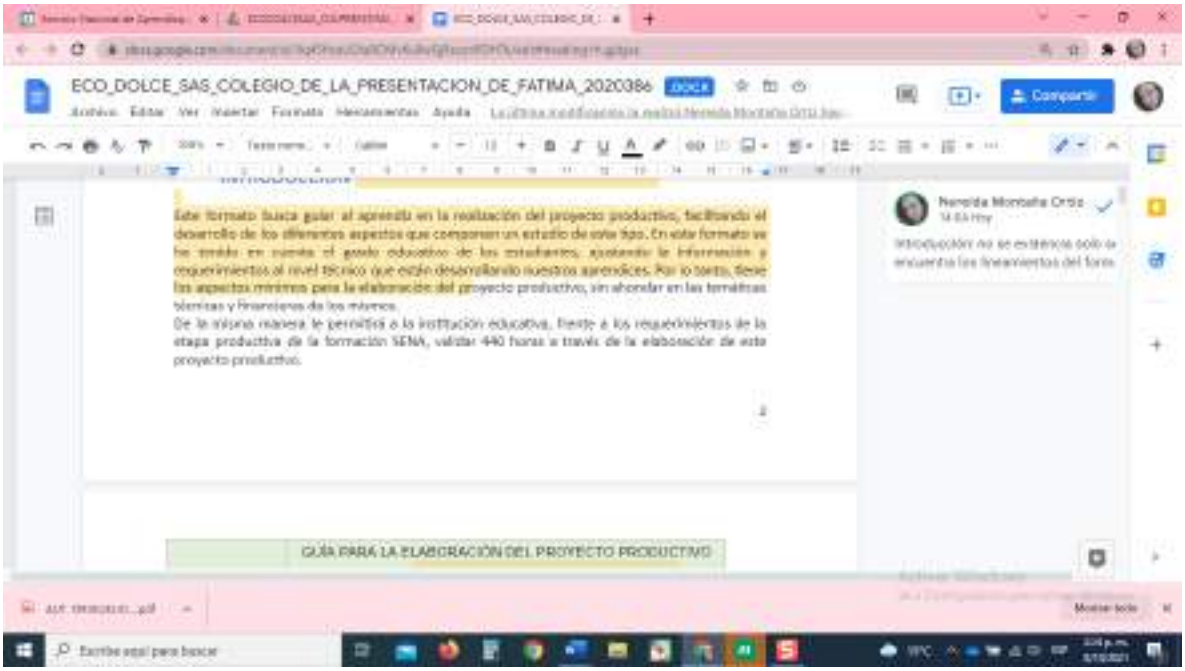

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
4.2 Oferta
4.2.1 Competencia
Identifique quién es su competencia. ¿Quién ofrece los mismos productos o servicios que usted?
La empresa que elabora y vende los mismos suministros de mi empresa se llama Todo Alquiro; ubicado en Alquiro en el departamento de Boyacá, su sede en Bogotá es en la Ak 9 162a38.
¿Cuáles son los precios de venta que tienen la competencia para estos mismos o similares productos?
Los precios establecidos por la empresa Todo Alquiro son los siguientes:
Noreida Montaña Ortiz
Competencia se sugiere organizar la información en tablas de tal manera que sea visualmente un poco mas organizada.

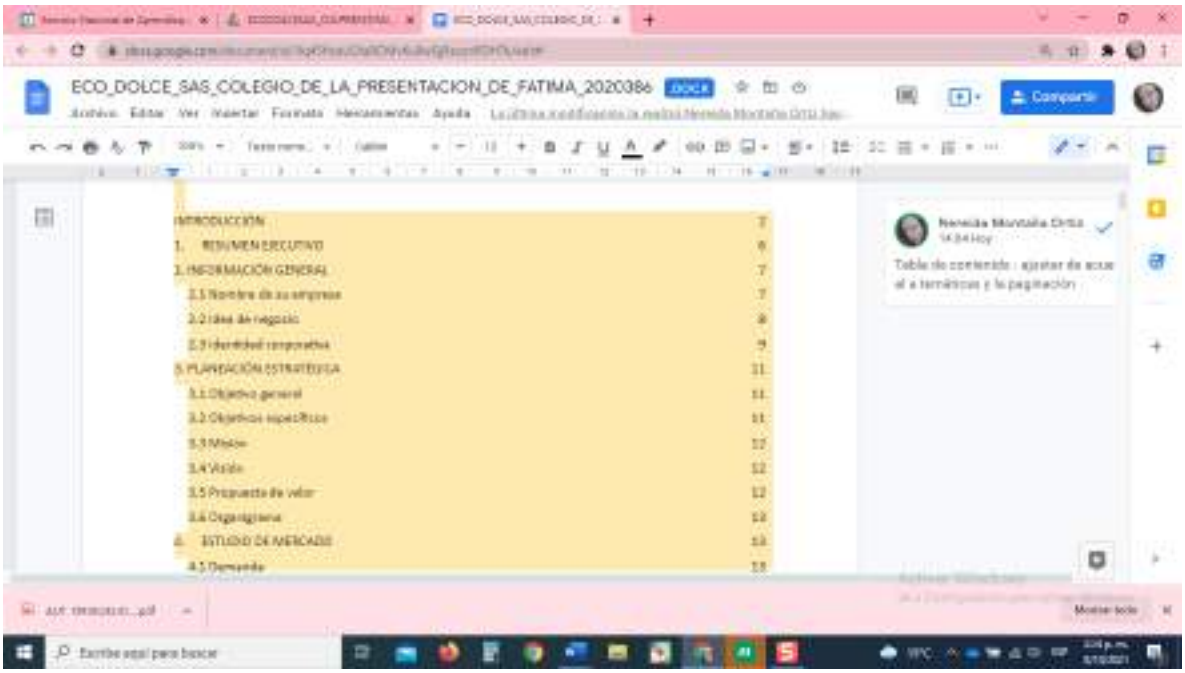

ECOARTESANIASSAS_COLPREFATIMA_2020386.docx
Compartir
4.2.2 MATRIZ DOFA (de la competencia)
Factores Internos
DEBILIDADES
No cuentan con tiendas sedes en el país, por lo que no tienen un nivel de reconocimiento muy alto.
No evidencian los precios de sus productos en el catálogo, se debe contactar directamente a la empresa para saber las ofertas y precios que se desean.
FORTALEZAS
Cuentan con un catálogo bastante amplio de productos de artesanías con sus respectivas descripciones del producto.
Cuentan con una sede en Bogotá D.C. de diseño y su sede oficial en Alquiro, Boyacá.
Factores Externos
OPORTUNIDADES
Al tener una variedad de diferentes productos naturales y artesanales, es es fácil conseguir clientes.
Al ofrecer servicios de jardinería y diseño les es fácil conseguir la atención de los clientes por tener un valor agregado de este tipo.
AMENAZAS
Por temas de pandemia se disminuye las horas en que mantienen la tienda abierta, haciendo que varíen los clientes dependiendo los horas de atención.
Al tener su sede principal en un sitio turístico como lo es Alquiro, Boyacá, y por temas de pandemia por el covid-19, disminuye sus clientes potenciales
Noreida Montaña Ortiz
Matriz DOFA: clara adecuadamente estructurada

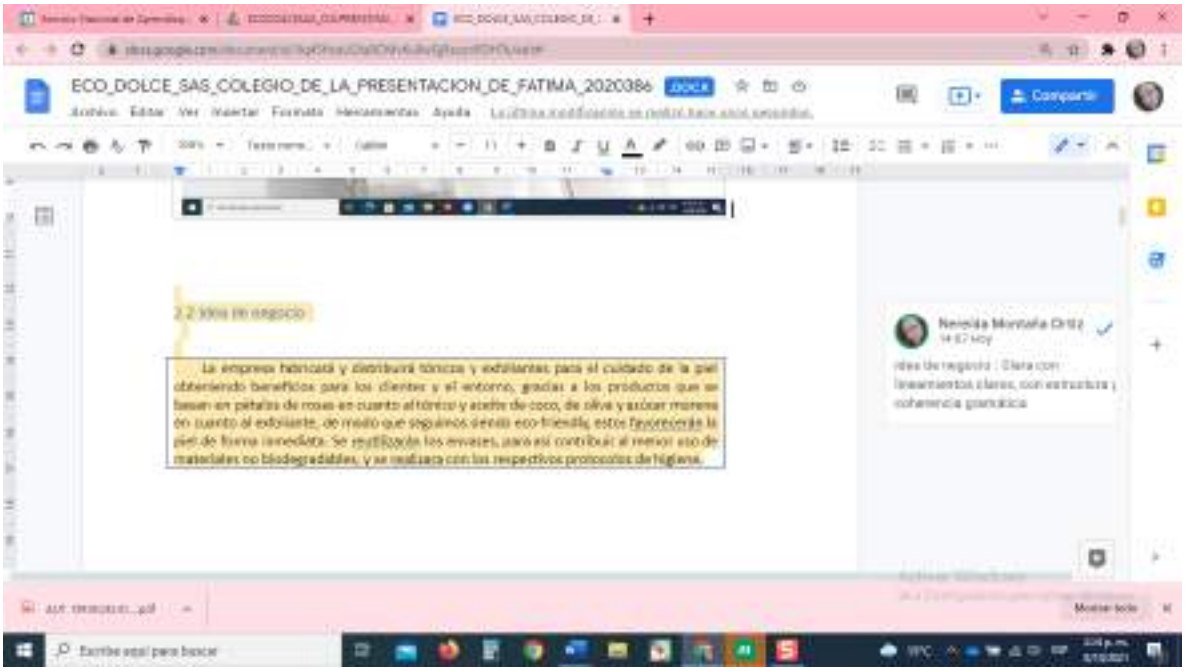


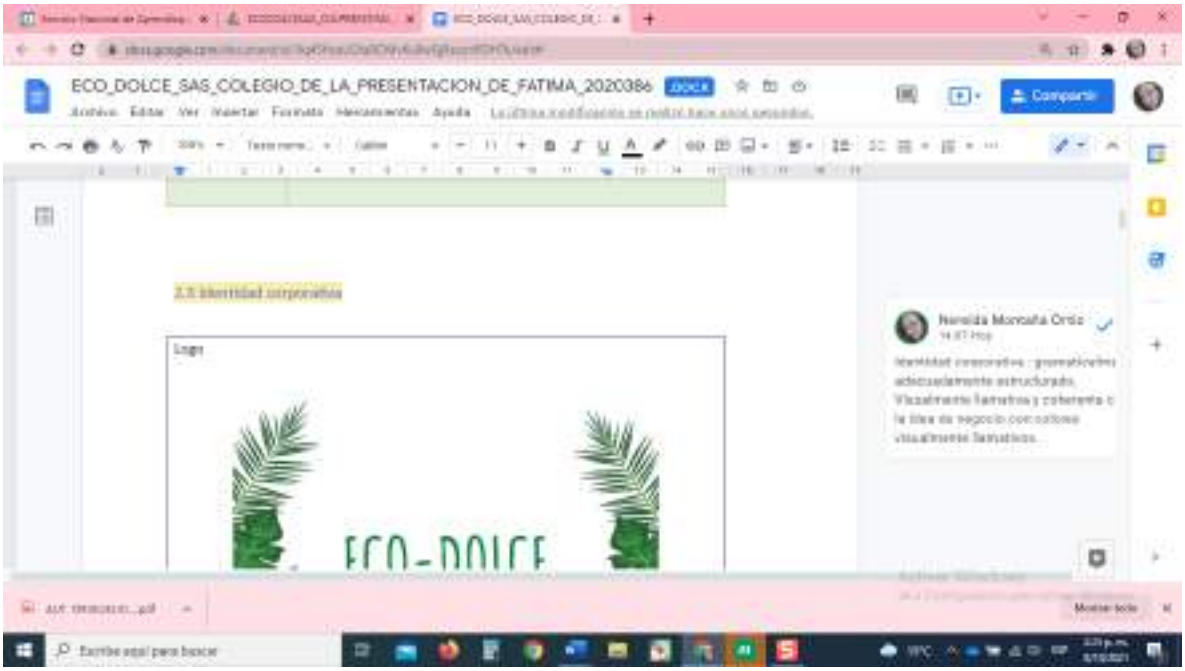
Eco – Dolce S.A.S

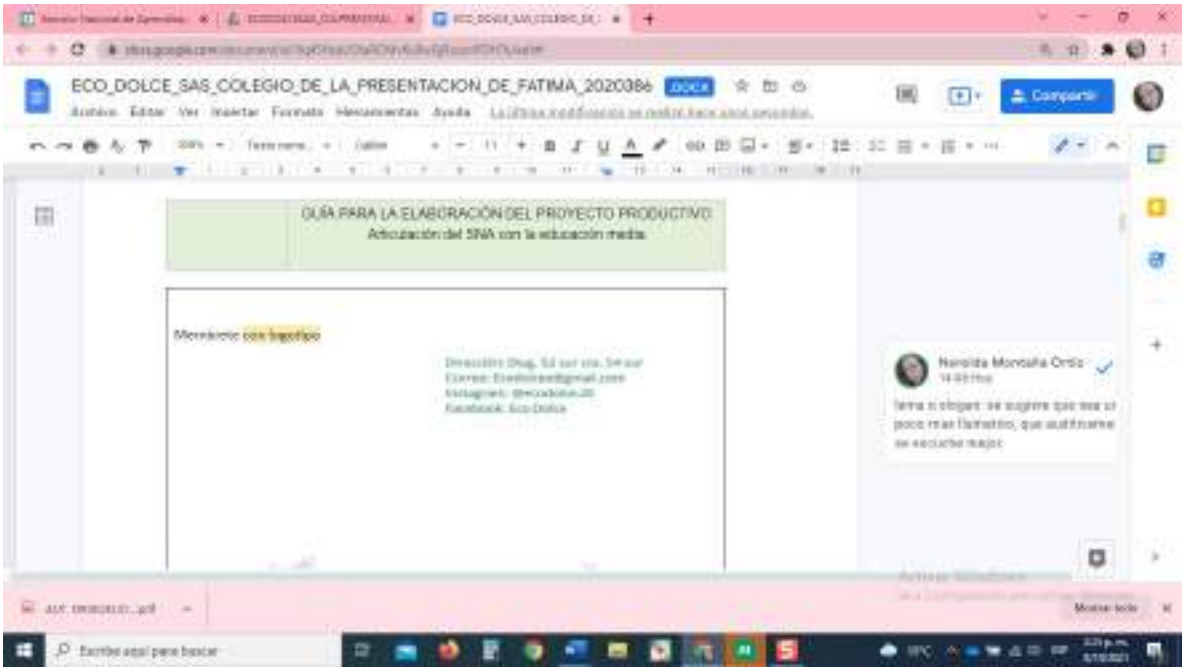


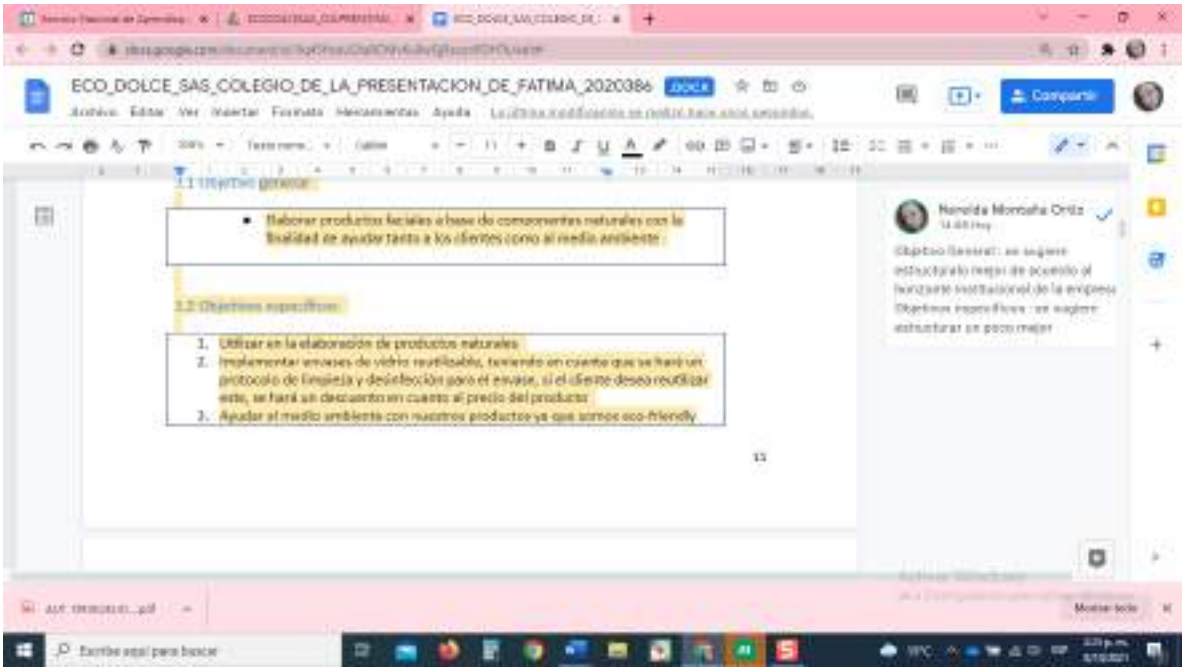

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
Este formato busca guiar al aprendiz en la realización del proyecto productivo, facilitando el desarrollo de los diferentes aspectos que componen un estudio de este tipo. En este formato se ha tenido en cuenta el grado educativo de los estudiantes, ajustando la información y requerimientos al nivel técnico que están desarrollando nuestros aprendices. Por lo tanto, tiene los aspectos mínimos para la elaboración del proyecto productivo, sin ahondar en las temáticas técnicas y financieras de los mismos.
De la misma manera le permitirá a la institución educativa, frente a los requerimientos de la etapa productiva de la formación SENA, validar 440 horas a través de la elaboración de este proyecto productivo.
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO

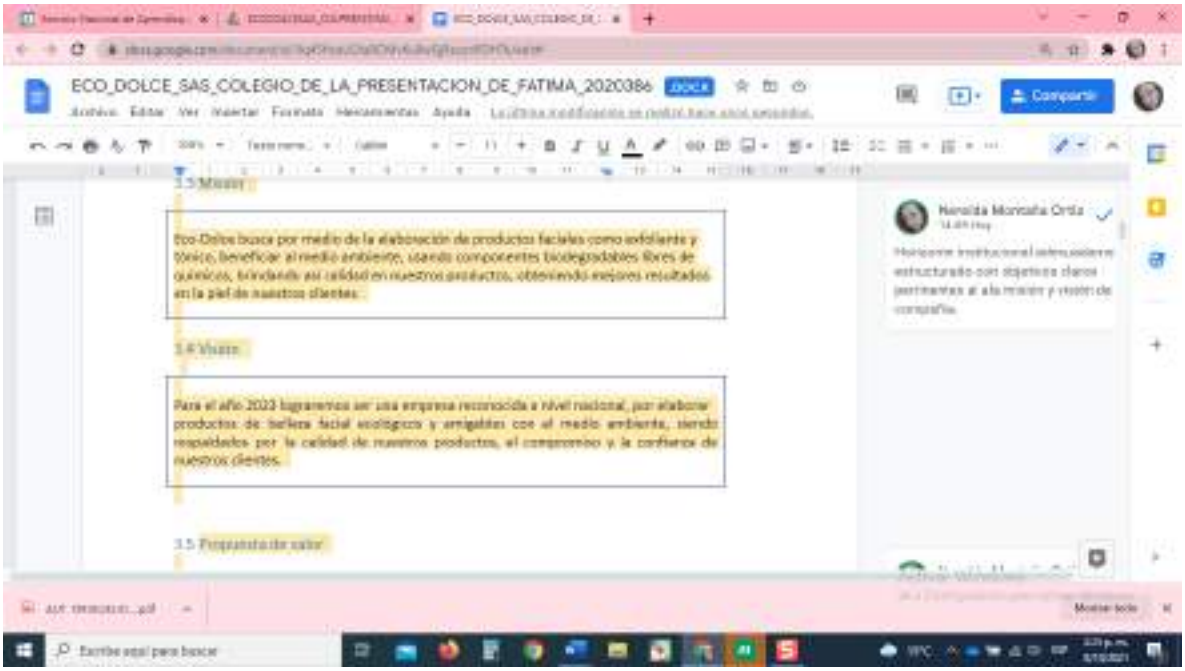

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
INTRODUCCIÓN 7
1. RESUMEN EJECUTIVO 8
2. INFORMACIÓN GENERAL 7
2.1 Nombre de su empresa 7
2.2 Idea de negocio 8
2.3 Identidad corporativa 9
3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 11
3.1 Objetivo general 11
3.2 Objetivos específicos 11
3.3 Misión 12
3.4 Visión 12
3.5 Propuesta de valor 12
3.6 Organigrama 13
4. ESTUDIO DE MERCADO 13
4.1 Demanda 13

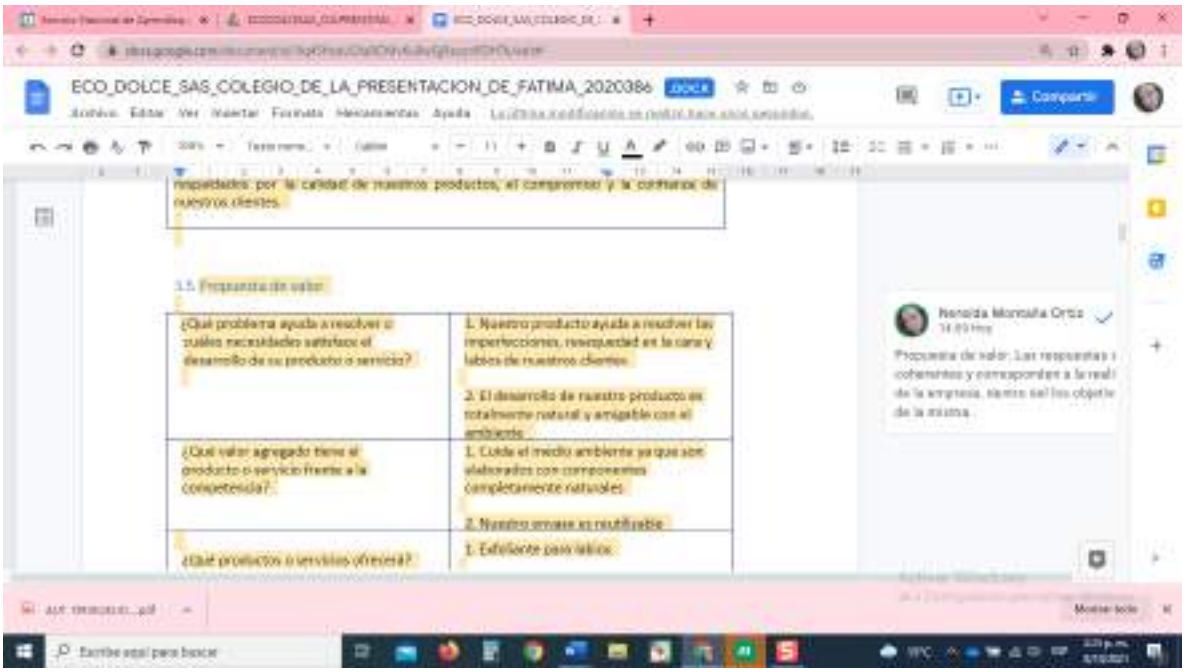

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
2.2 Idea de negocio
La empresa fabricará y distribuirá tónicos y exfoliantes para el cuidado de la piel obteniendo beneficios para los clientes y el entorno, gracias a los productos que se basan en pétalos de rosas en cuanto al tónico y aceite de coco, de oliva y azúcar morena en cuanto al exfoliante, de modo que seguimos siendo eco friendly, estos favorecerán la piel de forma inmediata. Se reutilizarán los envases, para así contribuir al menor uso de materiales no biodegradables, y se realizara con los respectivos protocolos de higiene.
Nereida Montaña Ortiz
Escribe aquí para buscar

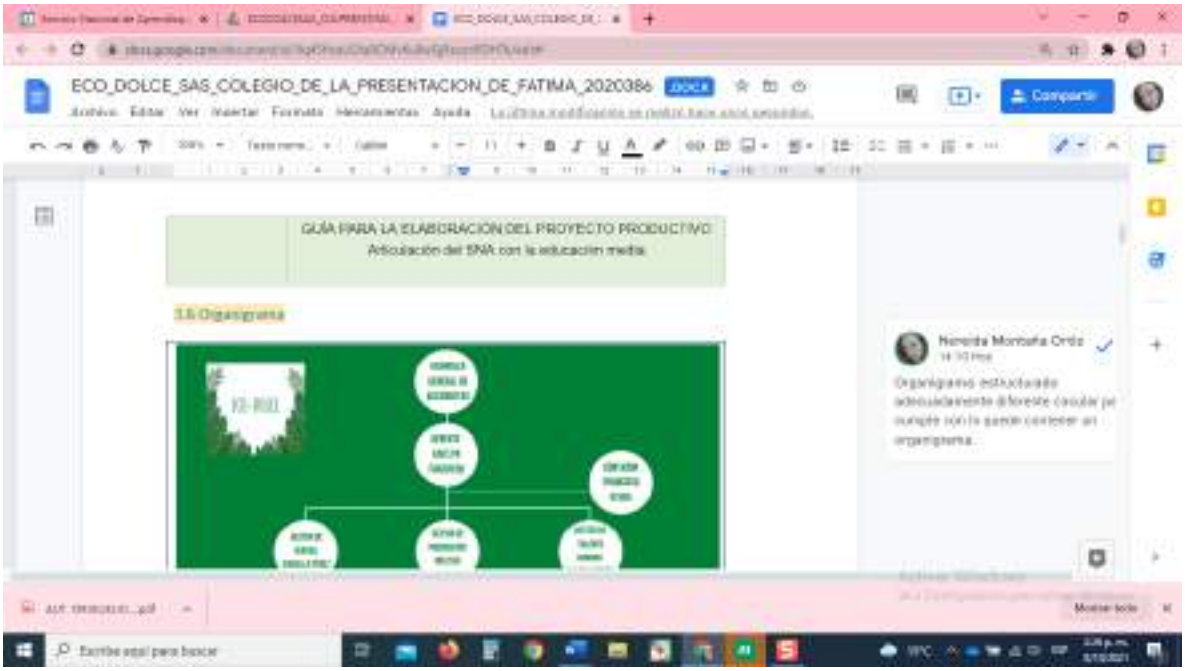

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
2.3 Identidad corporativa
Logo
ECO-DOLCE
Nereida Montaña Ortiz
Escribe aquí para buscar

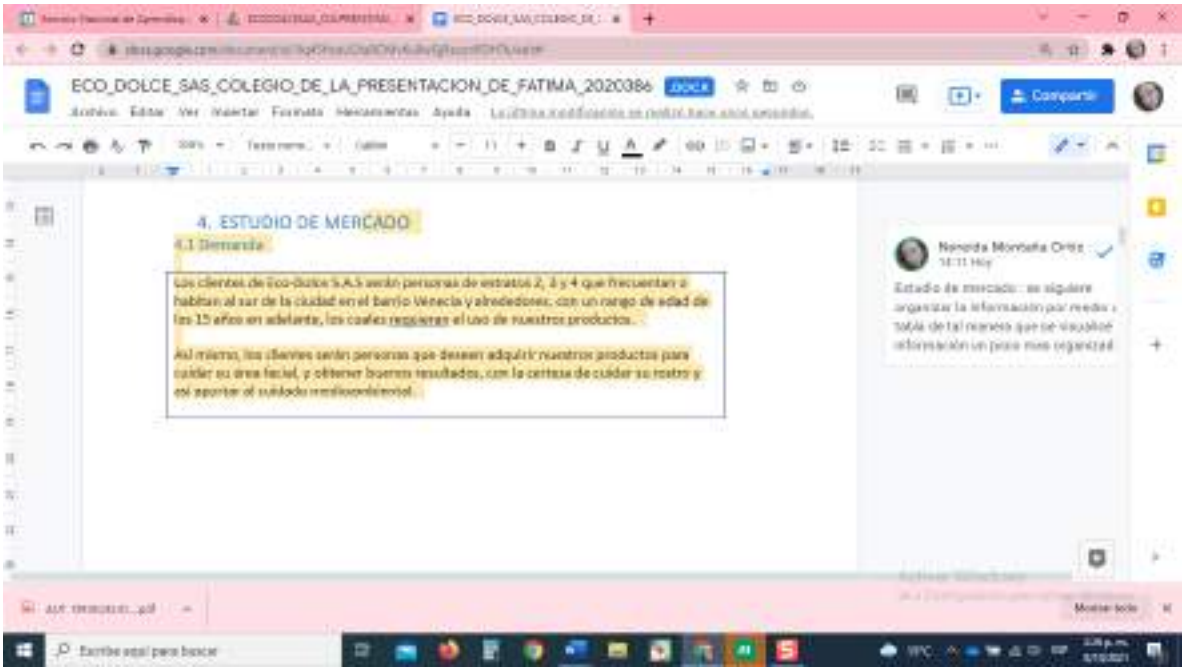

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SENA con la educación media
Membrete con logotipo
Nereida Montaña Ortiz

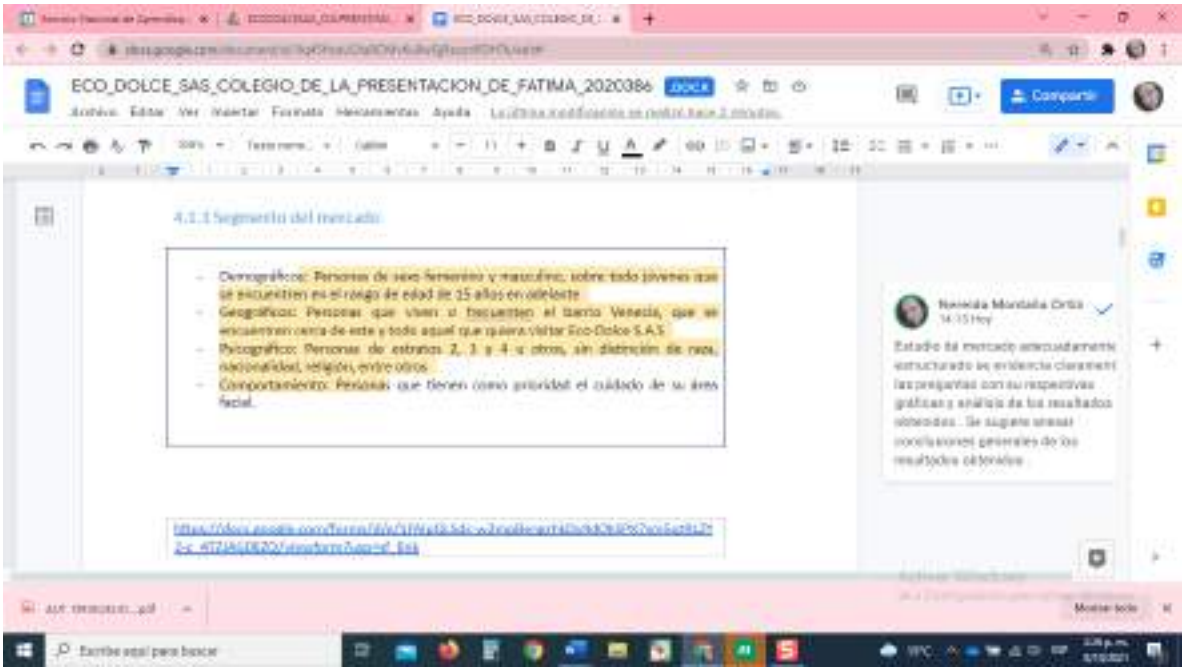

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
1.1 Objetivo general:
Elaborar productos faciales a base de componentes naturales con la finalidad de ayudar tanto a los clientes como al medio ambiente
1.2 Objetivos específicos:
1. Utilizar en la elaboración de productos naturales
2. Implementar envases de vidrio reutilizable, teniendo en cuenta que se hará un protocolo de limpieza y desinfección para el envase, si el cliente desea reutilizar este, se hará un descuento en cuanto al precio del producto
3. Ayudar al medio ambiente con nuestros productos ya que somos eco-friendly
Nereida Montaña Ortiz

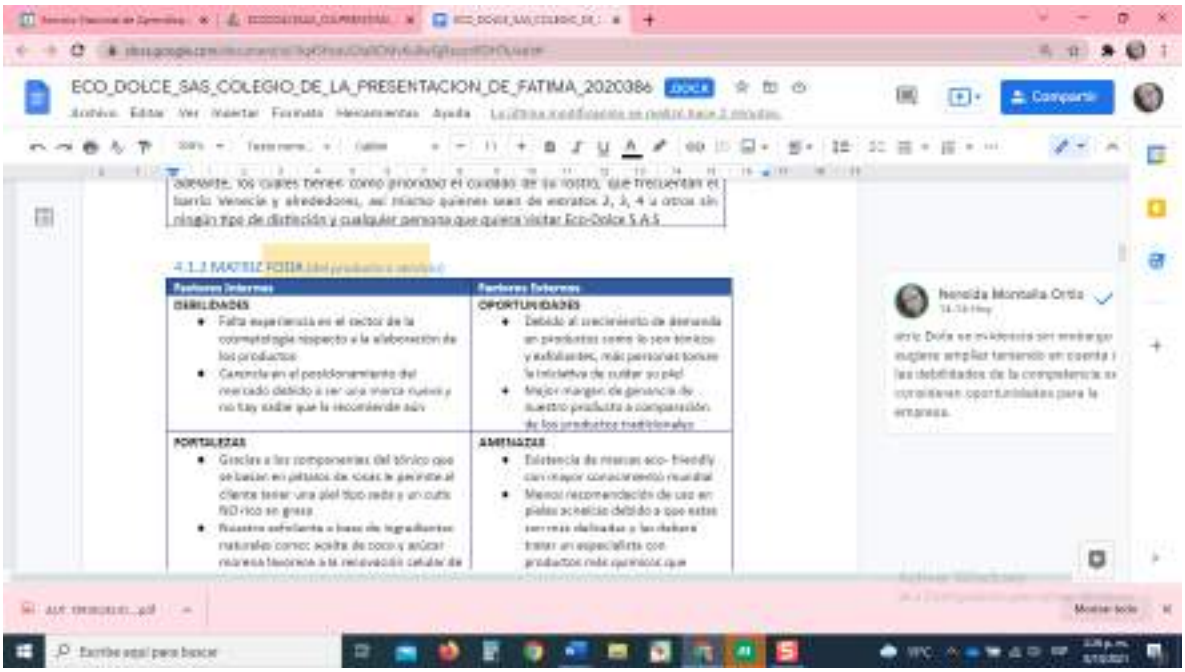

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
3.3 Misión
Eco-Dolce busca por medio de la elaboración de productos faciales como exfoliante y tónico, beneficiar al medio ambiente, usando componentes biodegradables libres de químicos, brindando su calidad en nuestros productos, obteniendo mejores resultados en la piel de nuestros clientes.
3.4 Visión
Para el año 2023 lograremos ser una empresa reconocida a nivel nacional, por elaborar productos de belleza facial ecológicos y amigables con el medio ambiente, siendo respaldados por la calidad de nuestros productos, el compromiso y la confianza de nuestros clientes.
3.5 Propuesta de valor

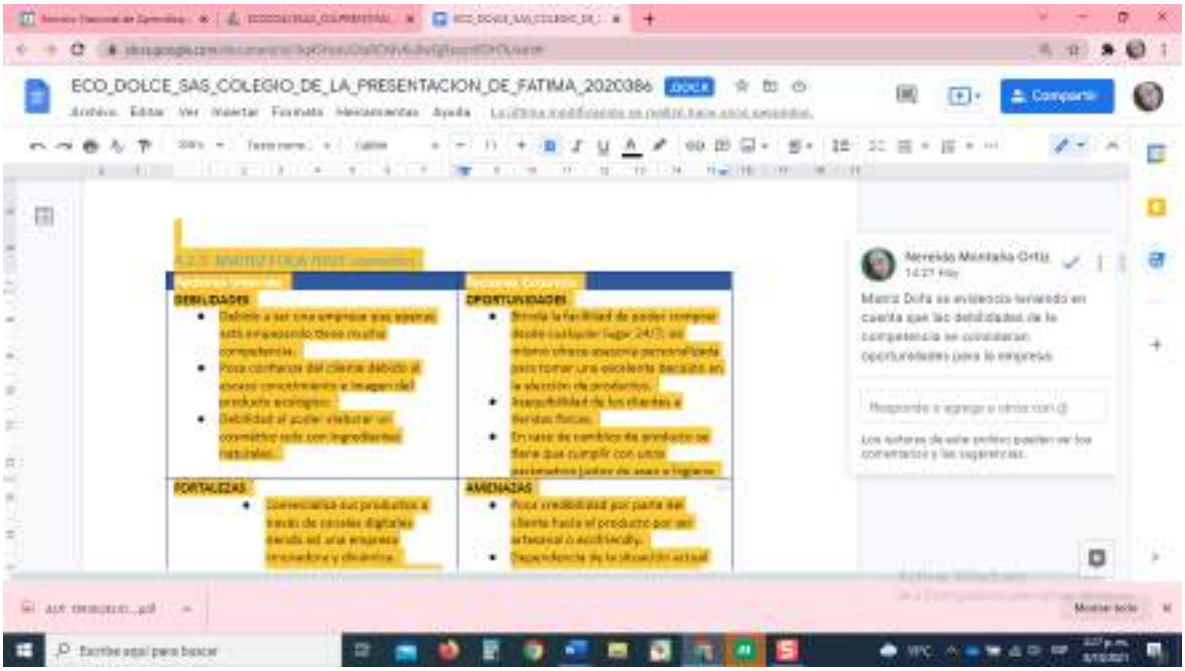

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
respaldados por la calidad de nuestros productos, el compromiso y la confianza de nuestros clientes.
3.5 Propuesta de valor
¿Qué problema ayuda a resolver o cuáles necesidades satisface el desarrollo de su producto o servicio?
1. Nuestro producto ayuda a resolver las imperfecciones, resequedad en la cara y labios de nuestros clientes.
2. El desarrollo de nuestro producto es totalmente natural y amigable con el ambiente.
¿Qué valor agregado tiene el producto o servicio frente a la competencia?
1. Cuida el medio ambiente ya que son elaborados con componentes completamente naturales.
2. Nuestro envase es reutilizable.
¿Qué productos o servicios ofrecerá?
1. Exfoliante para labios

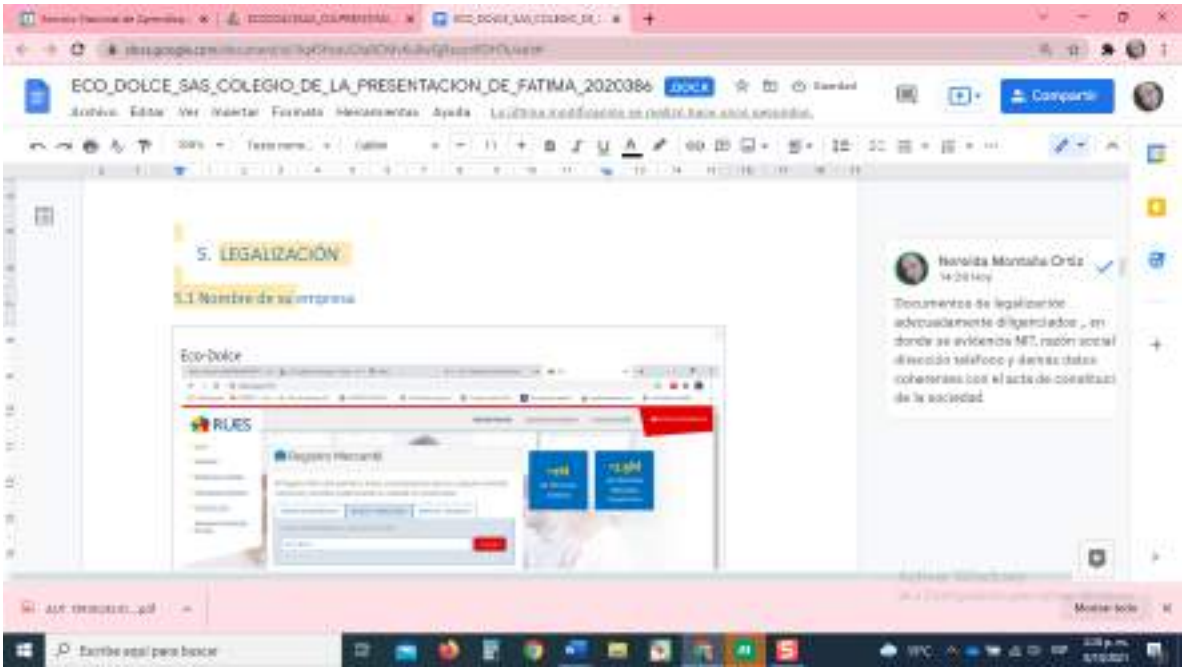

ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
GUÍA PARA LA ELABORACION DEL PROYECTO PRODUCTIVO
Articulación del SNA con la educación media
3.6 Organigrama


ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
4. ESTUDIO DE MERCADO
4.1 Demanda
Los clientes de Eco-Dolce S.A.S serán personas de estratos 2, 3 y 4 que frecuentan o habitan al sur de la ciudad en el barrio Venecia y alrededores, con un rango de edad de los 15 años en adelante, los cuales requieran el uso de nuestros productos.
Así mismo, los clientes serán personas que deseen adquirir nuestros productos para cuidar su área facial, y obtener buenos resultados, con la certeza de cuidar su rostro y así aportar al cuidado medioambiental.


ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
4.1.1 Segmento del mercado
Demográficos: Personas de sexo femenino y masculino, sobre todo jóvenes que se encuentren en el rango de edad de 15 años en adelante
Geográficos: Personas que viven o frecuenten el barrio Venecia, que se encuentren cerca de este y todo aquel que quiera visitar Eco-Dolce S.A.S
Psicográfico: Personas de estratos 2, 3 y 4 u otros, sin distinción de raza, nacionalidad, religión, entre otros
Comportamiento: Personas que tienen como prioridad el cuidado de su área facial.
Reinelda Montalla Ortiz
Estudio de mercado adecuadamente estructurado se evidencia claramente las preguntas con su respectivas gráficas y análisis de los resultados obtenidos . Se sugiere anexar conclusiones generales de los resultados obtenidos
Escribe aquí para buscar


ECO_DOLCE_SAS_COLEGIO_DE_LA_PRESENTACION_DE_FATIMA_2020386
Compartir
Factores Internos
Factores Externos
DEBILIDADES
Falta experiencia en el sector de la cosmetología respecto a la elaboración de los productos
Carencia en el posicionamiento del mercado debido a ser una marca nueva y no hay saber que la recomiende aun
OPORTUNIDADES
Debido al crecimiento de demanda en productos como lo son tónicos y exfoliantes, más personas toman la iniciativa de cuidar su piel
Mejor margen de ganancia de nuestro producto a comparación de los productos tradicionales
FORTALEZAS
Gracias a los componentes del tónico que se basan en pétalos de rosas le garantiza al cliente tener una piel tipo seda y un cutis NO rico en grasa
Nuestro exfoliante a base de ingredientes naturales como: aceite de coco y azúcar morena tendrá la capacidad de retirar
AMENAZAS
Existencia de marcas eco- friendly con mayor conocimiento mundial
Menor recomendación de uso en pieles acneicas debido a que estas son muy delicadas y las deben tratar un especialista con productos más químicos que
Reinelda Montalla Ortiz
Escribe aquí para buscar





https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1_7_bNI-oGFnspbRgJ869Mhf_HZ1uuIDr

MOGGY COFFEE


POLITICAS GENERALES
★ Nuestra empresa dará posibles soluciones a las necesidades de nuestros clientes durante su estancia en el local.
★ Estamos comprometidos a generar soluciones cada semana en una junta con empleados y para aclarar inconvenientes presentados durante la semana y así darles una posible solución.
★ Siempre tendremos para nuestros clientes precios accesibles en nuestros productos.
★ Brindar a nuestros clientes los productos o servicios que siempre desean.
★ Nuestros empleados en un ambiente agradable donde puedan desempeñarse con confianza, demostrando sus habilidades, para que puedan tener una buena ejecución de sus labores diarias.
★ Promocionar cursos de capacitación que sean obligatorios para los nuevos empleados con el fin de que comprendan las futuras funciones al momento de ingresar a la empresa.
★ Evitar a toda costa casos de corrupción dentro de la empresa y sujetarlos en caso de que se presenten.
★ Fomentar diversas formas de ingresos dentro de la empresa, incentivando la creatividad de los empleados y la creación de nuevos productos.


IDEA DE NEGOCIO
La empresa MOGGY COFFEE pretende ofrecer a los clientes un lugar donde puedan disfrutar de la compañía de los gatos rescatados de la calle, quienes serán puestos en adopción, mientras los clientes prueban los productos de cafetería, permitiéndoles tener un espacio distante y seguro de los gatos para así tener una linda experiencia en el local, también con la venta de productos con materiales reciclables, para el cuidado del medio ambiente, MOGGY COFFEE emplea a jóvenes del país permitiéndoles salir adelante y demostrar sus habilidades y el local mantendrá una estética con materiales reciclables siendo amigables con el ambiente.
PROPÓSITO DE LA EMPRESA

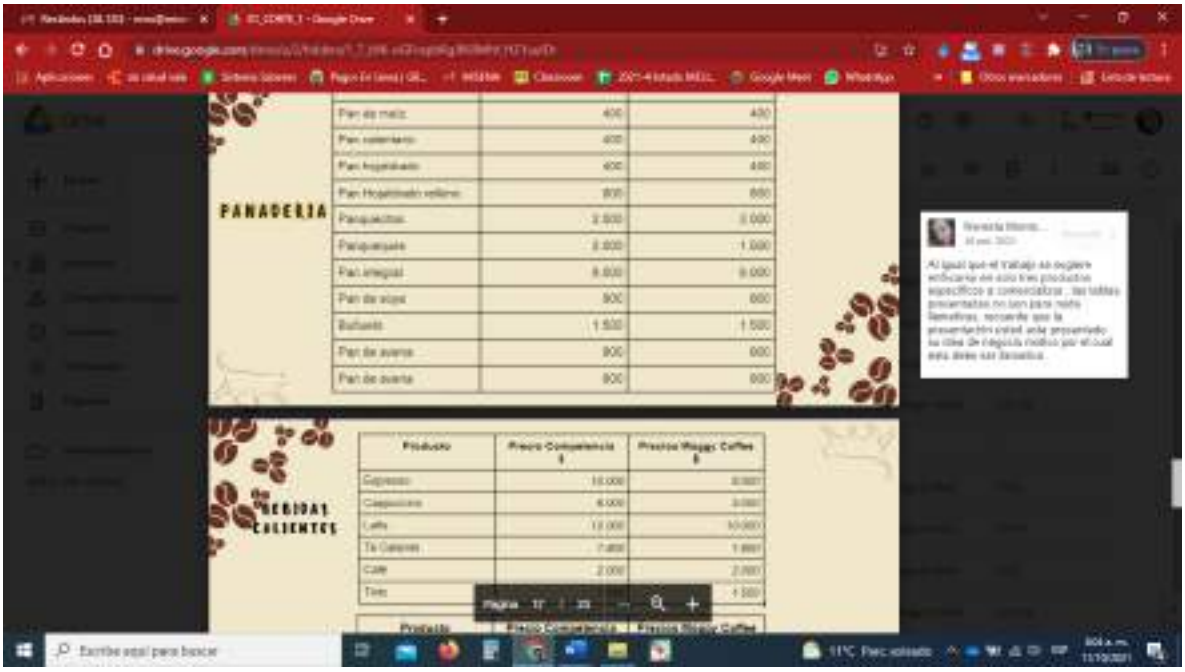

OBJETIVOS ESPECIFICOS
• Reducir el abandono de animales domésticos en las calles de Colombia.
• Expandir los puntos de venta, abrir nuevas sucursales que permitan ampliar el mercado.
• Innovar nuestras formas de vender nuestros productos.
• Ser reconocidos a nivel nacional por nuestra buena labor.
• Empezar a marcar territorio en el mercado nacional.
• Hacer proyectos para conseguir la fidelización del cliente y así poder mantenerlos.


MISIÒN
La empresa Moggy Coffee S.A.S. tiene como misión ser una empresa que brinde comodidad a todas las personas que desean pasar un momento agradable, en compañía de los gatos, quienes estarán dispuestos para su adopción, ofreciendo además los productos para su cuidado; y que por medio de la venta y distribución de productos con materiales reciclables, se piensa mantener a los animales, sus tratamientos, alimentos y en general su cuidado.
VISIÓN

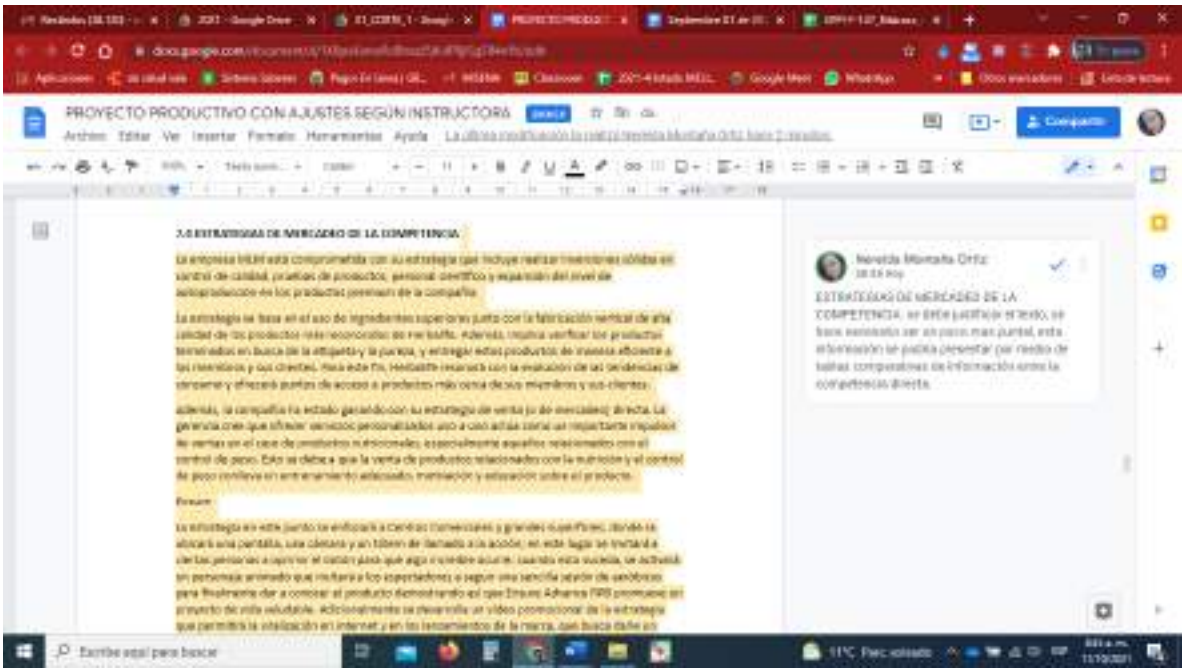

MOGGY COFFEE
UBICACIÓN GEOGRAFICA
Localidad: Engativá

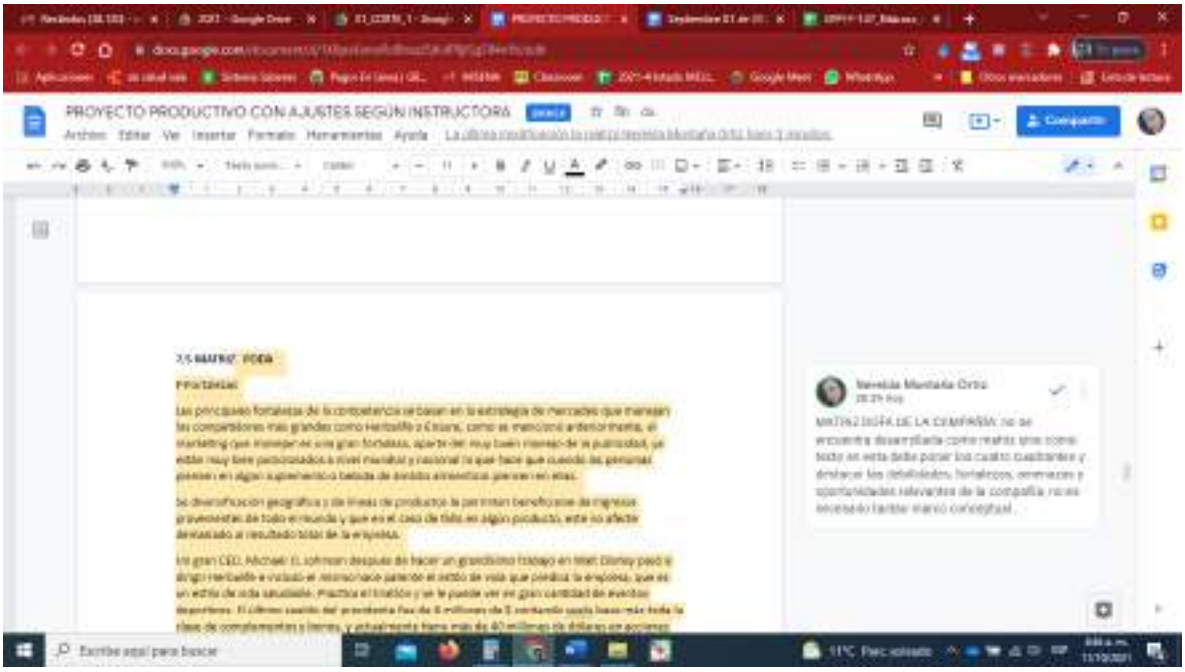

ECONOMIA NARANJA
COMPETENCIA
¿COMO IMPULSAR LA EMPRESA?
ECONOMIA NARANJA

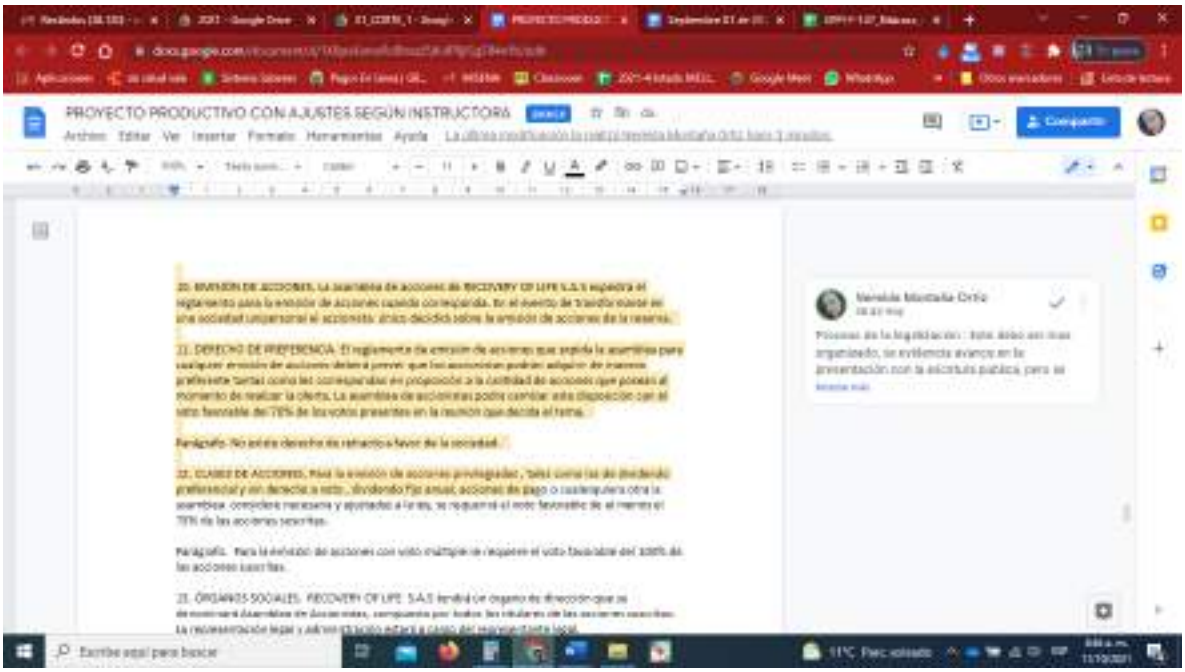


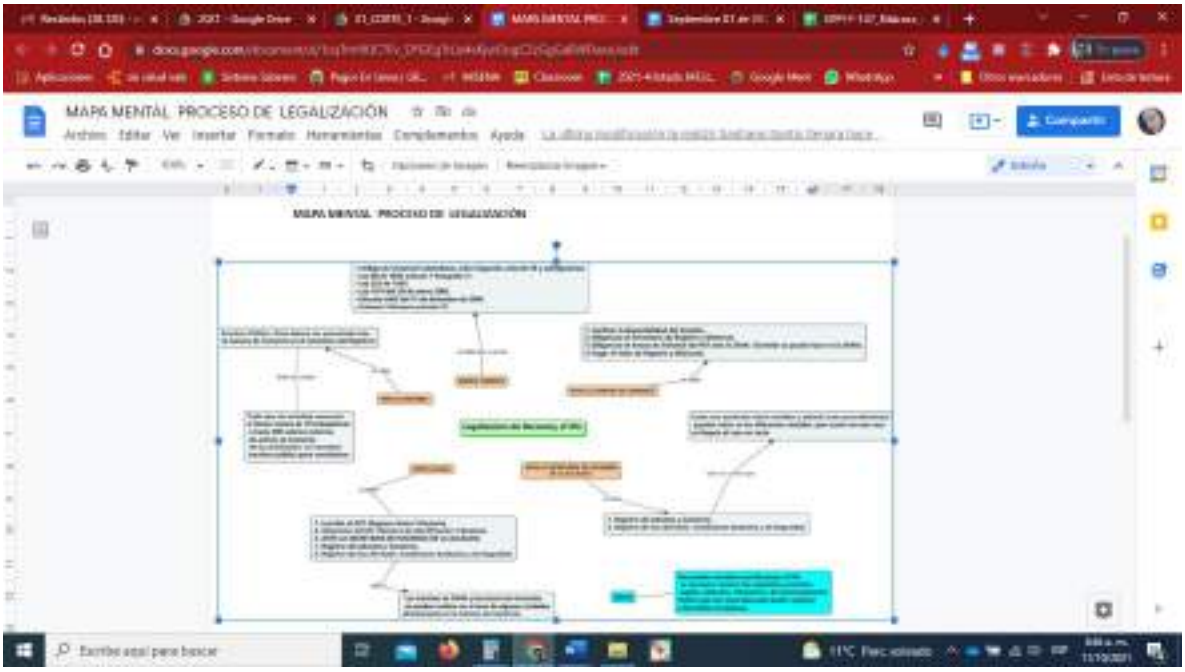


PROYECTO PRODUCTIVO RECOVERY OF LIFE


PROYECTO PRODUCTIVO CON AJUSTES SEGÚN INSTRUCTORA
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Compartir
2.5 ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LA COMPETENCIA
Nereida Montaña Ortiz
ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LA COMPETENCIA: se debe justificar el texto, se hace necesario ser un poco mas puntal, esta información se podría presentar por medio de tablas comparativas de información entre la competencia directa.
Escribe aquí para buscar


PROYECTO PRODUCTIVO CON AJUSTES SEGÚN INSTRUCTORA
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Compartir
2.5 MATRIZ DOFA
FORTALEZAS
Nereida Montaña Ortiz
MATRIZ DOFA DE LA COMPAÑÍA: no se encuentra desarrollada como tratas ahí como todo en esta debe poner los cuatro cuadrantes y analizar los debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades relevantes de la compañía no es necesario tantas marco conceptual.
Escribe aquí para buscar

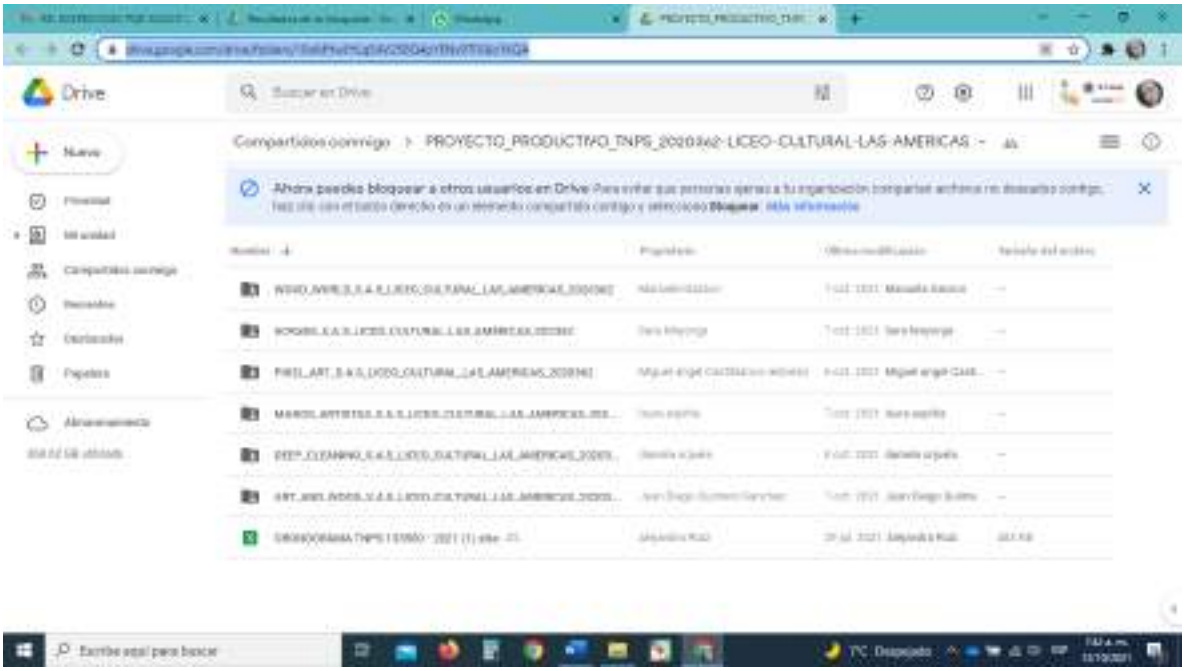




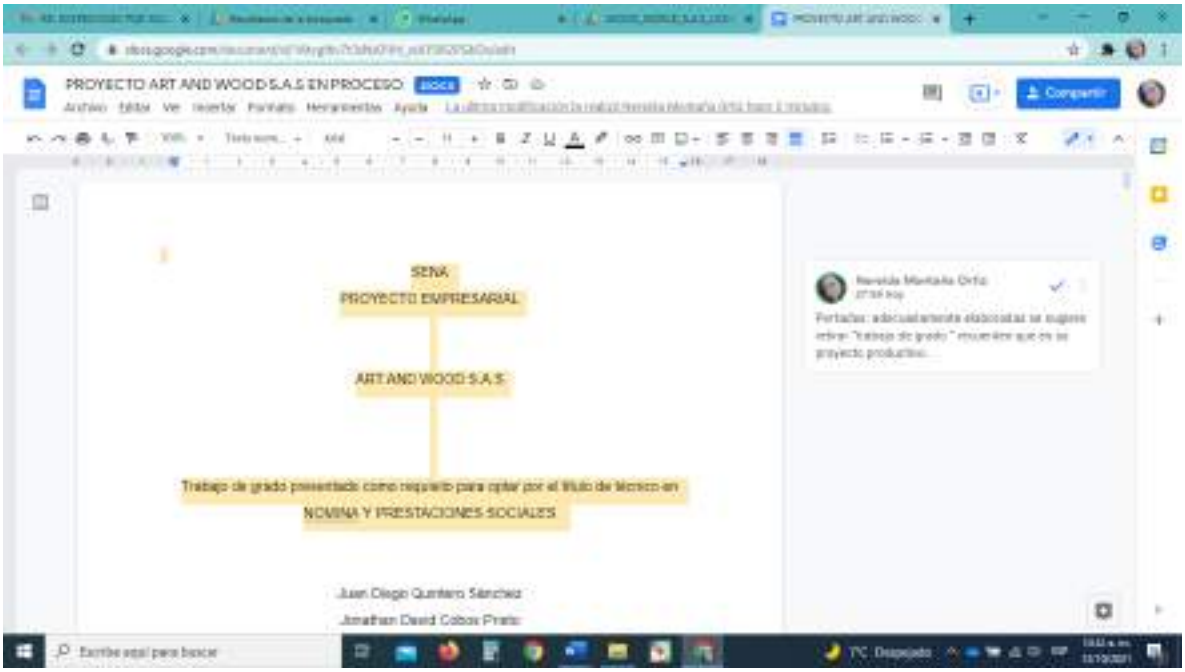
Evidencias 12 octubre de 2021

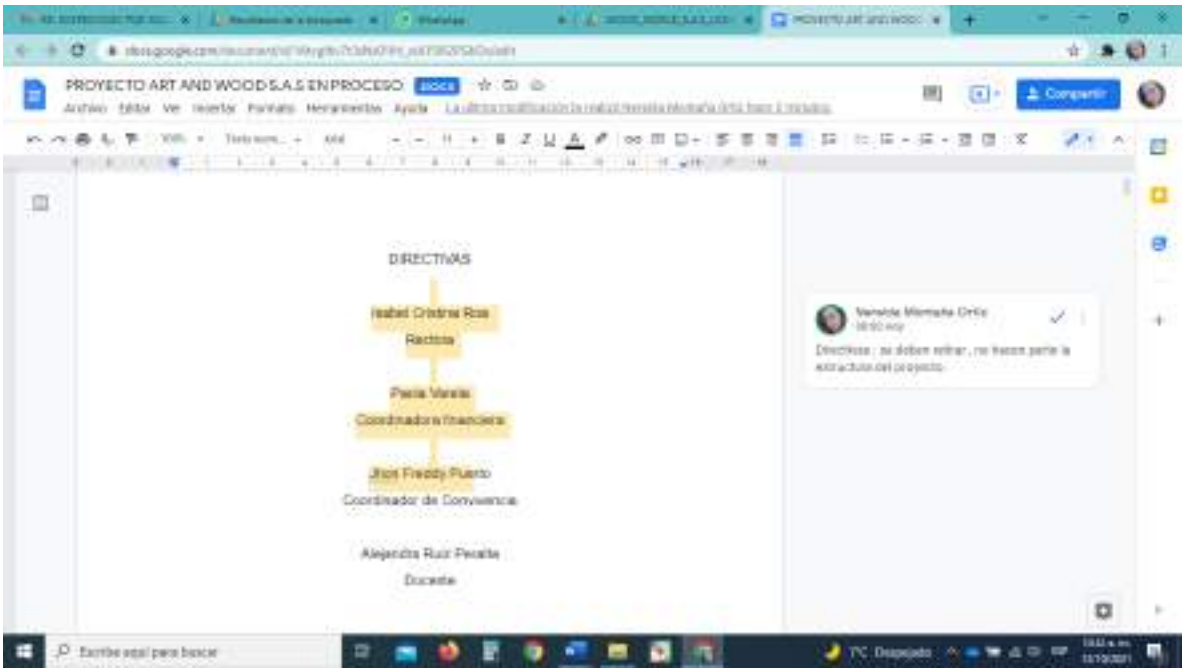
Verificacion de proyectos Liceo Cultural las Americas

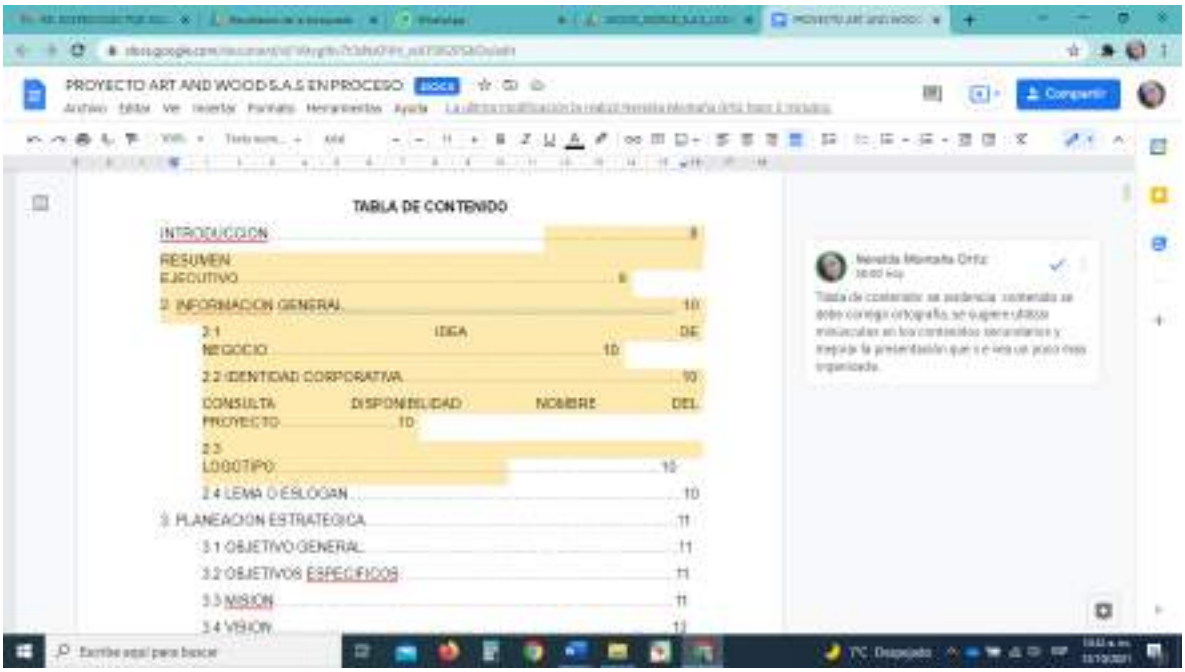
https://drive.google.com/drive/folders/10oMHwJHLq5AV258Q4pYENx9TF66oYKQA

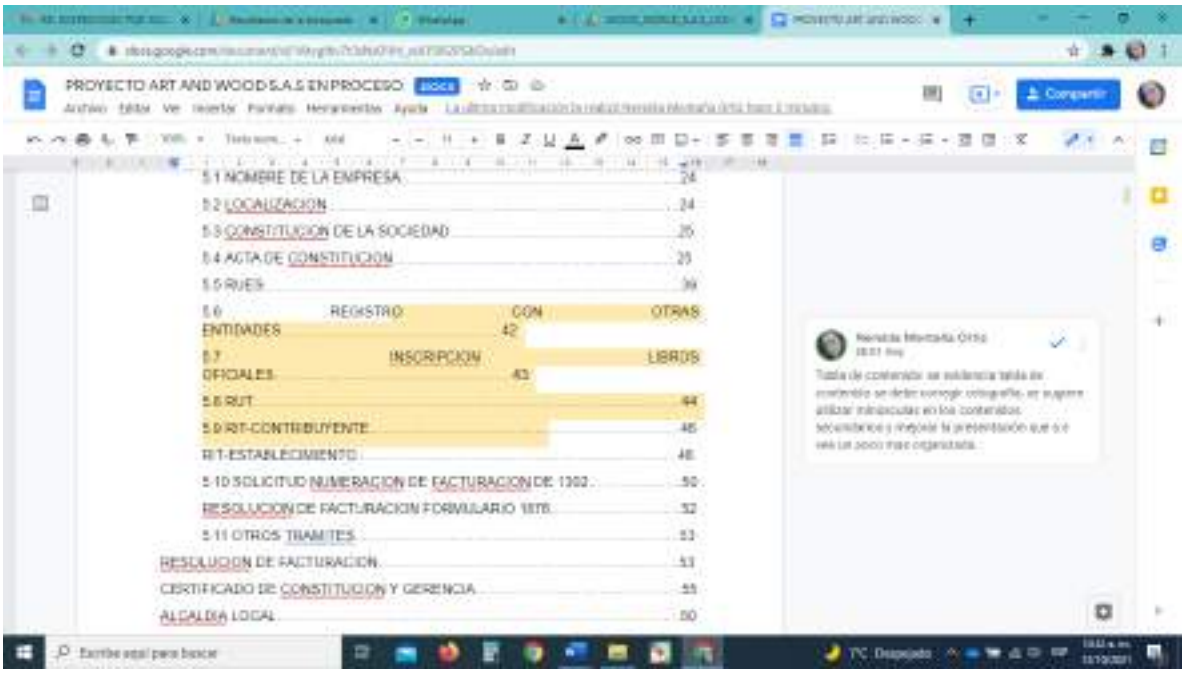


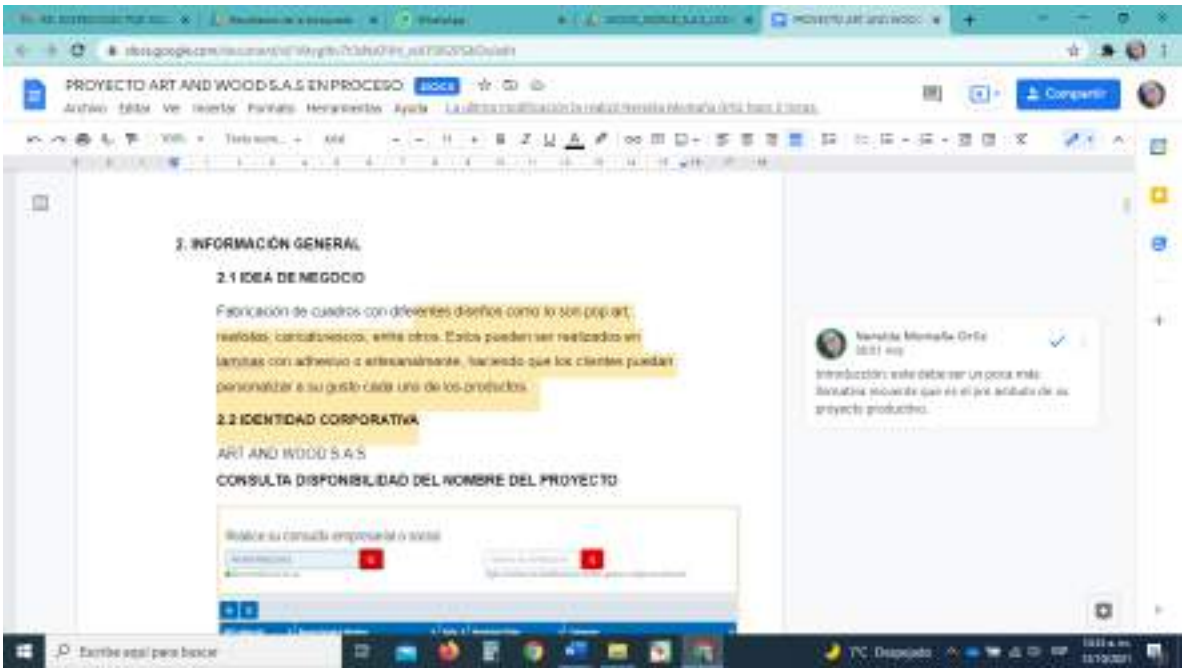
https://drive.google.com/drive/folders/1jOM8NWC7ZX-ltcYIPoJcWlHAUyUQPjP6

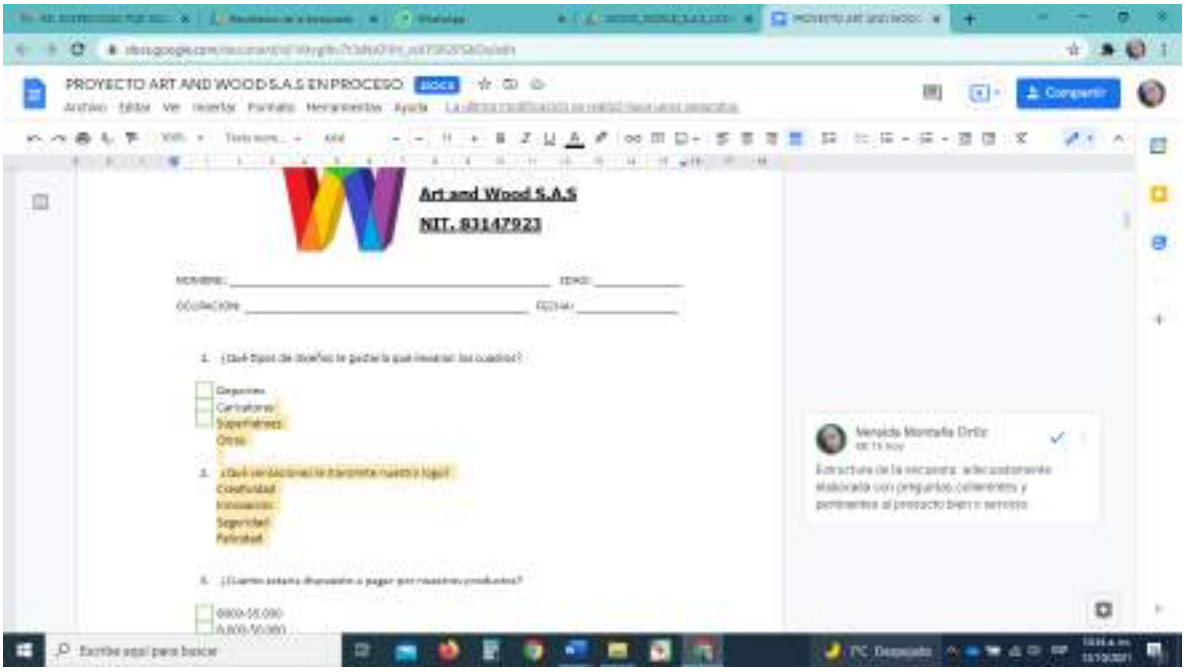


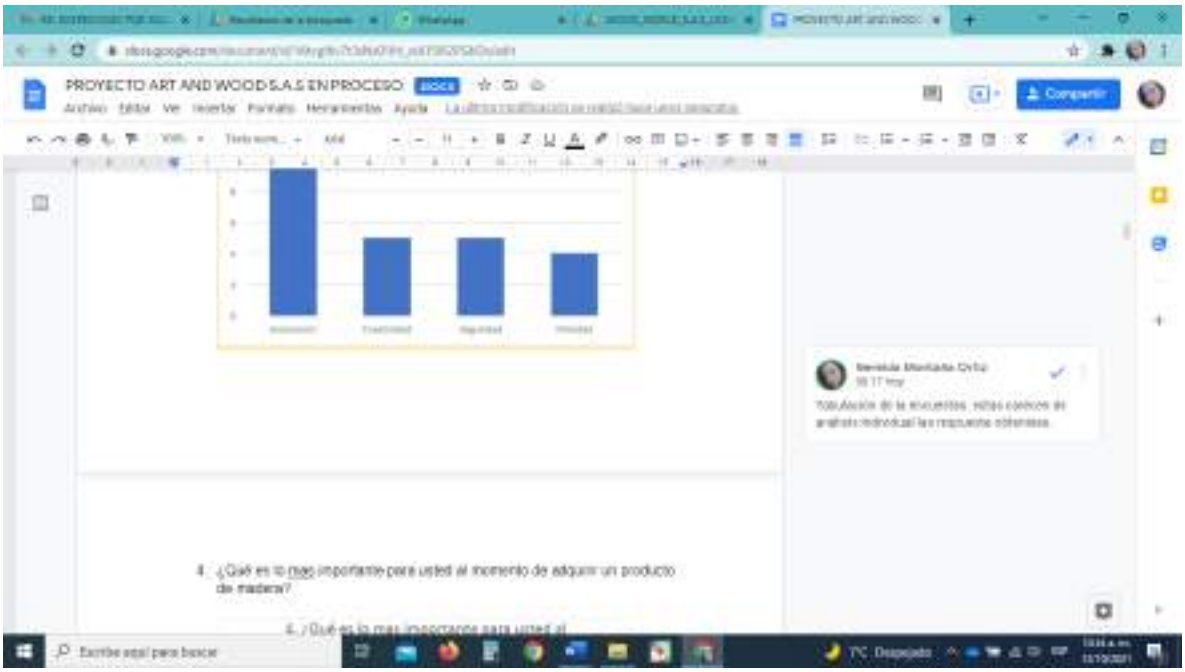

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
DIRECTIVAS
Isabel Cristina Ros
Rectora
Paola Varela
Coordinadora financiera
Jhon Freddy Puerto
Coordinador de Convivencia
Alejandra Ruiz Peralta
Docente

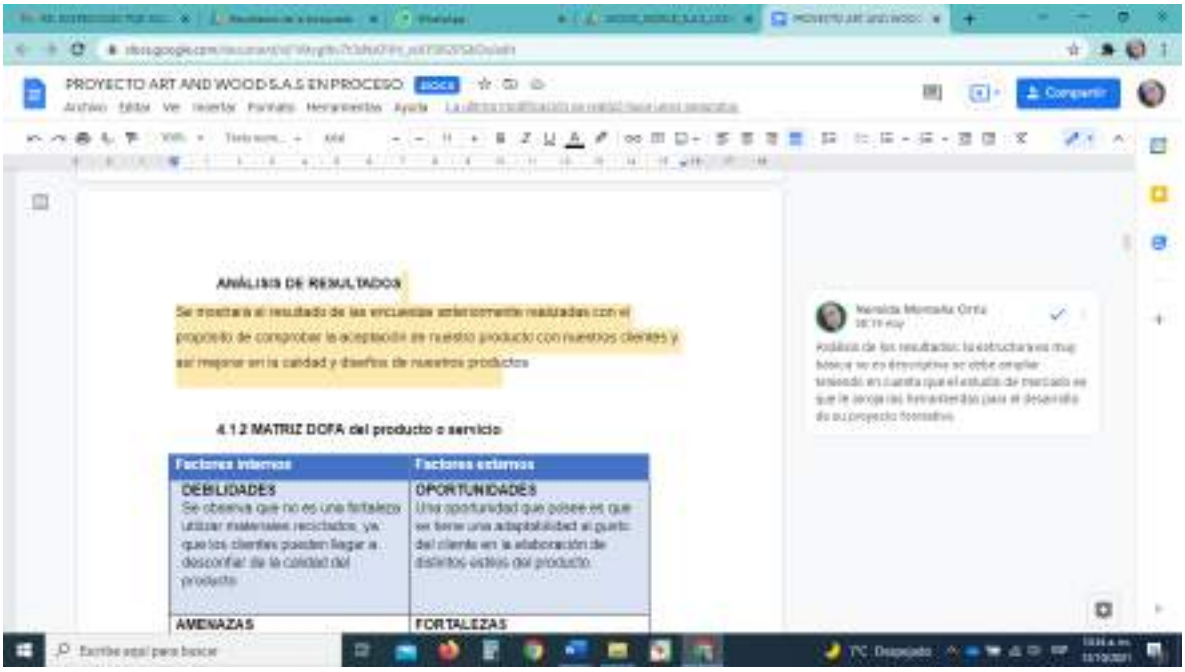

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
TABLA DE CONTENIDO
INTRODUCCION 3
RESUMEN EJECUTIVO 6
2. INFORMACION GENERAL 10
2.1 IDEA DE NEGOCIO 10
2.2 IDENTIDAD CORPORATIVA 10
CONSULTA DISPONIBILIDAD NOMBRE DEL PROYECTO 10
2.3 LOGOTIPO 10
2.4 LEMA O ESLOGAN 10
3. PLANEACION ESTRATEGICA 11
3.1 OBJETIVO GENERAL 11
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS 11
3.3 MISION 11
3.4 VISION 11

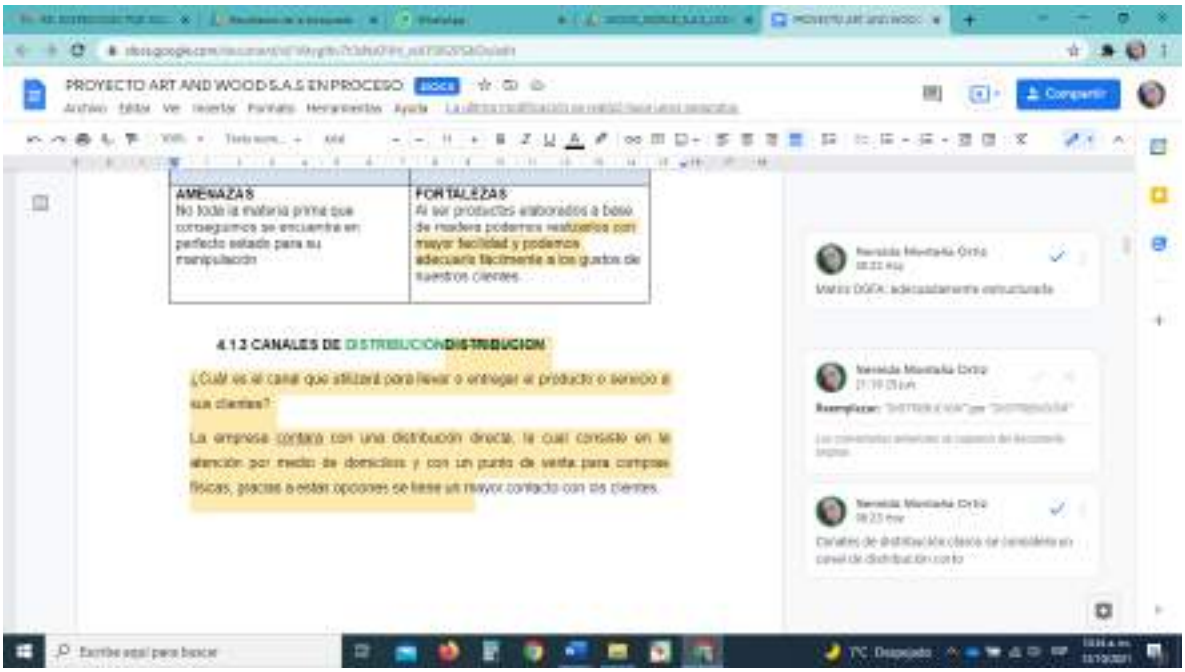

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
5.1 NOMBRE DE LA EMPRESA 24
5.2 LOCALIZACION 24
5.3 CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD 25
5.4 ACTA DE CONSTITUCION 25
5.5 RUES 39
5.6 REGISTRO CON OTRAS ENTIDADES 42
5.7 INSCRIPCION LIBROS OFICIALES 43
5.8 RUT 44
5.9 RIT-CONTRIBUYENTE 46
RIT-ESTABLECIMIENTO 46
5.10 SOLICITUD NUMERACION DE FACTURACION DE 1302 50
RESOLUCION DE FACTURACION FORMULARIO 1876 52
5.11 OTROS TRAMITES 53
RESOLUCION DE FACTURACION 53
CERTIFICADO DE CONSTITUCION Y GERENCIA 55
ALCALDIA LOCAL 60

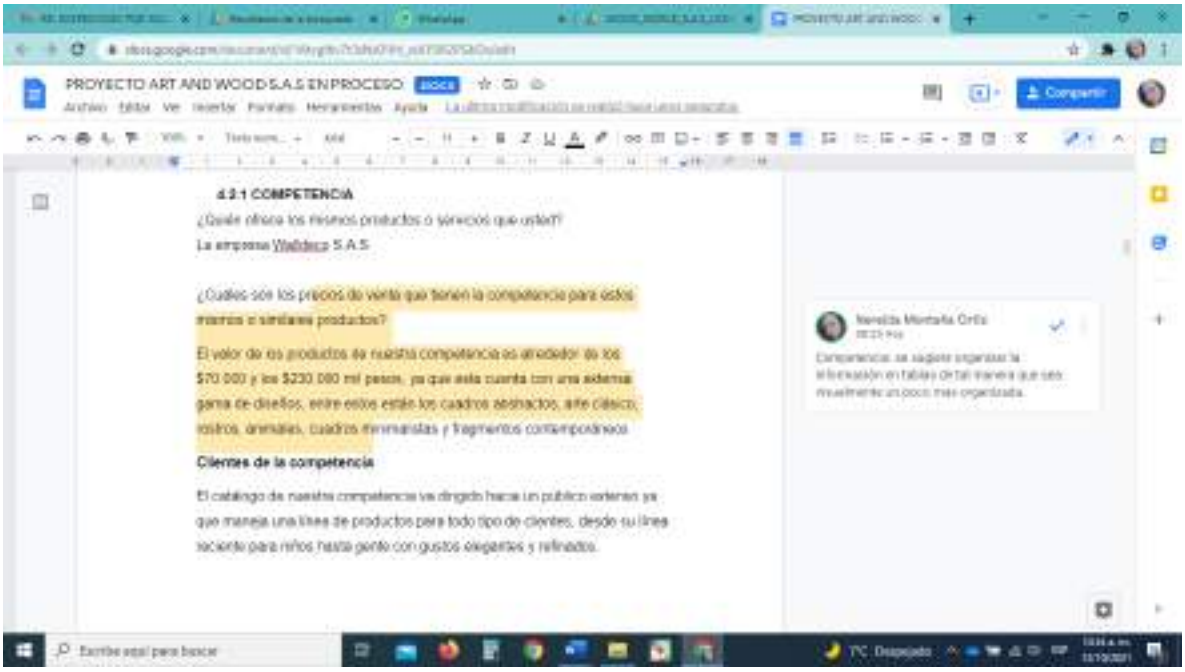

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
2. INFORMACIÓN GENERAL
2.1 IDEA DE NEGOCIO
Fabricación de cuadros con diferentes diseños como lo son pop art, realistas, cartoonescos, entre otros. Estos pueden ser realizados en lienzos con adhesivo o artesanalmente, haciendo que los clientes puedan personalizar a su gusto cada uno de los productos.
2.2 IDENTIDAD CORPORATIVA
ART AND WOOD S.A.S
CONSULTA DISPONIBILIDAD DEL NOMBRE DEL PROYECTO

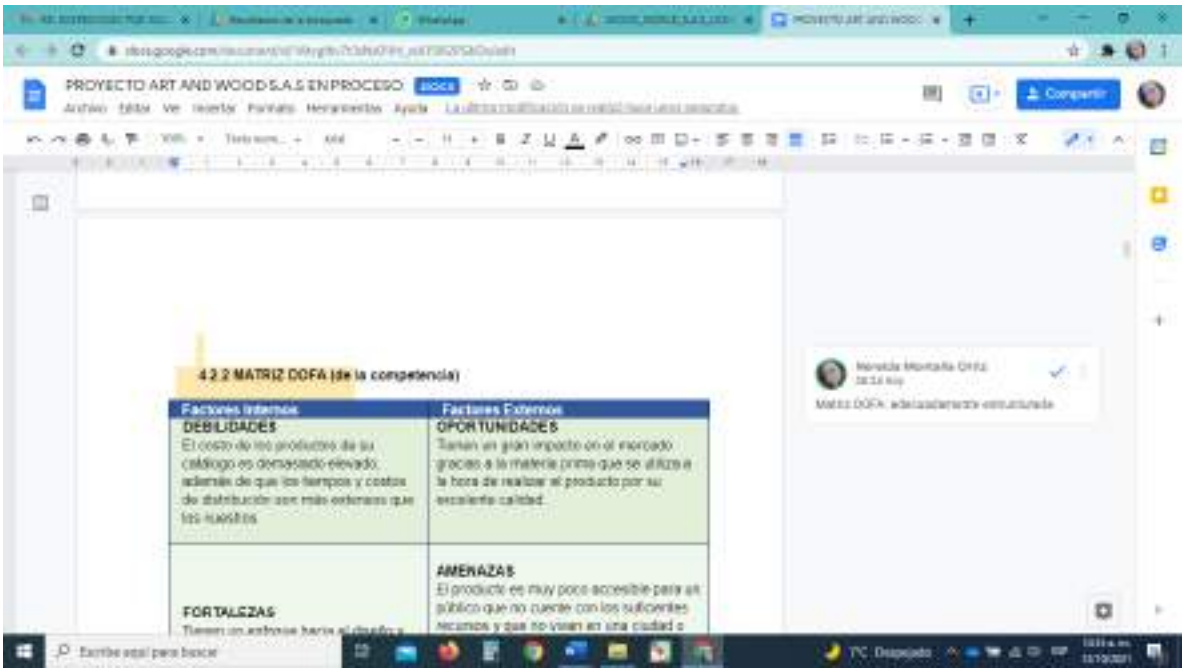

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
Art and Wood S.A.S
NIT. 83147923

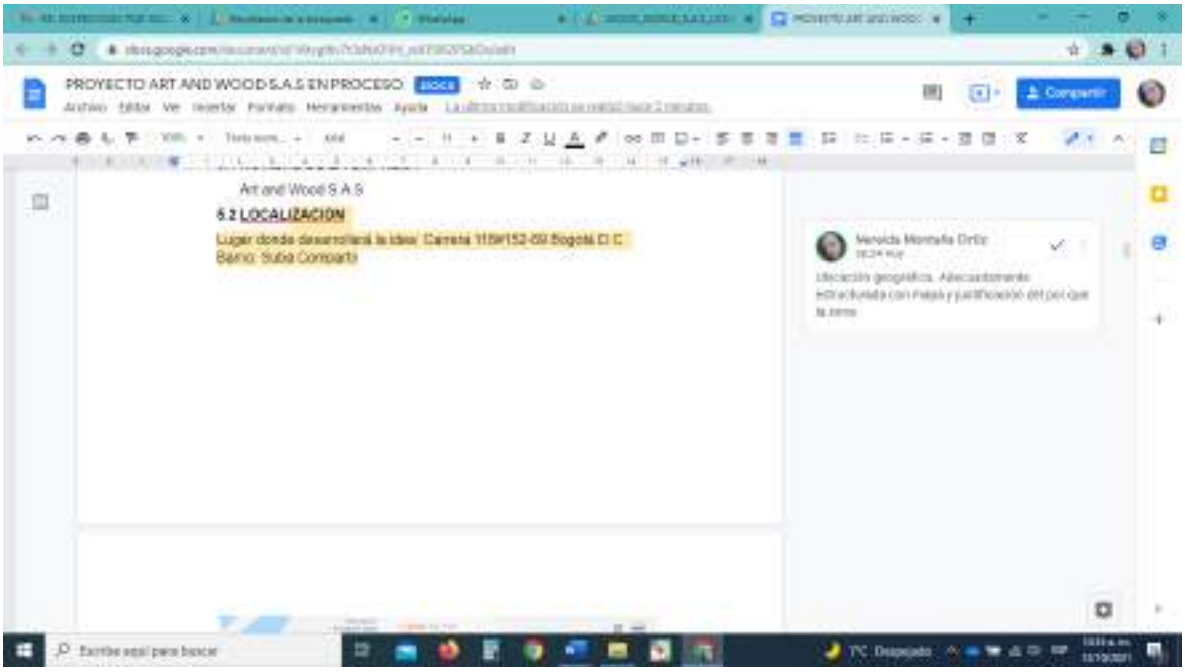

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
4. ¿Qué es lo mas importante para usted al momento de adquirir un producto de madera?

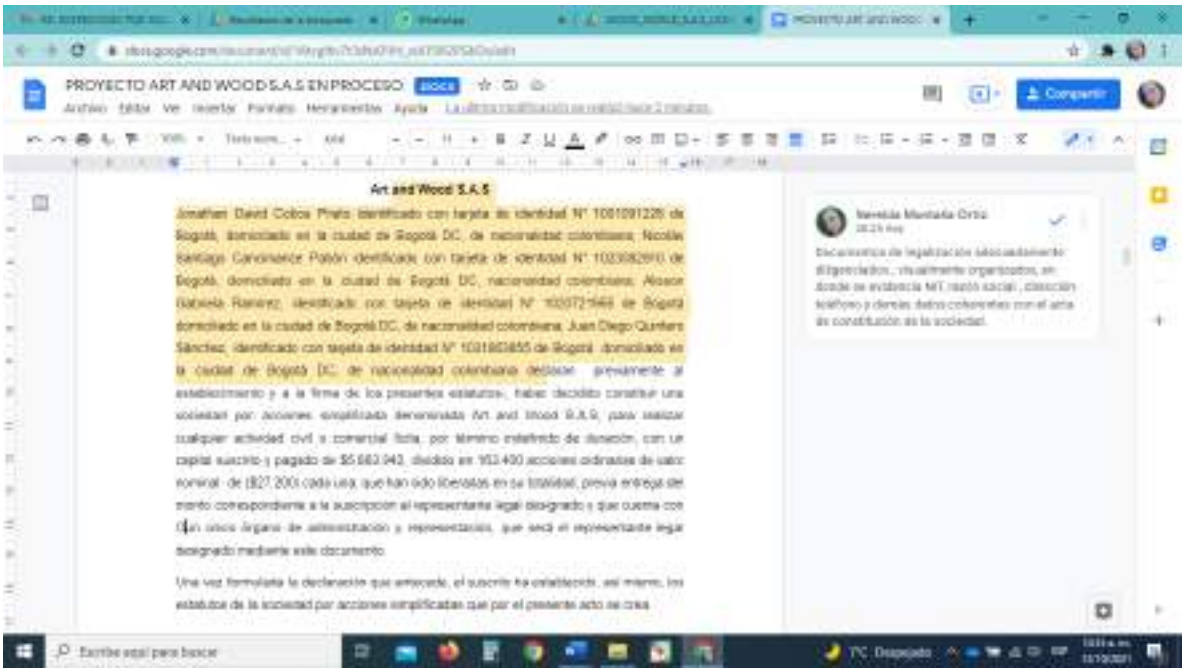

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
ANÁLISIS DE RESULTADOS
Se mostrara el resultado de las encuestas anteriormente realizadas con el propósito de comprobar la aceptación de nuestro producto con nuestros clientes y así mejorar en la calidad y diseños de nuestros productos
4.1.2 MATRIZ DOFA del producto o servicio
Factores internos
Factores externos
DEBILIDADES
Se observa que no es una fortaleza utilizar materiales reciclados, ya que los clientes pueden llegar a desconfiar de la calidad del producto
OPORTUNIDADES
Una oportunidad que posee es que se tiene una adaptabilidad al gusto del cliente en la elaboración de distintos estilos del producto
AMENAZAS
FORTALEZAS


PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
AMENAZAS
No todo la materia prima que conseguimos se encuentra en perfecto estado para su manipulación
FORTALEZAS
Al ser productos elaborados a base de madera podemos naturales con mayor facilidad y podemos adecuarla fácilmente a los gustos de nuestros clientes
4.1.2 CANALES DE DISTRIBUCIONDISTRIBUCION
¿Cuál es el canal que utilizará para llevar o entregar el producto o servicio a sus clientes?
La empresa contara con una distribución directa, la cual consiste en la atención por medio de domicilios y con un punto de venta para compras físicas, gracias a estas opciones se tiene un mayor contacto con los clientes.

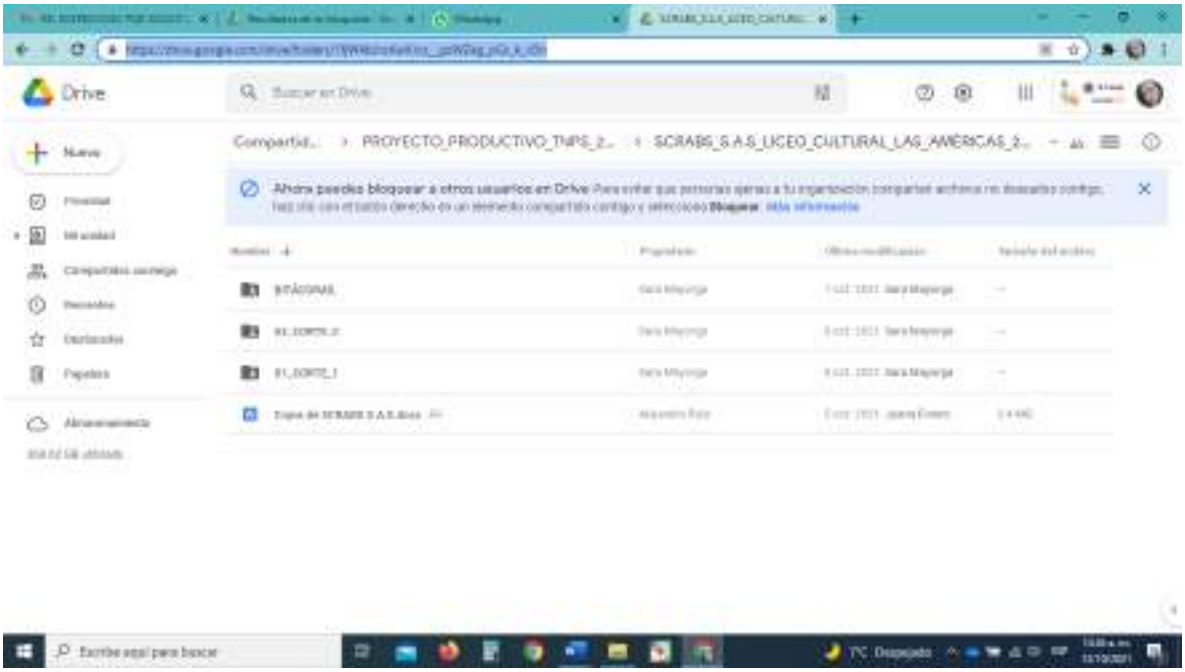

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
4.2.1 COMPETENCIA
¿Quién ofrece los mismos productos o servicios que usted?
La empresa Wallderz S.A.S
¿Cuales son los precios de venta que tienen la competencia para estos mismos o similares productos?
El valor de los productos de nuestra competencia es alrededor de los $70.000 y los $230.000 mil pesos, ya que esta cuenta con una extensa gama de diseños, entre estos están los cuadros abstractos, arte clásico, rostros, animales, cuadros minimalistas y fragmentos contemporáneos
Clientes de la competencia
El catalogo de nuestra competencia va dirigido hacia un publico variado ya que maneja una línea de productos para todo tipo de clientes, desde su línea reciente para niños hasta gente con gustos elegantes y refinados.

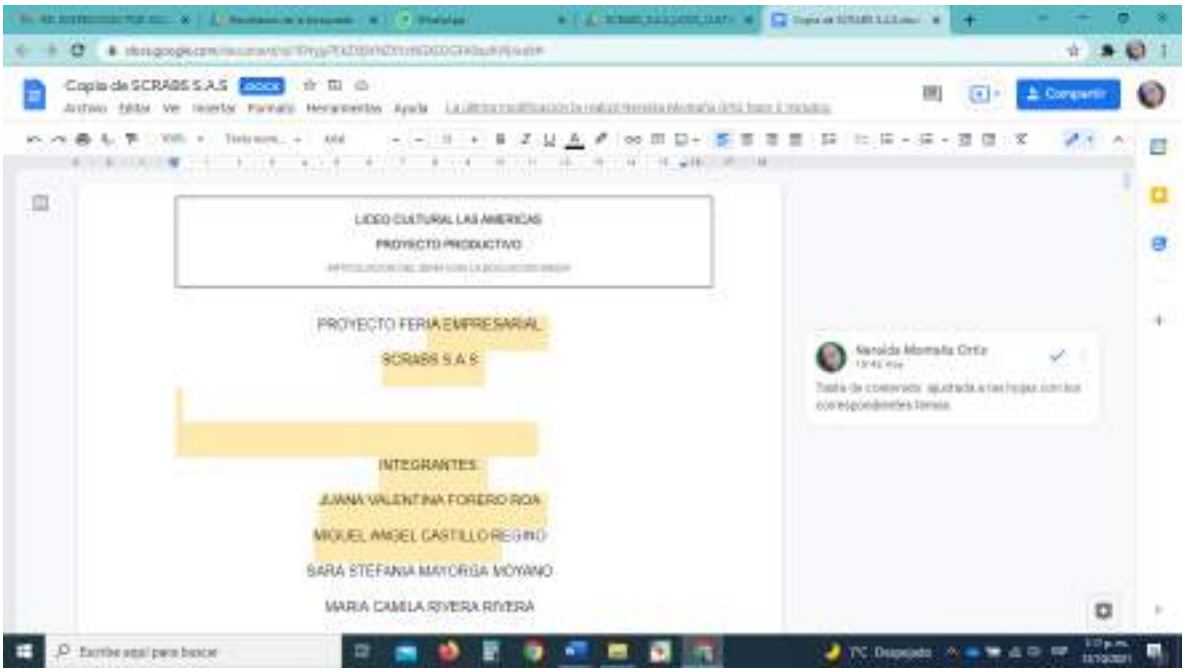

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
4.2.2 MATRIZ DOFA (de la competencia)
Factores Internos
DEBILIDADES
El costo de los productos de su catálogo es demasiado elevado, además de que los tiempos y costos de distribución son más extensos que los nuestros
Factores Externos
OPORTUNIDADES
Tienen un gran impacto en el mercado gracias a la materia prima que se utiliza a la hora de realizar el producto por su excelente calidad.
FORTALEZAS
AMENAZAS
El producto es muy poco accesible para el público que no cuente con los suficientes recursos y que no viven en una ciudad o

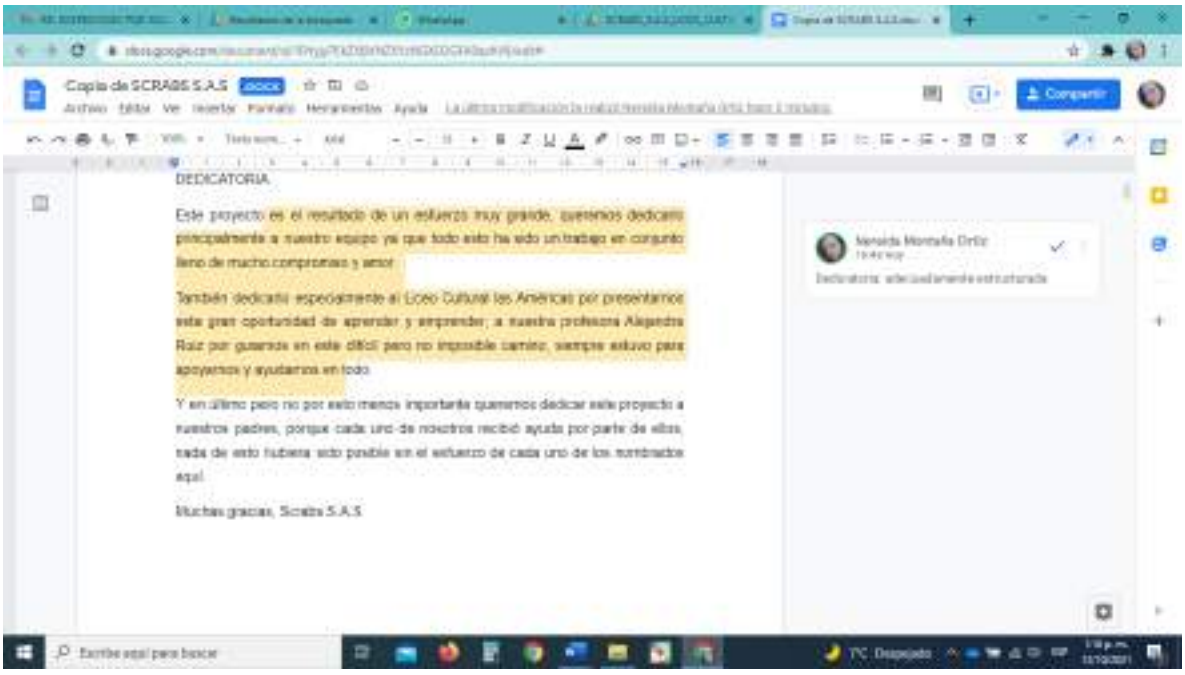

PROYECTO ART AND WOOD S.A.S EN PROCESO
Compartir
Art and Wood S.A.S
5.2 LOCALIZACION
Lugar donde desarrollará la idea: Carrera 115#152-69 Bogotá D.C
Barrio: Suba Compartir

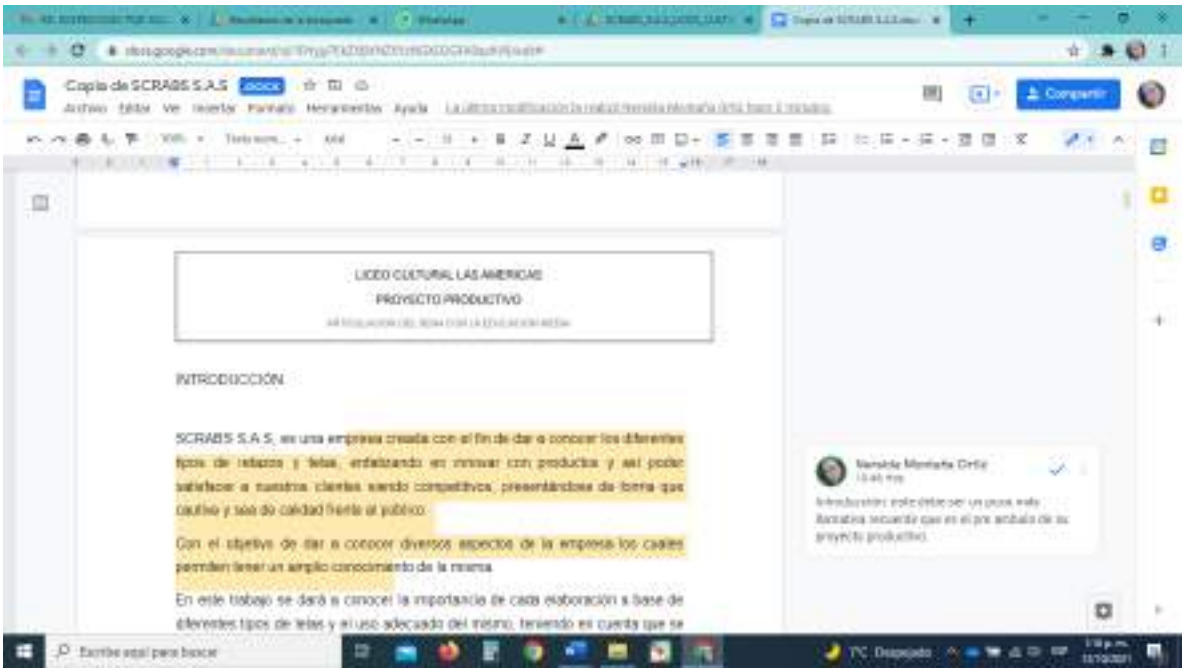


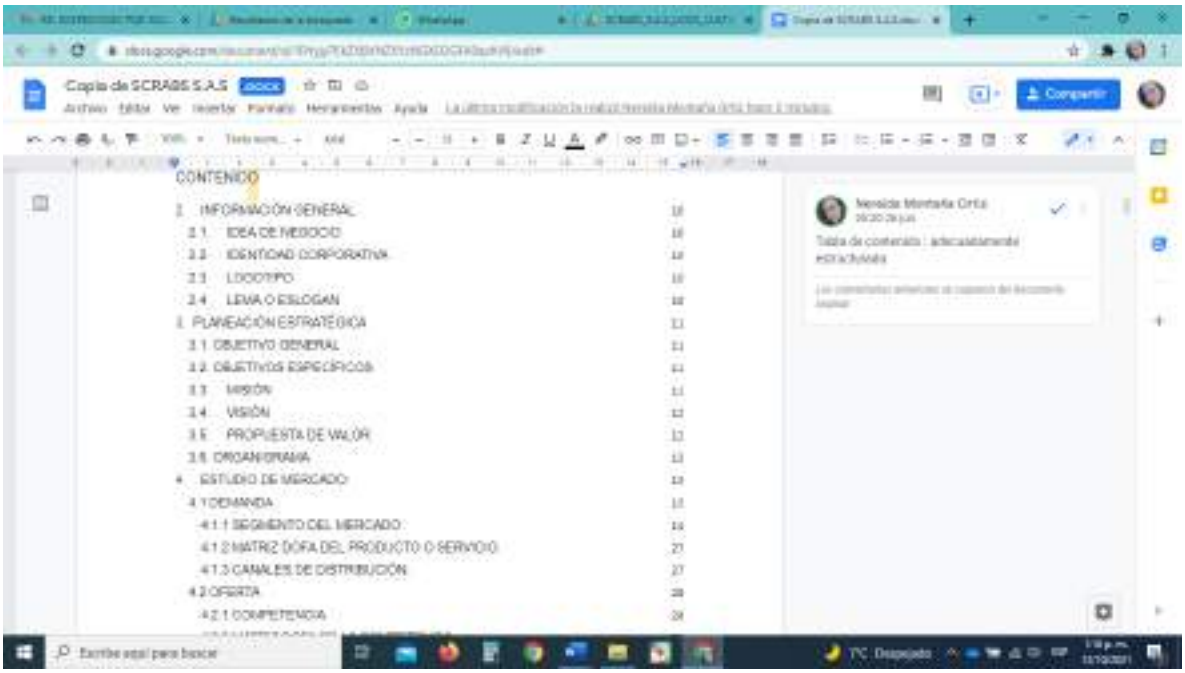
https://drive.google.com/drive/folders/1fjW4bJnzAwKrvz__goWZeg_pGc_k_d3n

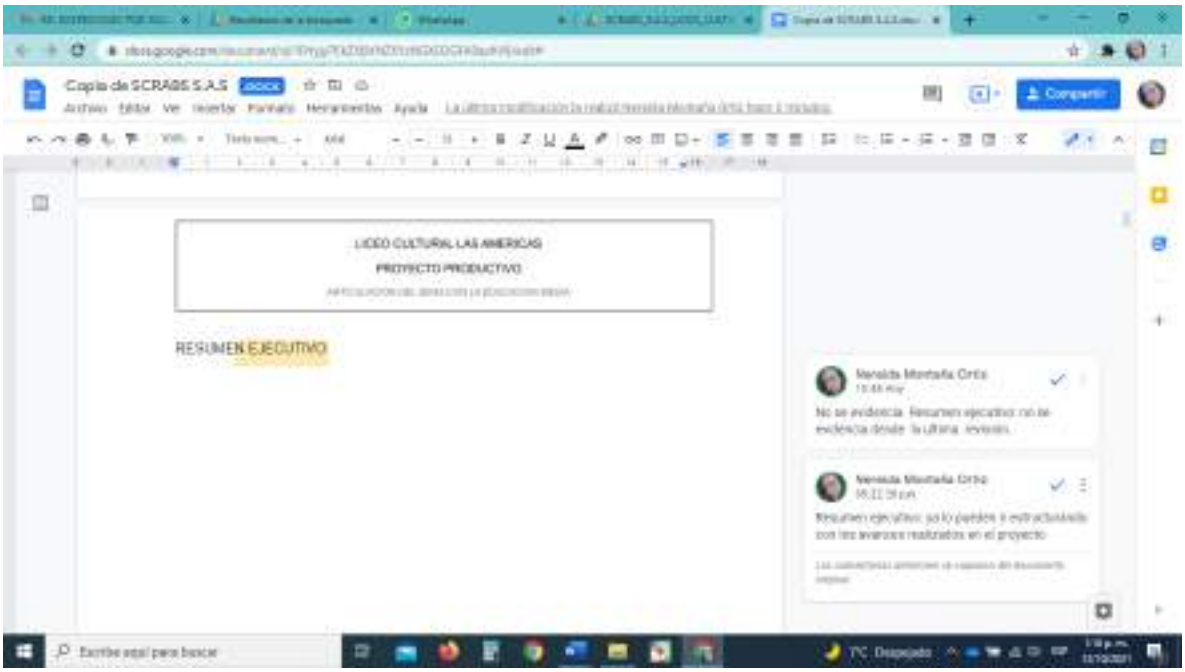


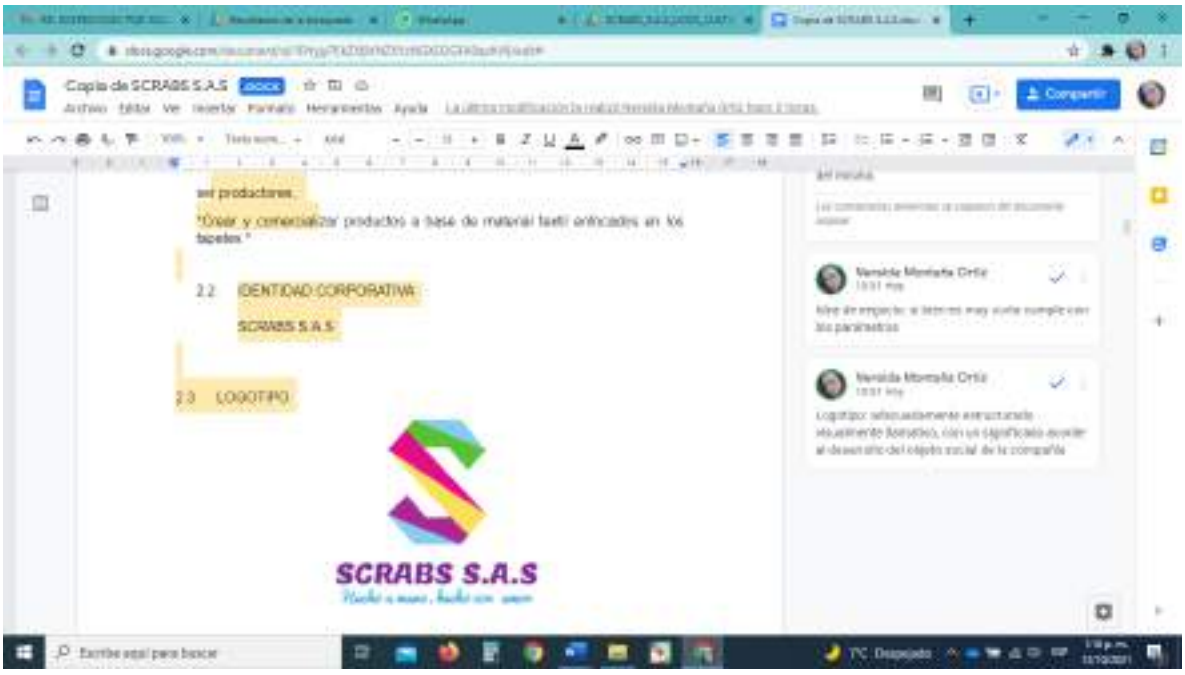

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
LICEO CULTURAL LAS AMERICAS
PROYECTO PRODUCTIVO
PROYECTO FERIA EMPRESARIAL
SCRABS S.A.S
INTEGRANTES
JUANA VALENTINA FORERO ROA
MIGUEL ANGEL CASTILLO REGINO
SARA STEFANIA MAYORGA MOYANO
MARIA CAMILA RIVERA RIVERA

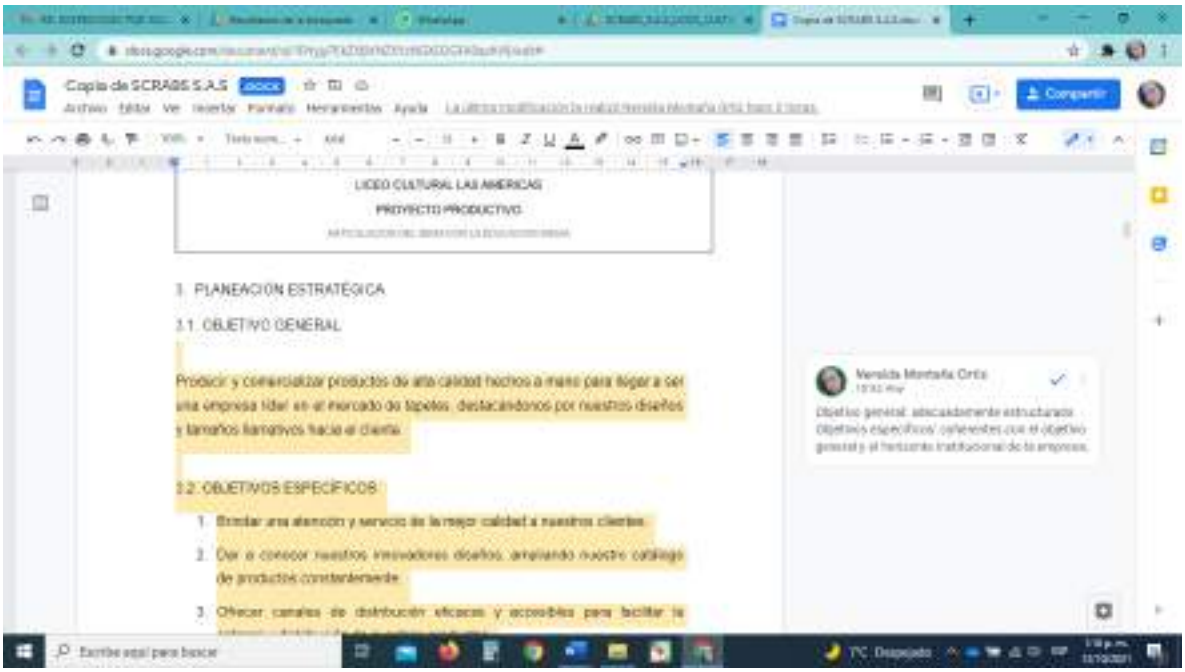

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
DEDICATORIA
Este proyecto es el resultado de un esfuerzo muy grande, queremos dedicarlo principalmente a nuestro equipo ya que todo esto ha sido un trabajo en conjunto lleno de mucho compromiso y amor.
También dedicarlo especialmente al Liceo Cultural las Américas por presentarnos esta gran oportunidad de aprender y emprender, a nuestra profesora Alejandra Ruiz por guiarnos en este difícil pero no imposible camino, siempre estuvo para apoyarnos y ayudarnos en todo.
Y en último pero no por esto menos importante queremos dedicar este proyecto a nuestros padres, porque cada uno de nosotros recibió ayuda por parte de ellos, nada de esto hubiera sido posible sin el esfuerzo de cada uno de los nombrados aquí.
Muchas gracias, Scrabs S.A.S


Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
LICEO CULTURAL LAS AMERICAS
PROYECTO PRODUCTIVO
INTRODUCCIÓN
SCRABS S.A.S, es una empresa creada con el fin de dar a conocer los diferentes tipos de retazos y telas, enfatizando en innovar con productos y así poder satisfacer a nuestros clientes siendo competitivos, presentándose de forma que cautive y sea de calidad frente al público.
Con el objetivo de dar a conocer diversos aspectos de la empresa los cuales permiten tener un amplio conocimiento de la misma.
En este trabajo se dará a conocer la importancia de cada elaboración a base de diferentes tipos de telas y el uso adecuado del mismo, teniendo en cuenta que se


Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
CONTENIDO
1 INFORMACIÓN GENERAL 10
1.1 IDEA DE NEGOCIO 10
1.2 IDENTIDAD CORPORATIVA 10
1.3 LOGOTIPO 10
1.4 LEMA O ESLOGAN 10
2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 11
2.1 OBJETIVO GENERAL 11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 11
2.3 MISIÓN 11
2.4 VISIÓN 12
2.5 PROPUESTA DE VALOR 12
2.6 ORGANIGRAMA 13
4 ESTUDIO DE MERCADO 13
4.1 DEMANDA 13
4.1.1 SEGMENTO DEL MERCADO 14
4.1.2 MATRIZ DOFA DEL PRODUCTO O SERVICIO 27
4.1.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN 27
4.2 OFERTA 28
4.2.1 COMPETENCIA 28


Copia de SCRABS S.A.S
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Compartir
LICEO CULTURAL LAS AMERICAS
PROYECTO PRODUCTIVO
RESUMEN EJECUTIVO
Yeraida Montaña Ortiz
No se evidencia Resumen ejecutivo no se evidencia desde la ultima revisión.
Yeraida Montaña Ortiz
Resumen ejecutivo se lo pasaron a estructurarlo con los avances realizados en el proyecto
Escribe aquí para buscar


Copia de SCRABS S.A.S
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda
Compartir
ser productores.
"Crear y comercializar productos a base de material textil artesanales en los talleres."
2.2 IDENTIDAD CORPORATIVA
SCRABS S.A.S
2.3 LOGOTIPO
SCRABS S.A.S
Yeraida Montaña Ortiz
Yeraida Montaña Ortiz
Logotipo adecuadamente estructurado visualmente llamativo, con un significado acorde al desarrollo del objeto social de la compañía
Escribe aquí para buscar



Copia de SCRABS S.A.S

Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda

Compartir

LICEO CULTURAL LAS AMERICAS

PROYECTO PRODUCTIVO

1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

1.1. OBJETIVO GENERAL

Producir y comercializar productos de alta calidad hechos a mano para llegar a ser una empresa líder en el mercado de tapetes, destacándonos por nuestros diseños y tamaños llamativos hacia el cliente.

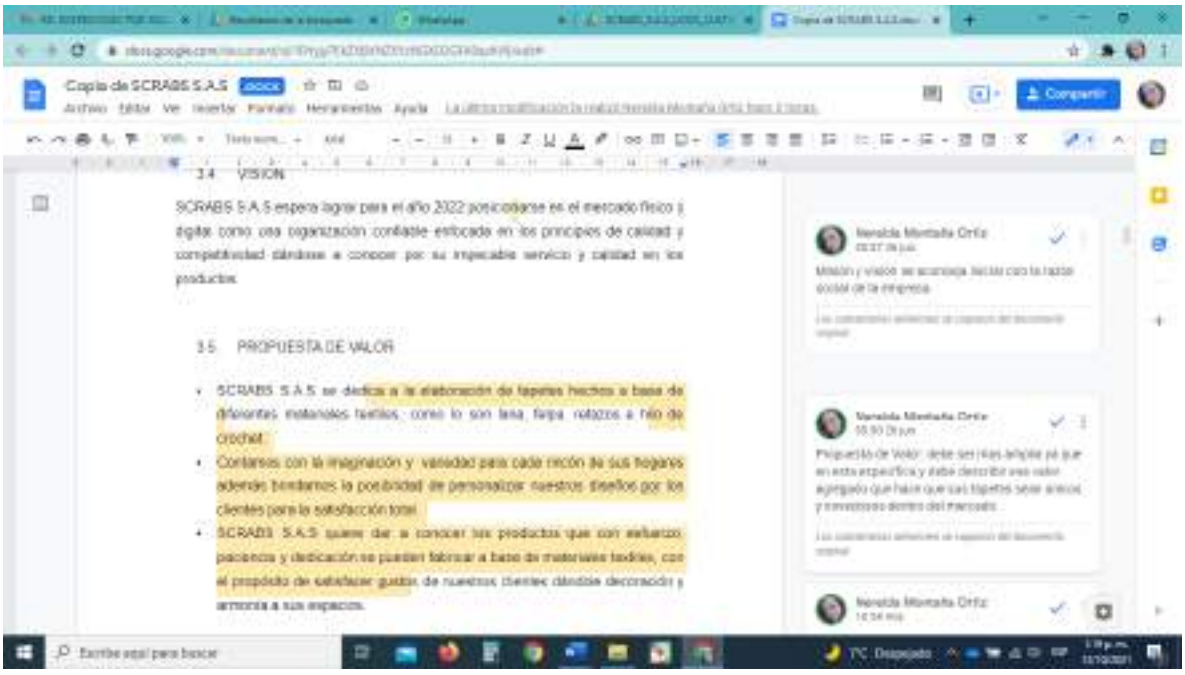
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Brindar una atención y servicio de la mejor calidad a nuestros clientes.
2. Dar a conocer nuestros innovadores diseños, ampliando nuestro catálogo de productos constantemente.
3. Ofrecer canales de distribución eficaces y accesibles para facilitar la

Yeraldis Montaño Ortiz

Objetivo general: adecuadamente estructurado. Objetivos específicos: coherentes con el objetivo general y el horizonte institucional de la empresa.

Escribe aquí para buscar



Copia de SCRABS S.A.S

Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda

Compartir

1.4 VISION

SCRABS S.A.S espera lograr para el año 2022 posicionarse en el mercado físico y digital como una organización confiable enfocada en los principios de calidad y competitividad dándose a conocer por su impecable servicio y calidad en los productos.

1.5 PROPUESTA DE VALOR

- SCRABS S.A.S se dedica a la elaboración de tapetes hechos a base de diferentes materiales textiles, como lo son lana, felpa, retazos a hilo de crochet.
- Contamos con la imaginación y variedad para cada rincón de sus hogares además brindamos la posibilidad de personalizar nuestros diseños por los clientes para la satisfacción total.
- SCRABS S.A.S quiere dar a conocer los productos que con esfuerzo, paciencia y dedicación se pueden fabricar a base de materiales textiles, con el propósito de satisfacer gustos de nuestros clientes dándole decoración y armonía a sus espacios.

Yeraldis Montaño Ortiz

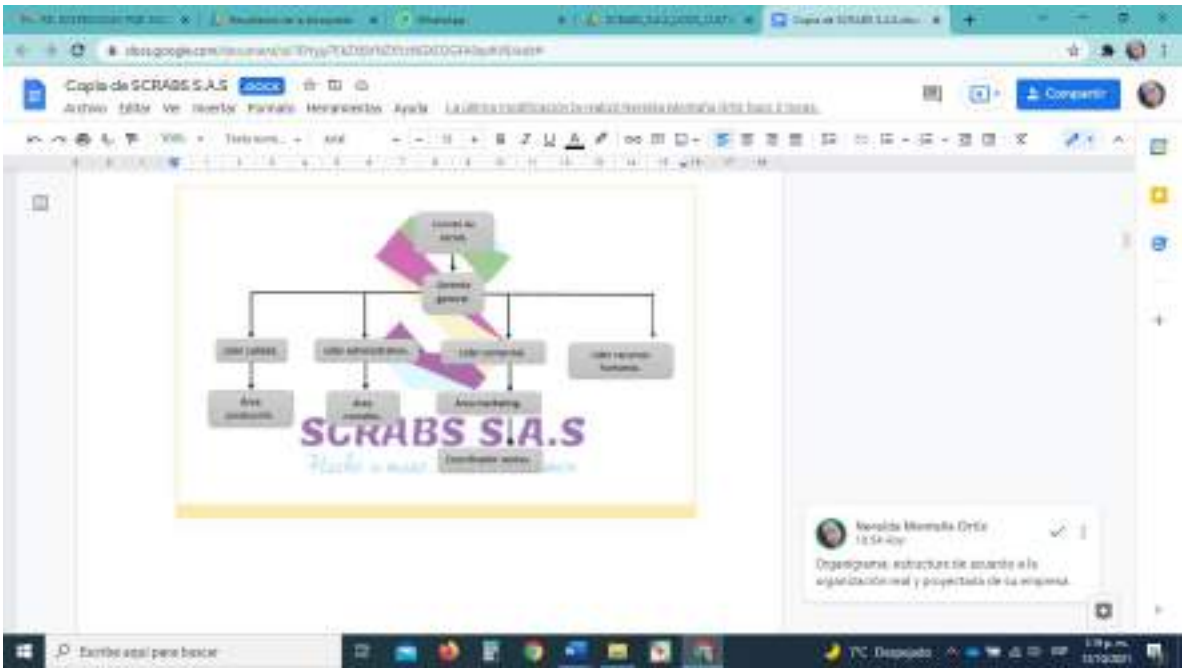
Misión y visión se acompaña bastante con la razón social de la empresa.

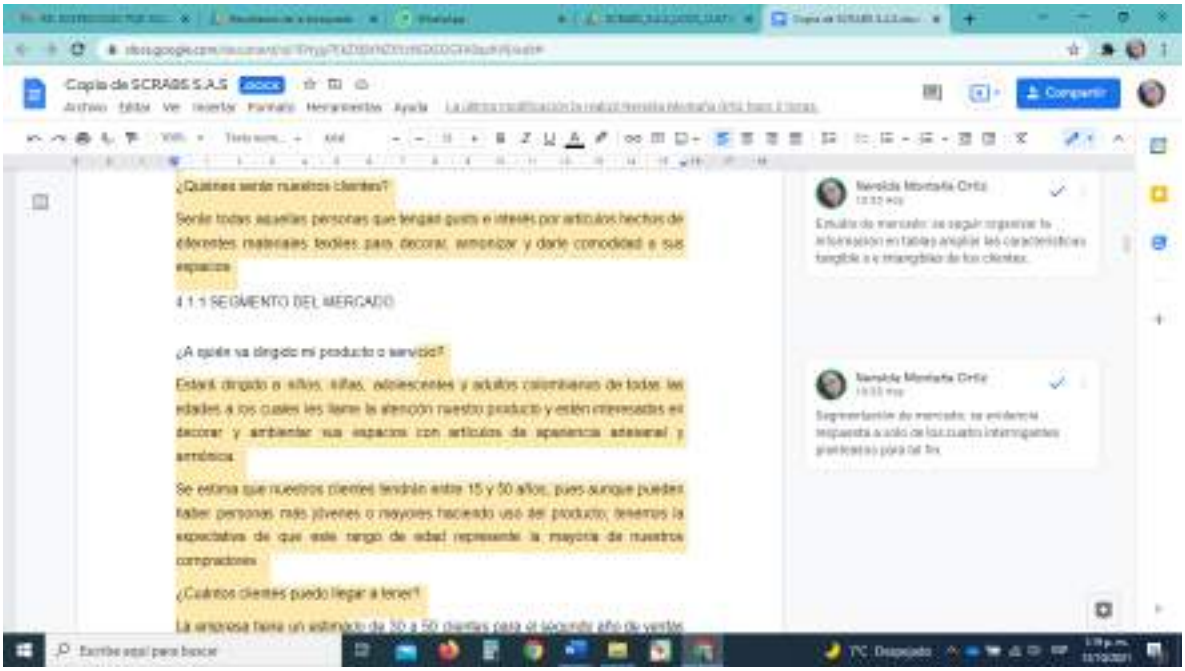
Yeraldis Montaño Ortiz

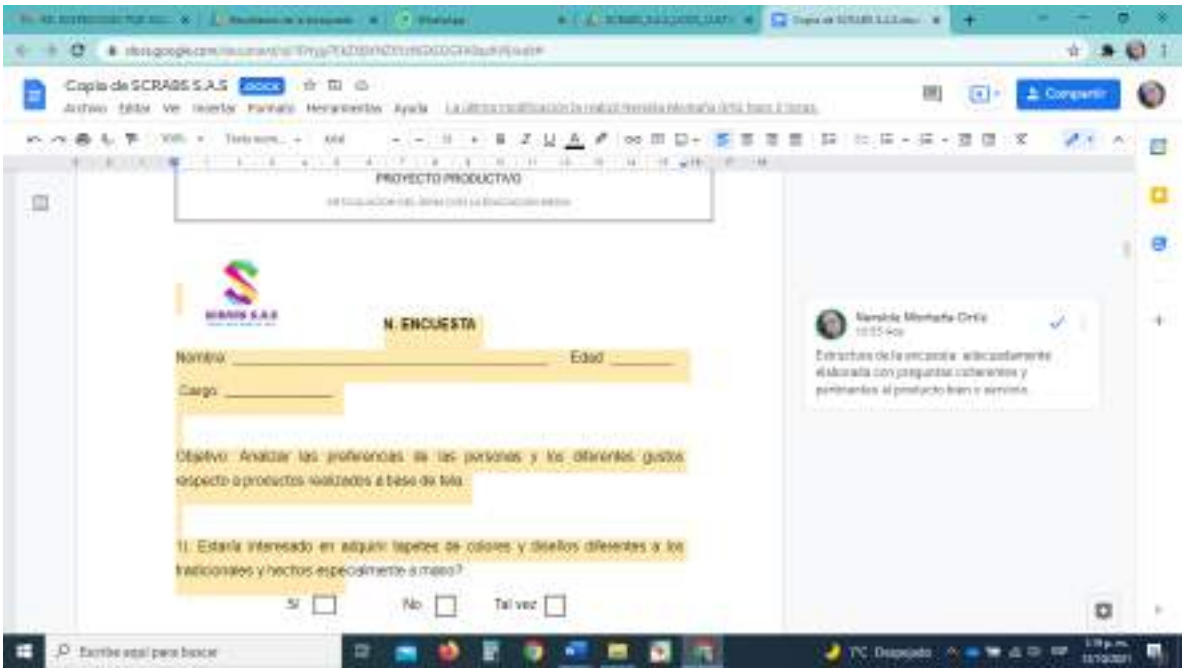
Propuesta de Valor: debe ser más amplia ya que en esta específica y debe describir ese valor agregado que hace que sus tapetes sean únicos y novedosos dentro del mercado.

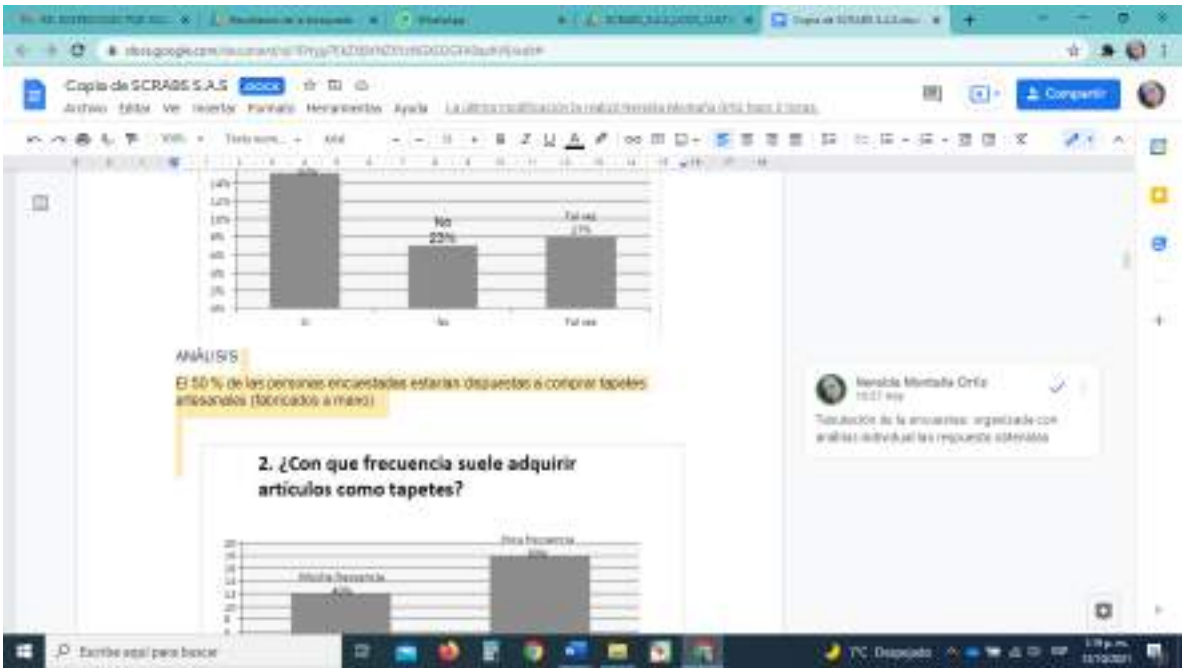
Yeraldis Montaño Ortiz

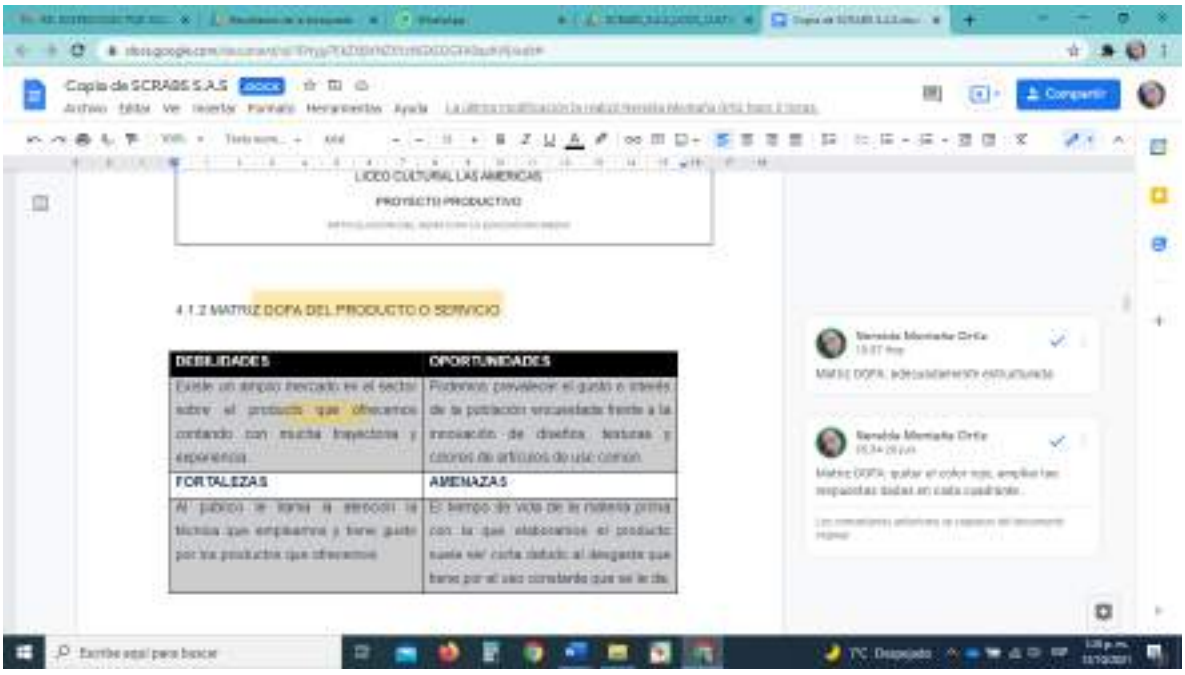
Escribe aquí para buscar


Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
SCRABS S.A.S

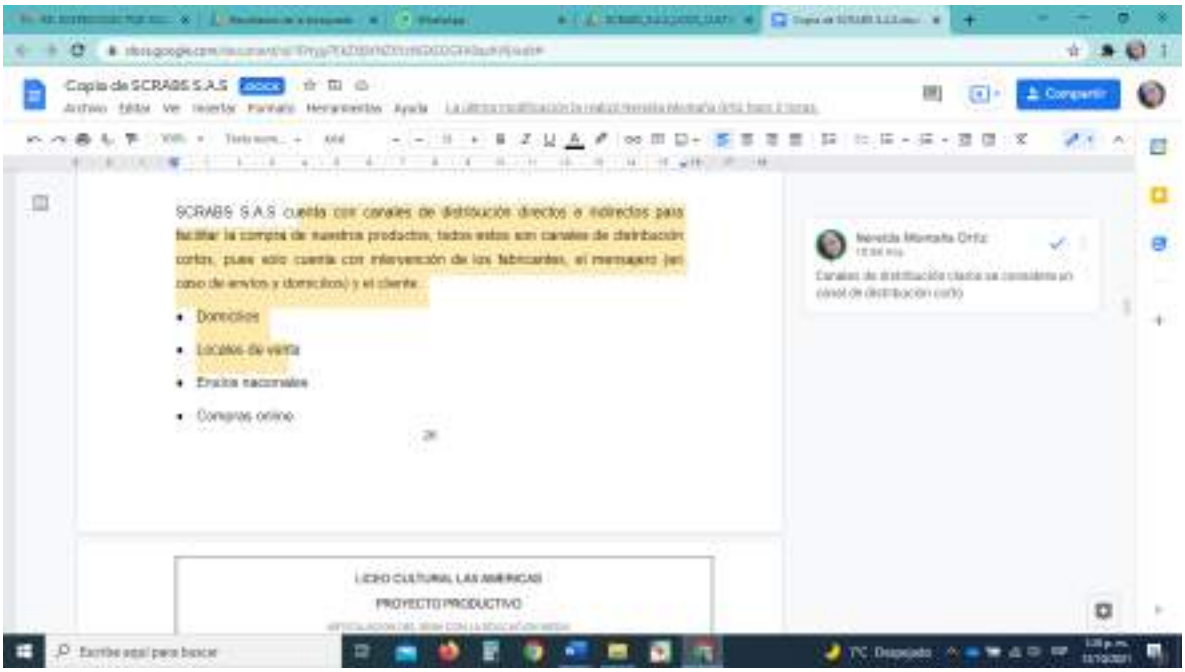

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
¿Quienes serán nuestros clientes?
Serán todas aquellas personas que tengan gusto e interés por artículos hechos de diferentes materiales textiles para decorar, armonizar y darle comodidad a sus espacios
4.1.1 SEGMENTO DEL MERCADO
¿A quién va dirigido mi producto o servicio?
Estará dirigido a niños, niñas, adolescentes y adultos colombianos de todas las edades a los cuales les llame la atención nuestro producto y estén interesados en decorar y ambientar sus espacios con artículos de apariencia artesanal y armónica.
Se estima que nuestros clientes tendrán entre 15 y 50 años, pues aunque puedan haber personas más jóvenes o mayores haciendo uso del producto, tenemos la expectativa de que este rango de edad represente la mayoría de nuestros compradores
¿Cuántos clientes puedo llegar a tener?

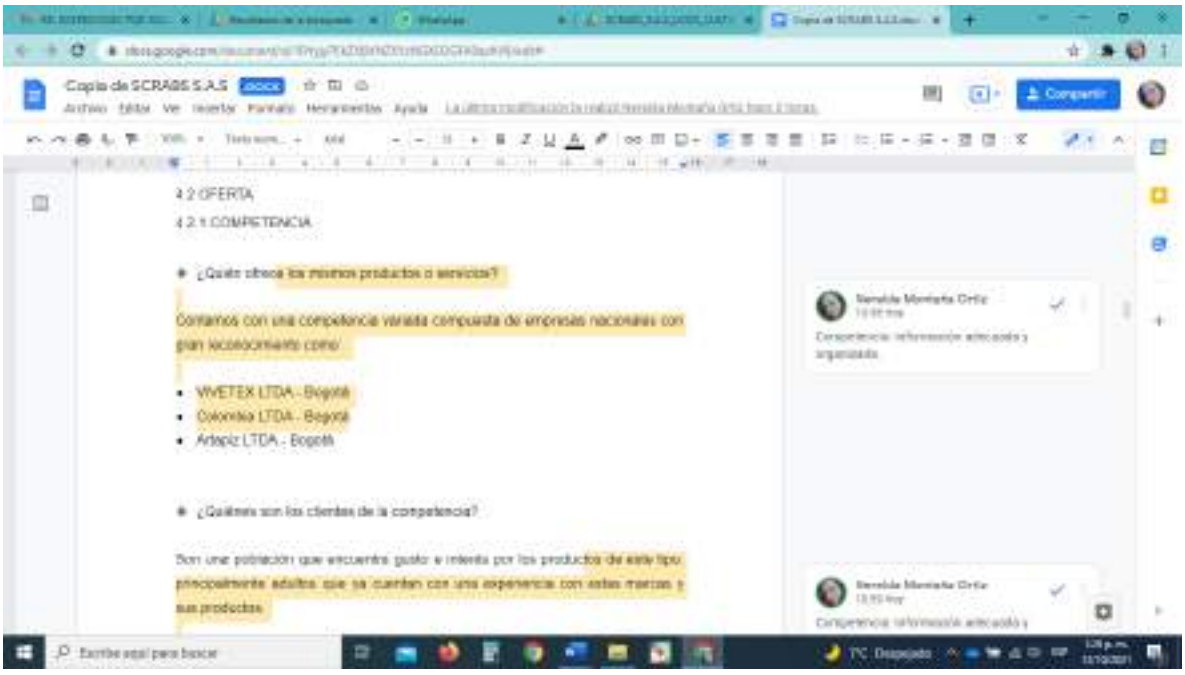

Copia de SCRA86 S.A.S
Compartir
PROYECTO PRODUCTIVO
N. ENCUESTA
Nombre: _____ Edad: _____
Cargo: _____
Objetivo: Analizar las preferencias de las personas y los diferentes gustos respecto a productos realizados a base de tela
1). Estaría interesado en adquirir tapetes de colores y diseños diferentes a los tradicionales y hechos especialmente a mano?
Si
No
Tal vez

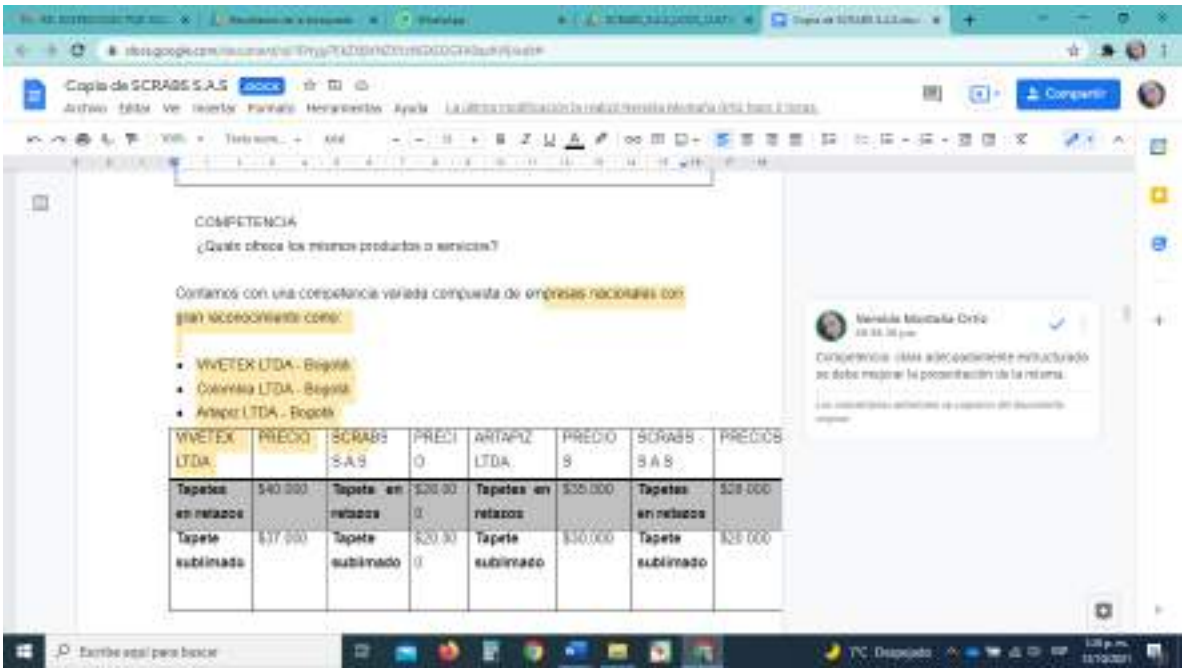


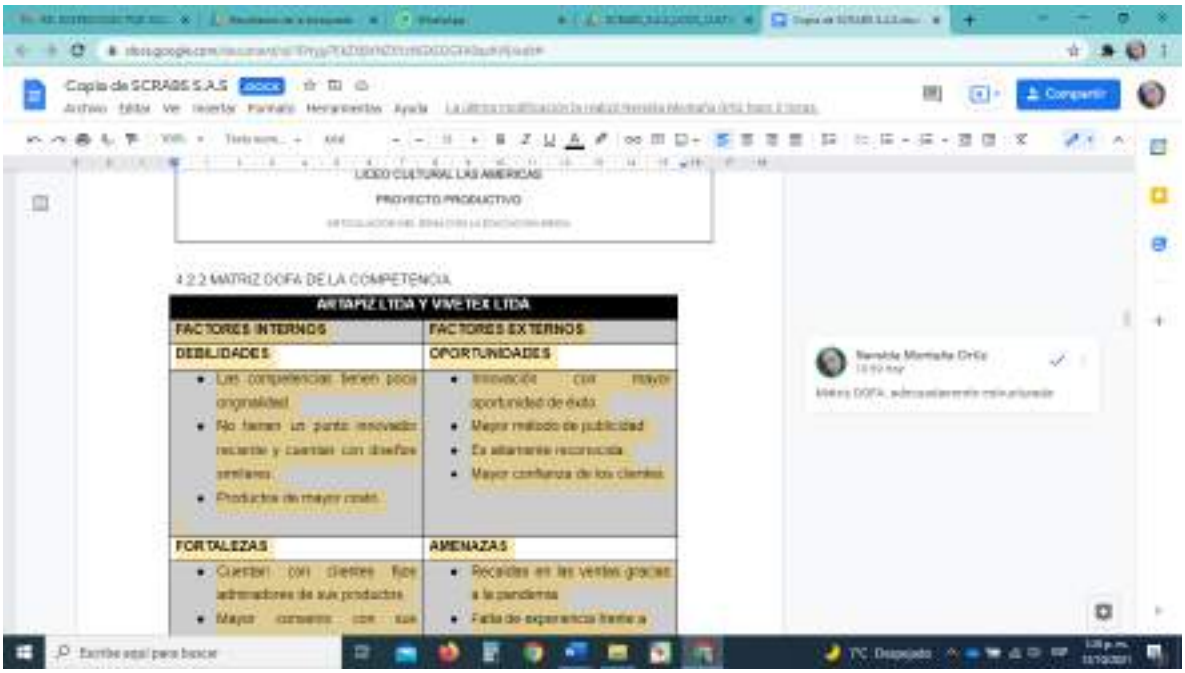


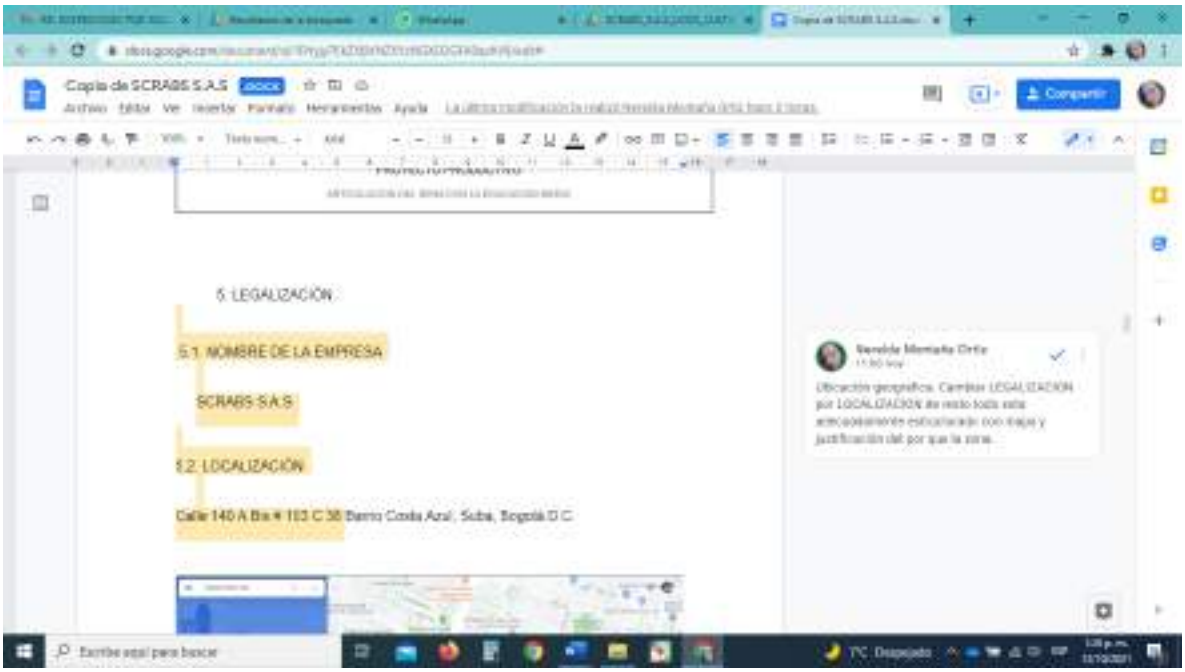
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Existe un amplio mercado en el sector sobre el producto que ofrecemos contando con escasa trayectoria y experiencia	Podremos prevalecer el gusto a través de la población encuestada frente a la innovación de diseños texturas y colores de artículos de uso común
FORTALEZAS	**AMENAZAS**
Al público le llama la atención la técnica que empleamos y tiene gusto por los productos que ofrecemos	El tiempo de vida de la materia prima con la que elaboramos el producto suele ser corta debido al desgaste que tiene por el uso constante que se le da

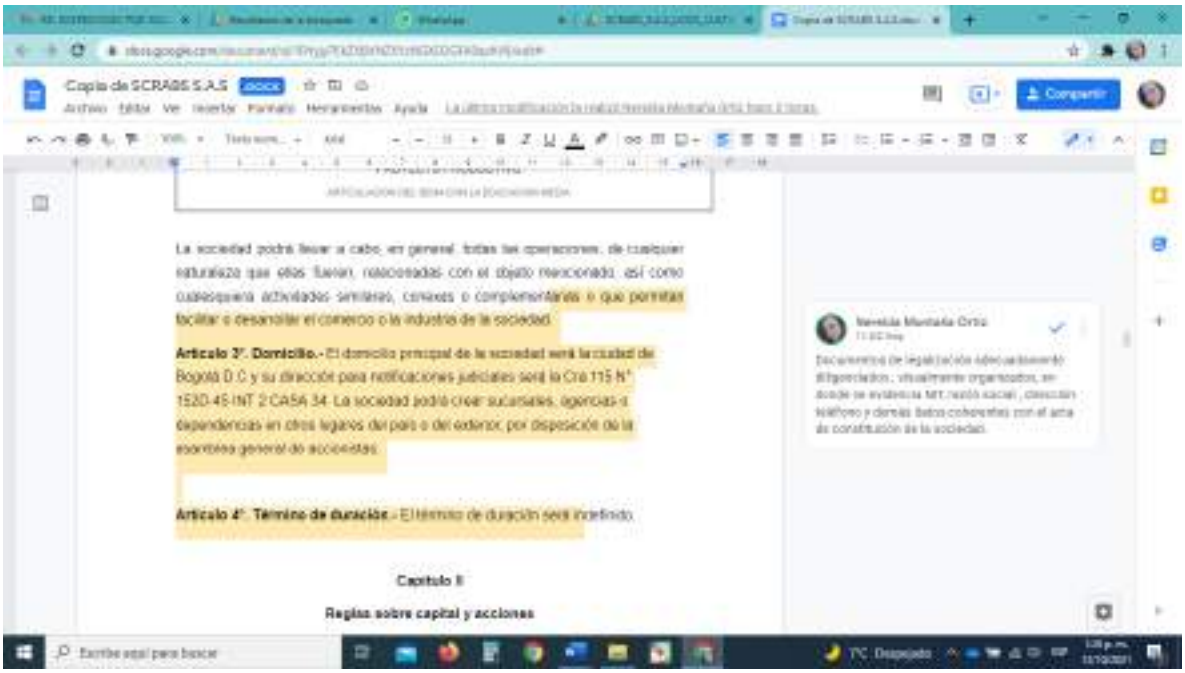

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
SCRABS S.A.S cuenta con canales de distribución directos e indirectos para facilitar la compra de nuestros productos, todos estos son canales de distribución cortos, pues solo cuenta con intervención de los fabricantes, el mensajero (en caso de envíos y domicilios) y el cliente.
Domicilios
Locales de venta
Envíos nacionales
Compras online
LICEO CULTURAL LAS AMERICAS
PROYECTO PRODUCTIVO

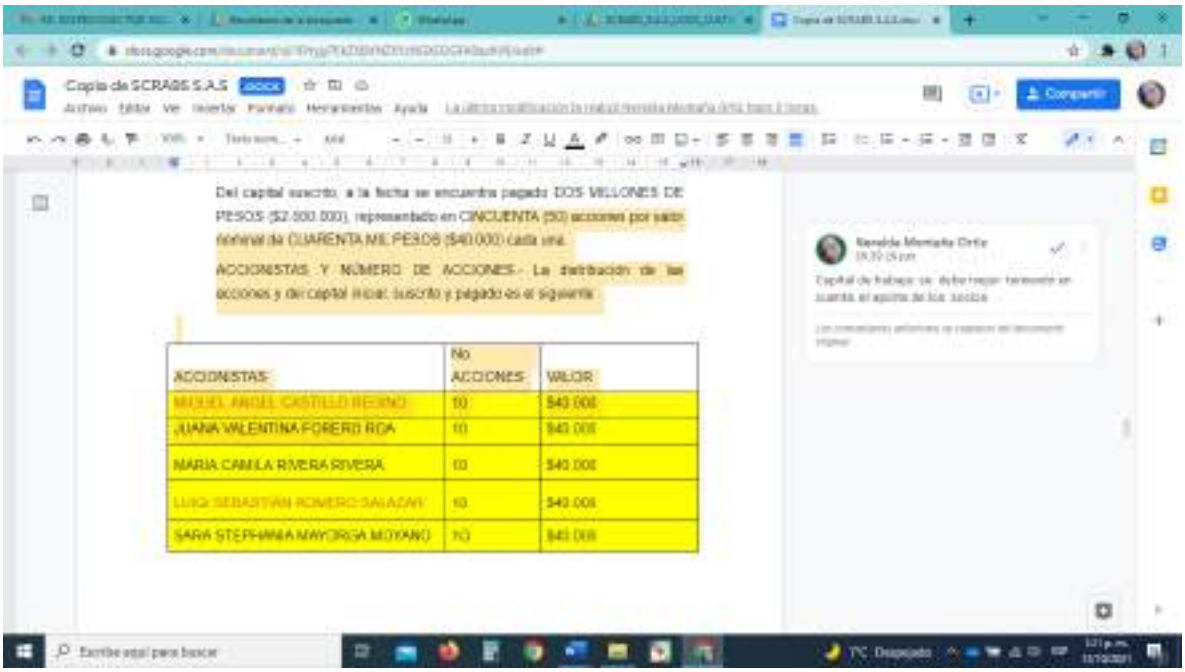

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
4.2 OFERTA
4.2.1 COMPETENCIA
¿Quién ofrece los mismos productos o servicios?
Contamos con una competencia variada compuesta de empresas nacionales con gran reconocimiento como:
VIVETEX LTDA - Bogotá
Colombia LTDA - Bogotá
Artepiz LTDA - Bogotá
¿Quiénes son los clientes de la competencia?
Son una población que encuentra gusto e interés por los productos de este tipo, principalmente adultos que ya cuentan con una experiencia con estas marcas y sus productos.

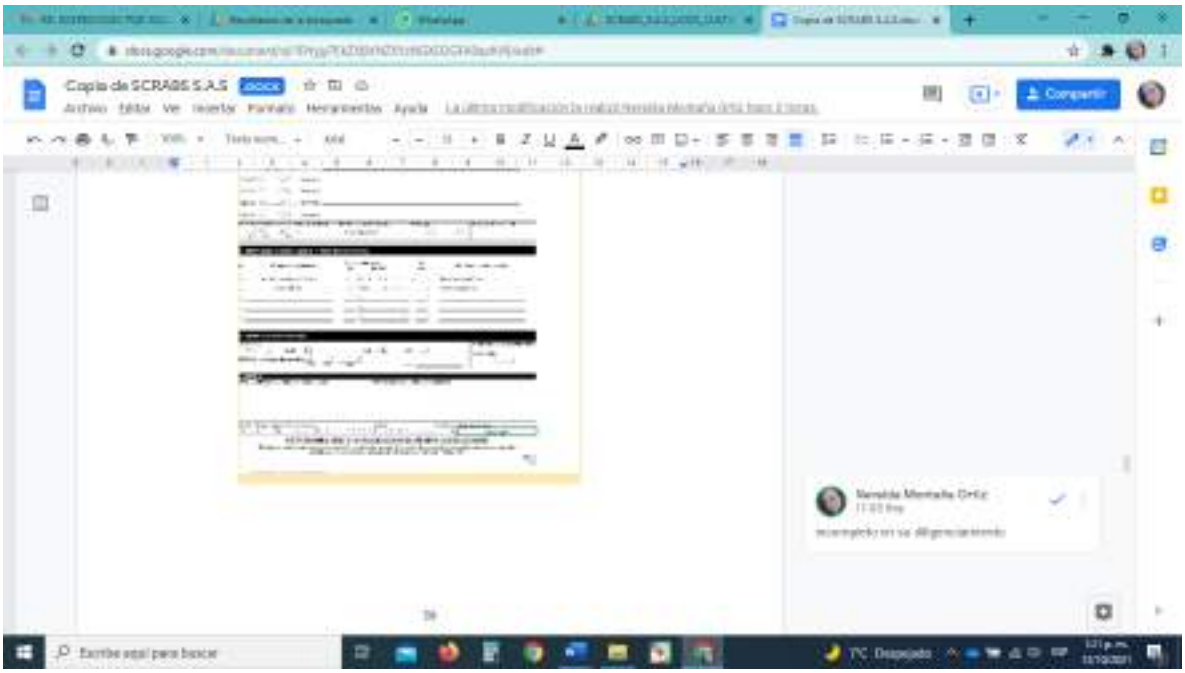

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
COMPETENCIA
¿Quién ofrece los mismos productos o servicios?
Contamos con una competencia variada compuesta de empresas nacionales con gran reconocimiento como:
VIVETEX LTDA - Bogotá
Colonial LTDA - Bogotá
Antapiz LTDA - Bogotá
VIVETEX LTDA | PRECIO | SCRABS S.A.S | PRECIO | ANTAPIZ LTDA | PRECIO | SCRABS - S.A.S | PRECIOS
Tapetes en retazos | $40.000 | Tapete en retazos | $20.000 | Tapetes en retazos | $35.000 | Tapetes en retazos | $28.000
Tapete sublimado | $37.000 | Tapete sublimado | $20.000 | Tapete sublimado | $30.000 | Tapete sublimado | $25.000


Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
LICEO CULTURAL LAS AMERICAS
PROYECTO PRODUCTIVO
4.2.2 MATRIZ DOFA DE LA COMPETENCIA
ANTAPIZ LTDA Y VIVETEX LTDA
FACTORES INTERNOS
FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES
Las competencias tienen poca originalidad
No tienen un punto innovador reciente y cuentan con diseños similares
Productos de mayor costo
OPORTUNIDADES
Innovación con mayor oportunidad de éxito
Mayor método de publicidad
Es altamente reconocida
Mayor confianza de los clientes
FORTALEZAS
Cuentan con clientes fijos admiradores de sus productos
Mayor consumo con sus
AMENAZAS
Recaídas en las ventas gracias a la pandemia
Falta de experiencia frente a


Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
5. LEGALIZACIÓN
5.1. NOMBRE DE LA EMPRESA
SCRABS S.A.S
5.2. LOCALIZACIÓN
Calle 140 A Bis # 103 C 38 Barrio Conda Azul, Suba, Bogotá D.C.

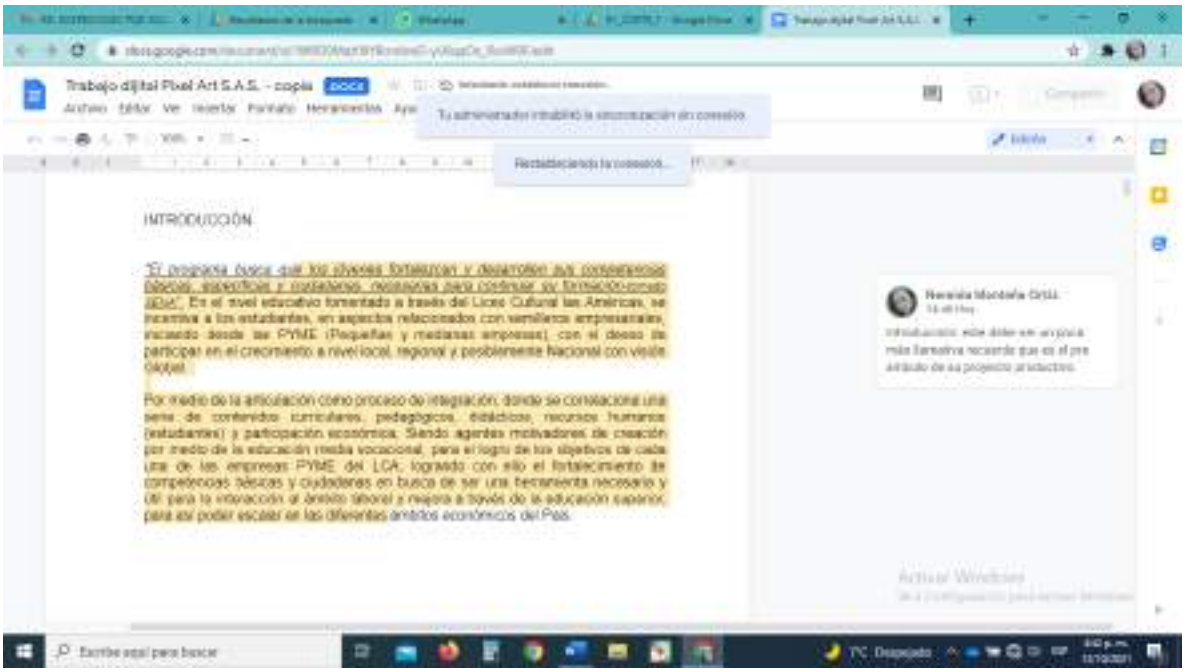

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que estén llevan relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.
Artículo 3°. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Bogotá D.C y su dirección para notificaciones judiciales será la Cra 115 N° 152D 45 INT 2 CASA 34. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.
Artículo 4°. Término de duración.- El término de duración será indefinido.
Capítulo II
Reglas sobre capital y acciones

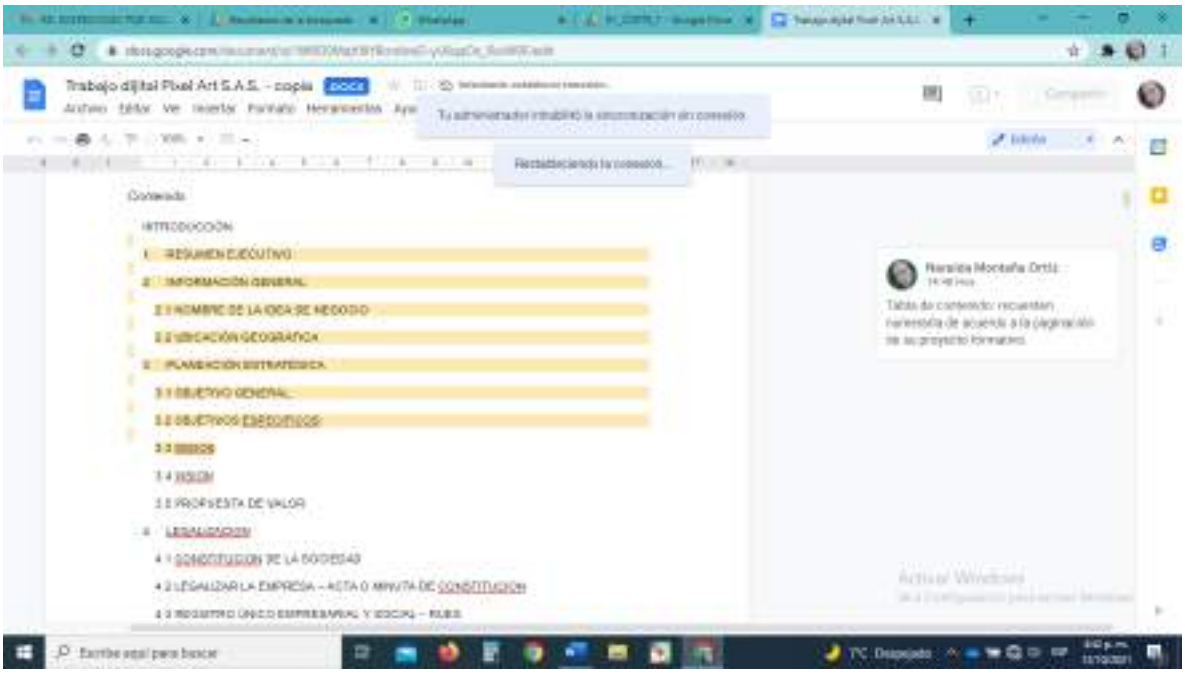

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir
Del capital suscrito, a la fecha se encuentra pagado DOS MILLONES DE PESOS ($2.000.000), representado en CINCUENTA (50) acciones por valor nominal de CUARENTA MIL PESOS ($40.000) cada una.
ACCIONISTAS Y NÚMERO DE ACCIONES.- La distribución de las acciones y del capital inicial suscrito y pagado es el siguiente:
ACCIONISTAS
No ACCIONES
VALOR
MIGUEL ANGEL CASTILLO REGINO
10
$40.000
JUANA VALENTINA FORERO ROA
10
$40.000
MARIA CAMILA RIVERA RIVERA
10
$40.000
LUIGI SEBASTIÁN ROMERO SALAZAR
10
$40.000
SARA STEPHANIA MAYORGA MOYANO
10
$40.000

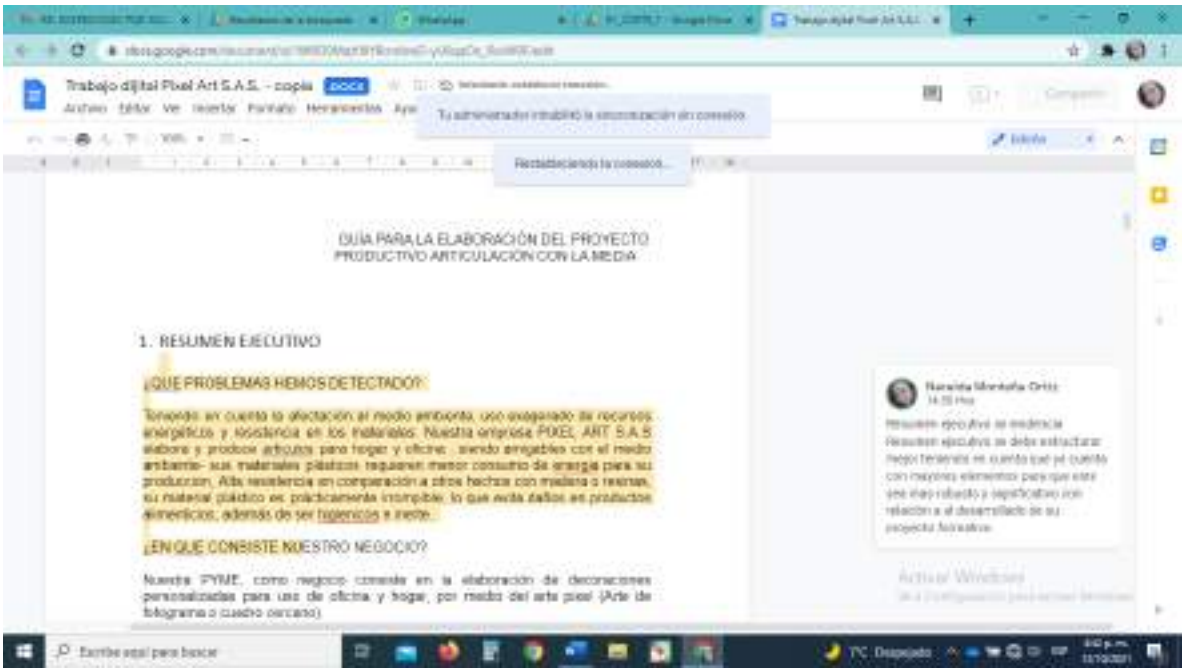

Copia de SCRABS S.A.S
Compartir

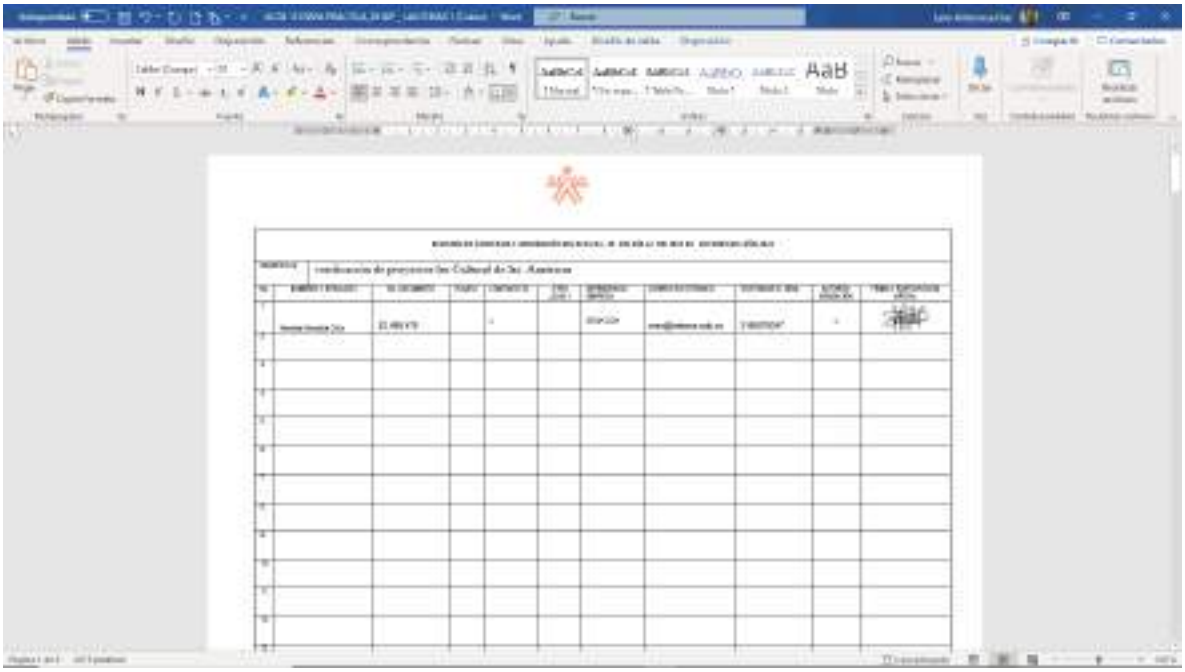
PIXAR

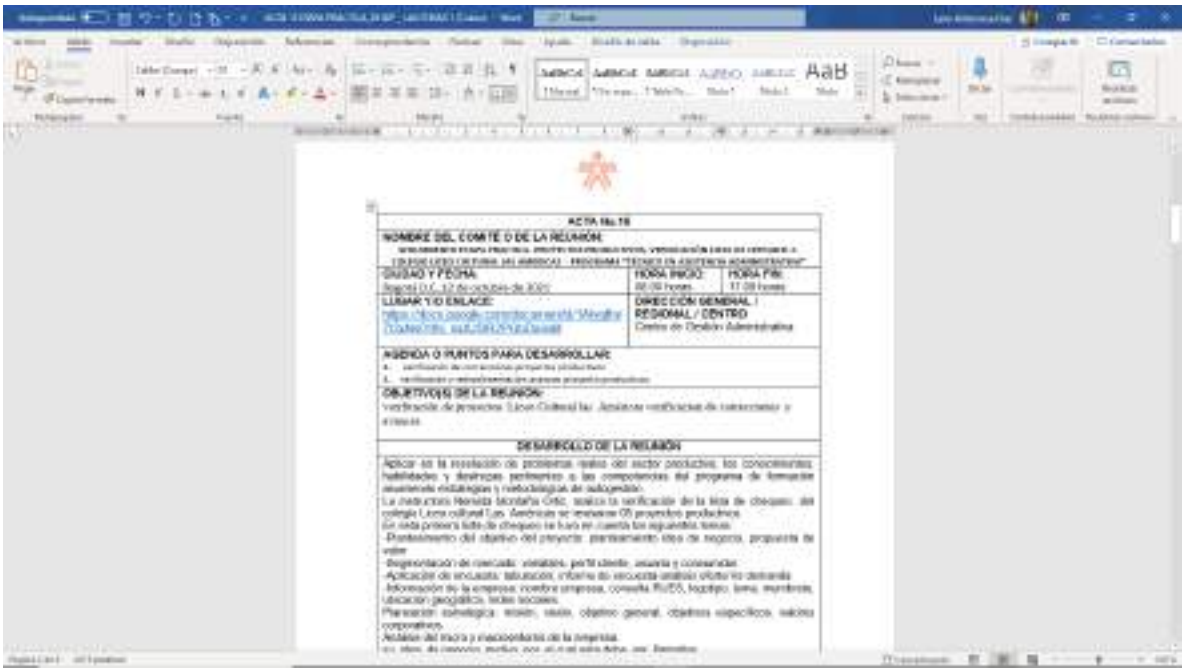

Trabajo digital Pixel Art S.A.S. - copia
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO PRODUCTIVO ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
INTRODUCCIÓN
Este formato busca guiar al aprendiz en la realización del proyecto productivo, facilitando el desarrollo de los diferentes aspectos que componen un estudio de este tipo. En este formato se ha tenido en cuenta el grado educativo de los estudiantes, ajustando la información y requerimientos al nivel técnico que están desarrollando nuestros aprendices.
De la misma manera le permitirá a la institución educativa, frente a los requerimientos de la etapa productiva de la formación SENA, validar 440 horas a través de la elaboración de este proyecto productivo.
El plan de negocios que de aquí se genera, otorga las herramientas necesarias para la evaluación de este y permite la aplicación de las competencias y


Trabajo digital Pixel Art S.A.S. - copia
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayu
Tu administrador inhabilitó la sincronización en consola
Restableciendo la conexión...
INTRODUCCIÓN
"El programa busca que los alumnos fortalezcan y desarrollen sus competencias básicas, específicas y ciudadanas necesarias para continuar su formación como dicta".
Por medio de la articulación como proceso de integración, donde se contaciona una serie de contenidos curriculares, pedagógicos, didácticos, recursos humanos (estudiantes) y participación económica. Siendo agentes motivadores de creación por medio de la educación media vocacional, para el logro de los objetivos de cada una de las empresas PYME del LCA, logrando con ello el fortalecimiento de competencias básicas y ciudadanas en busca de ser una herramienta necesaria y útil para la innovación al ámbito laboral y mejora a través de la educación superior, para así poder escalar en las diferentes ámbitos económicos del País.
Natalia Montaña Ortiz
Introducción, este debe ser un punto más llamativo recuerde que es el pre artículo de su proyecto productivo.
Activar Windows
Escribe aquí para buscar
7°C Despejado


Trabajo digital Pixel Art S.A.S. - copia
Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayu
Tu administrador inhabilitó la sincronización en consola
Restableciendo la conexión...
Contenido
INTRODUCCIÓN
1 RESUMEN EJECUTIVO
2 INFORMACIÓN GENERAL
2.1 NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO
2.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA
3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
3.1 OBJETIVO GENERAL
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS
3.3 MISIÓN
3.4 VISIÓN
3.5 PROPUESTA DE VALOR
4 LEGALIZACIÓN
4.1 CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD
4.2 LEGALIZAR LA EMPRESA – ACTA O MINUTA DE CONSTITUCIÓN
4.3 REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL – RUES
Natalia Montaña Ortiz
Tabla de contenido recuerden numerarla de acuerdo a la paginación de su proyecto formativo.
Activar Windows
Escribe aquí para buscar
7°C Despejado


Trabajo digital Pixel Art S.A.S. - copia
GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO
PRODUCTIVO ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
1. RESUMEN EJECUTIVO
¿QUE PROBLEMAS HEMOS DETECTADO?
Teniendo en cuenta la afectación al medio ambiente, uso exagerado de recursos energéticos y resistencia en los materiales. Nuestra empresa PIXEL ART S.A.S elabora y produce artículos para hogar y oficina , siendo amigables con el medio ambiente- sus materiales plásticos requieren menor consumo de energía para su producción, Alta resistencia en comparación a otros hechos con madera o resinas, su material plástico es prácticamente incomplible, lo que evita daños en productos elementicios, además de ser higiénicos e inerte.
¿EN QUE CONSISTE NUESTRO NEGOCIO?
Nuestra PYME, como negocio consiste en la elaboración de decoraciones personalizadas para uso de oficina y hogar, por medio del arte pixel (Arte de fotograma o cuadro cercano)





ACTA No.15

NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN:

LUGAR Y/O ENLACE:	**DIRECCIÓN SEDE/REGIONAL / CENTRO:** Centro de Gestión Administrativa

AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR:

OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN:

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

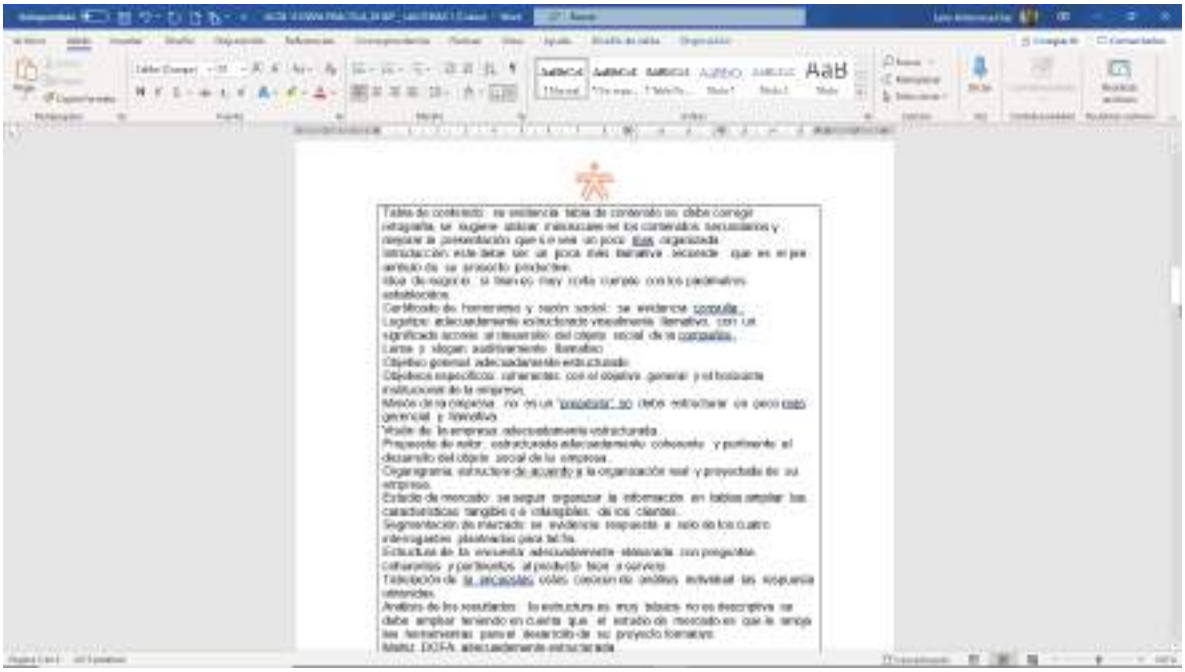


Tabla de contenido: la evidencia tabla de contenido se debe corregir ortografía, se sugiere utilizar mayúsculas en los contenidos secundarios y mejorar la presentación que es una un poco más organizada
Introducción: esta debe ser un poco más llamativa teniendo que es el primer ítem de su proyecto productivo.
Idea de negocio: si bien es muy corta cumple con los parámetros establecidos
Certificado de homenaje y razón social: se evidencia consulta.
Logotipo: adecuadamente estructurado visualmente llamativo, con un significado acorde al desarrollo del objeto social de la compañía.
Lema y slogan: audiblemente llamativo
Objetivo general adecuadamente estructurado
Objetivos específicos: coherentes con el objetivo general y el horizonte institucional de la empresa.
Misión de la empresa: no es un "propósito" no debe estructurar un decreto gerencial y llamativa.
Visión de la empresa: adecuadamente estructurada.
Propuesta de valor: estructurada adecuadamente coherente y pertinente al desarrollo del objeto social de la empresa.
Organigrama: estructura de acuerdo a la organización real y proyectada de su empresa.
Estudio de mercado: se sugiere organizar la información en tablas ampliar las características tangible o e intangibles de los clientes.
Segmentación de mercado: se evidencia respuesta a solo de los cuatro interrogantes planteados para tal fin.
Estructura de la encuesta adecuadamente elaborada con preguntas coherentes y pertinentes al producto bien o servicio.
Tabulación de la encuesta: cotas concisas de análisis individual las exigencias atendidas.
Análisis de los resultados: la estructura es muy básica no es descriptiva se debe ampliar teniendo en cuenta que el estudio de mercado es que le arroja las herramientas para el desarrollo de su proyecto formativo.
Matriz DOFA: adecuadamente estructurada

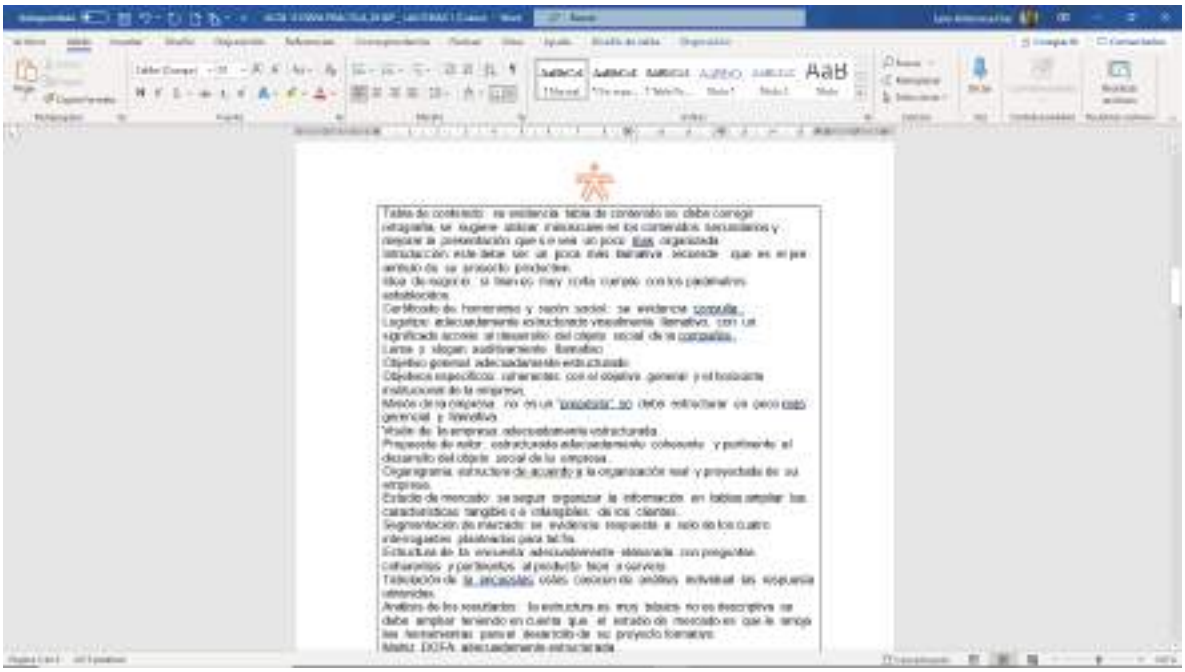
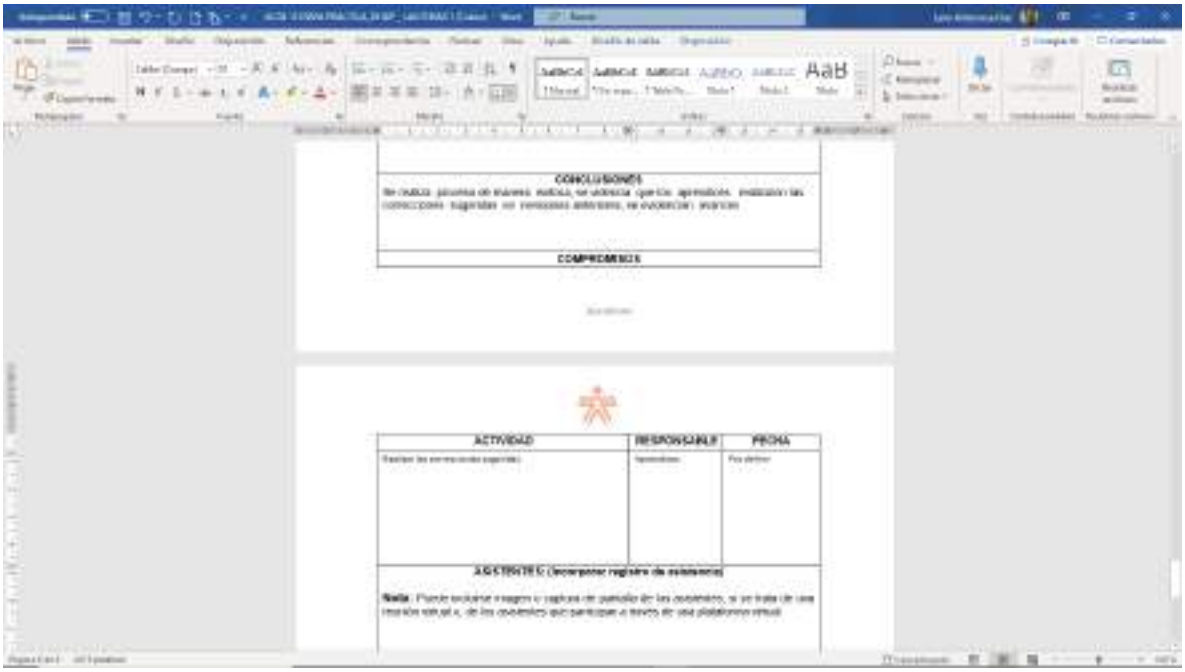


Tabla de contenido: la evidencia tabla de contenido no debe corregir ortografía, se sugiere utilizar mayúsculas en los contenidos secundarios y mejorar la presentación que es una actividad poco bien organizada
Introducción: esta debe ser un poco más narrativa acorde que es el paso anterior de su proyecto productivo.
Idea de negocio: si bien es muy corta cumple con los parámetros establecidos.
Certificado de homenaje y razón social: se evidencia completa.
Logotipo: adecuadamente estructurado visualmente llamativo, con la significado acorde al desarrollo del objeto social de la compañía.
Lema y slogan: satisfactoriamente llamativo
Objetivo general adecuadamente estructurado
Objetivos específicos: coherentes con el objetivo general y el horizonte institucional de la empresa.
Misión de la empresa: no es un "propósito" no debe estructurar un poco más gerencial y llamativa
Visión de la empresa: adecuadamente estructurada
Propuesta de valor: estructurada adecuadamente coherente y pertinente al desarrollo del objeto social de la empresa.
Organigrama: estructura de acuerdo a la organización real y proyectada de su empresa.
Estudio de mercado: se sugiere organizar la información en tablas ampliar las características tangibles e intangibles de los clientes.
Segmentación de mercado: se evidencia respuesta a solo de los cuatro interrogantes planteados para tarea.
Estructura de la encuesta: adecuadamente elaborada con preguntas coherentes y pertinentes al producto bien o servicio
Tabulación de la encuesta: cotejo concepto de análisis actividad las exigencia obtenidas.
Análisis de los resultados: la estructura es muy básica no es descriptiva se debe ampliar teniendo en cuenta que el estudio de mercado es que le sirva las herramientas para el desarrollo de su proyecto formativo.
Matriz DOFA: adecuadamente estructurada



CONCLUSIONES

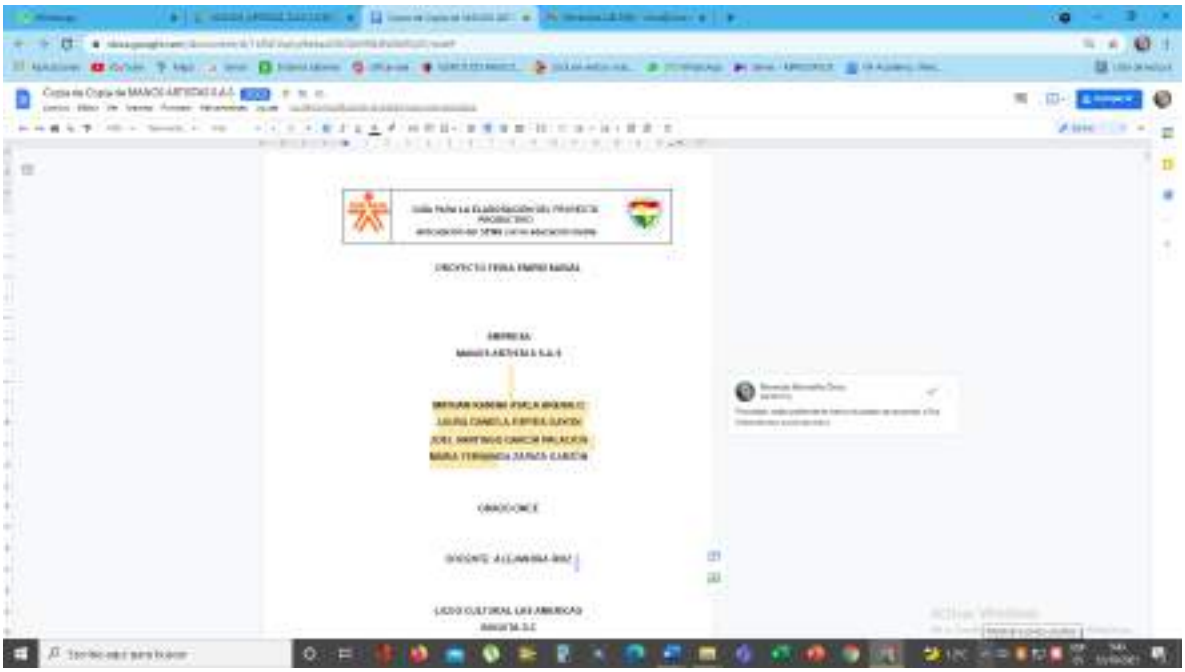
Se cumple: próxima de manera exitosa, se evidencia que los aprendices evaluaron las correcciones sugeridas en semanas anteriores, se evidencian avances

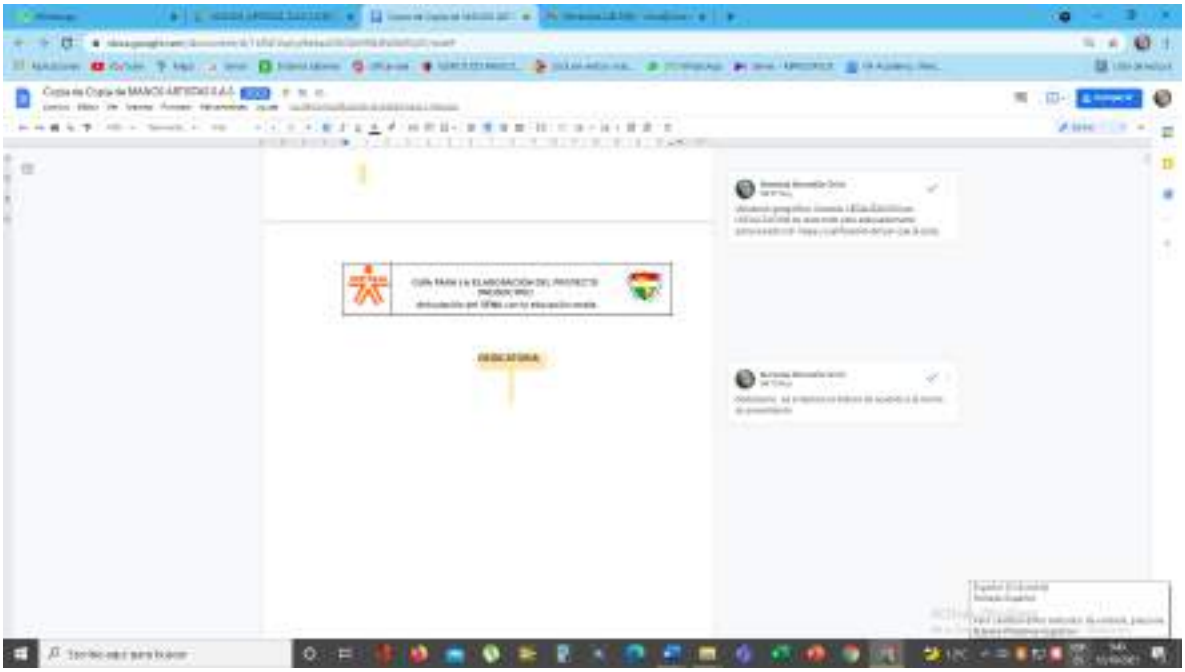
COMPROMISOS

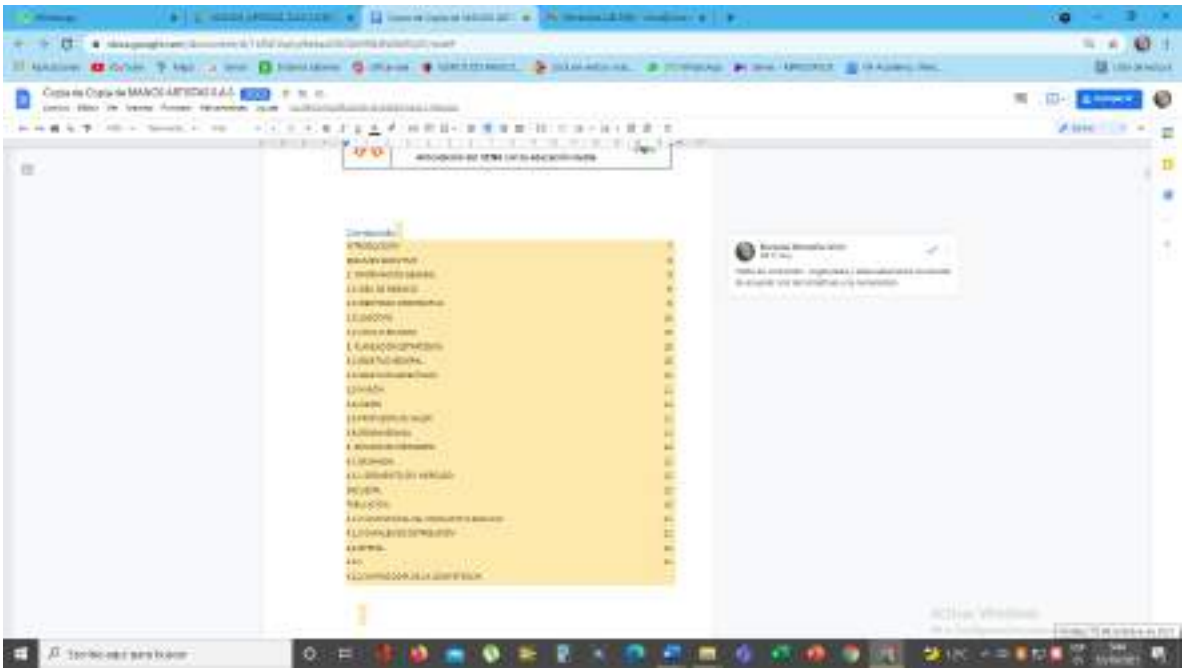
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
Realizar las correcciones sugeridas	Aprendices	Fin de mes

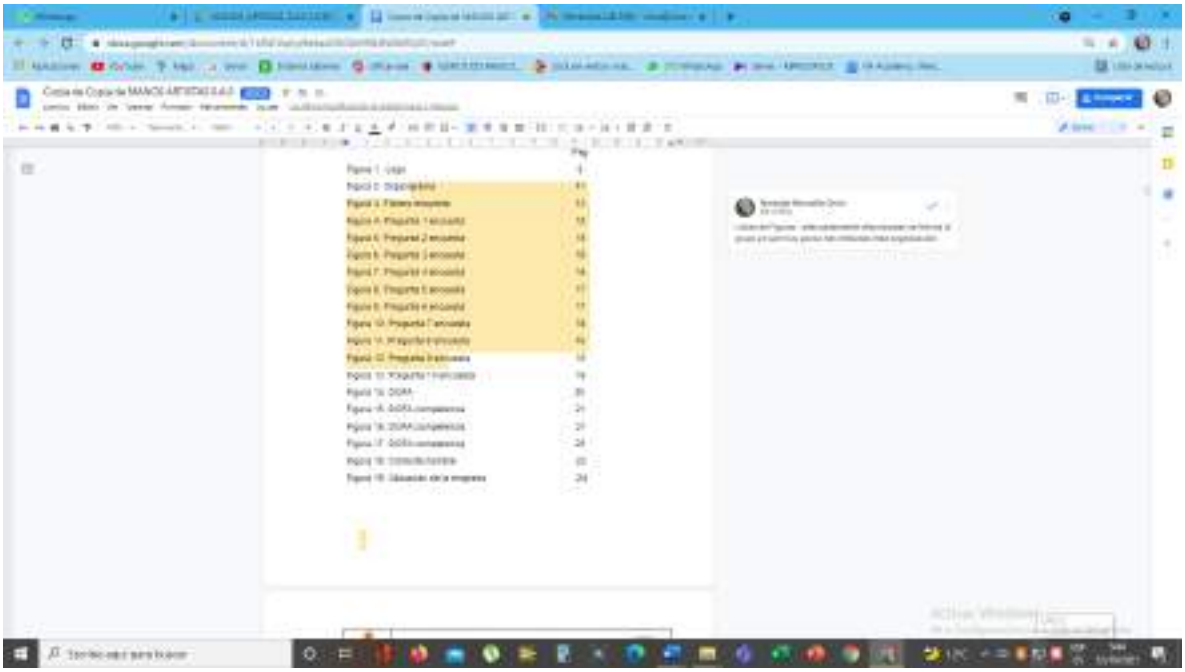
EVIDENCIA: (incorporar registro de evidencia)

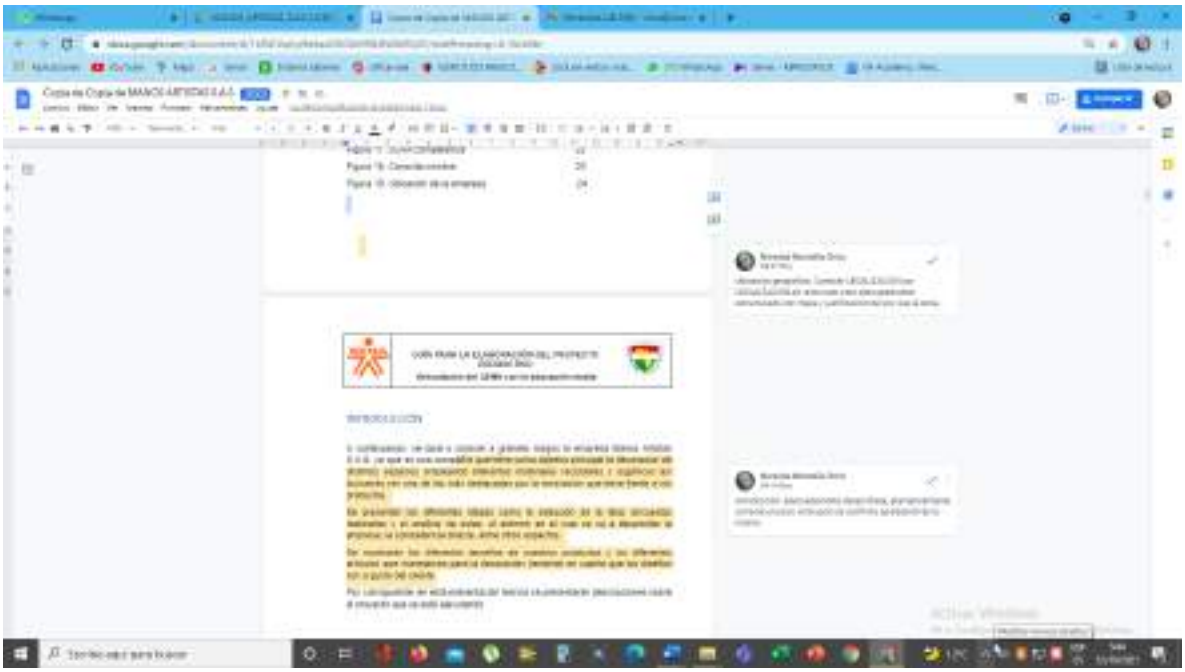
Nota: Puede incluirse imagen o captura de pantalla de las asistentes, si se trata de una reunión virtual, de los asistentes que participan a través de una plataforma virtual

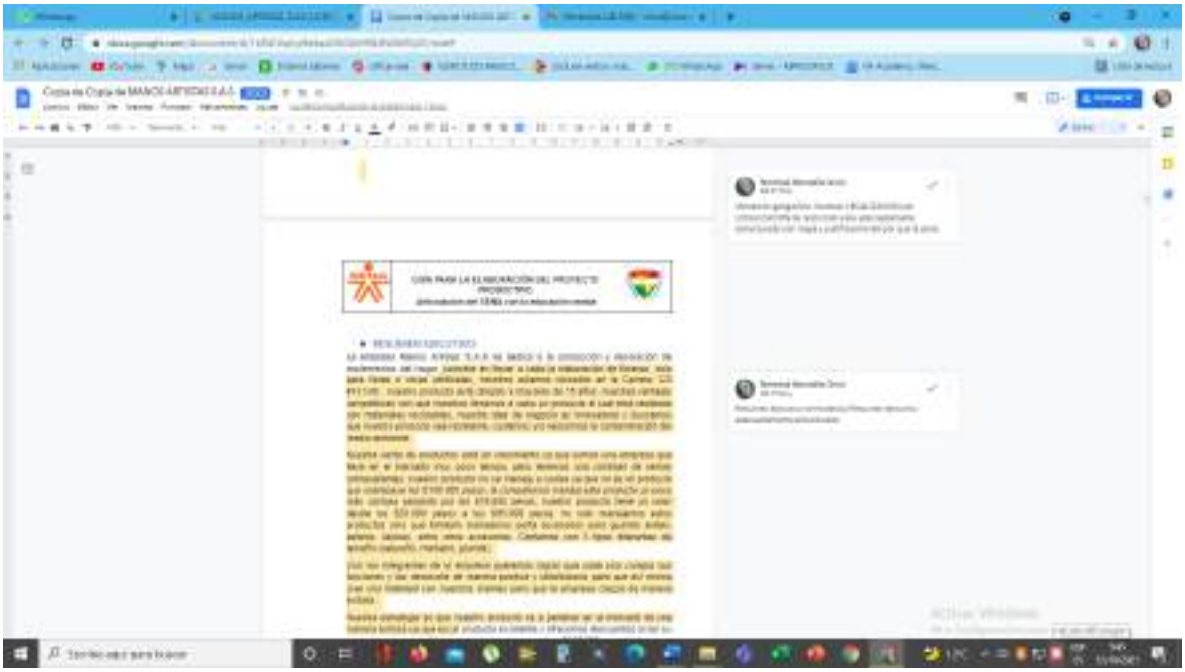




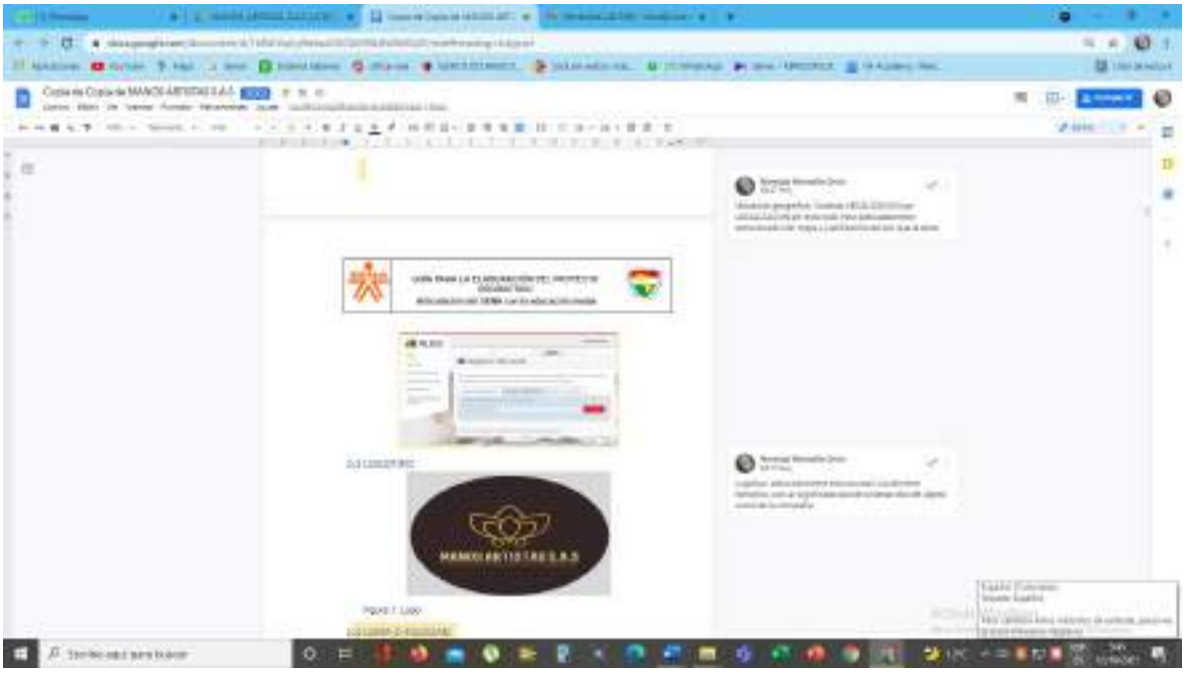


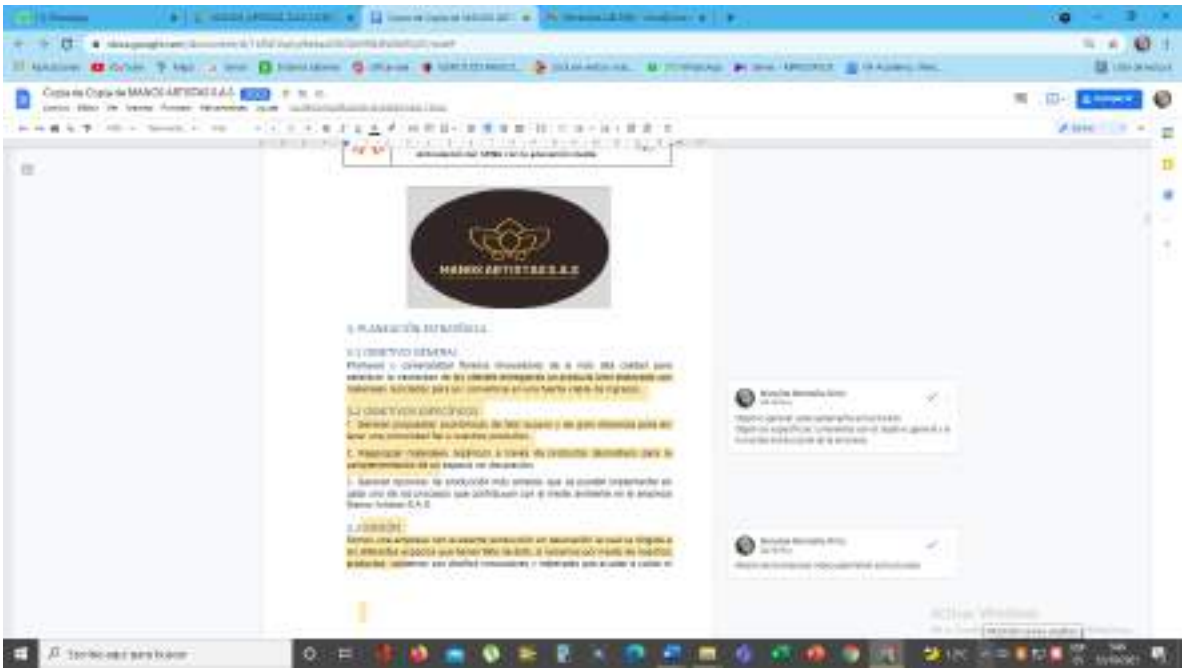


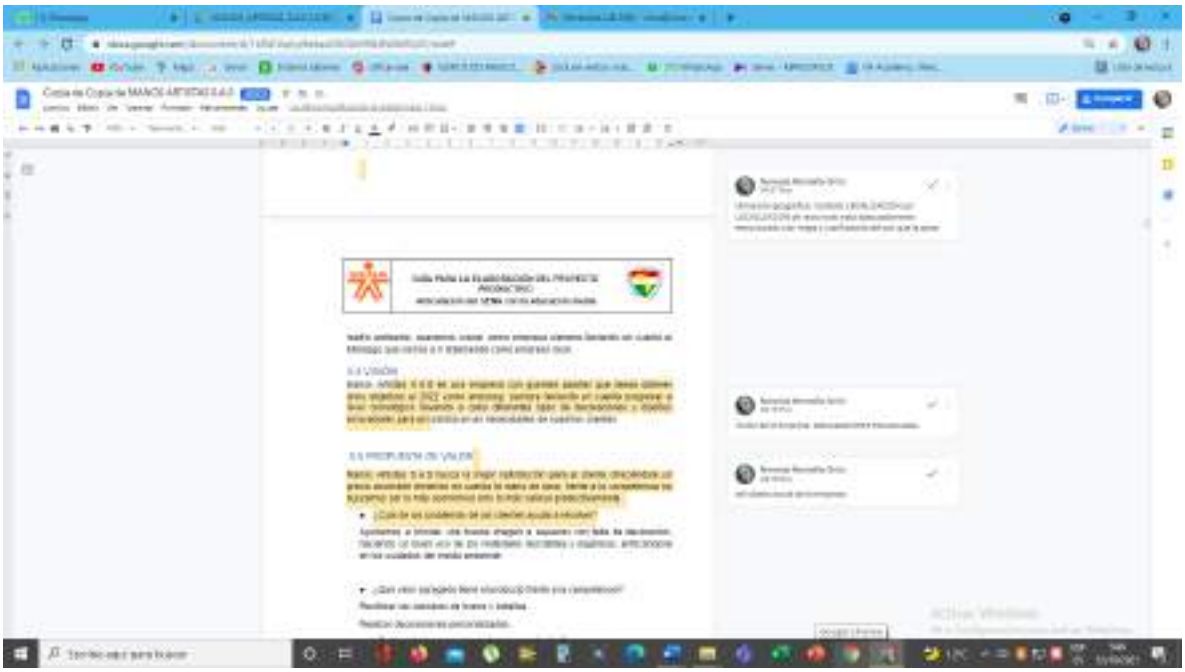


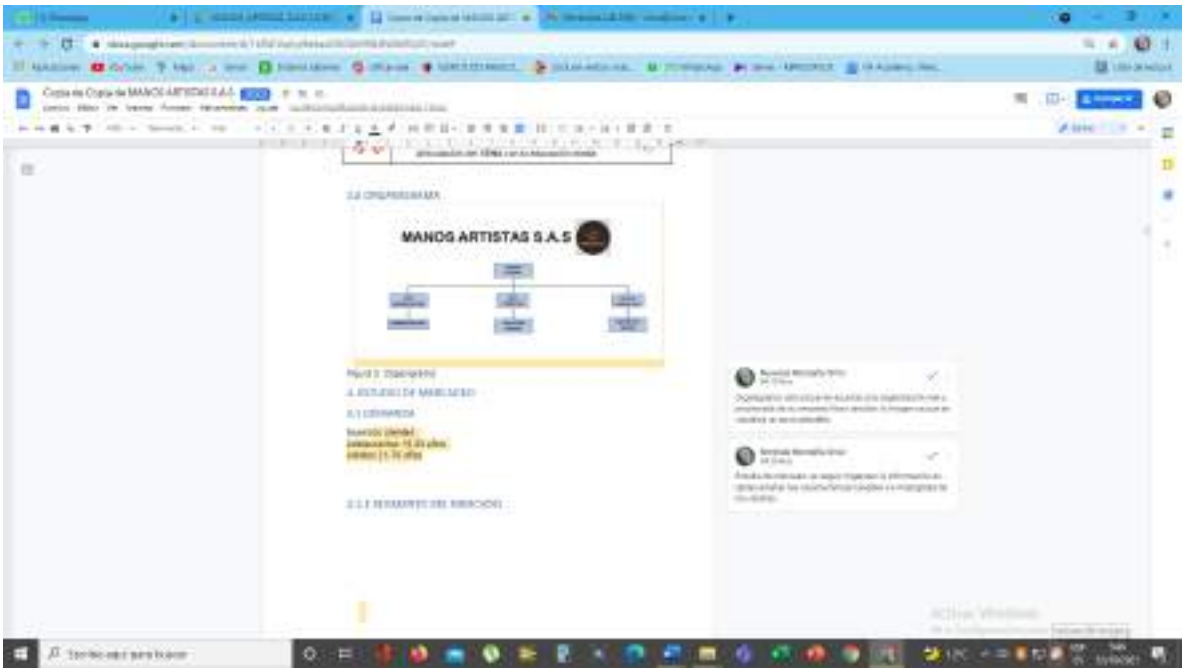


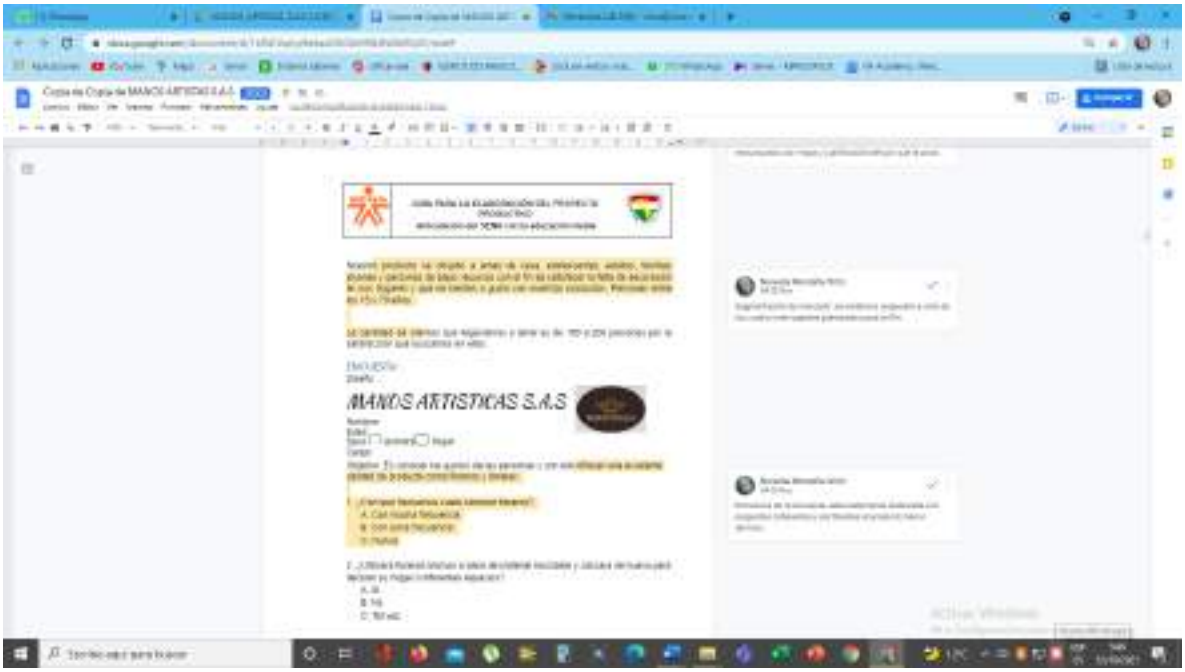


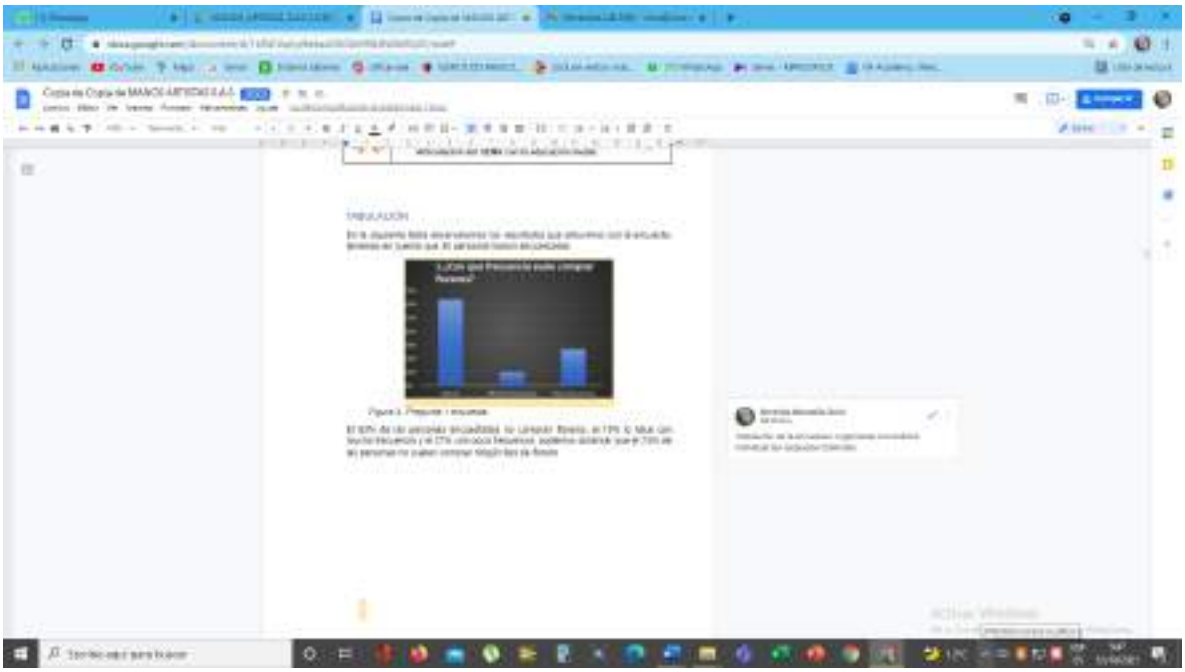


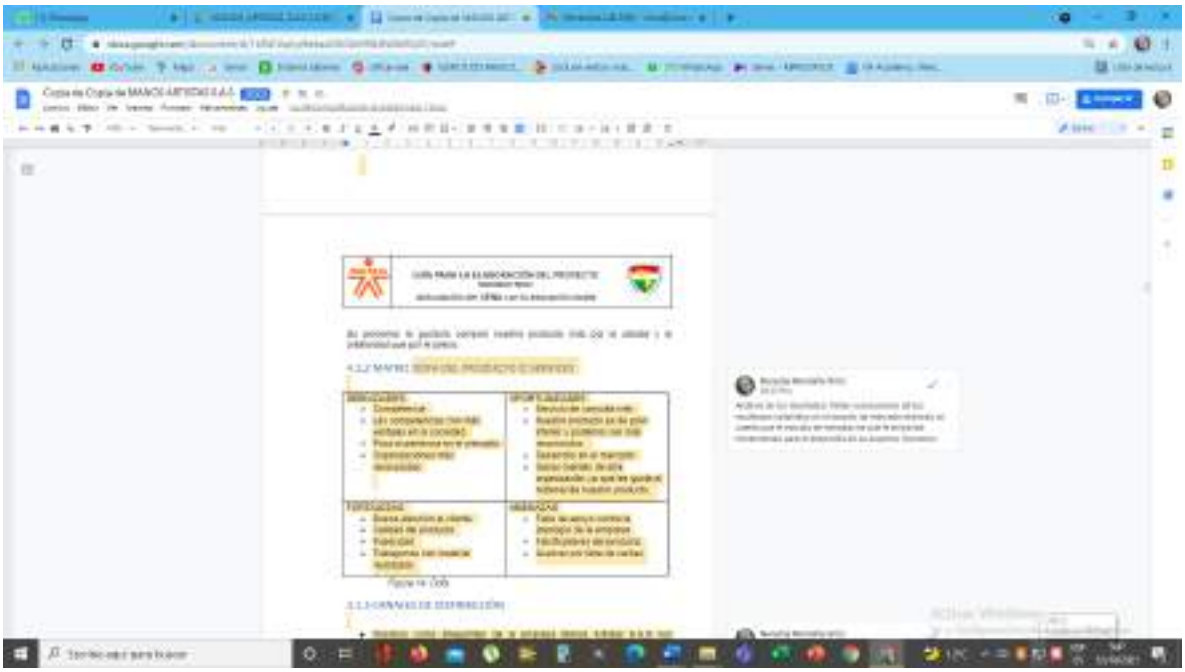


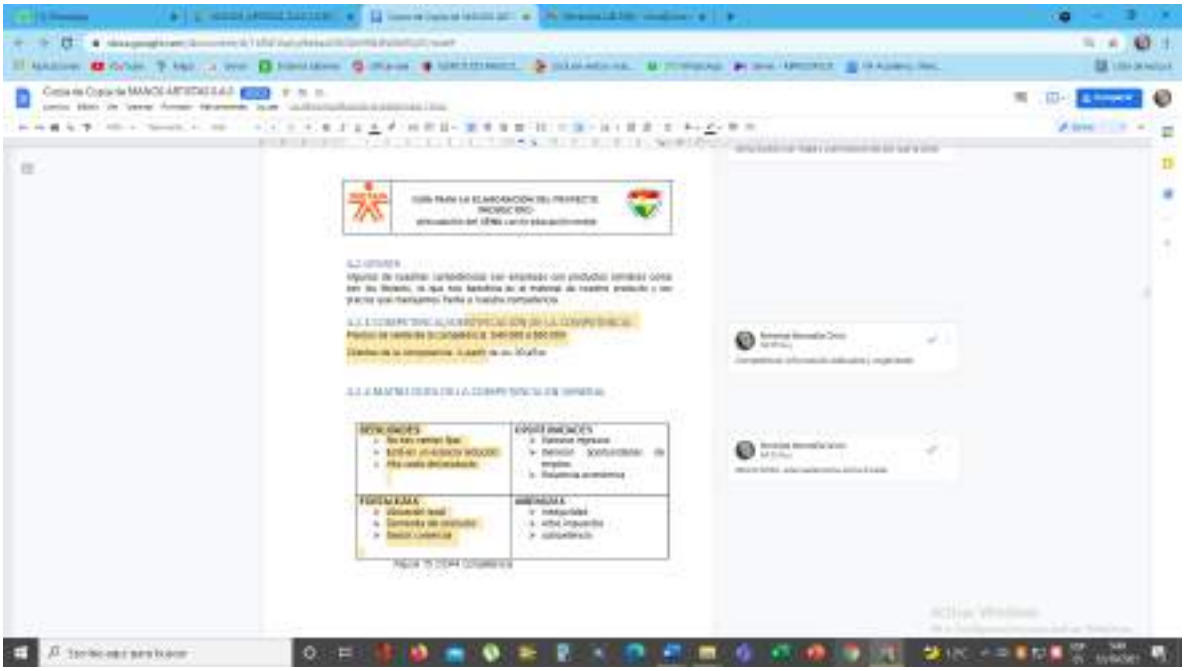



MANOS ARTISTAS S.A.S

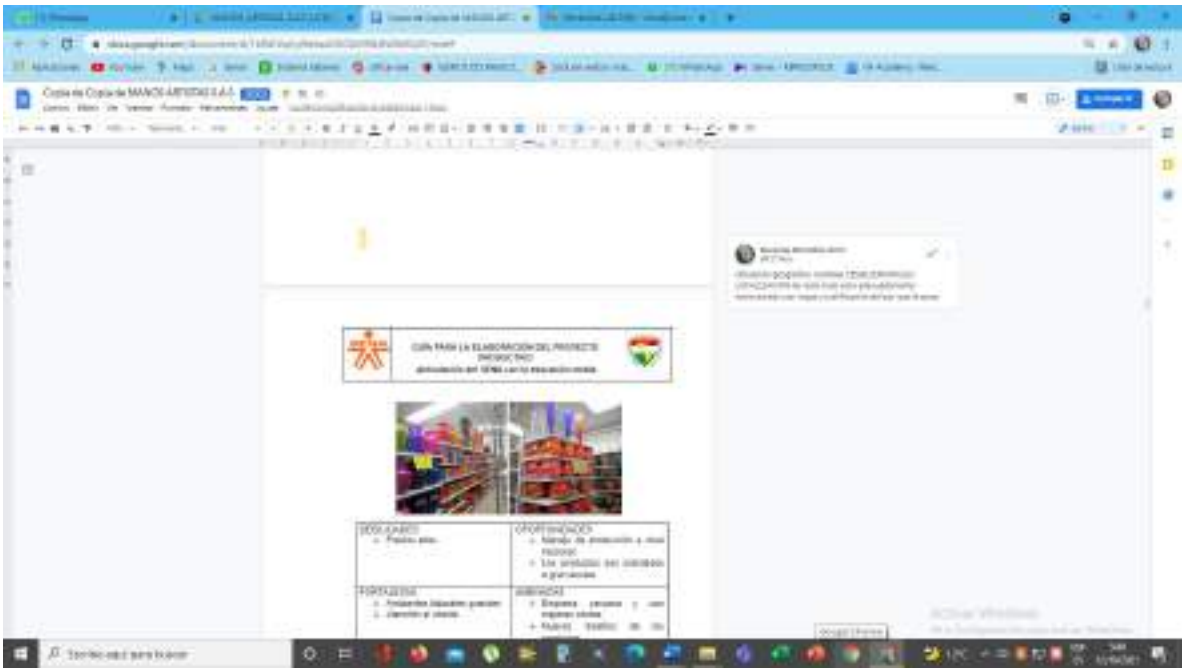

MANOS ARTISTICAS S.A.S



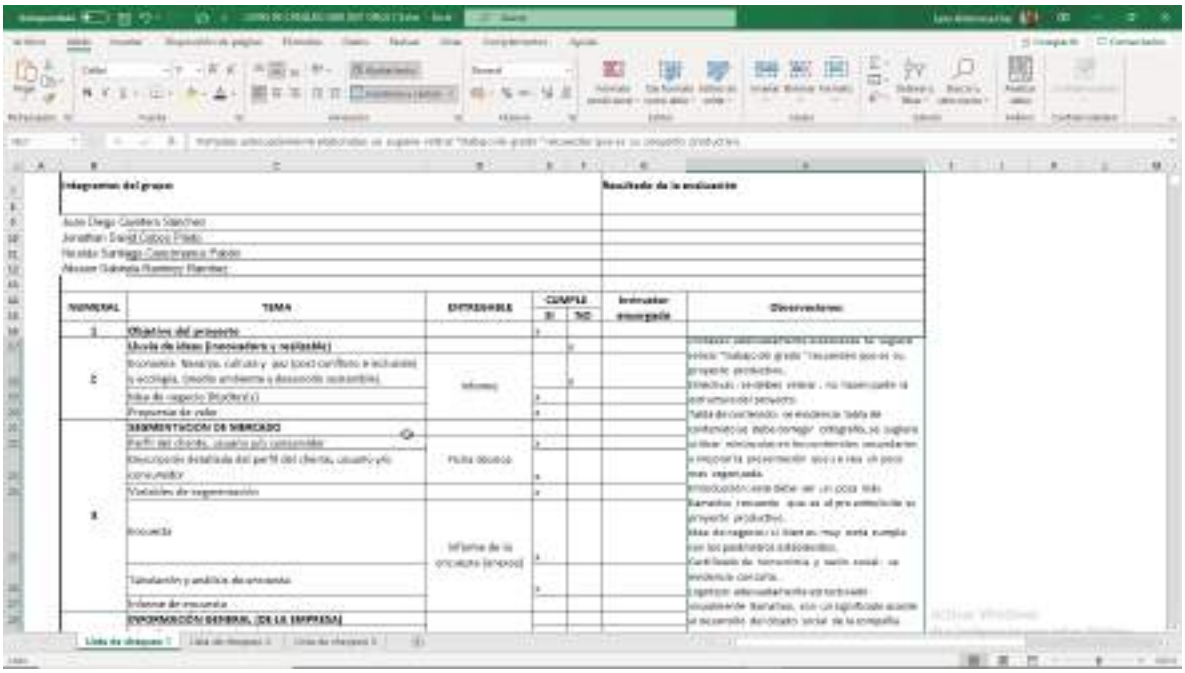






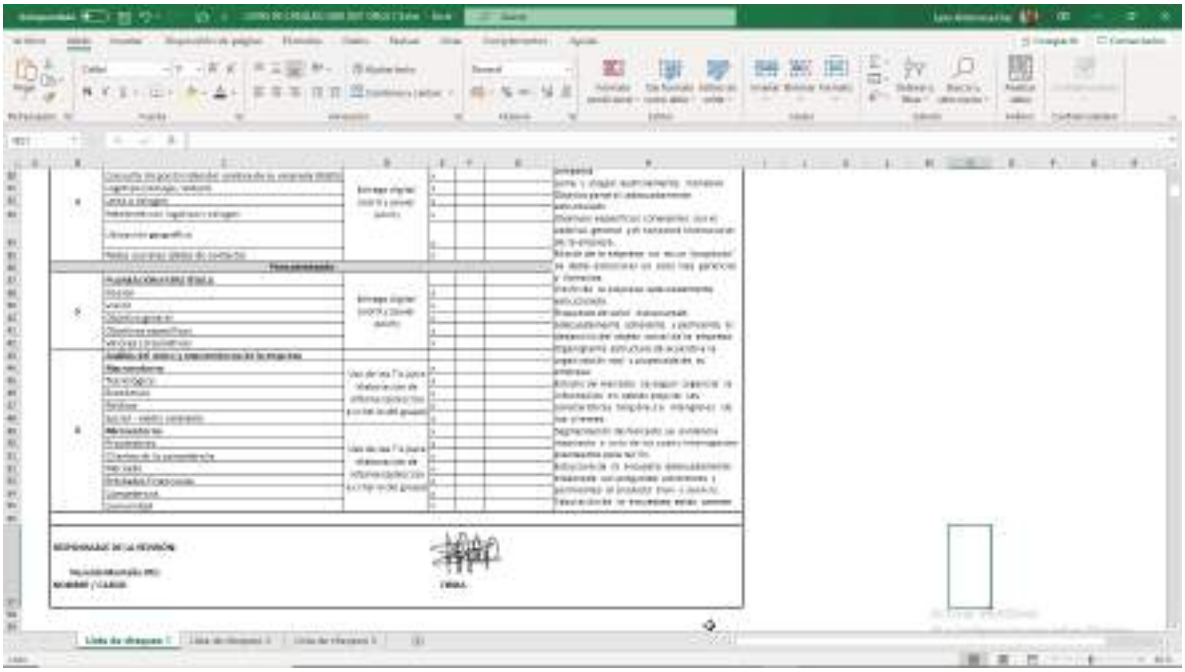


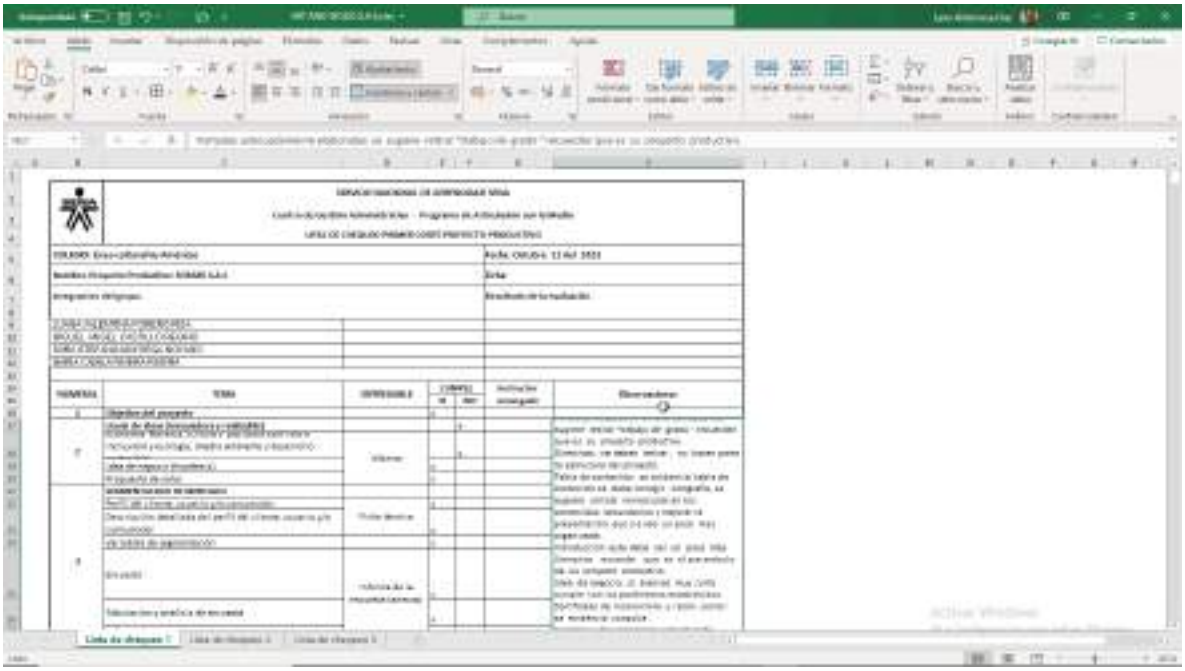


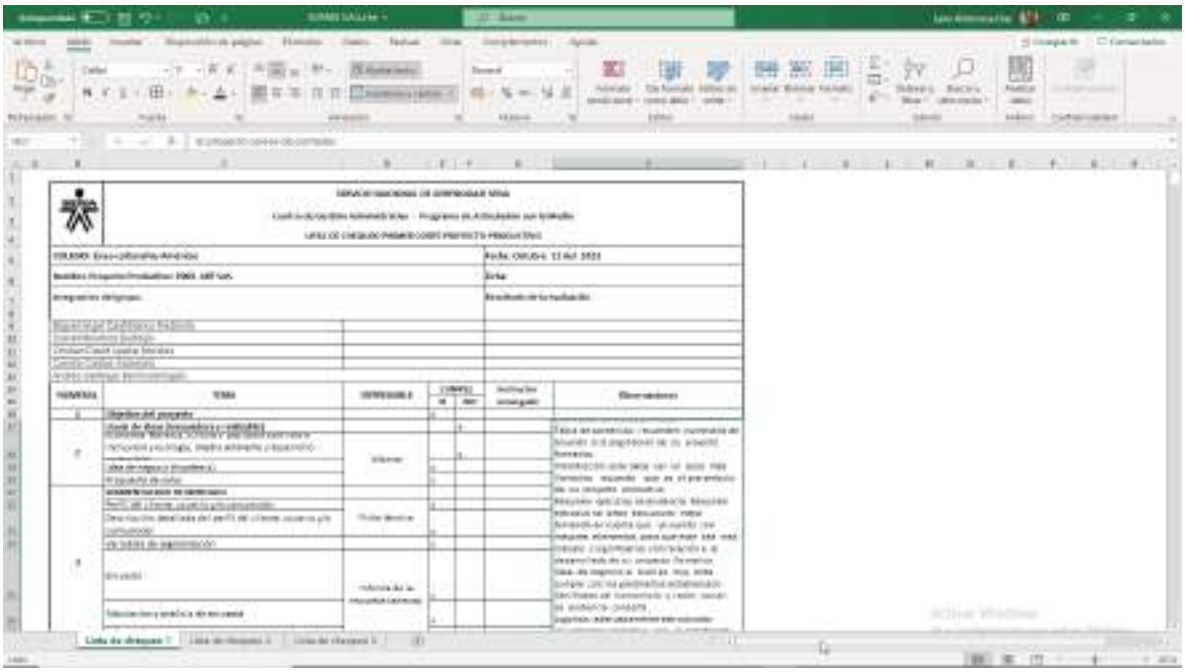


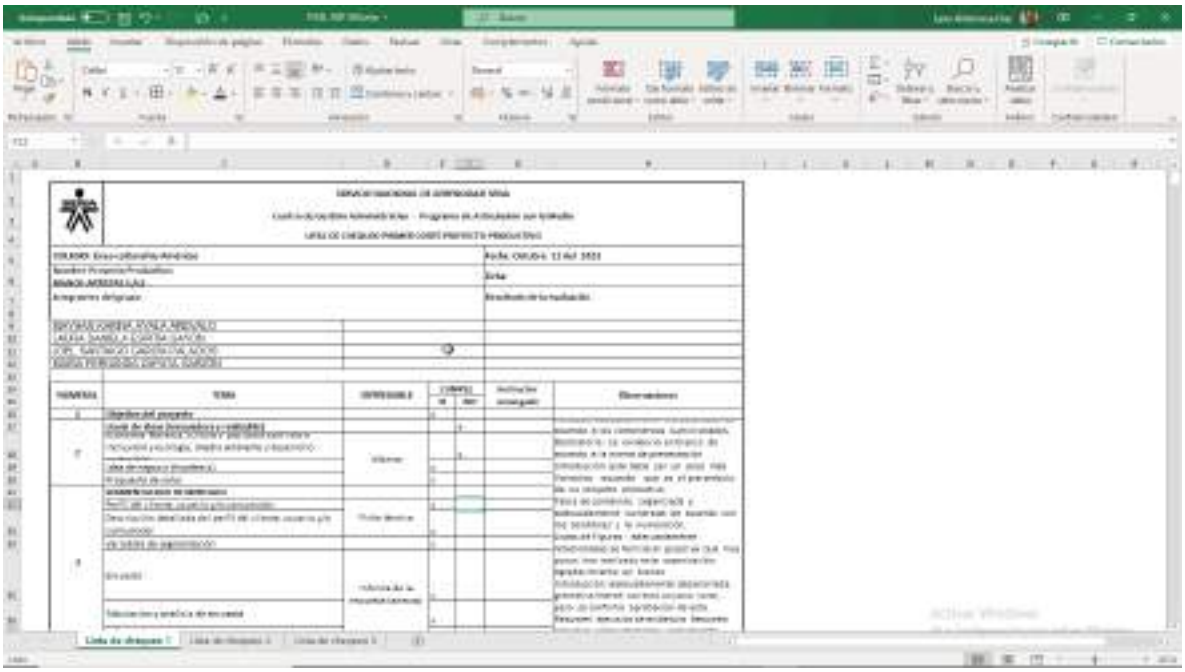
Integrantes del grupo:	Resultado de la evaluación
Juan Diego Gutiérrez Sánchez	
Jonathan David Cobos Prieto	
Nicolás Santiago Cano Irreño Pulido	
Alisson Gabriela Ramírez Ramírez	

NUMERAL	TEMA	ENTREGABLE	CUMPLE SI	CUMPLE NO	Instructor encargado	Observaciones
1	Objetivo del proyecto		x			
2	Lluvia de ideas (innovadora y rentable)			x		
	Inconvenientes (Naturaleza, cultura y/o (con) conflicto e inclusión) y ecología, (medio ambiente y desarrollo sostenible)	Informe		x		
	Idea de negocio (Modelo C)		x			
	Propuesta de valor		x			
3	SEGMENTACIÓN DE MERCADO					
	Perfil del cliente, usuario y/o consumidor	Ficha técnica	x			
	Descripción detallada del perfil del cliente, usuario y/o consumidor		x			
	Variables de segmentación		x			
	Encuesta	Informe de la encuesta (empresa)	x			
	Tabulación y análisis de encuesta		x			
	Informe de encuesta					
	INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA					





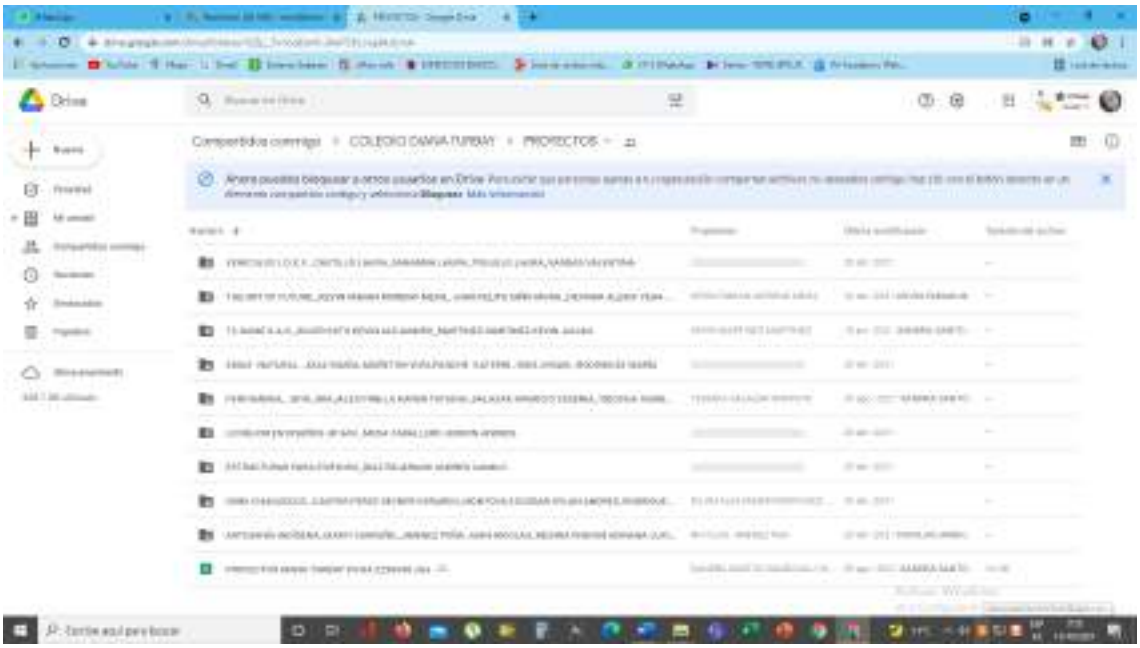


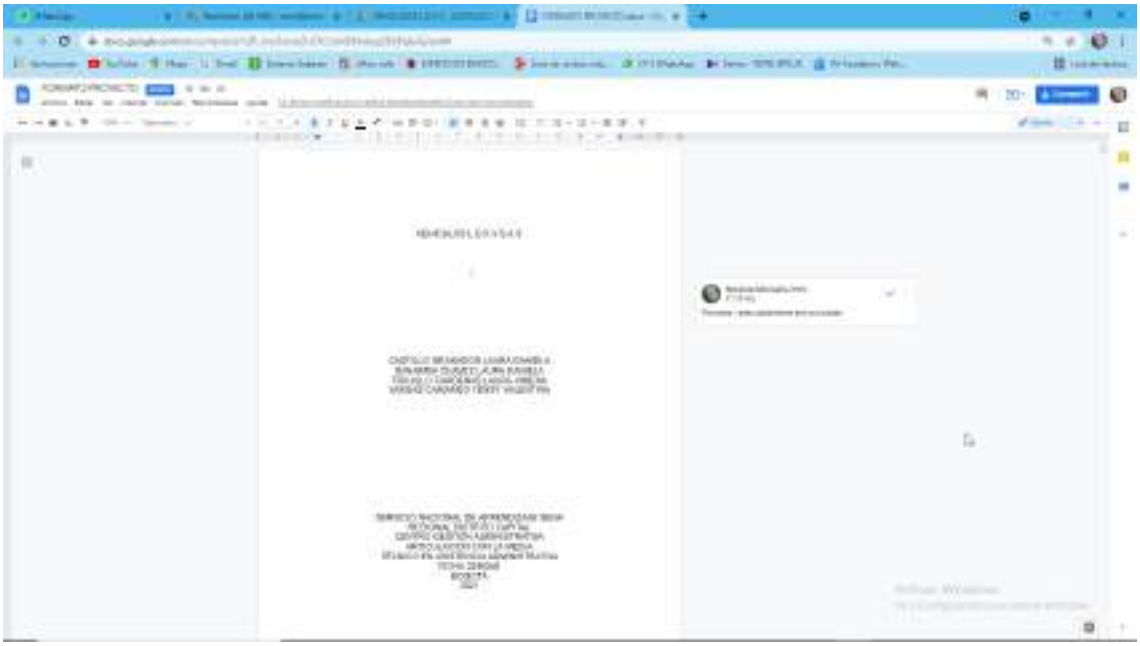


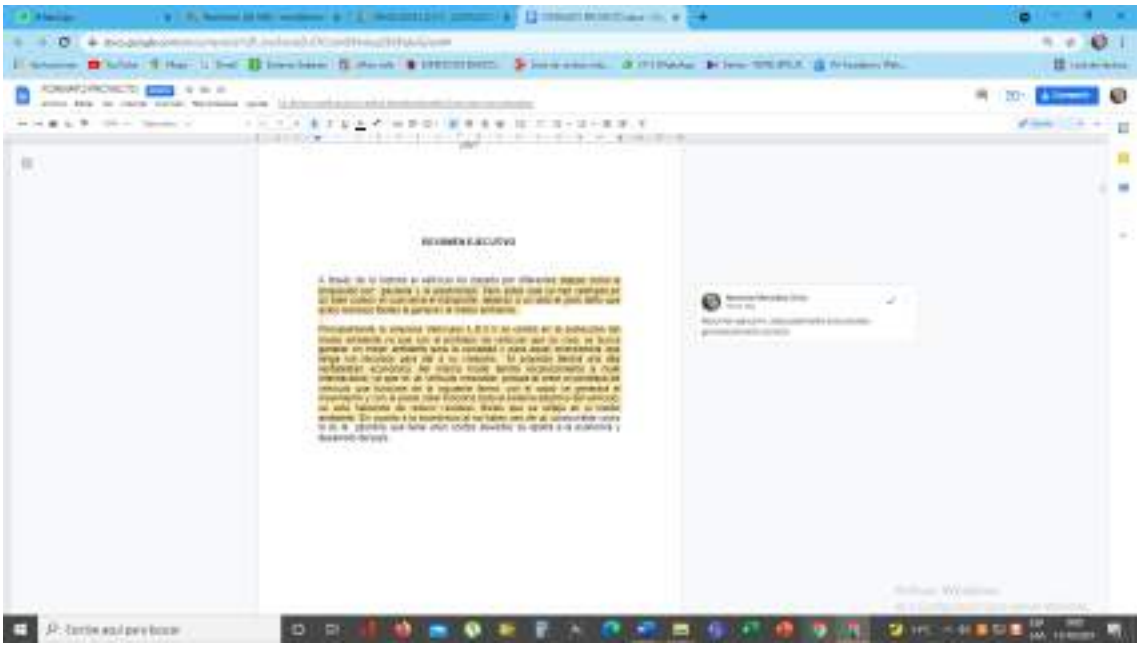
EVIDENCIAS 13 OCTUBRE DEL 2021

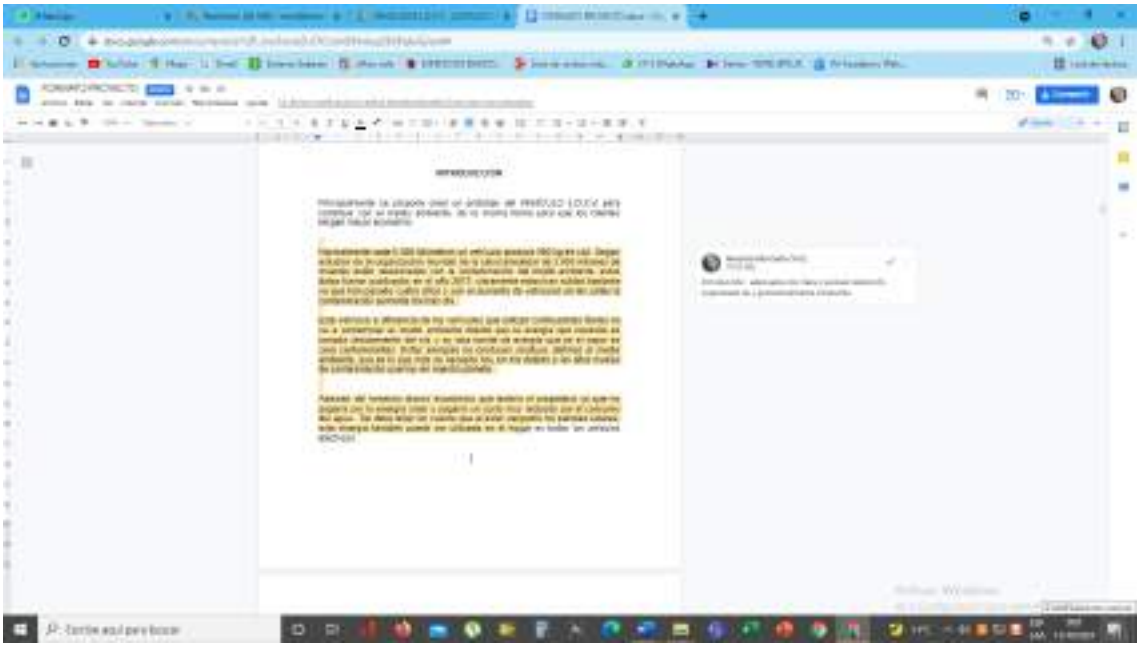
VEIFICACION DE PROYECTOS IED EL NOGAL

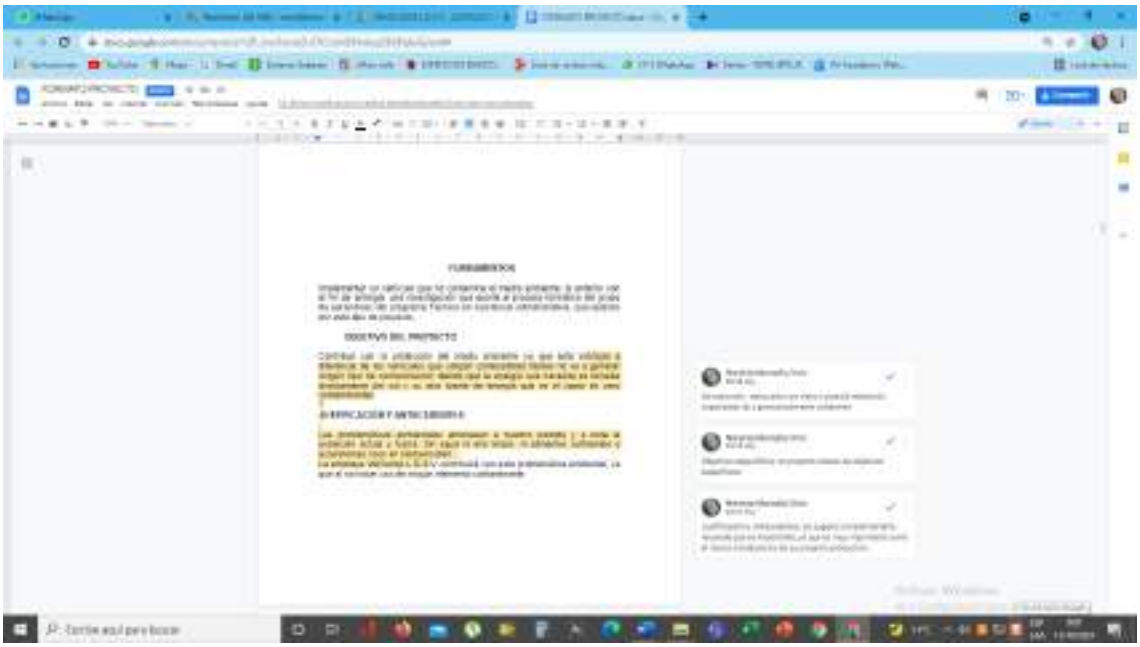
https://drive.google.com/drive/folders/1G3j__5v1oqFsm0-j9wF53iLcvg64zbmA

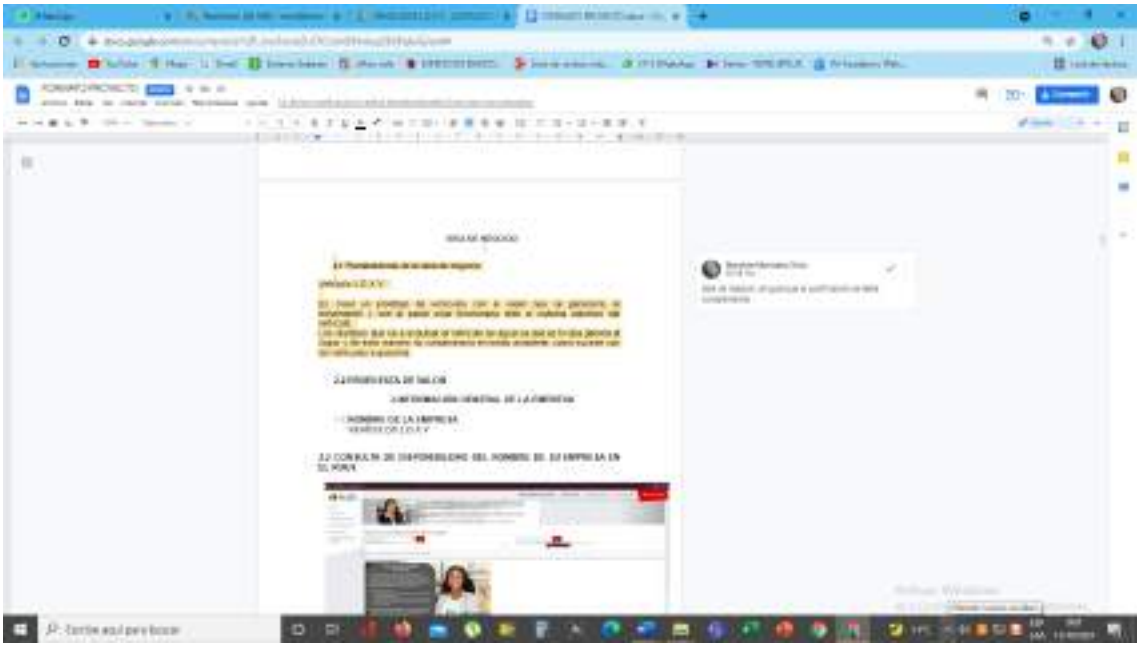


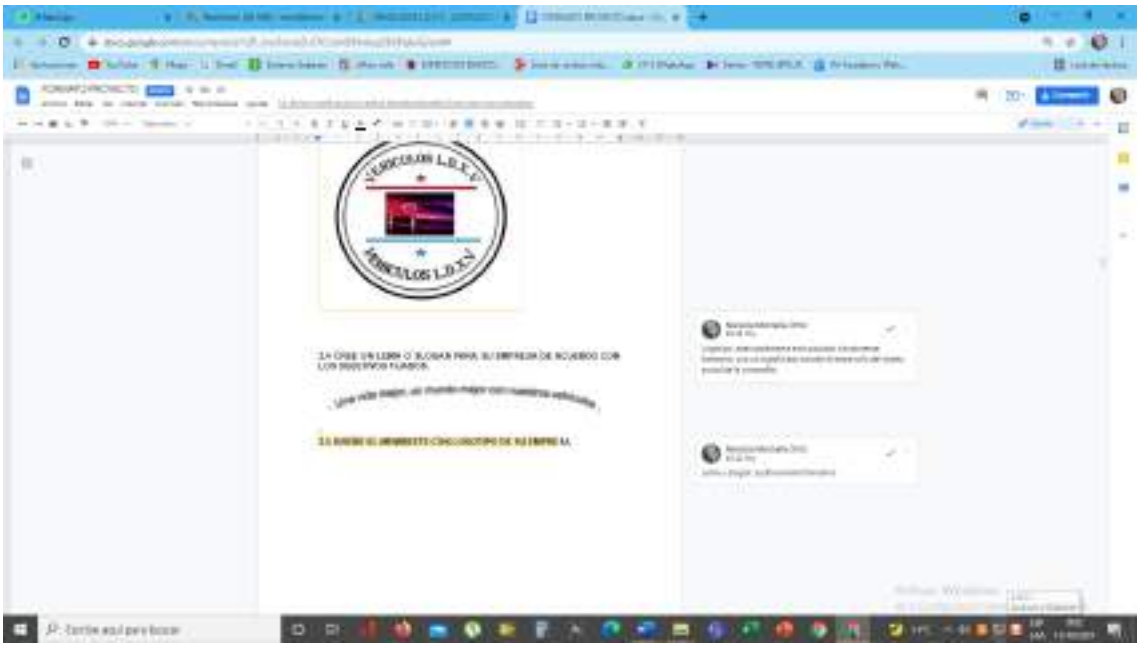


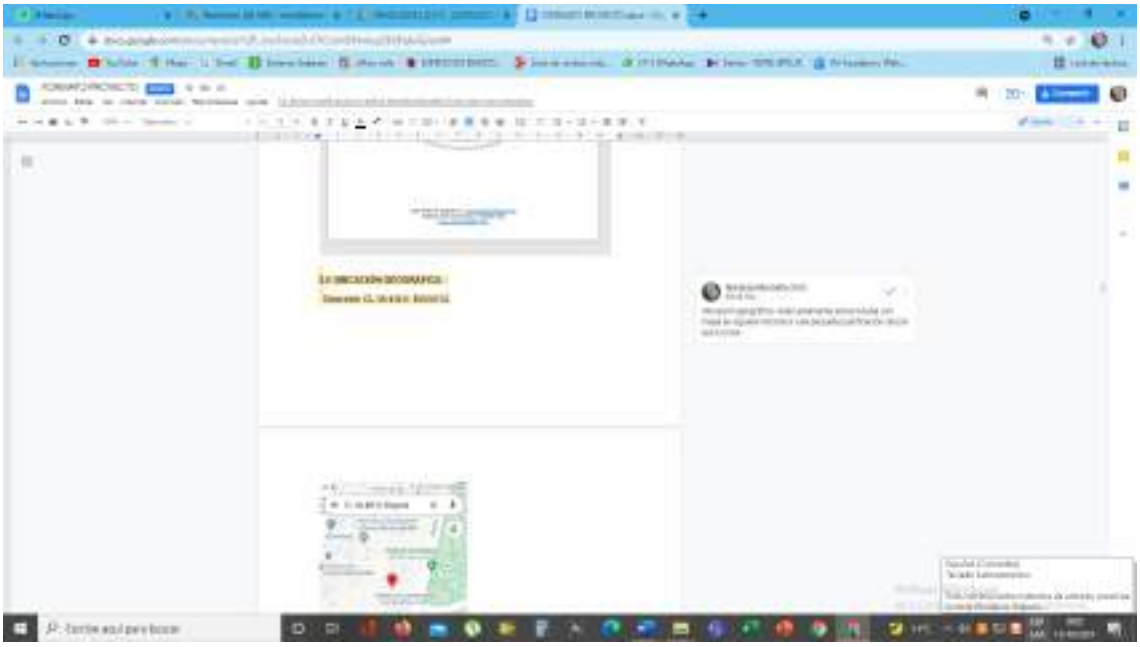


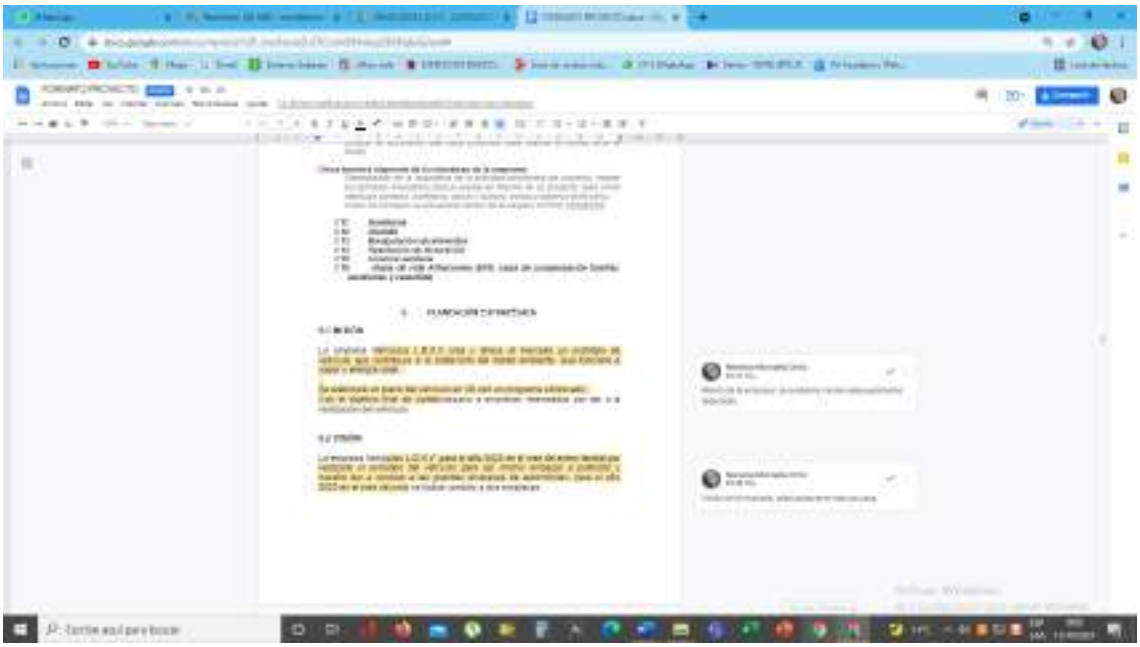


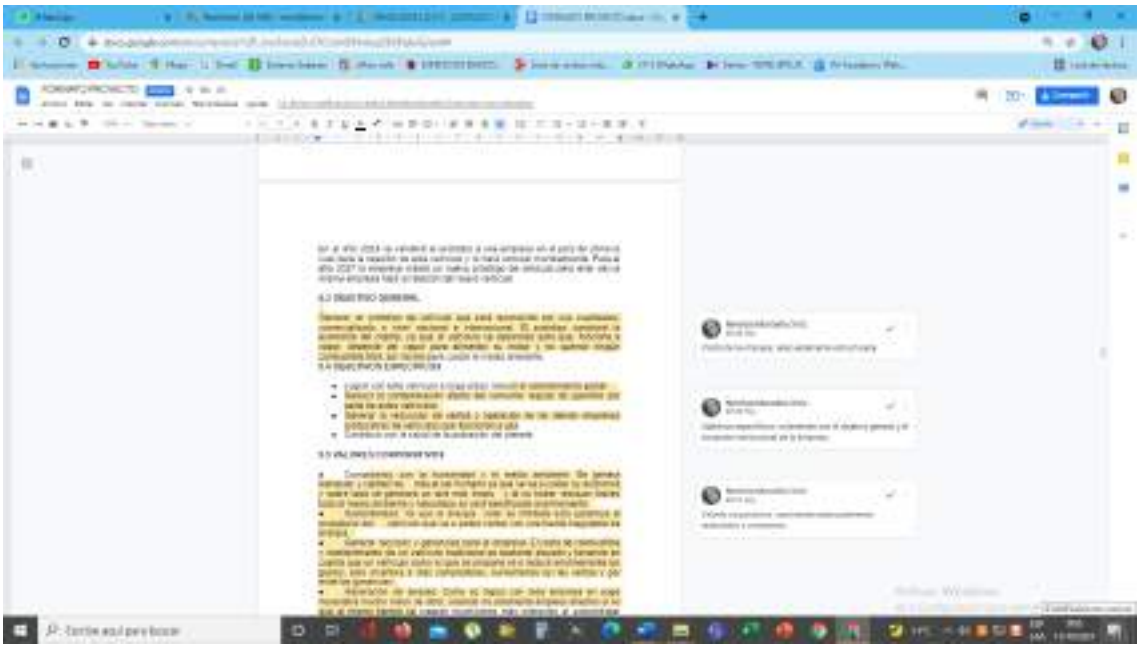


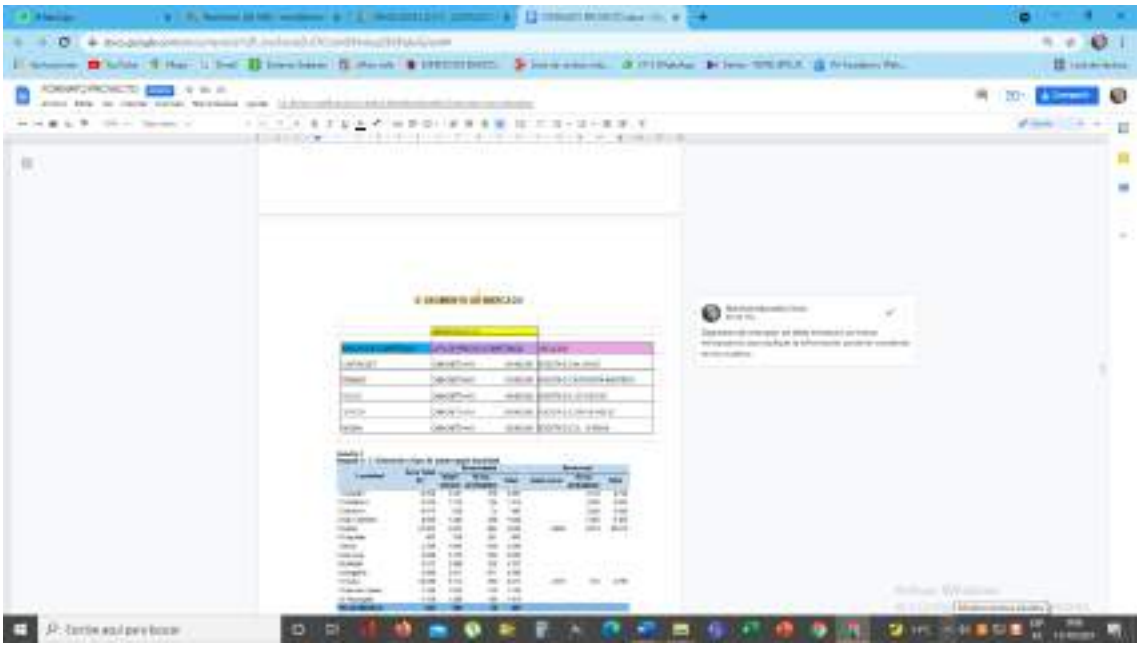


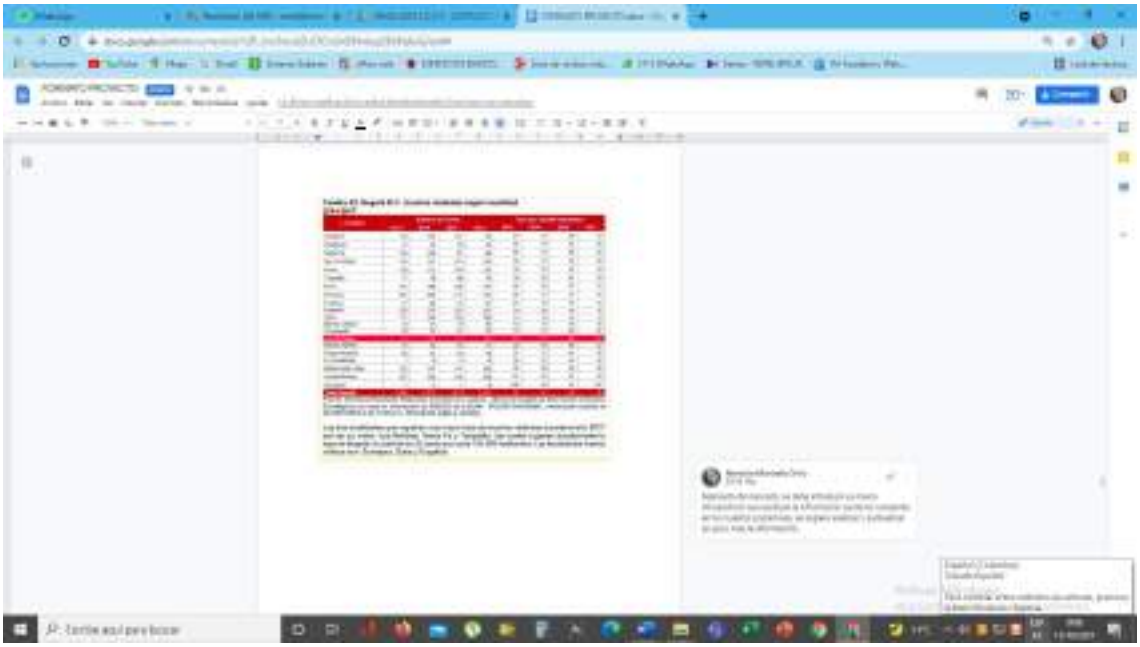


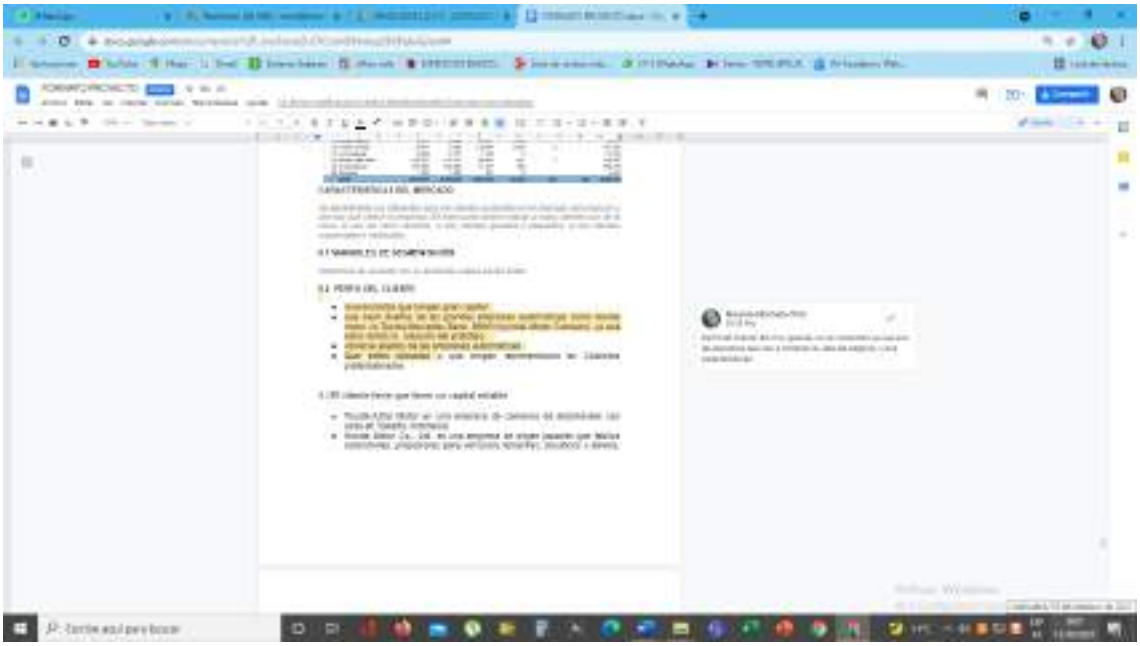


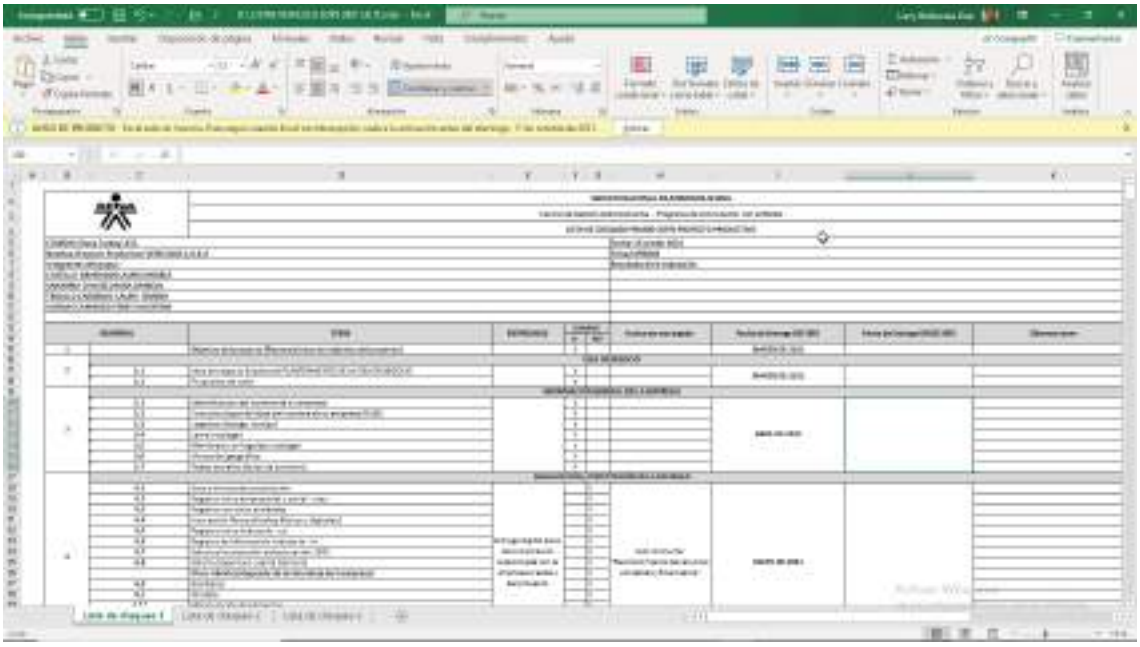


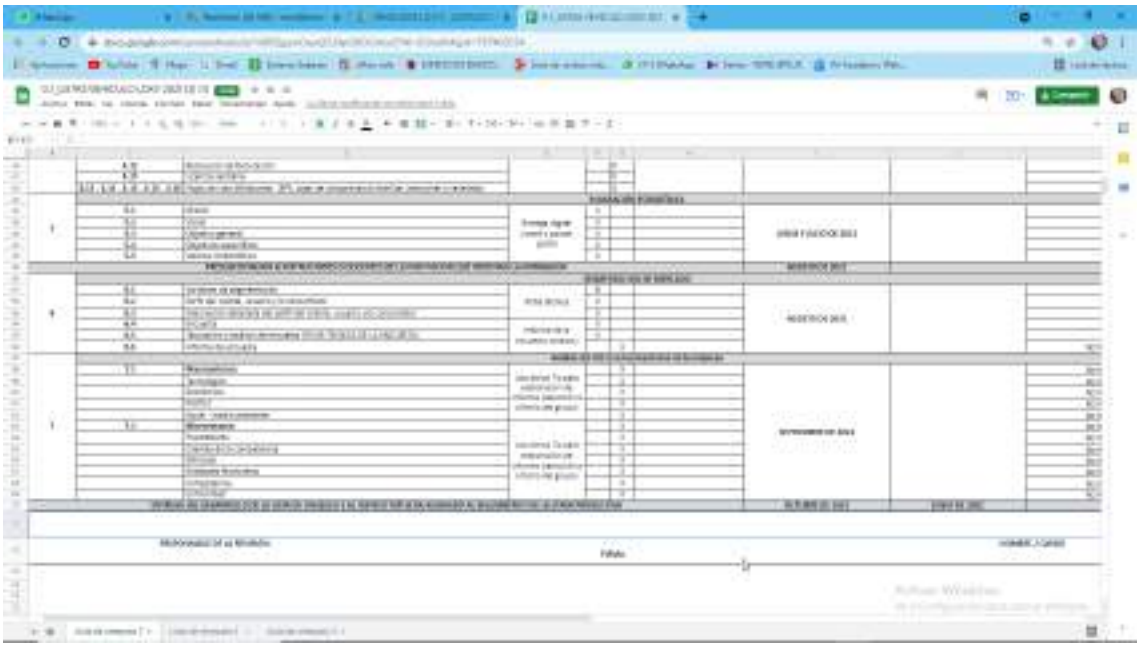






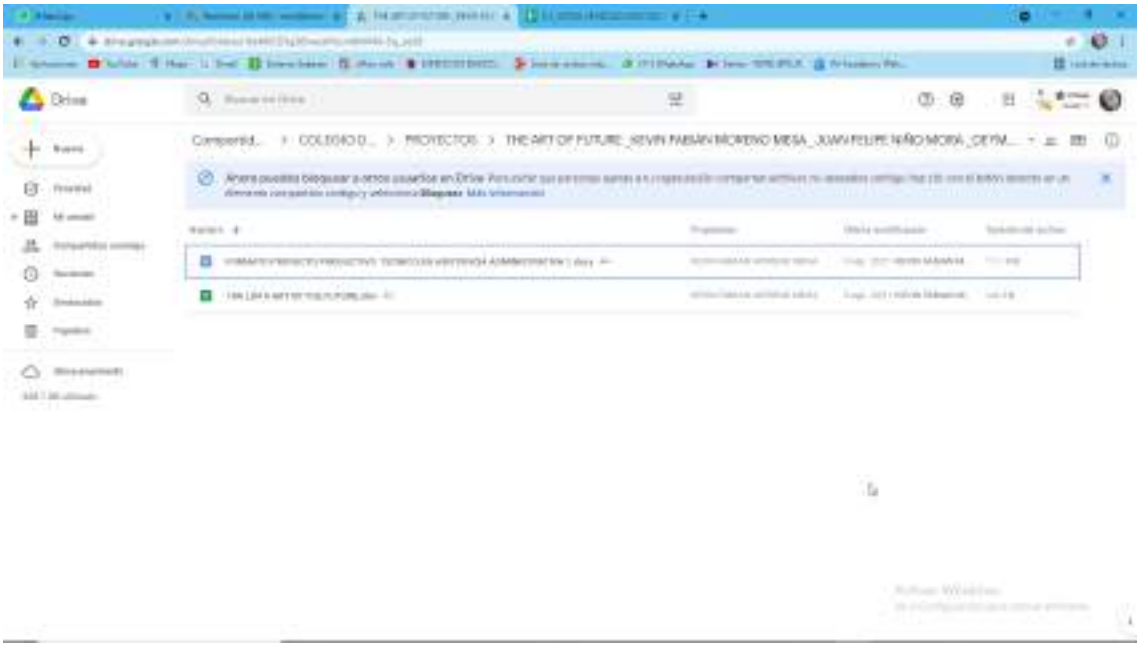


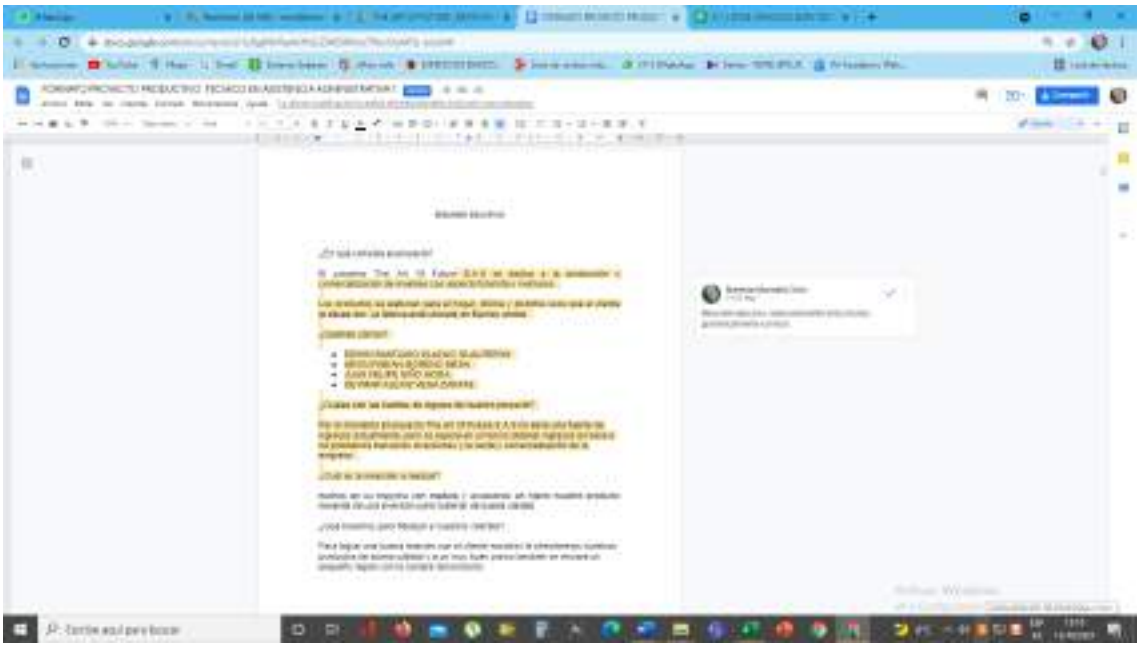


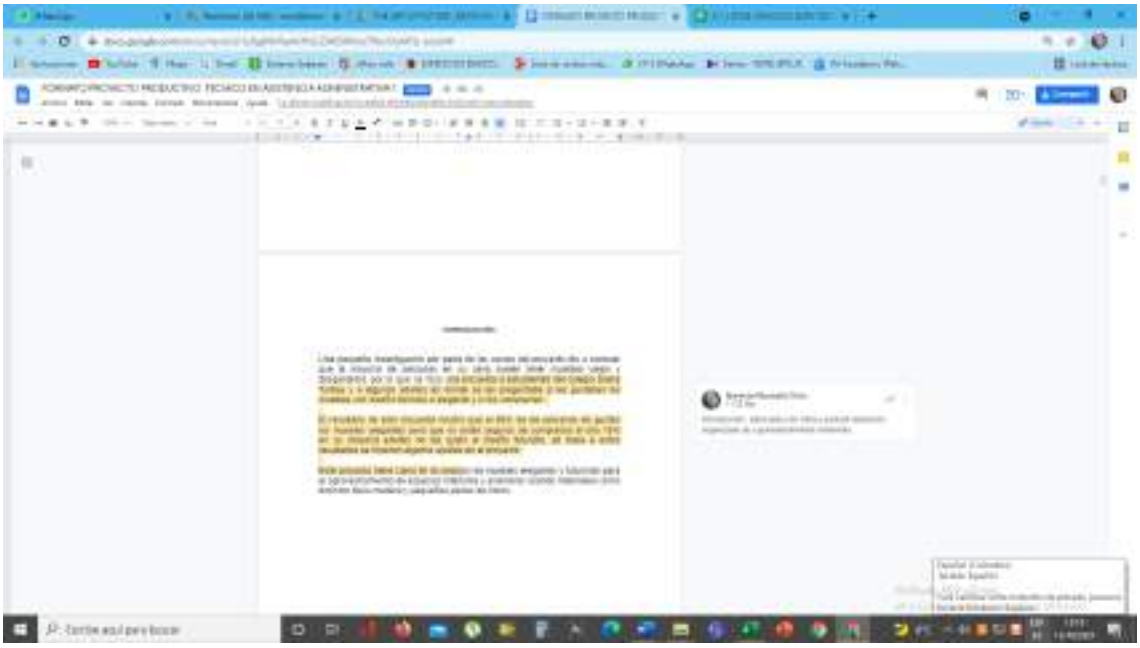


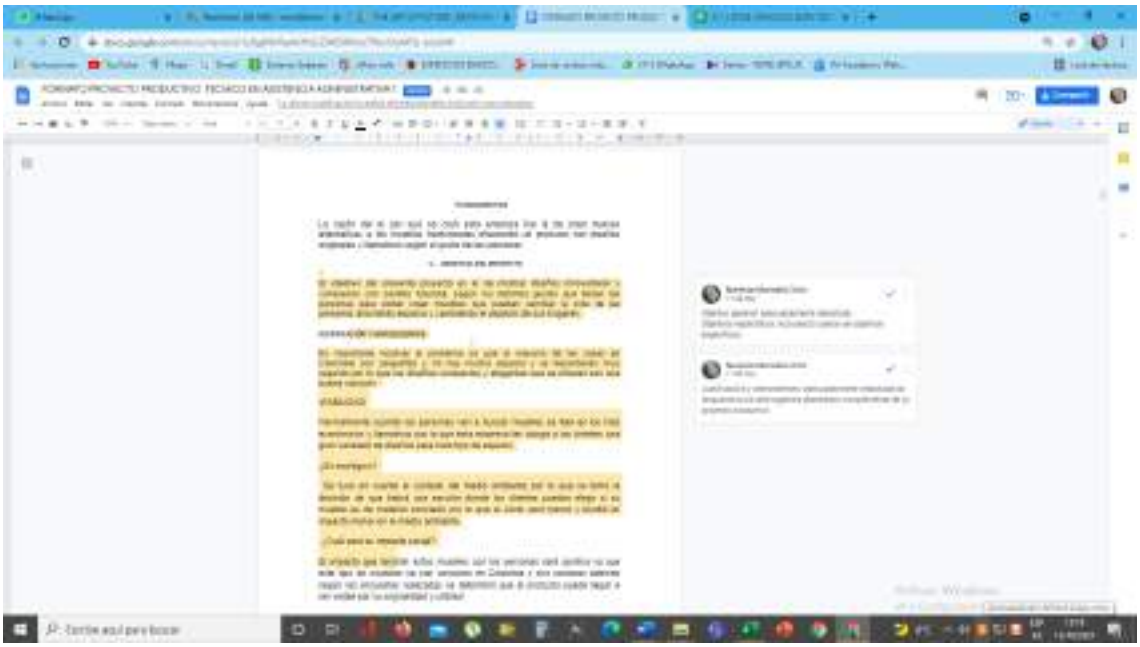
The Art Of Future S.A.S.

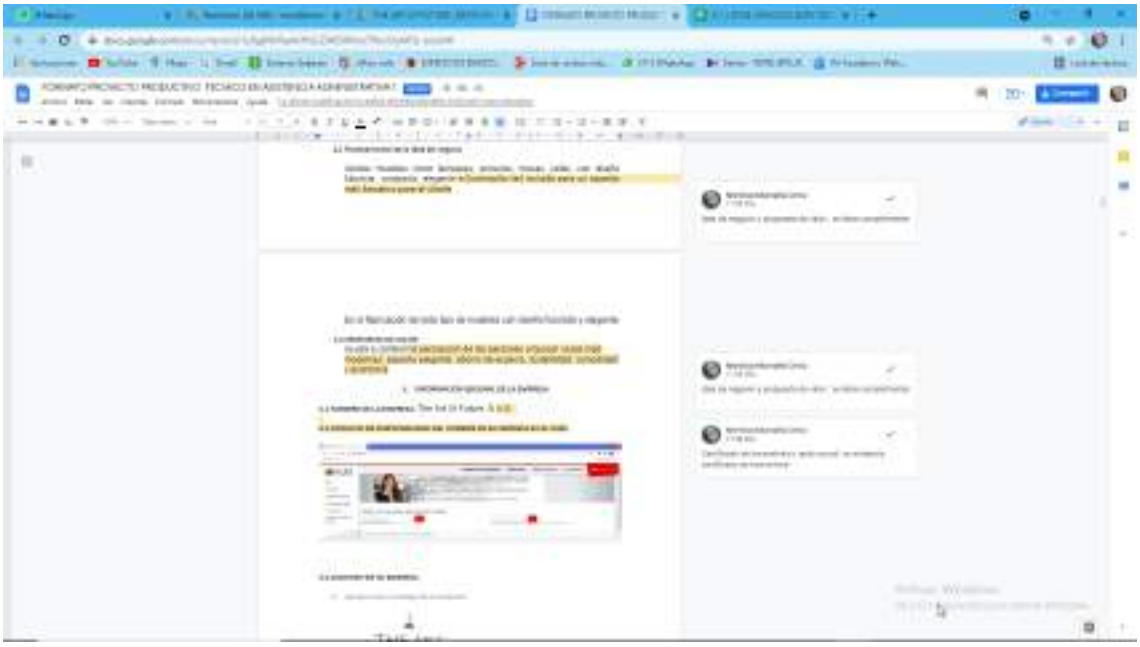
https://docs.google.com/document/d/1y9g0WHaAKHQvZdKDRXva7PkvI3eM7p-t/edit?rtpof=true

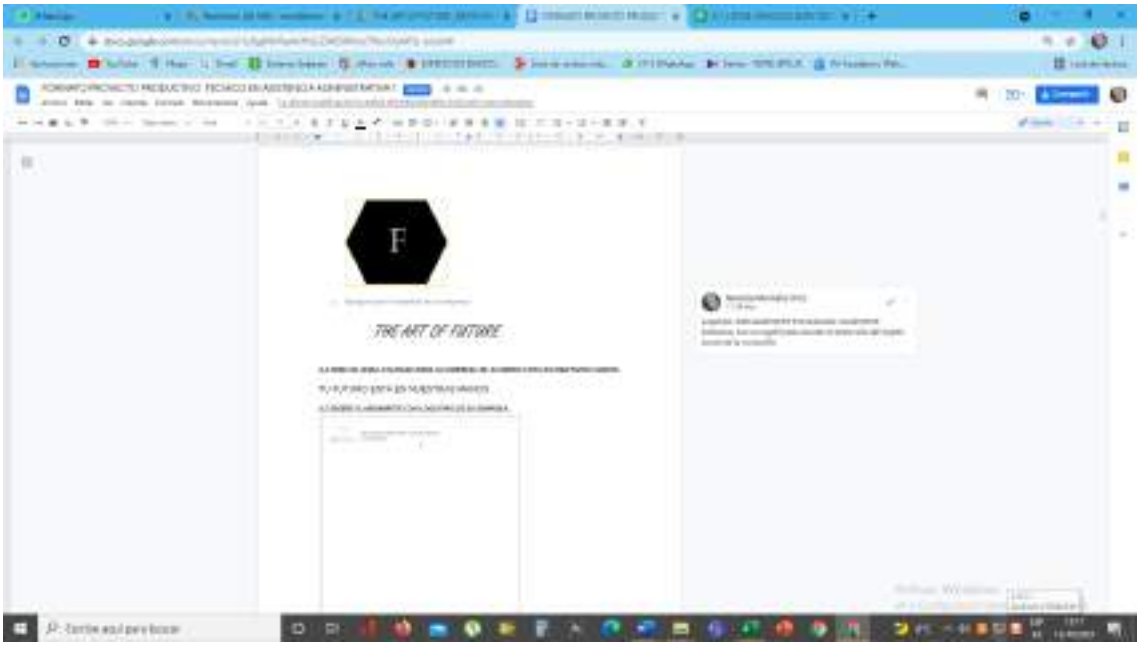


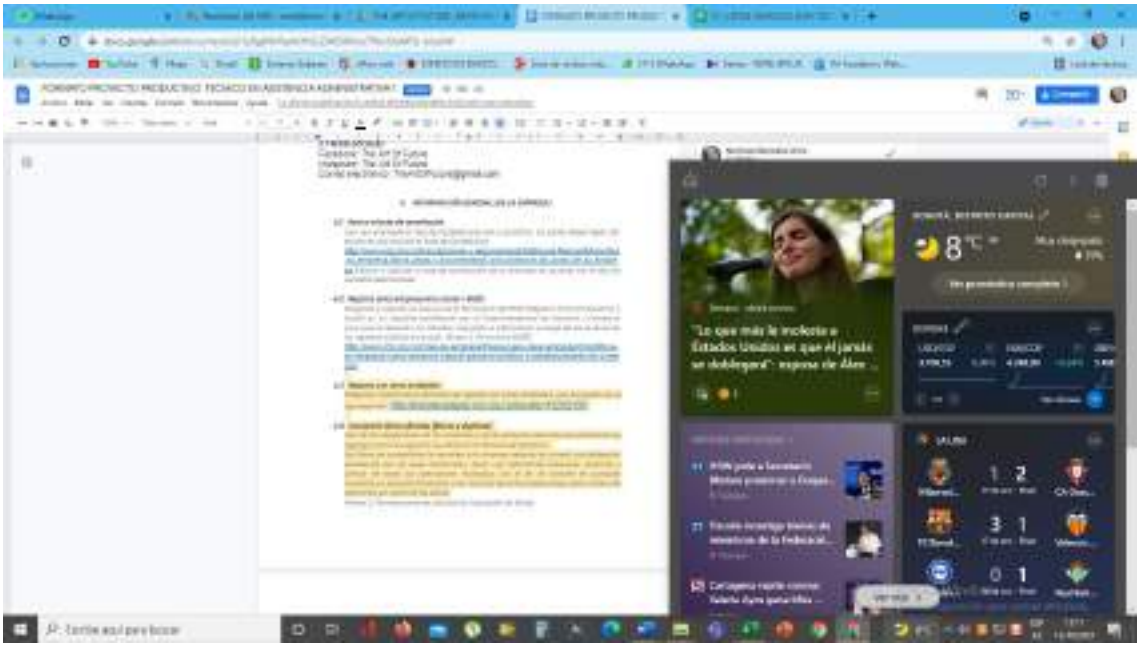


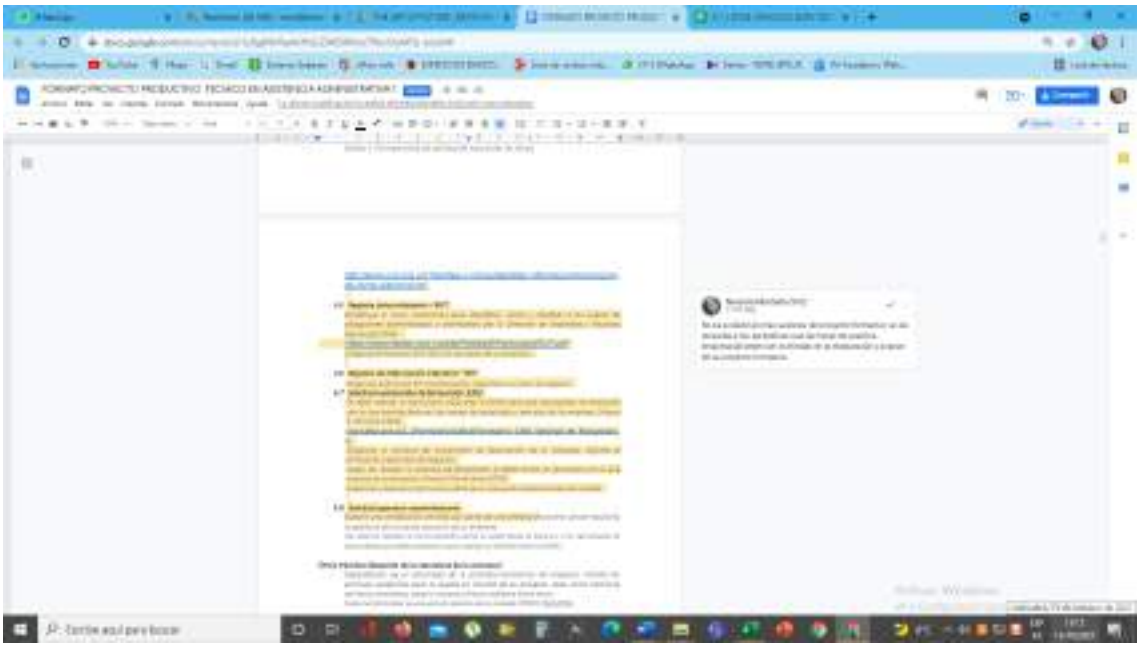


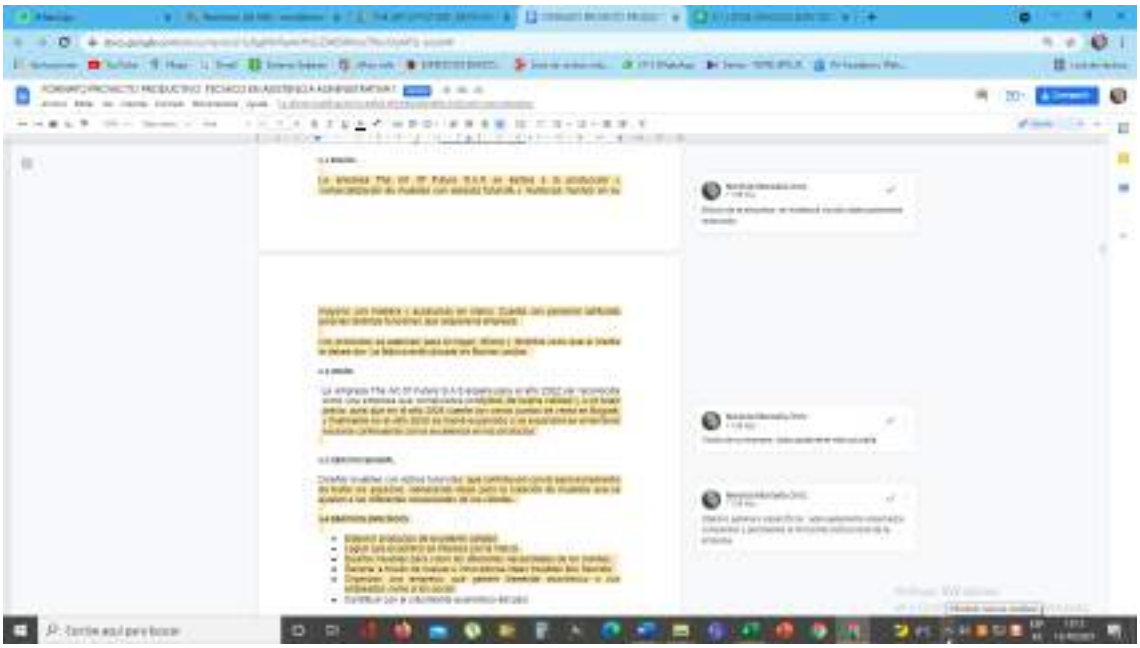


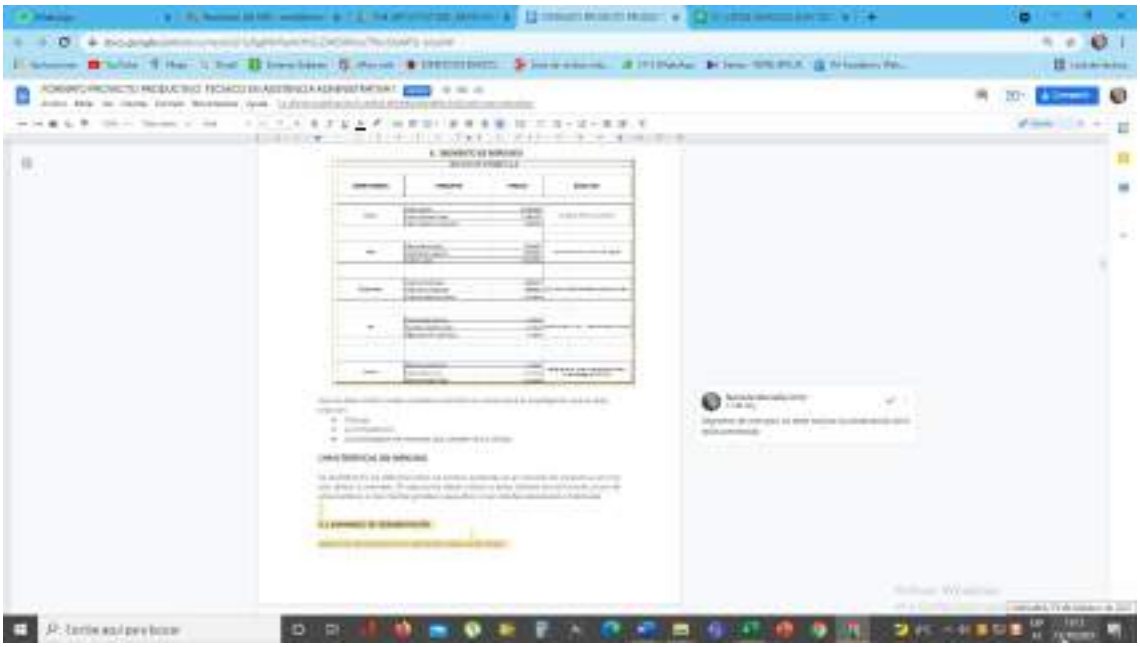


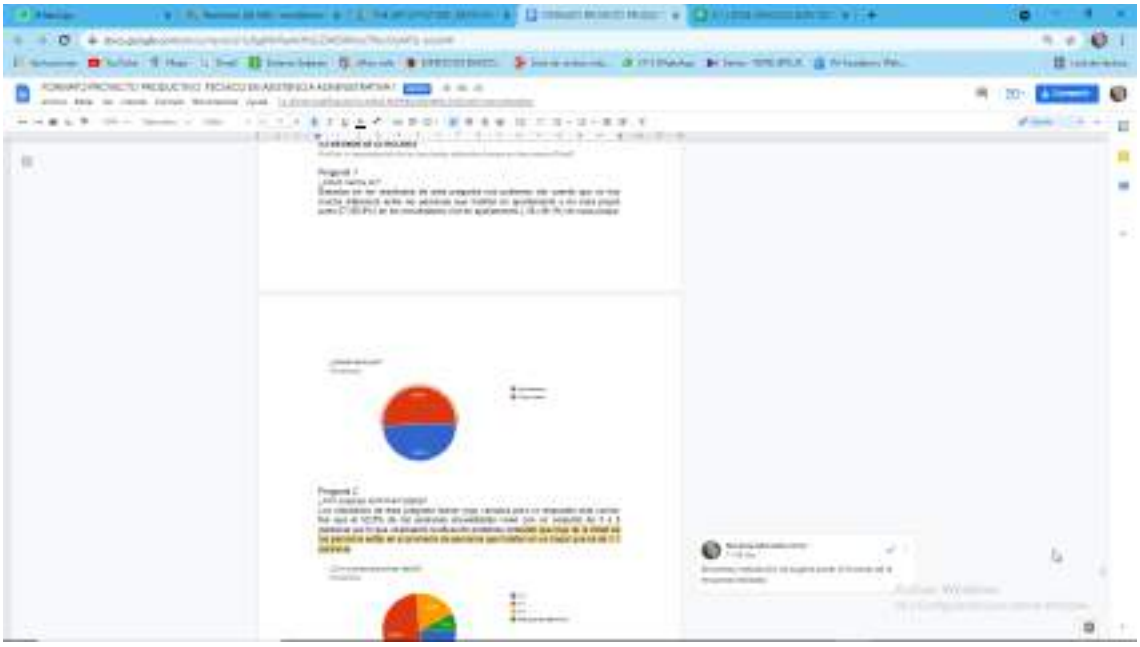

THE ART OF FUTURE

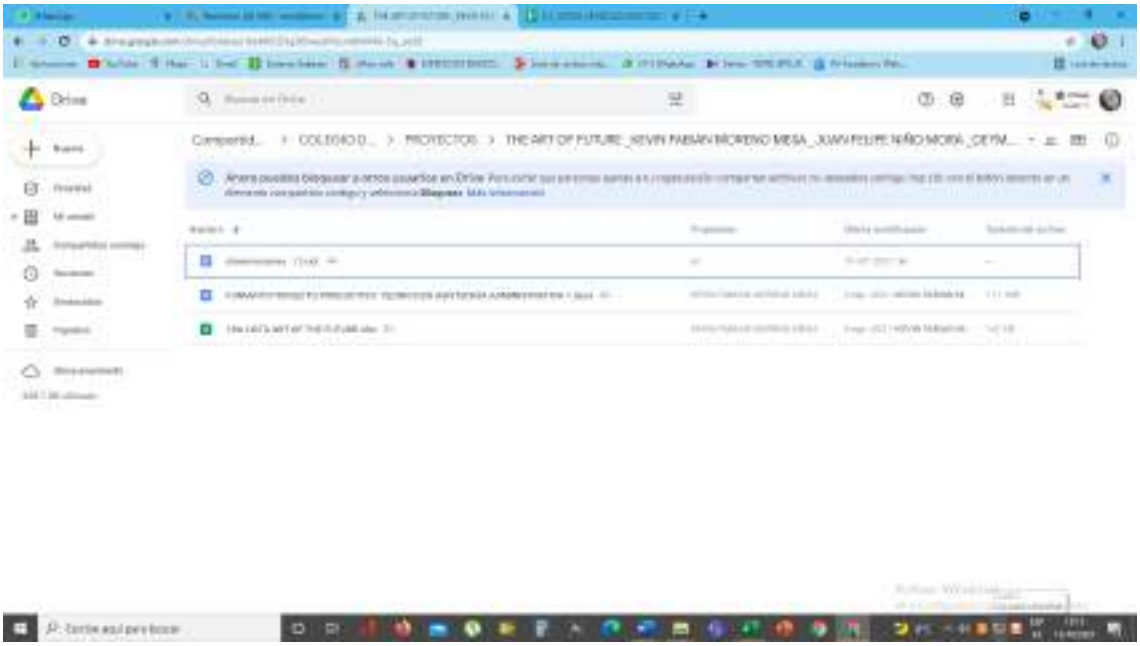


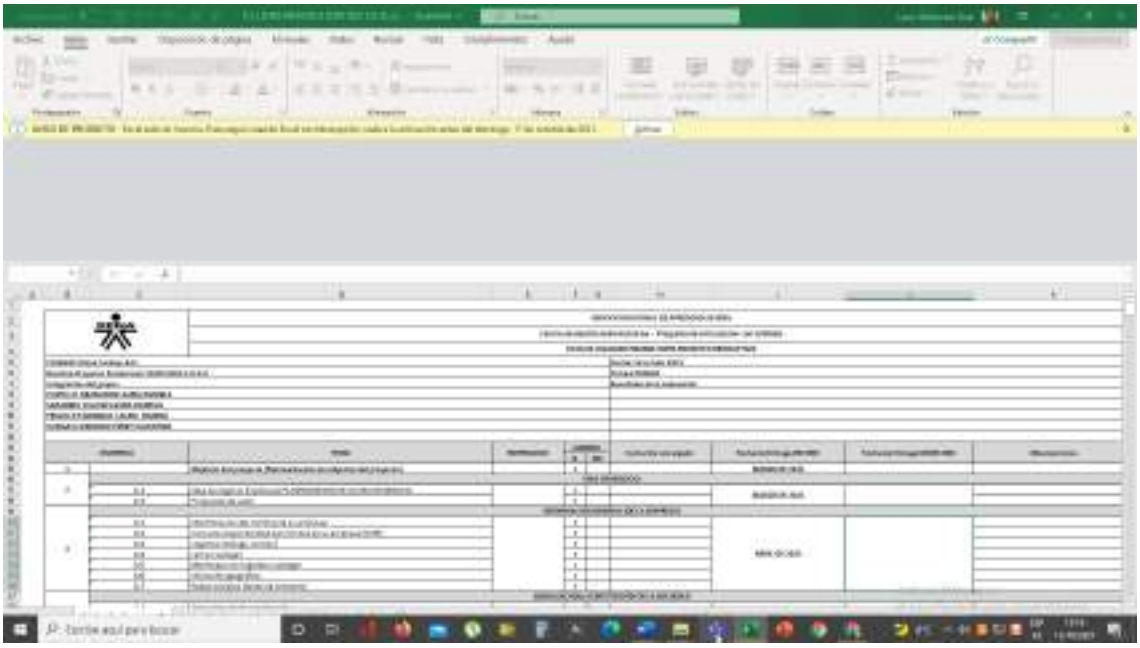








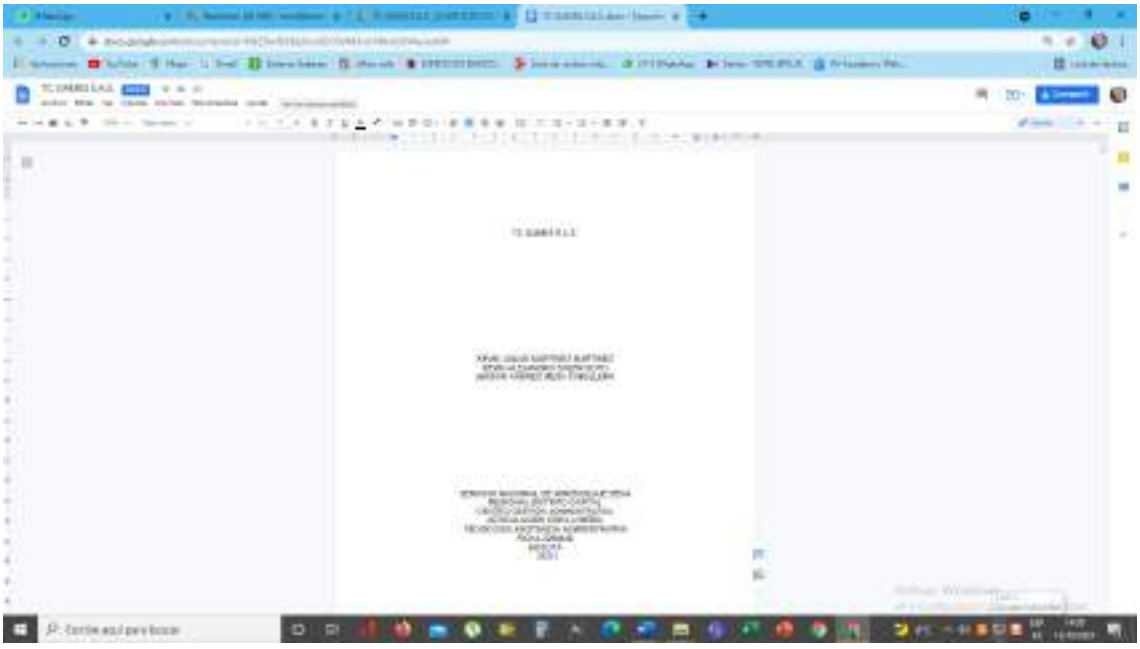

Drive

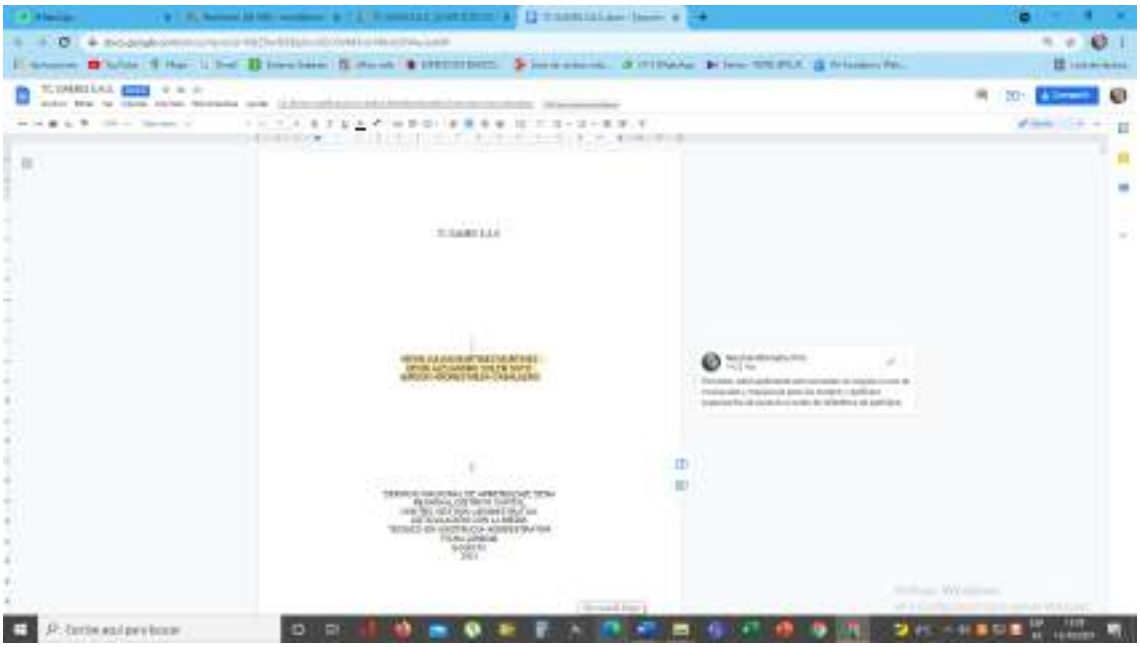


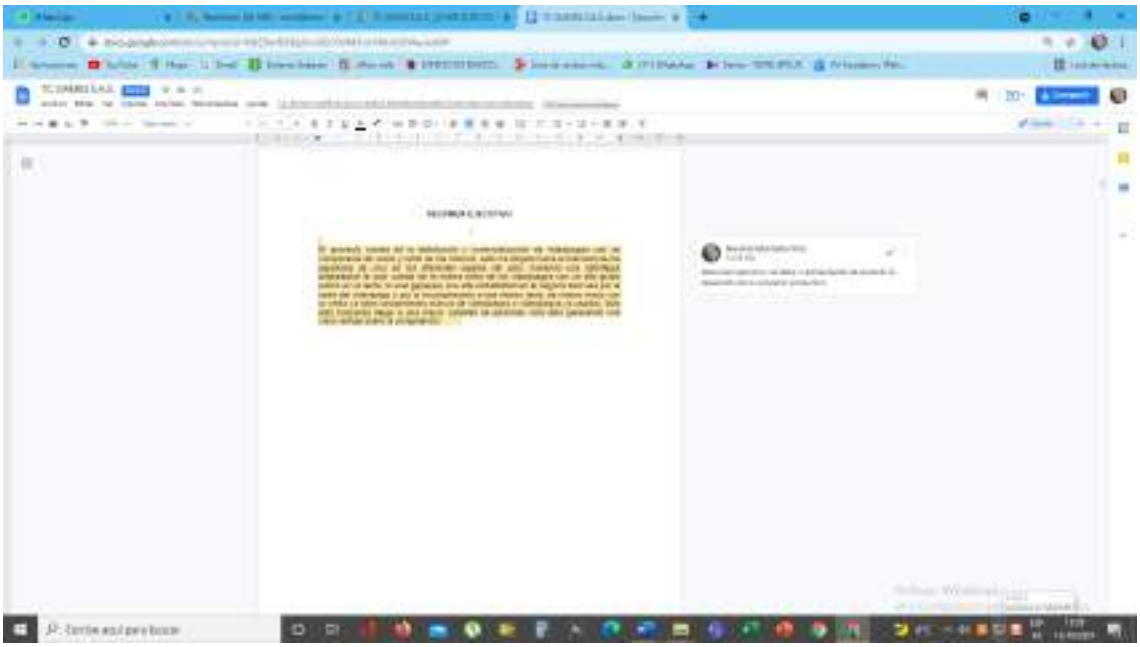


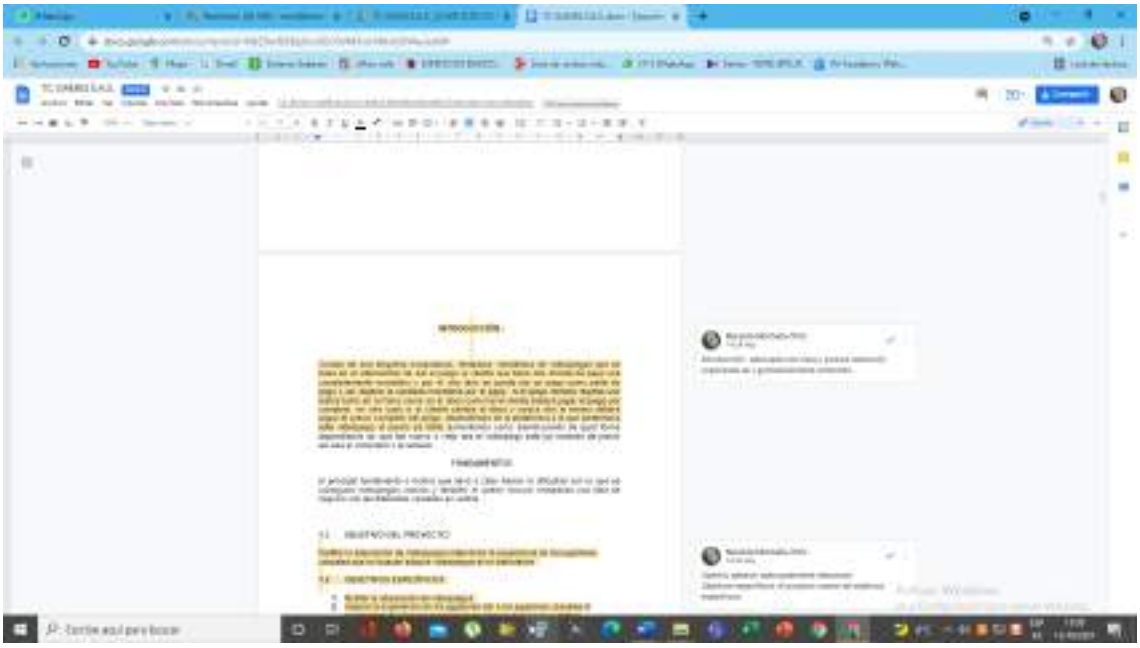
https://docs.google.com/document/d/1NkZ0wN39ip0cxXGrOVM3rsHiNlsh2H4w/edit

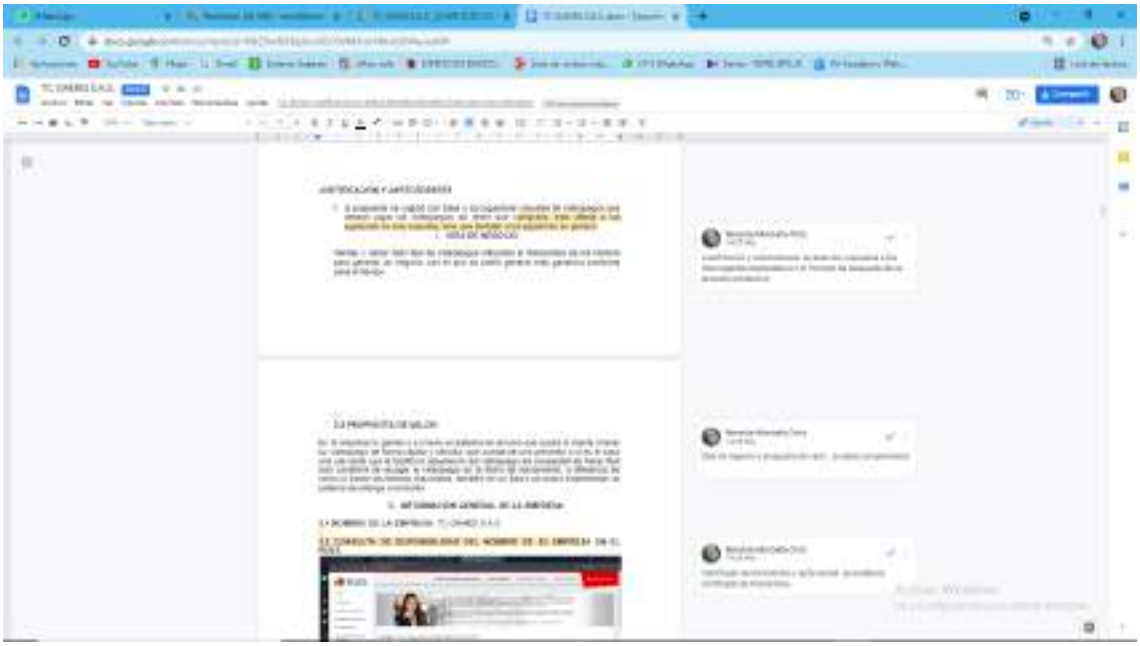
TC GAMES S.A.S.

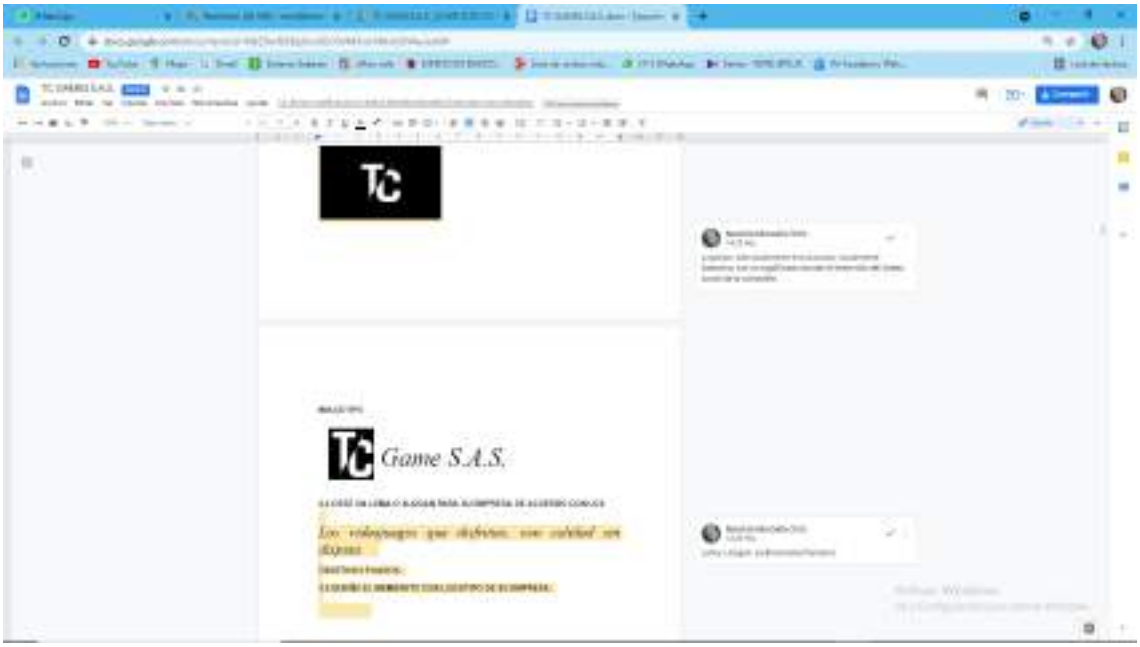


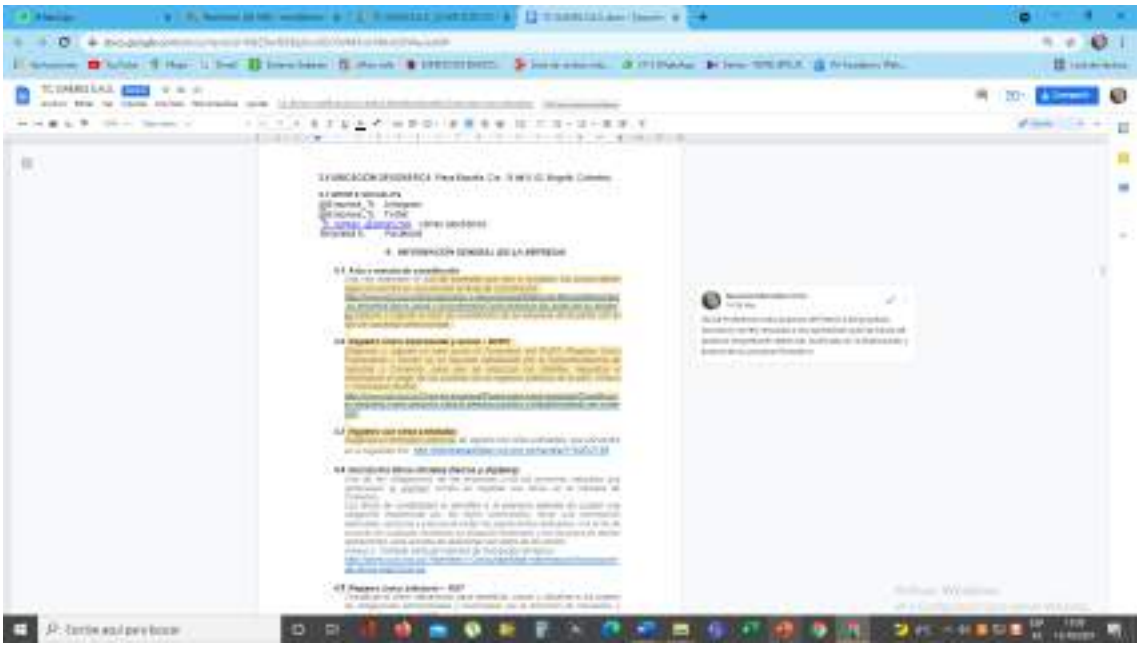


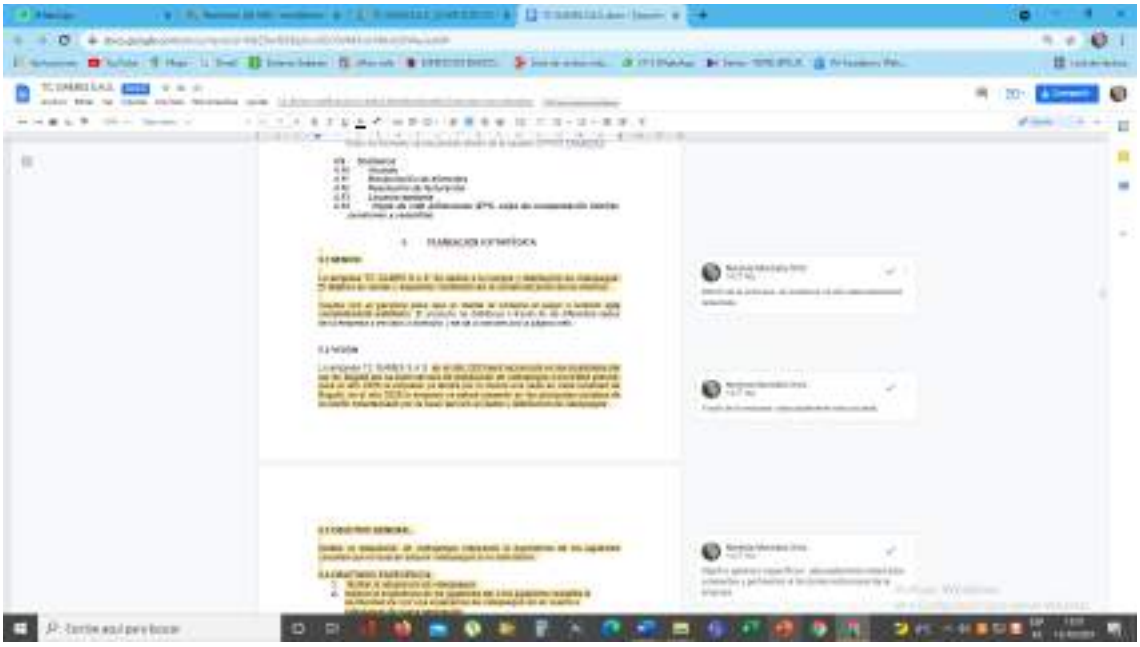


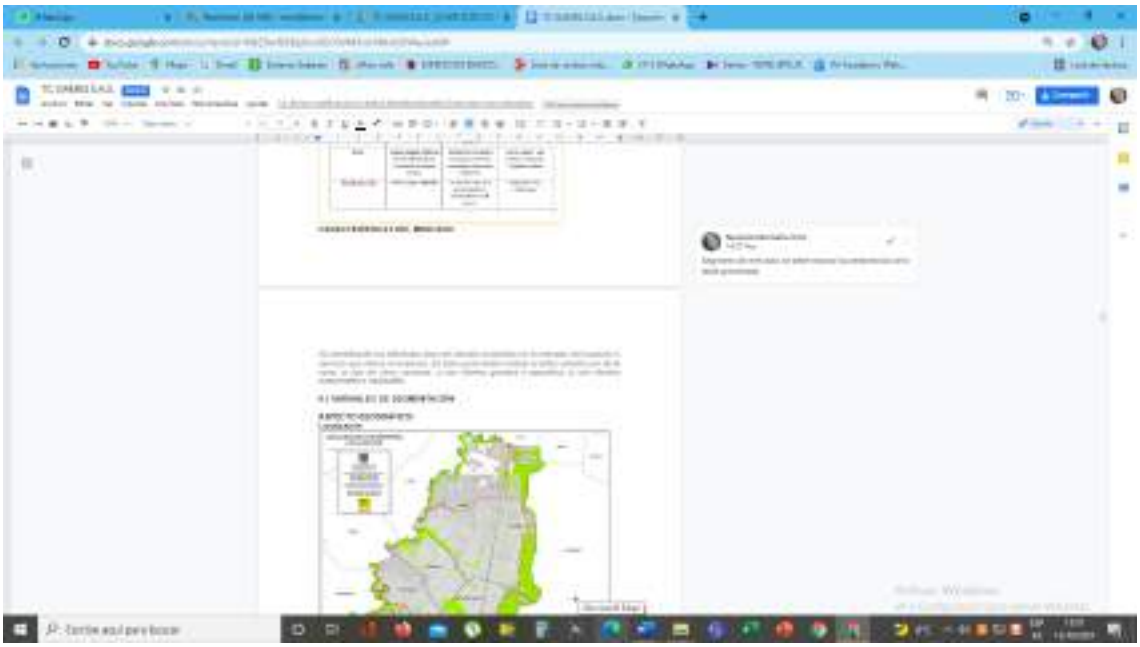


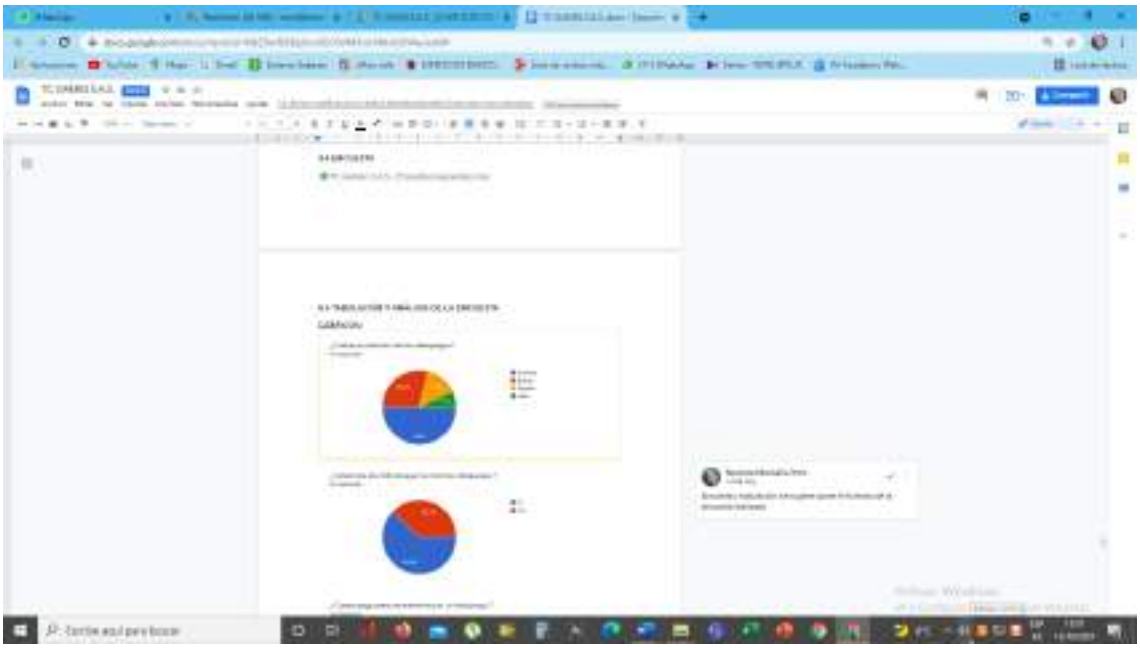


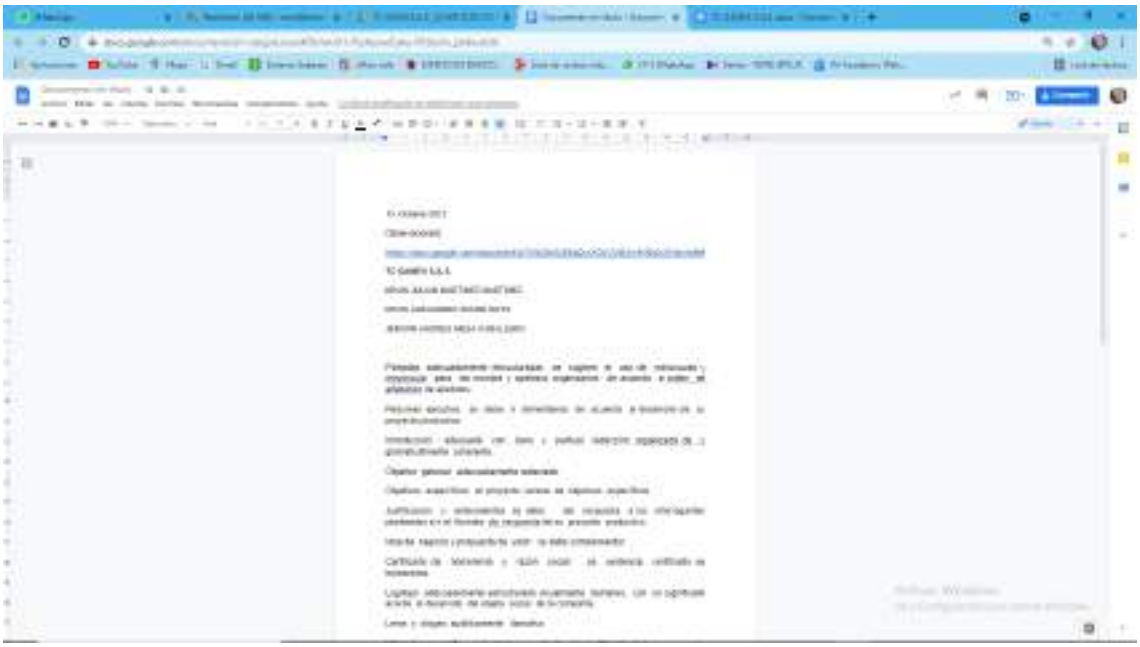


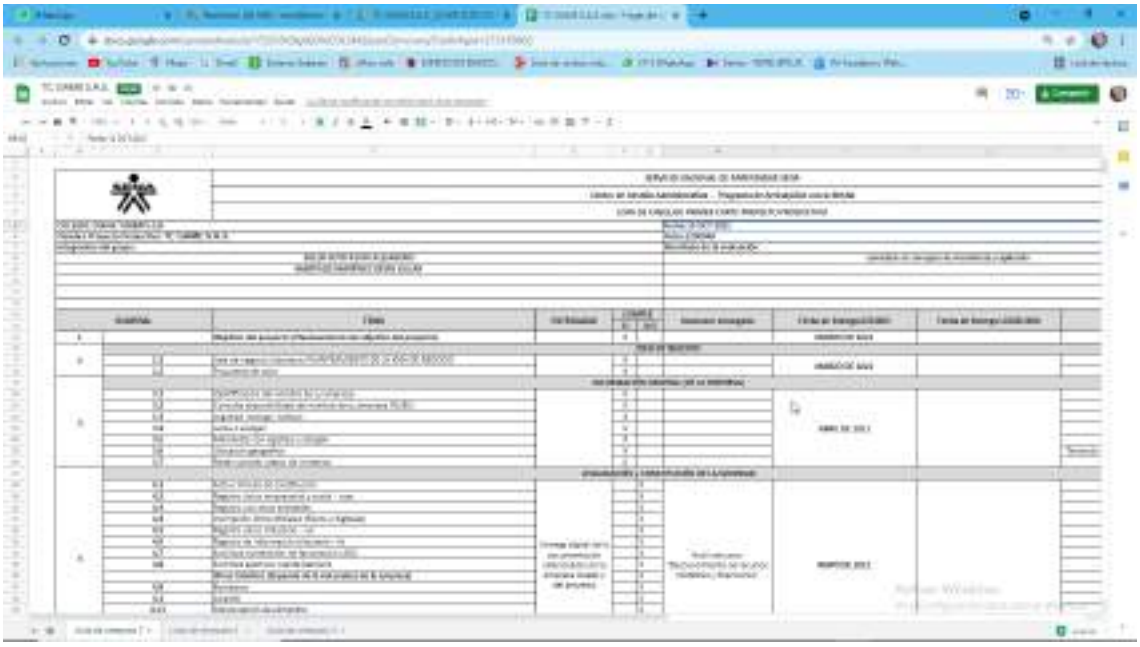


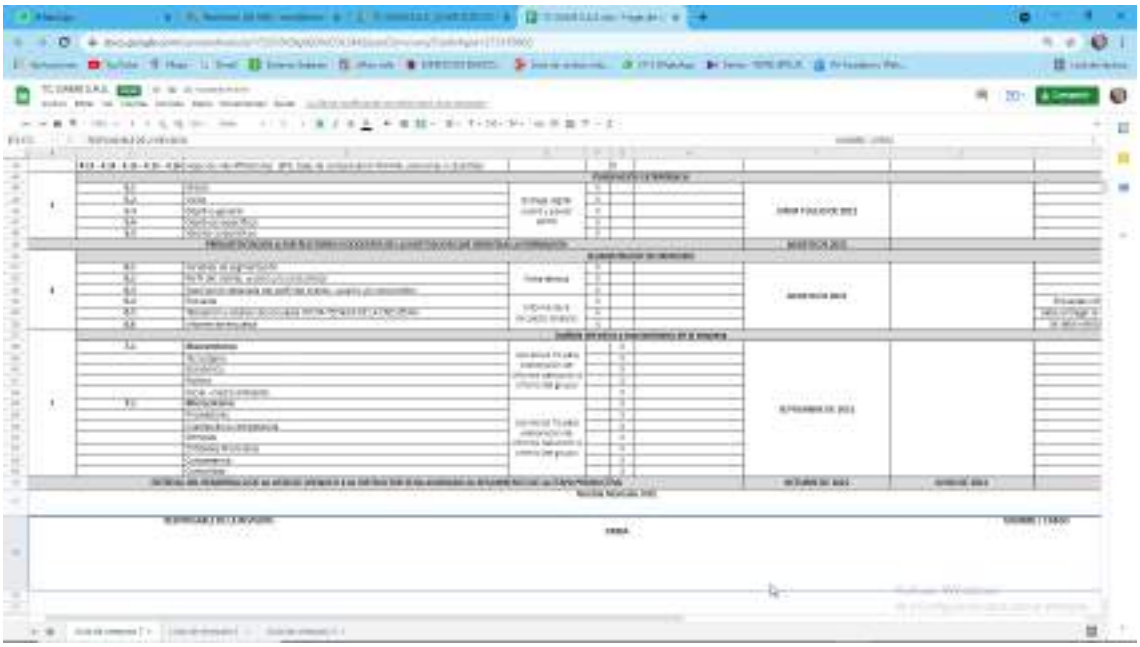




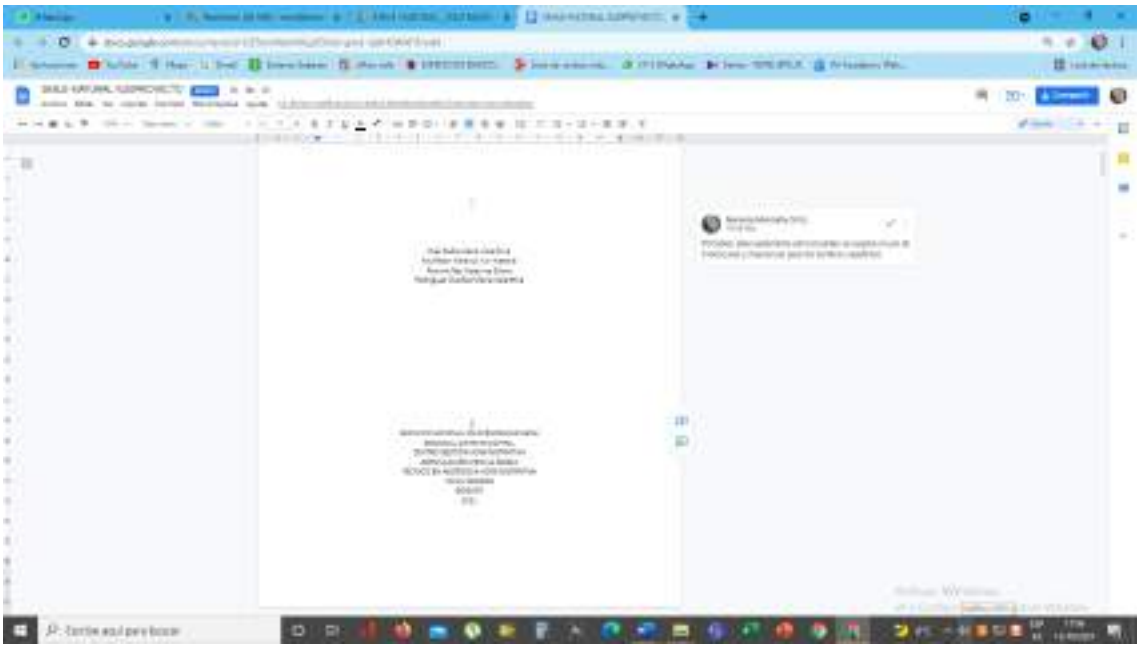


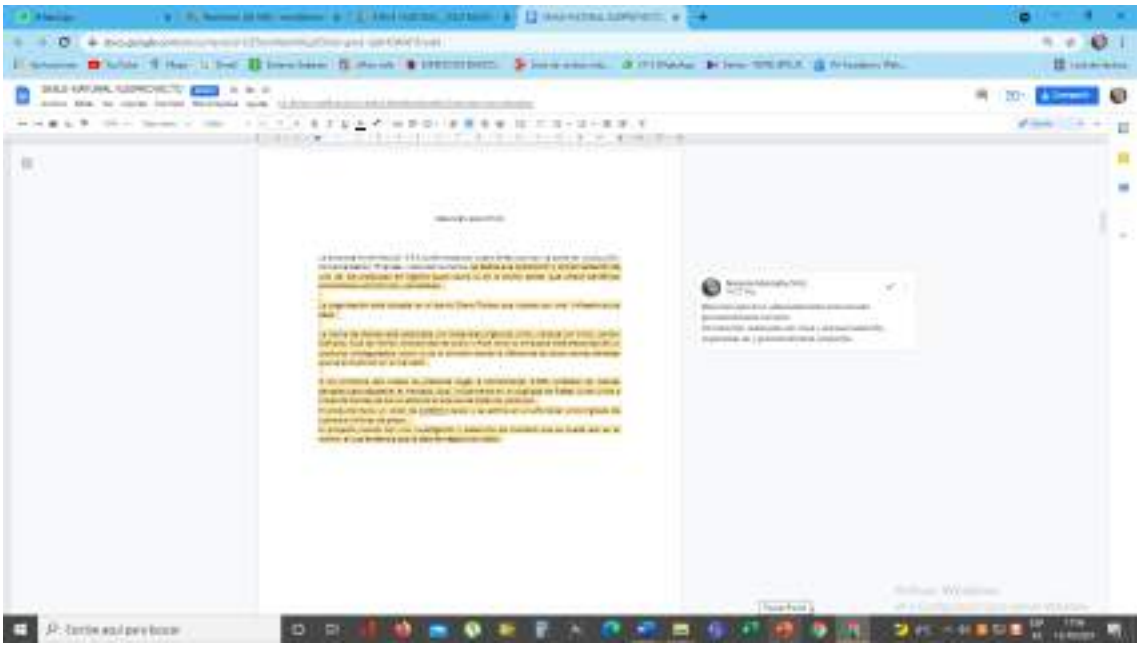


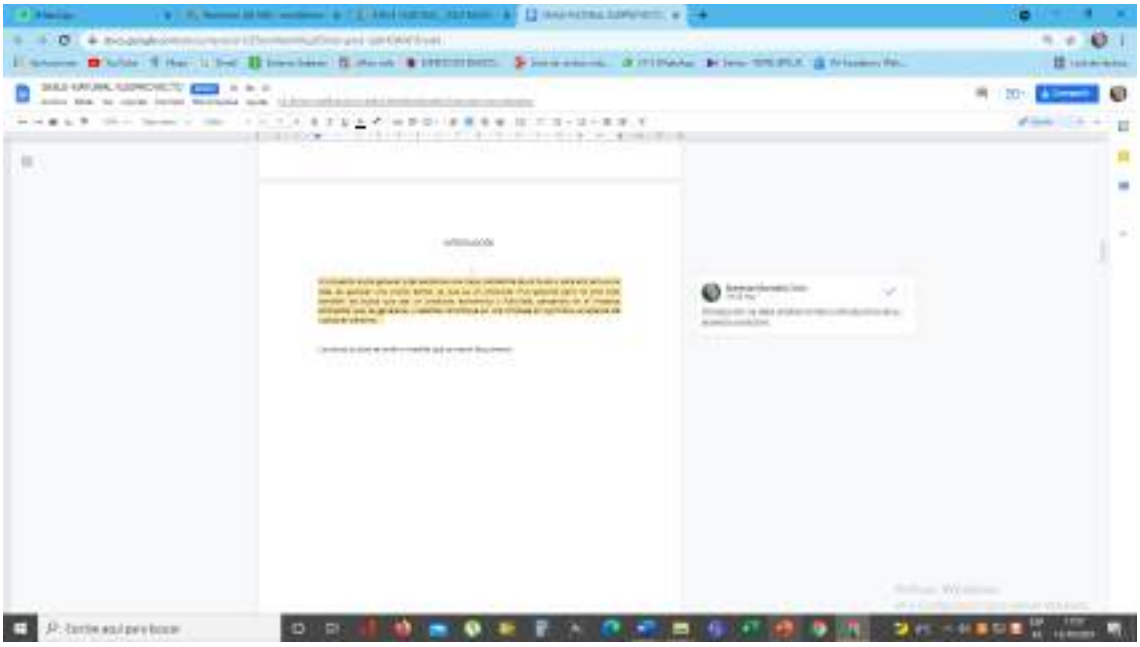


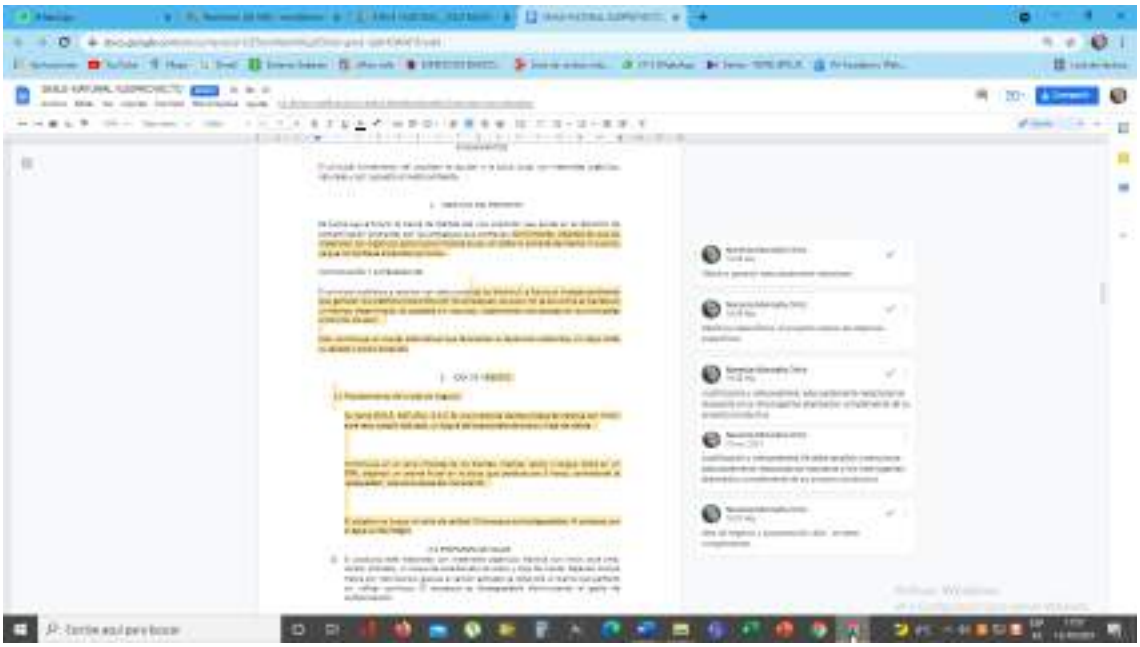


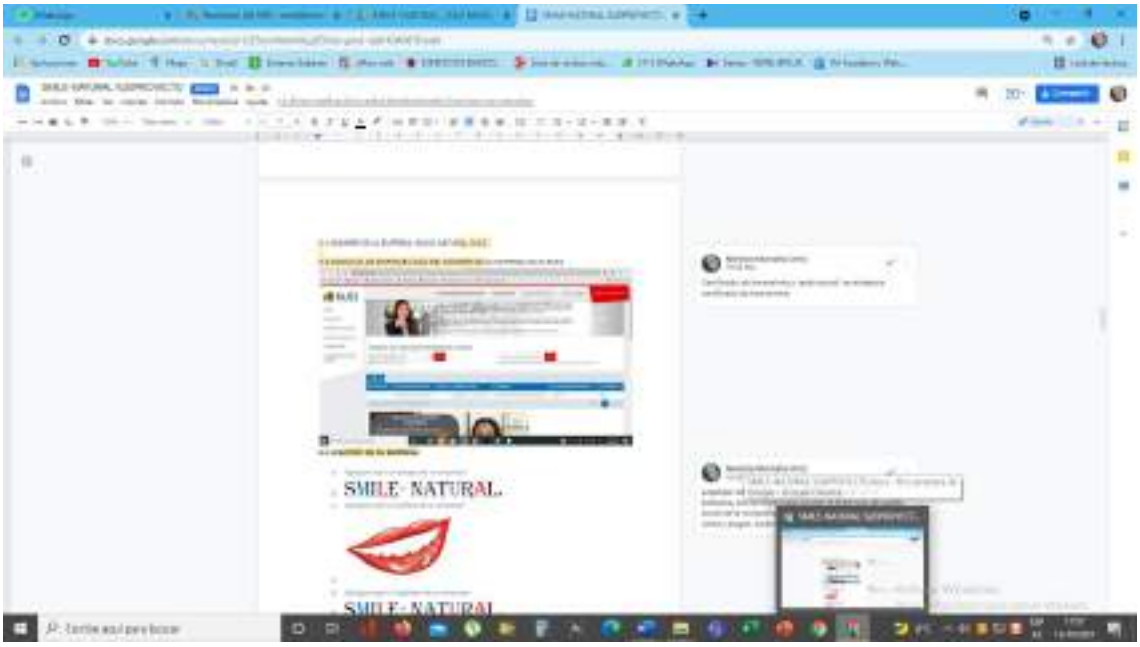
https://docs.google.com/document/d/1JZfmv0IdmNGgfOSvbrgmd-IqItHSWXPE/edit

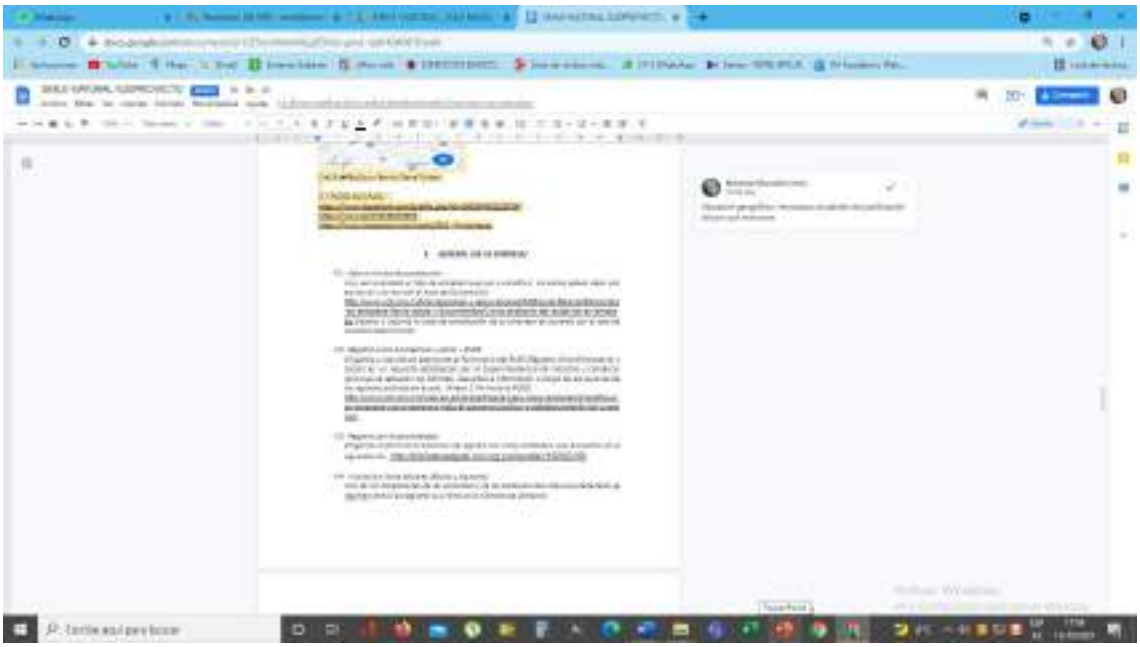


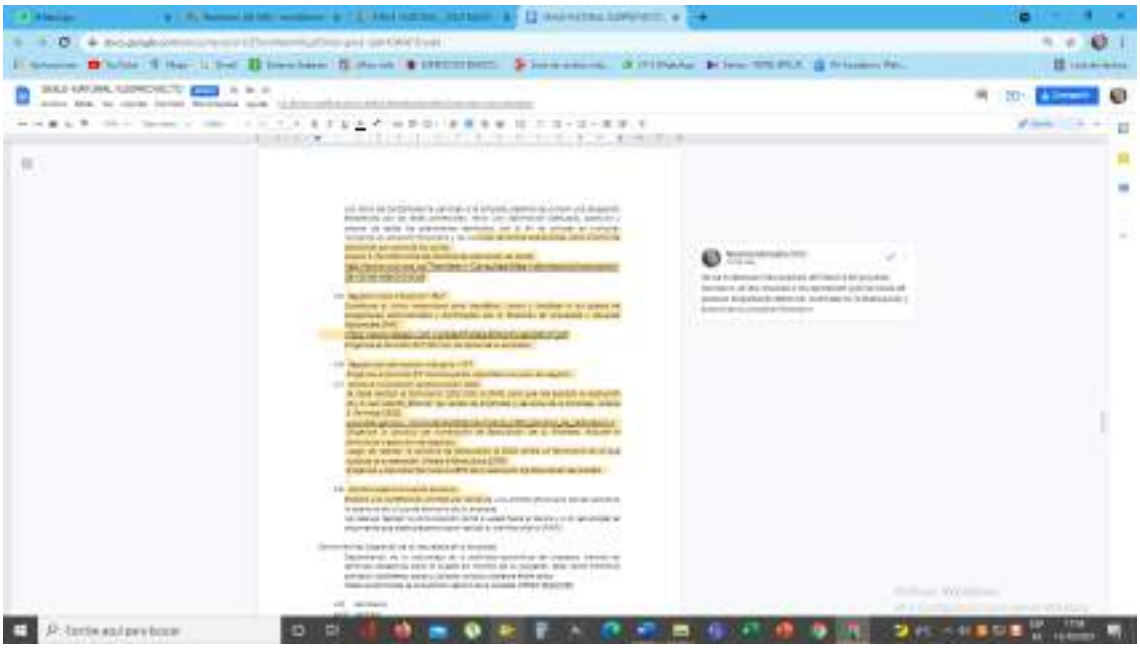


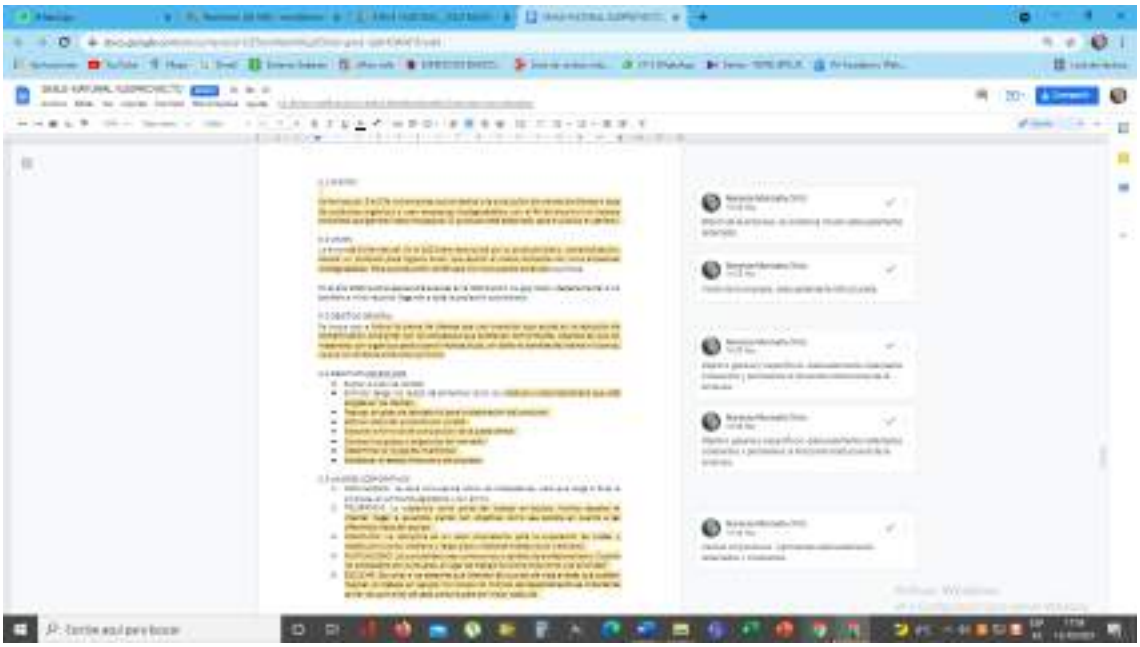


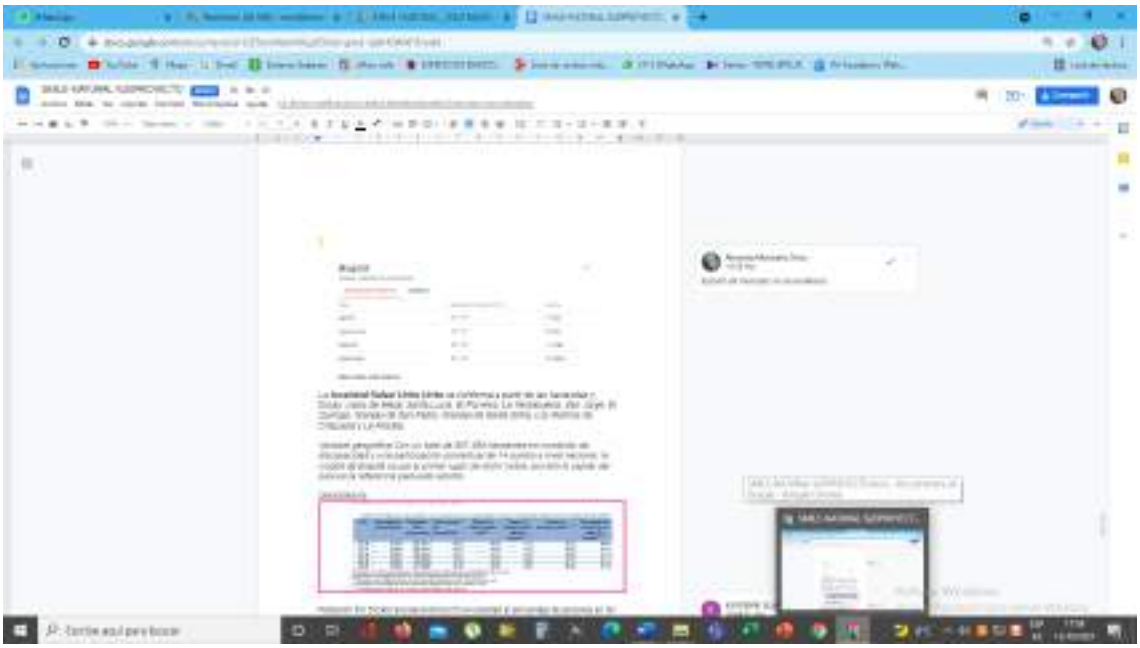


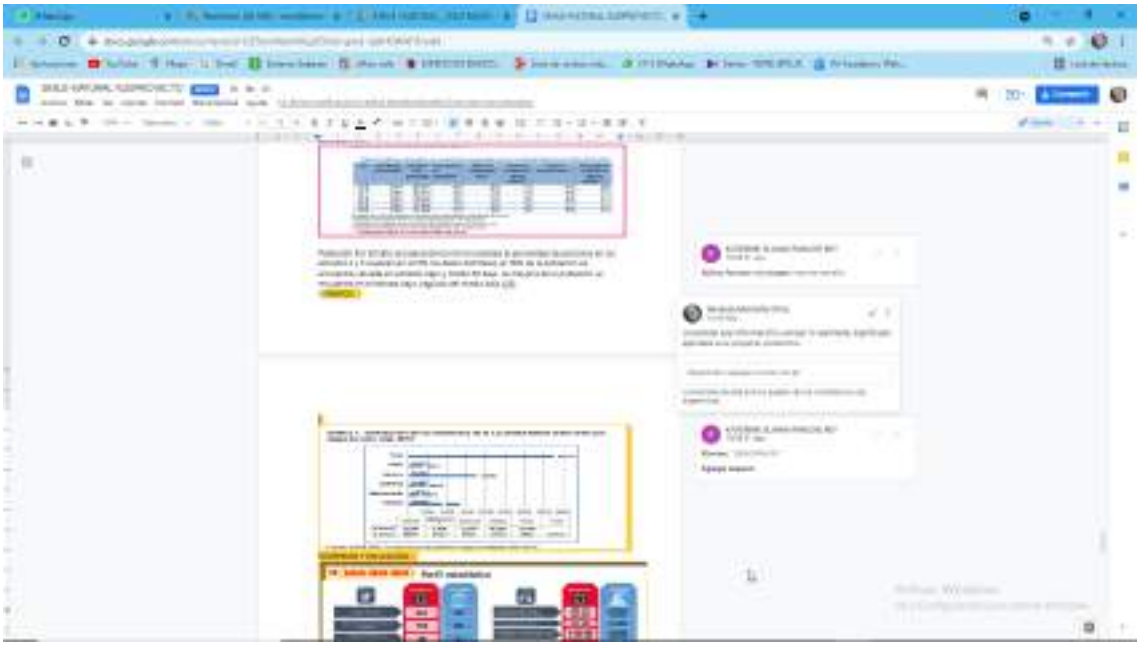

SMILE- NATURAL
SMILE- NATURAL

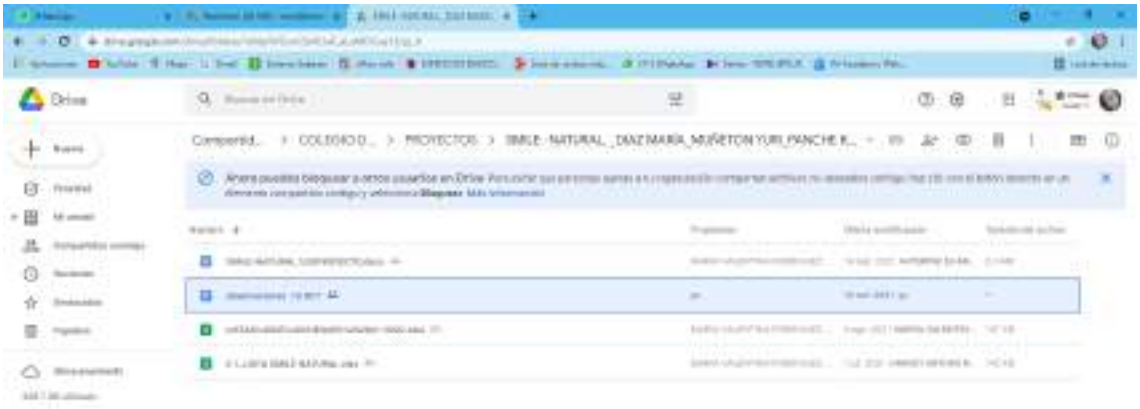








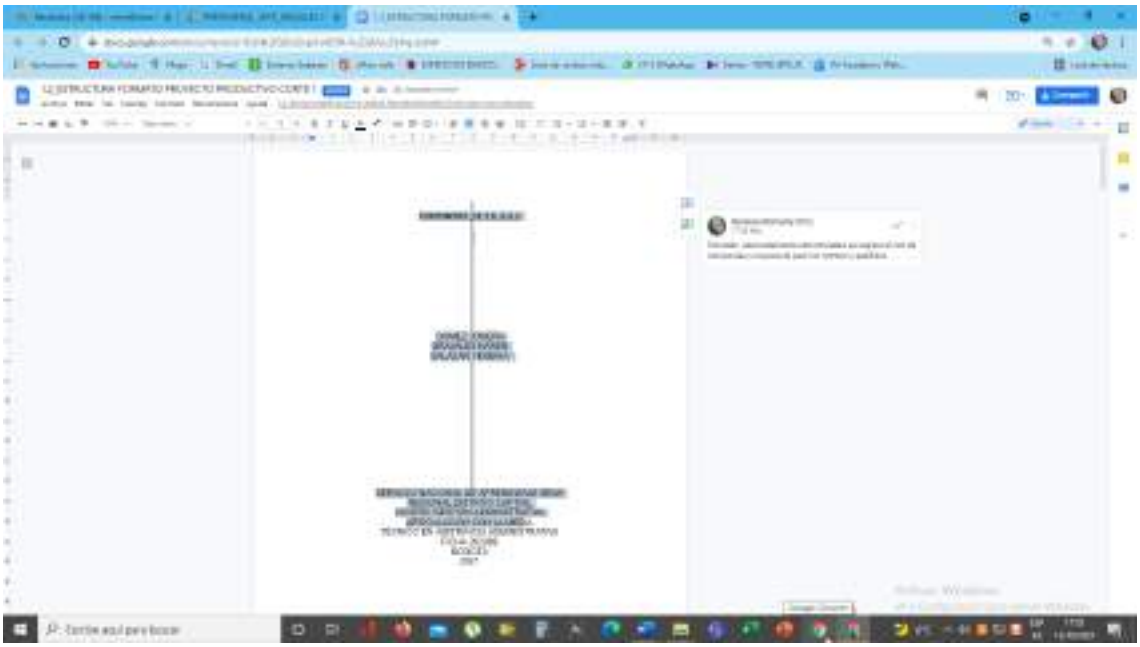


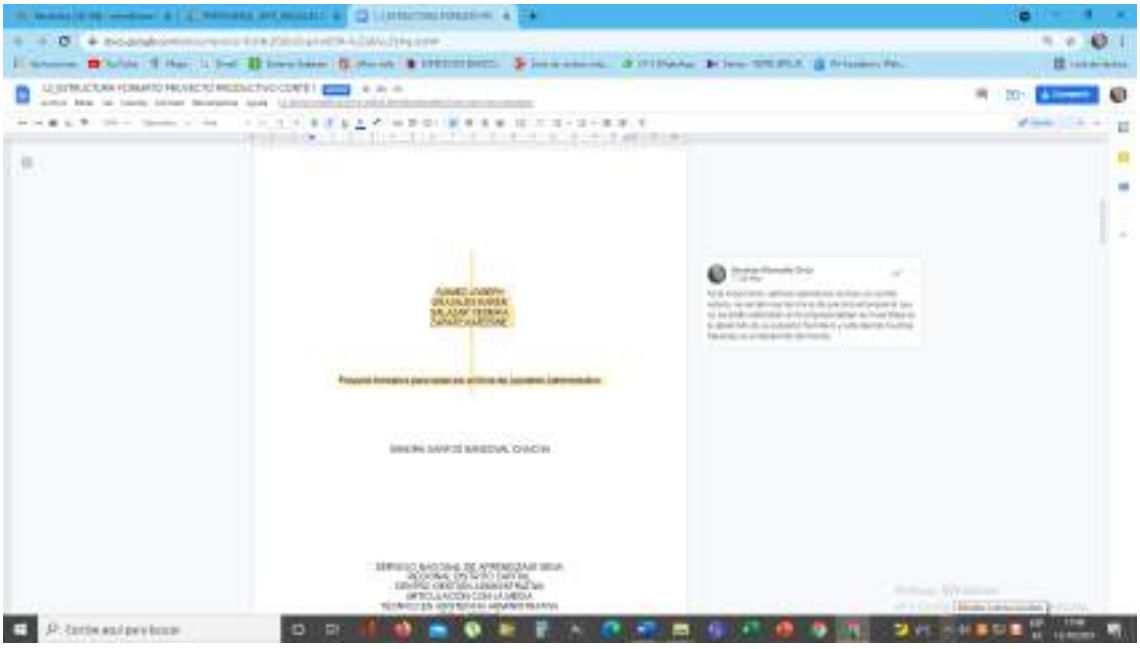


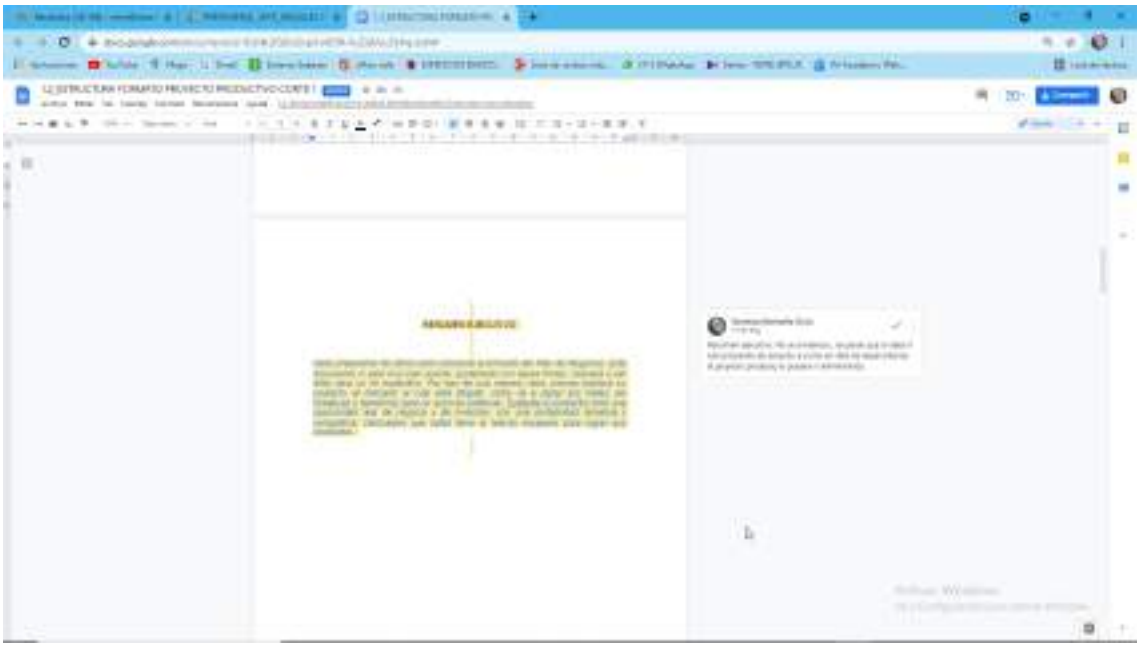


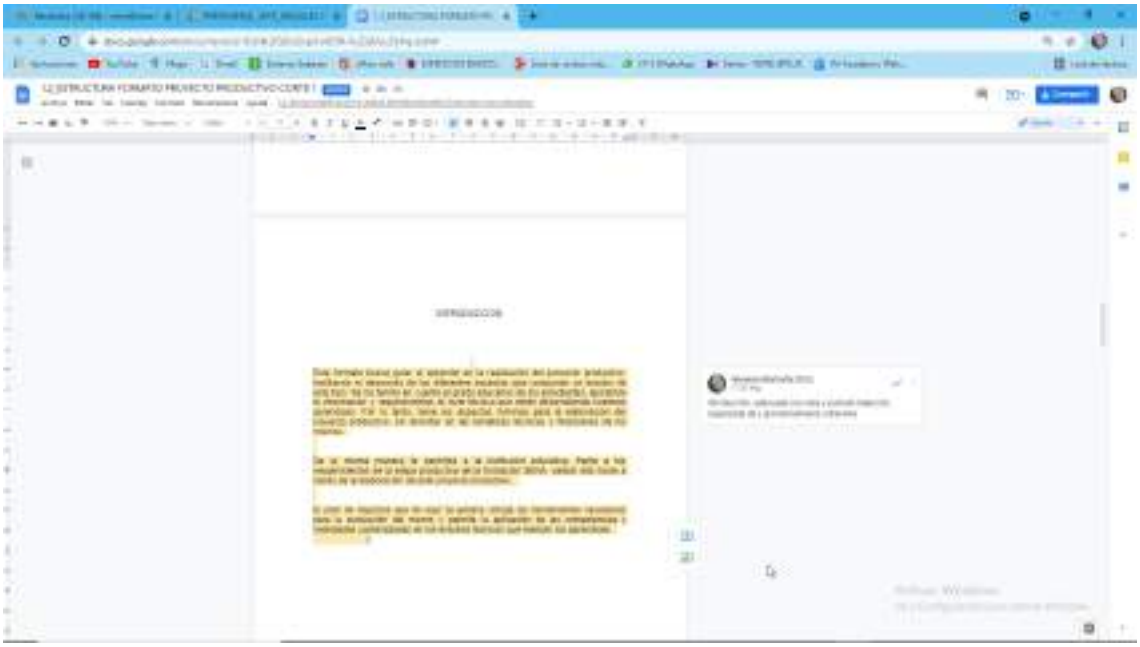


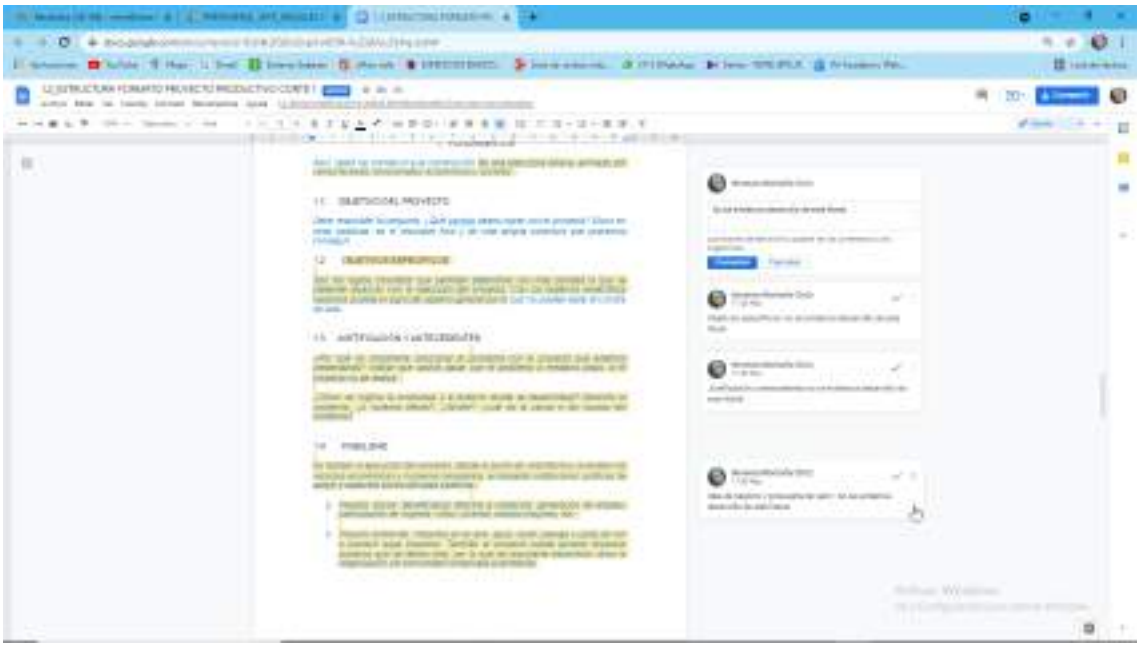
https://docs.google.com/document/d/1EoI4LGQ6st2vpUv4DlR-FuZaBJsuZkHq/edit#

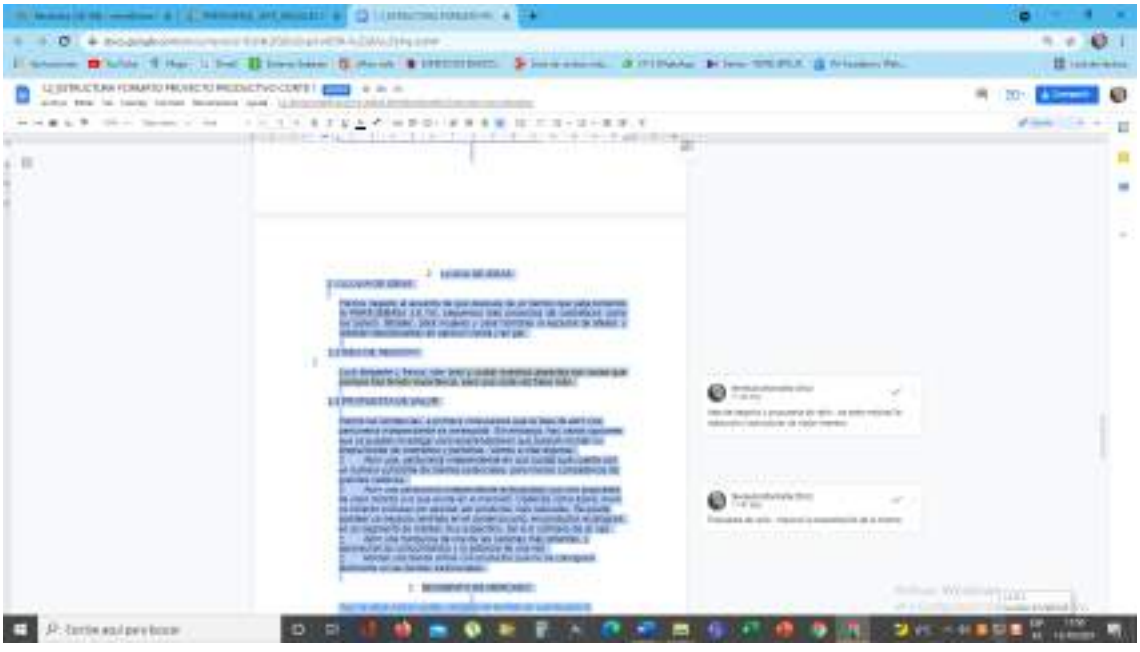


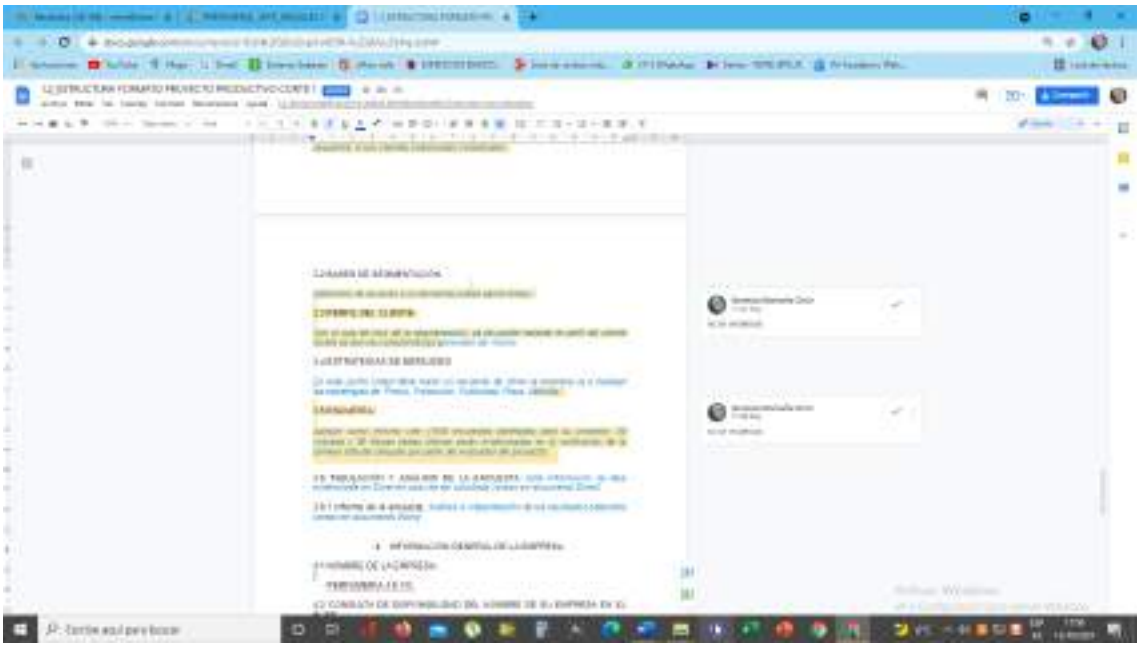


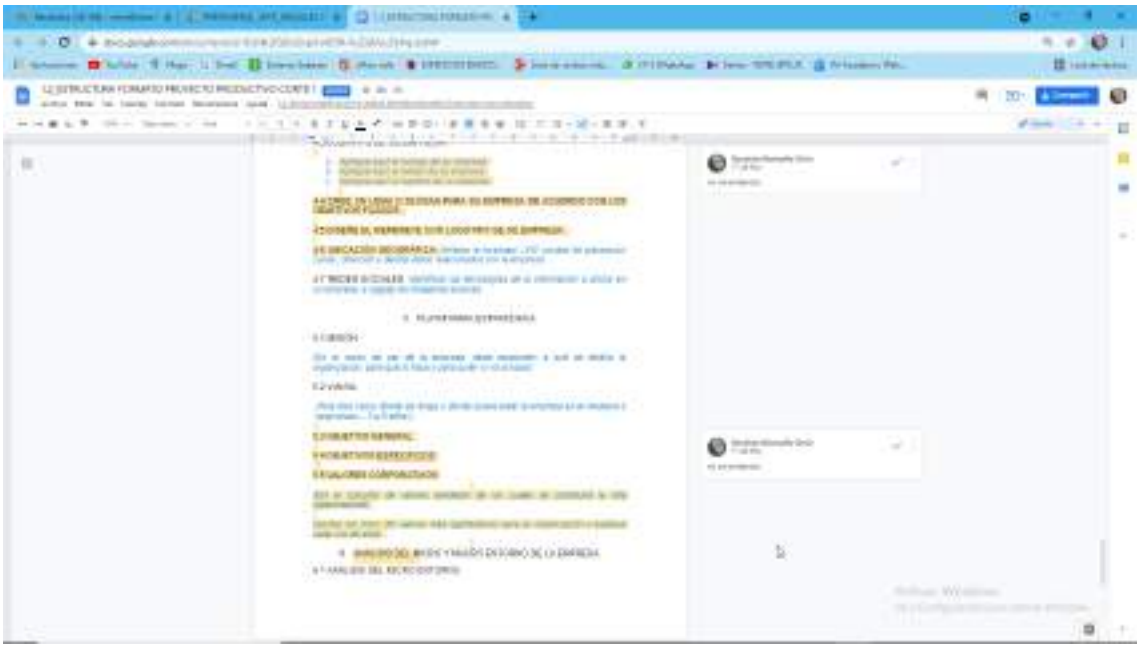


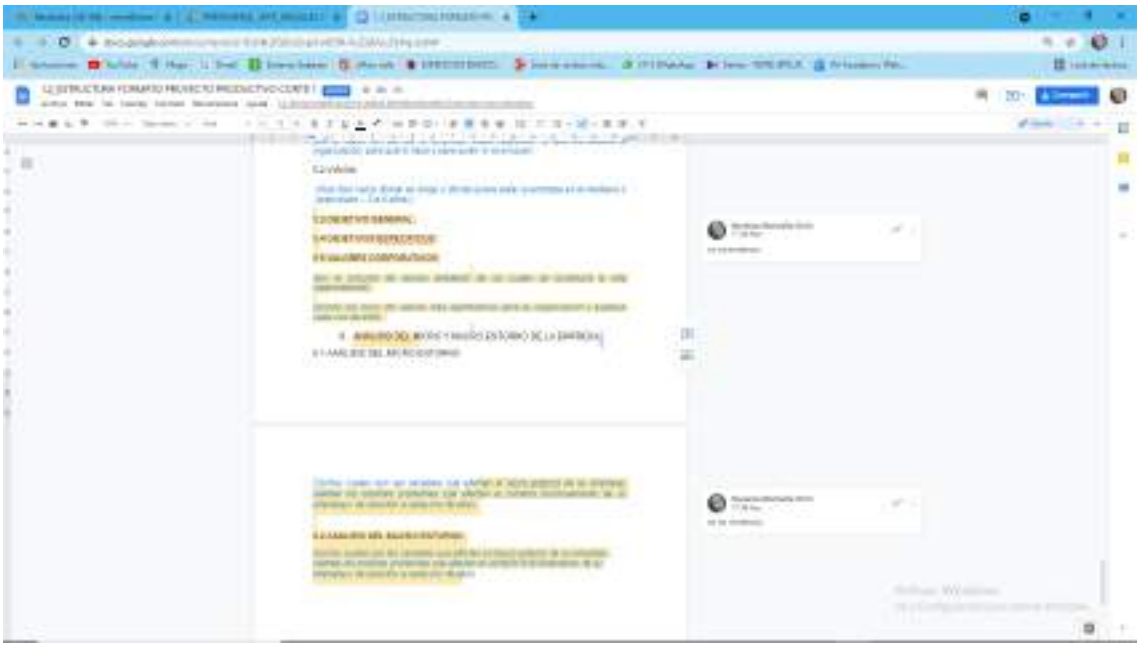


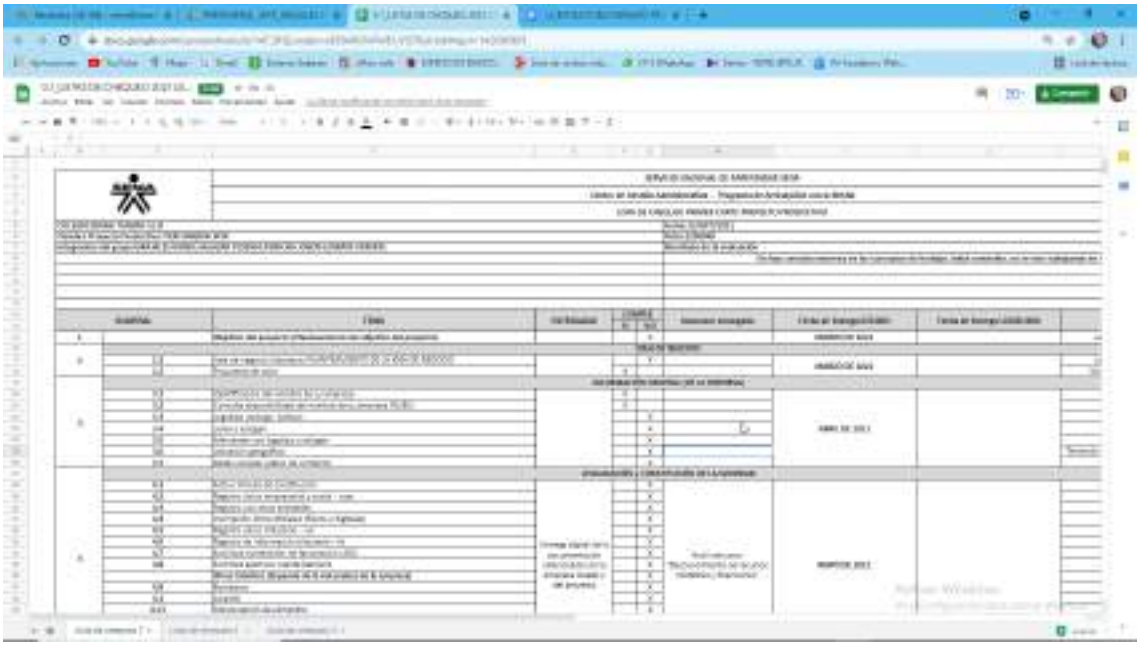


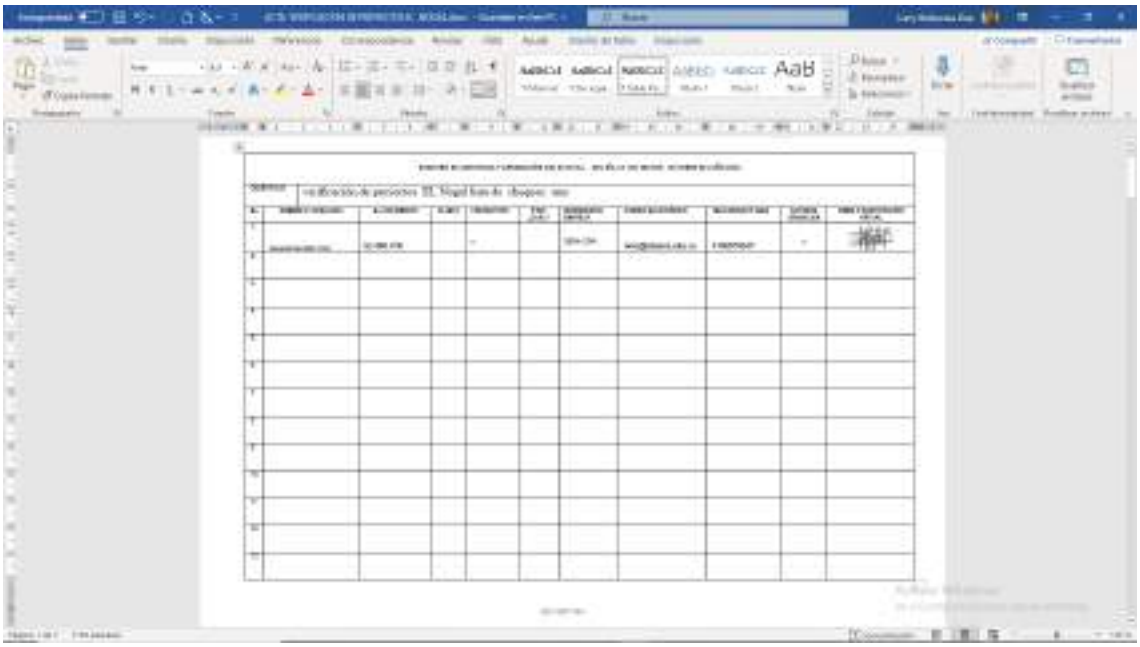














ACTA No.

NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN:

LUGAR Y FECHA:

HORA INICIO:

HORA FIN:

LUGAR Y/O ENLACE:

DIRECCIÓN GENERAL / REGIONAL / CENTRO

AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR:

OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN:

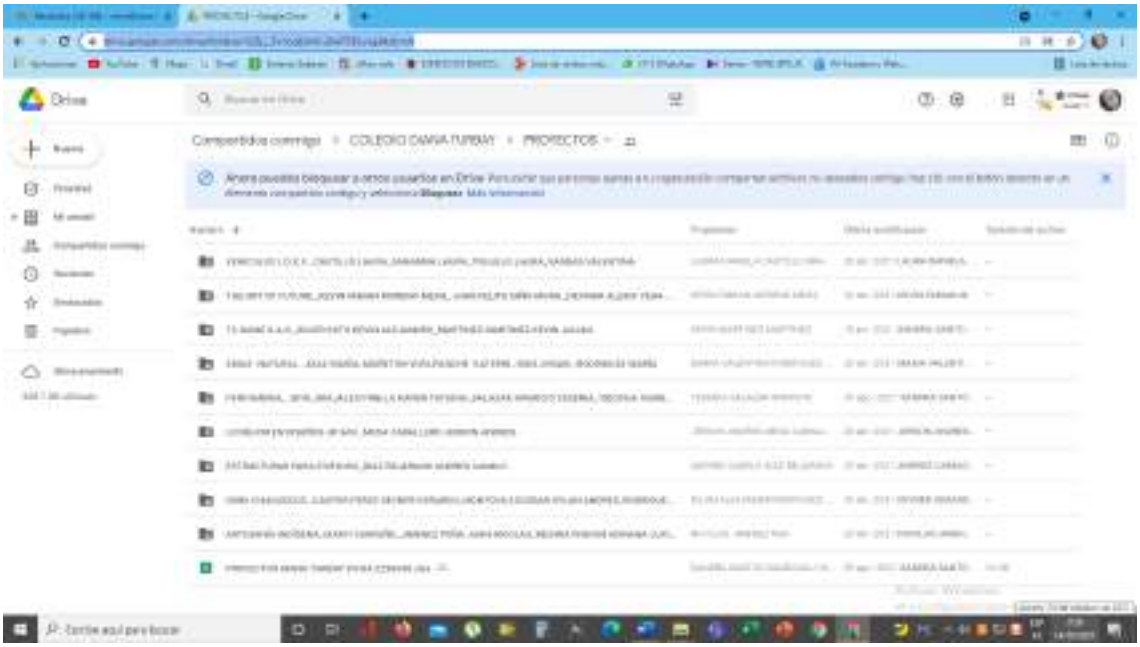
DESARROLLO DE LA REUNIÓN

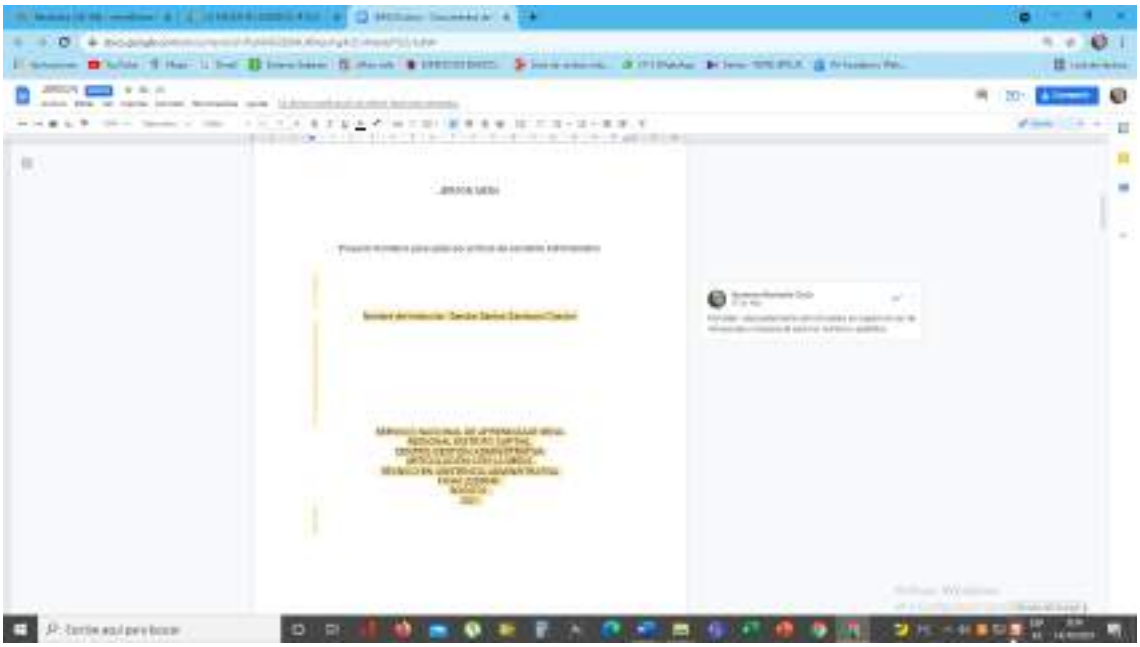
EVIDENCIAS 14 OCTUBRE

COLEGIO DIANA TURBAY

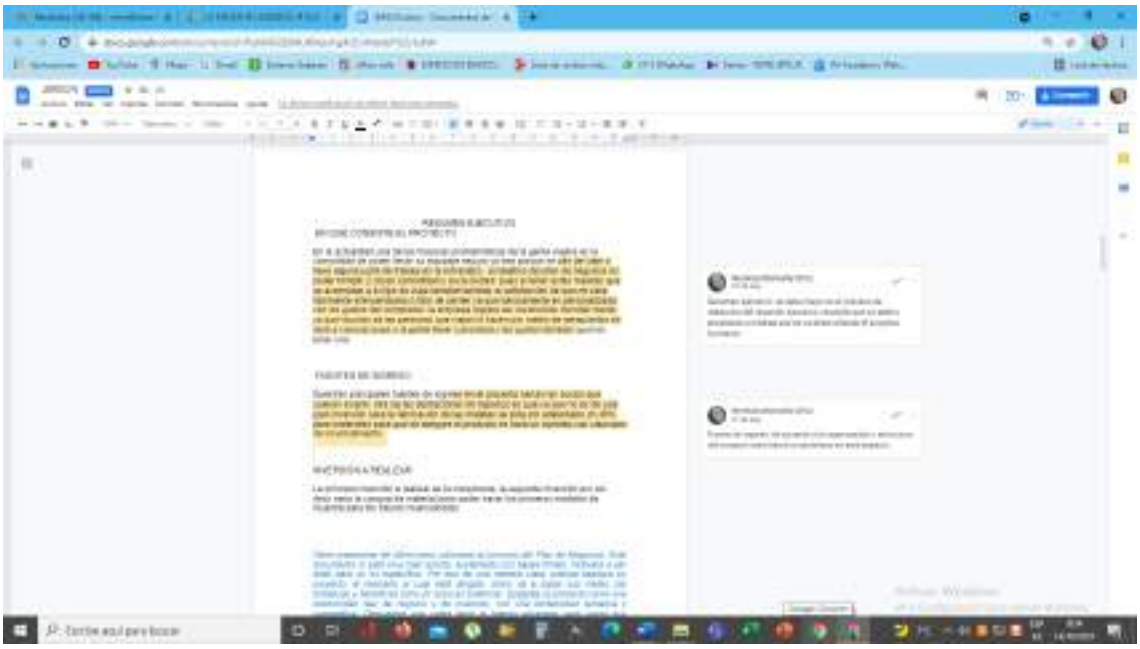
https://drive.google.com/drive/folders/1G3j__5v1oqFsm0-j9wF53iLcvg64zbmA

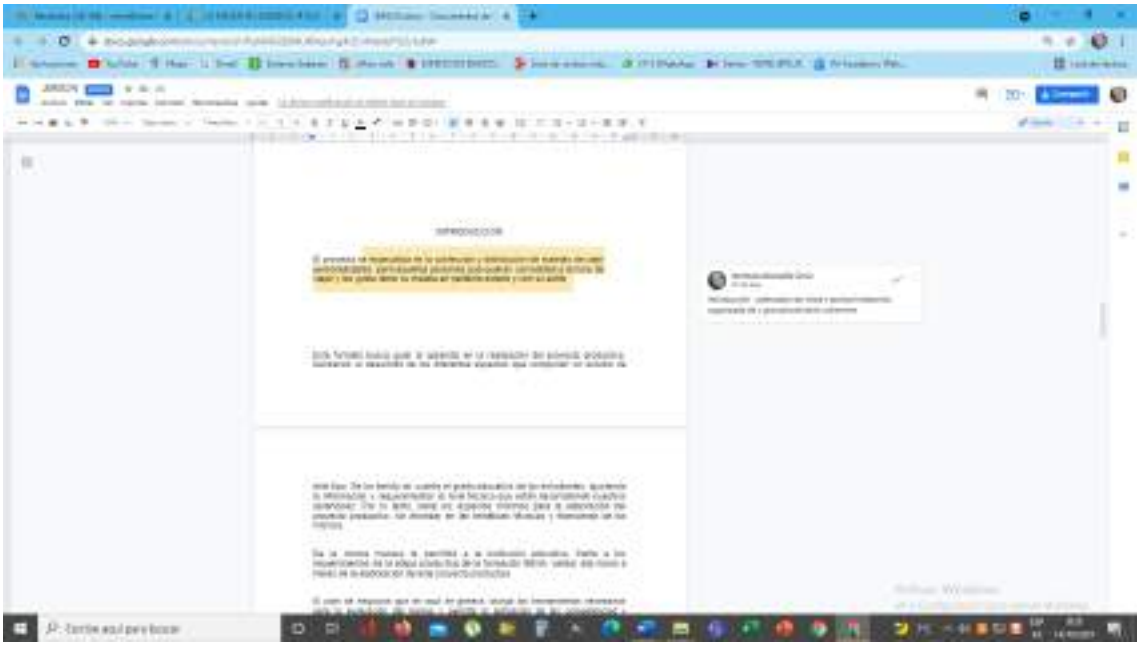
https://drive.google.com/drive/folders/1N9xsnYeuSiITAWhLHQSSpsiqi0jZVor4

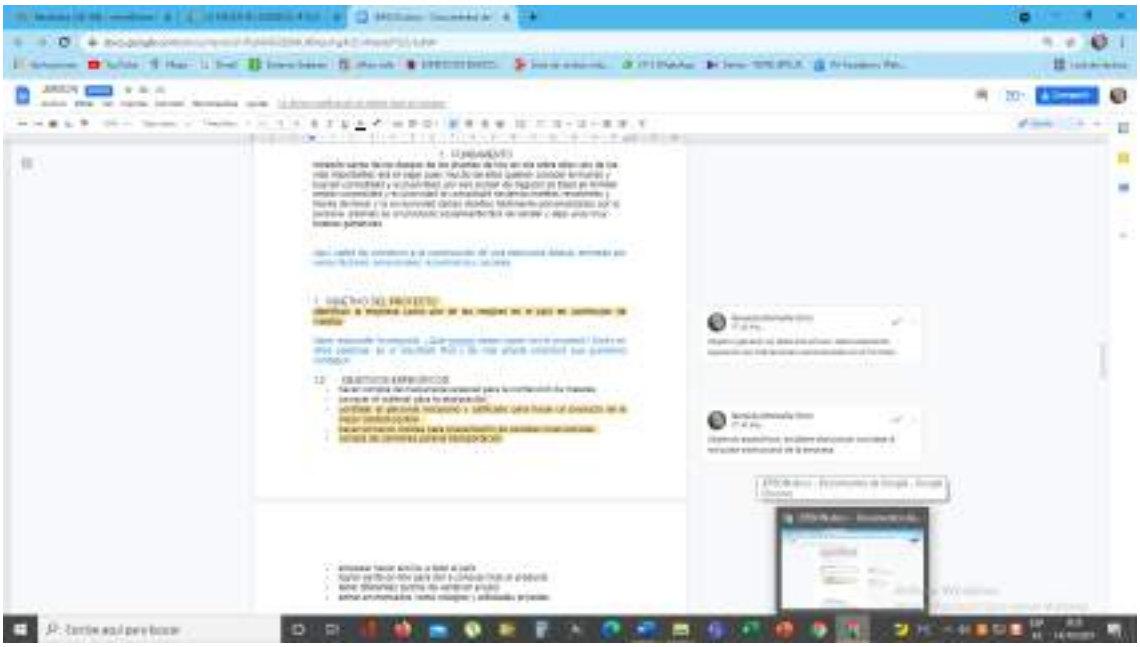


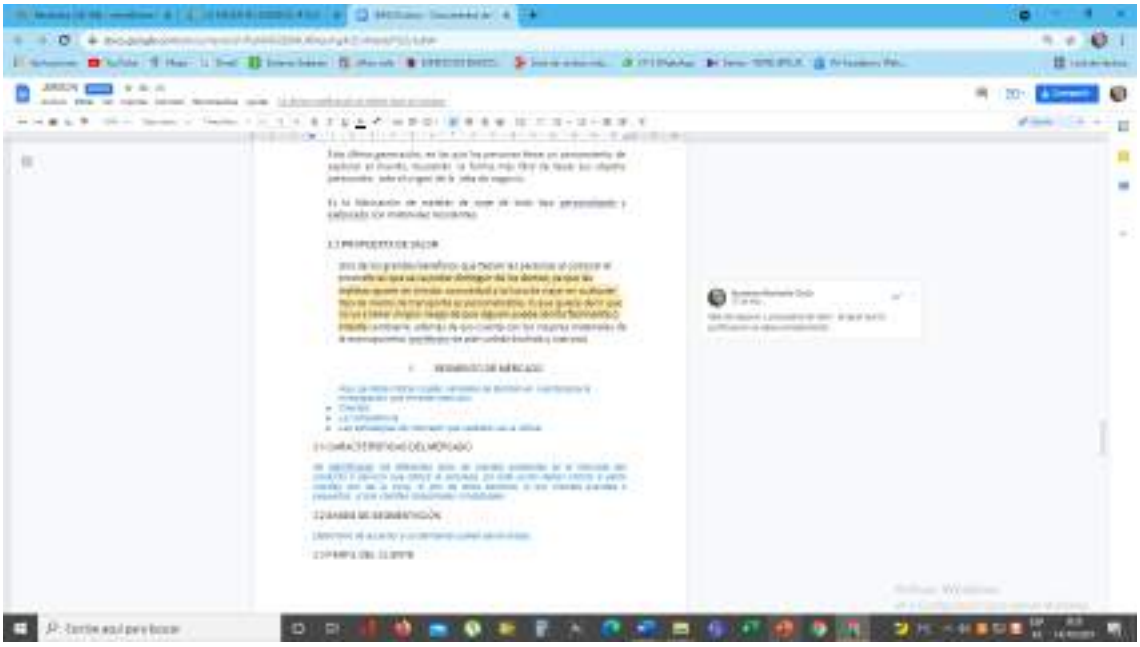


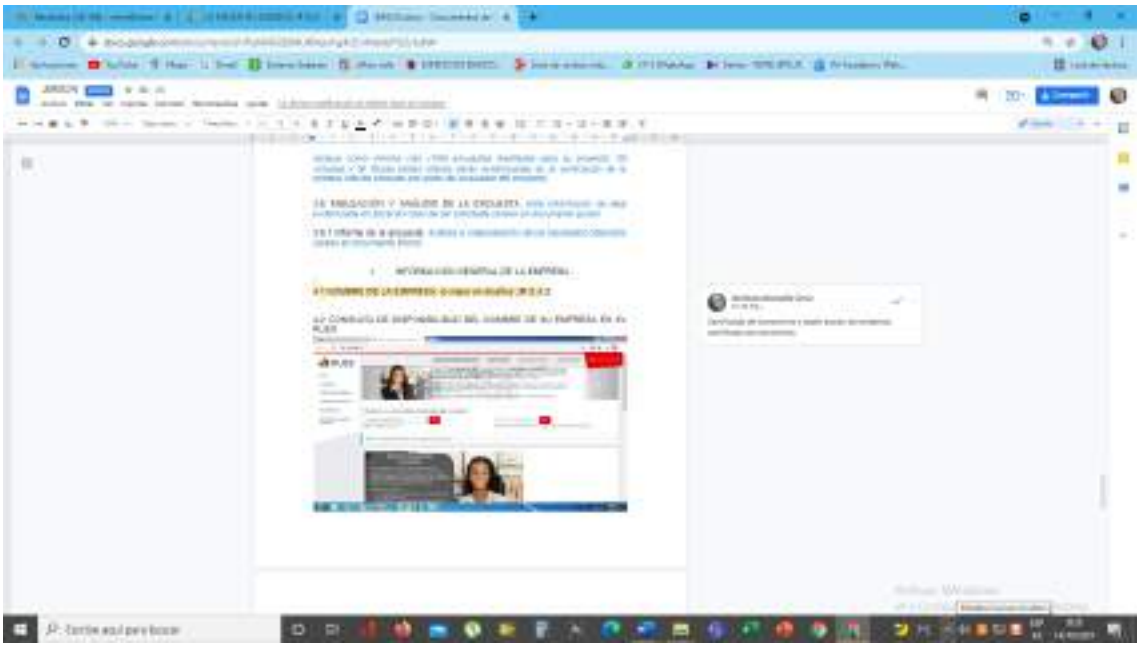
Nota el trabajo carece de avances significativos

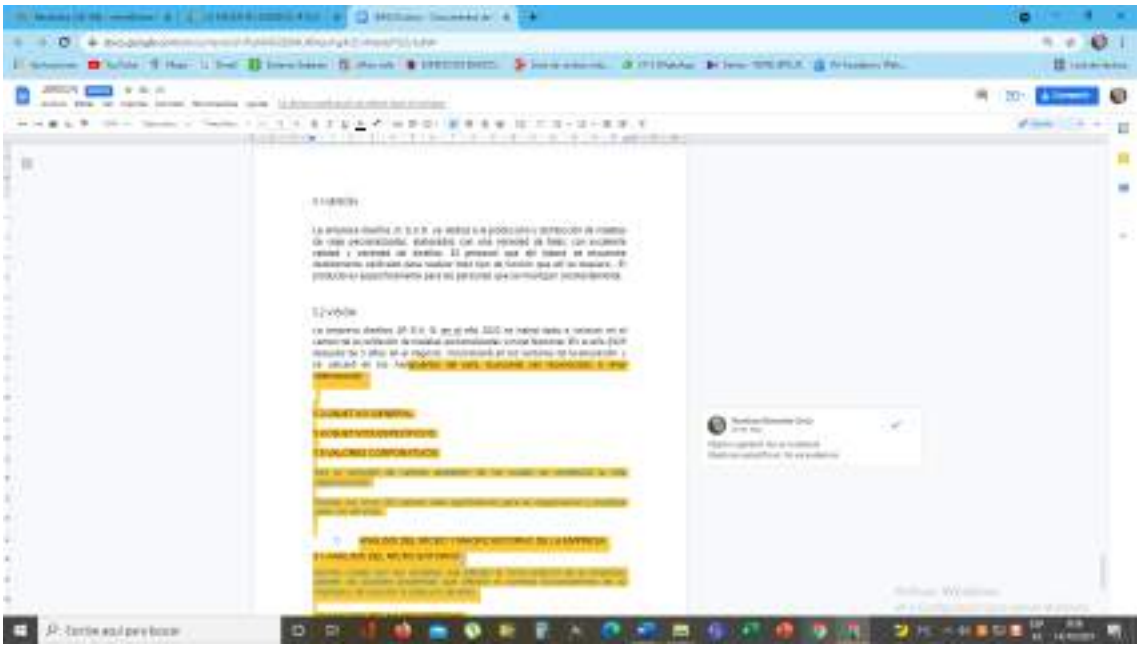


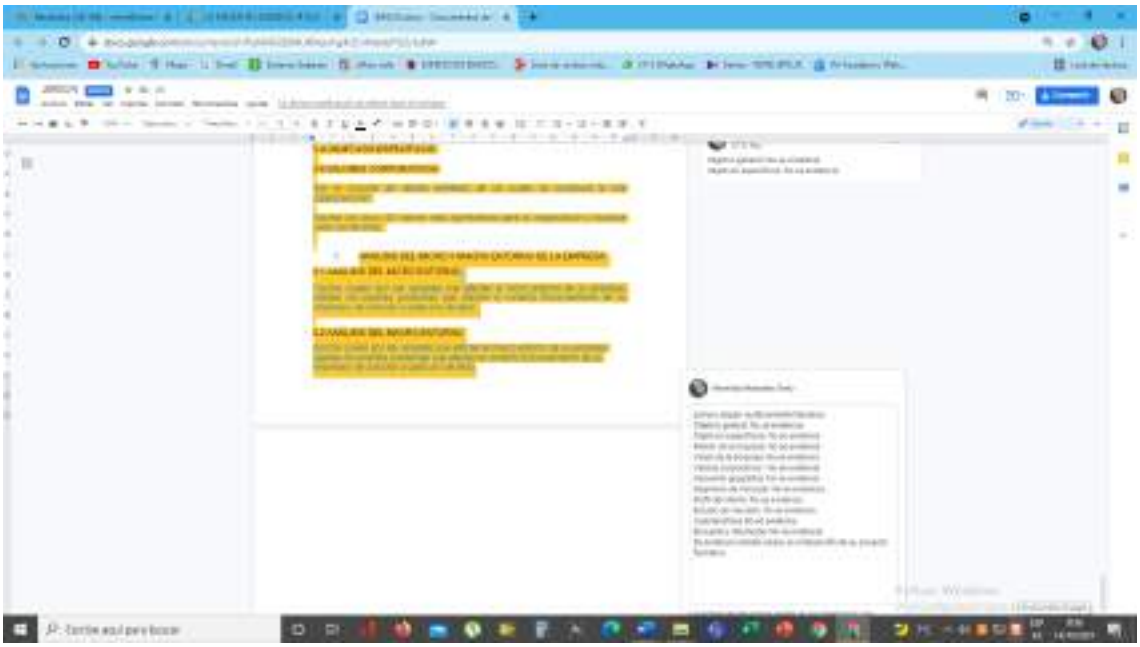


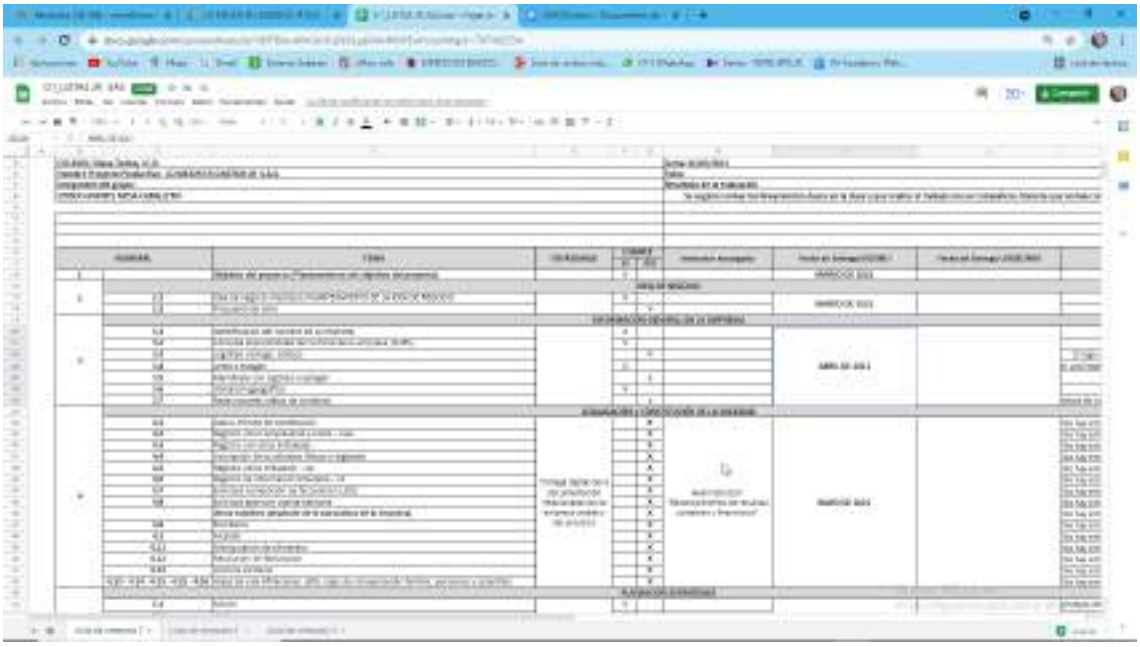








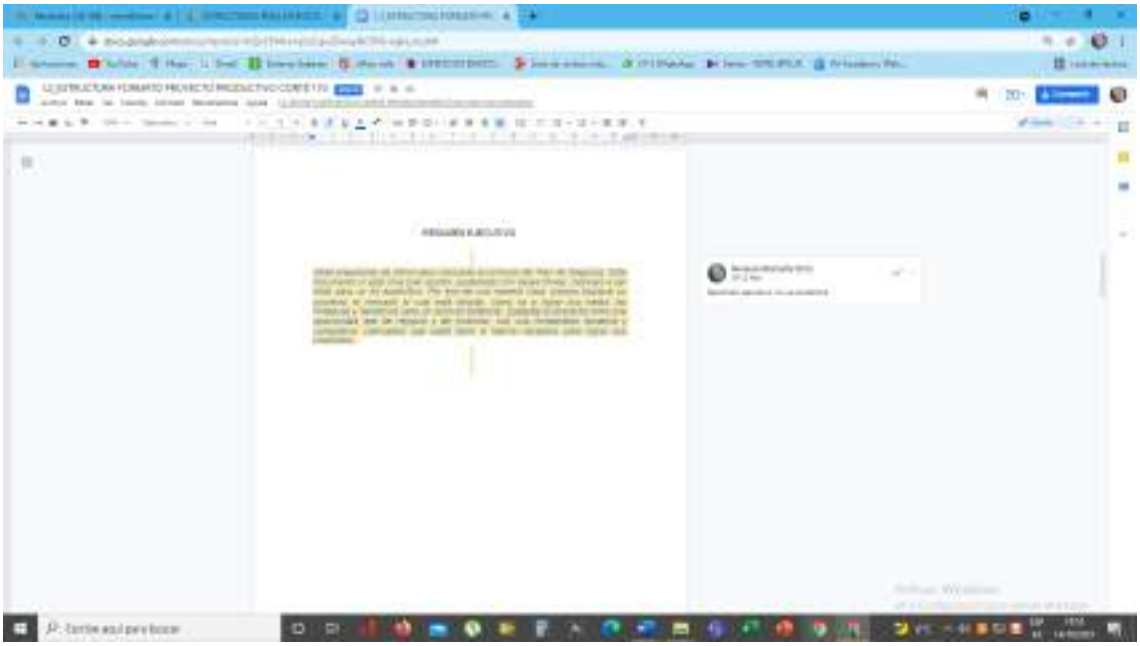


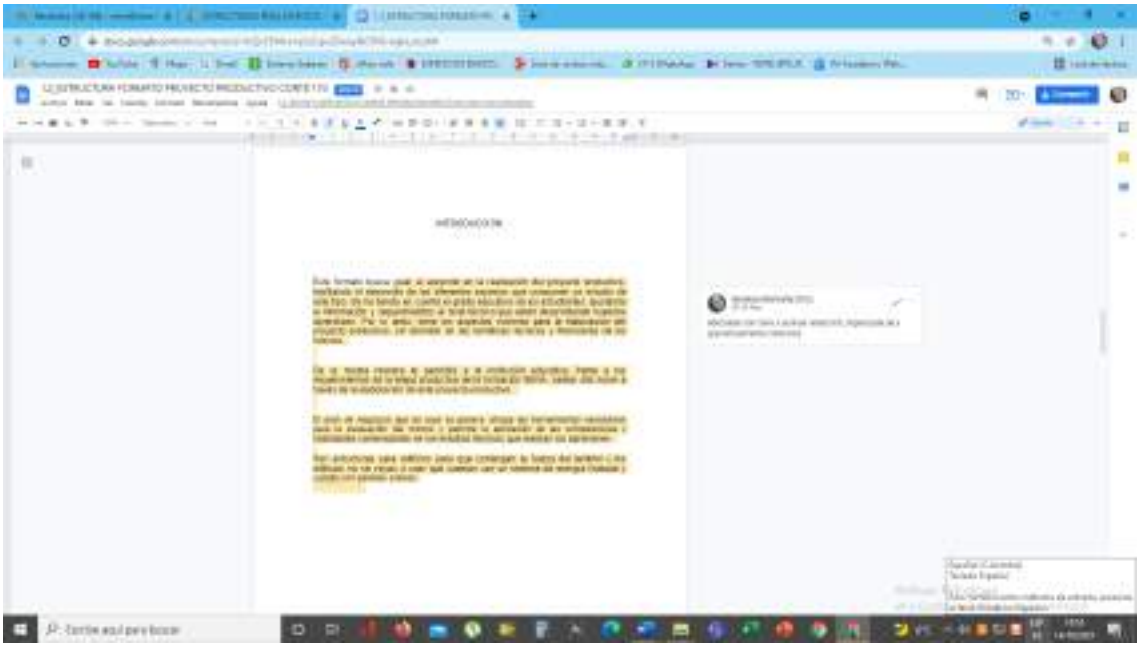


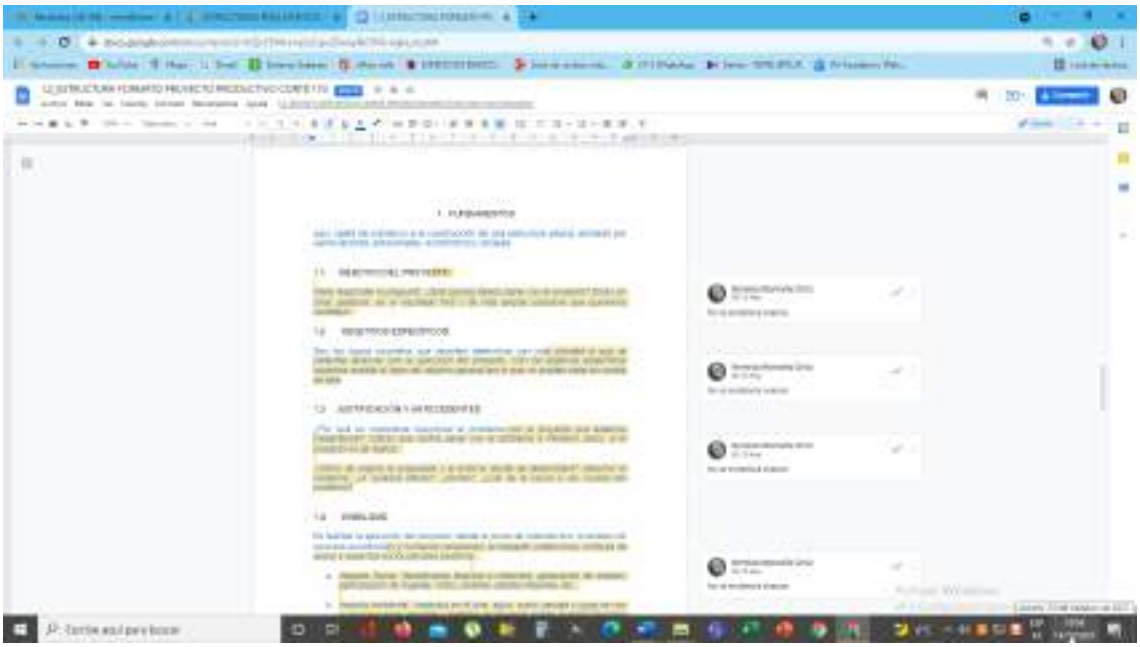
https://docs.google.com/document/d/1lrZpCPI4vs1aSzCqwZlwoyN0TR6-kdpL/edit?rtpof=true

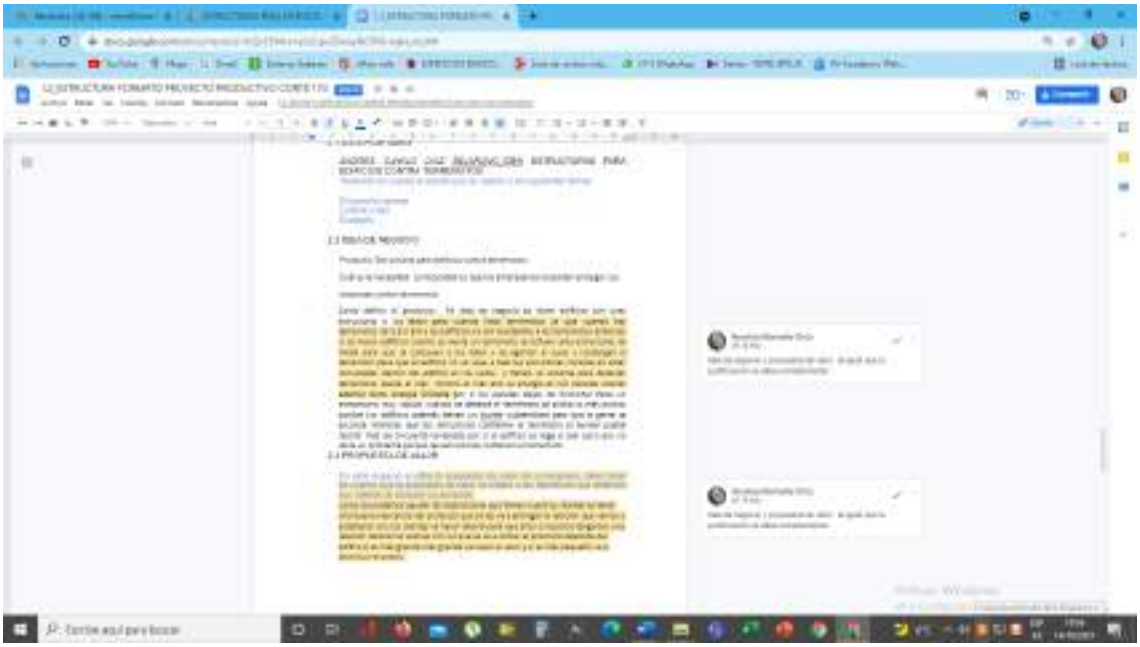
GLOBAL MERLYN S.A.S

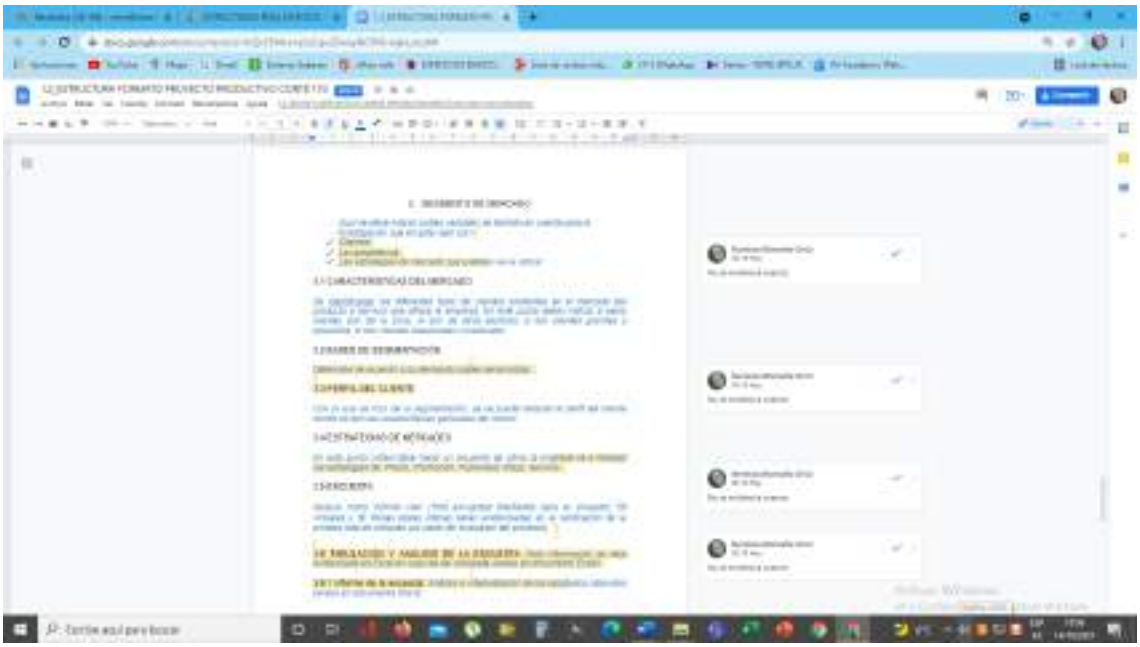
ANDRES CAMILO DIAZ BEJARANO

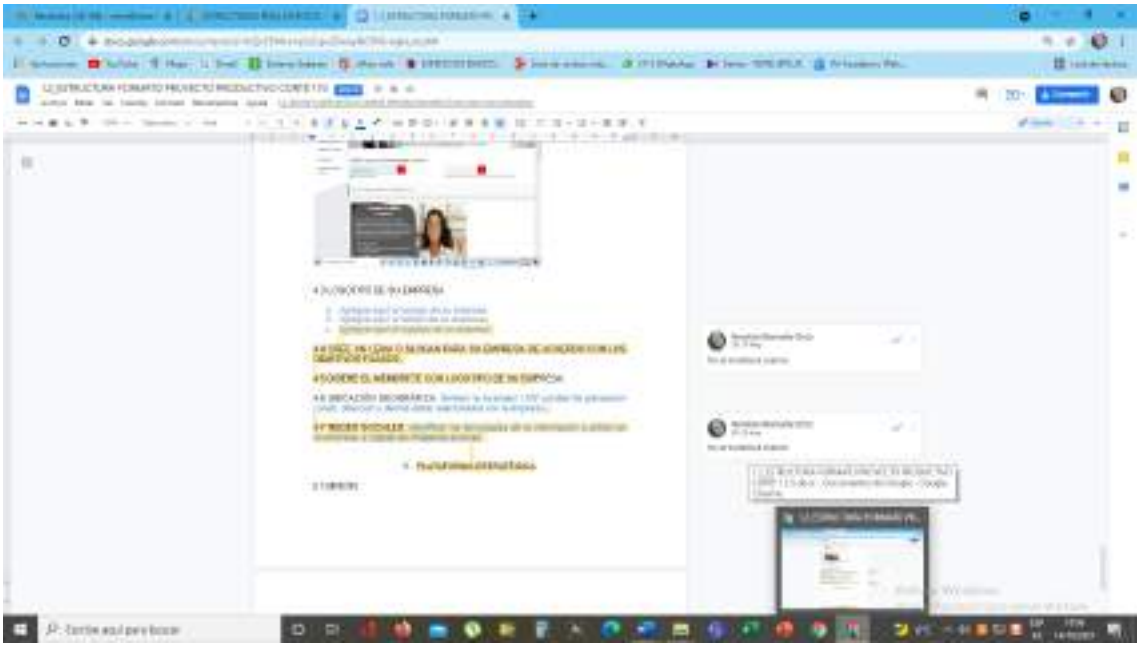


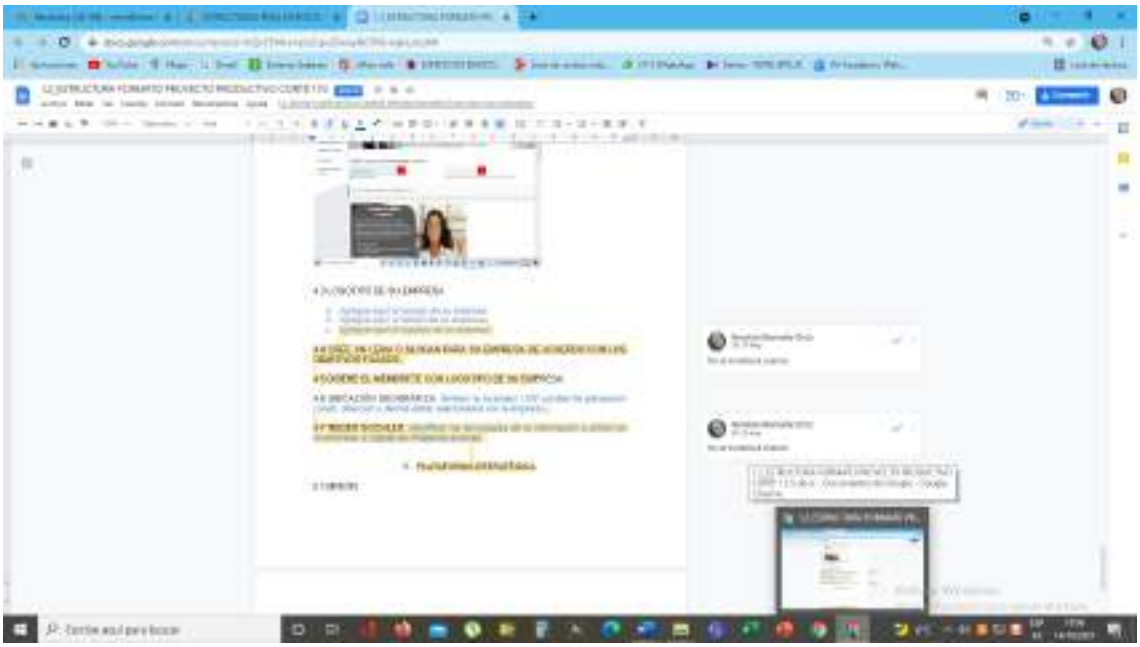


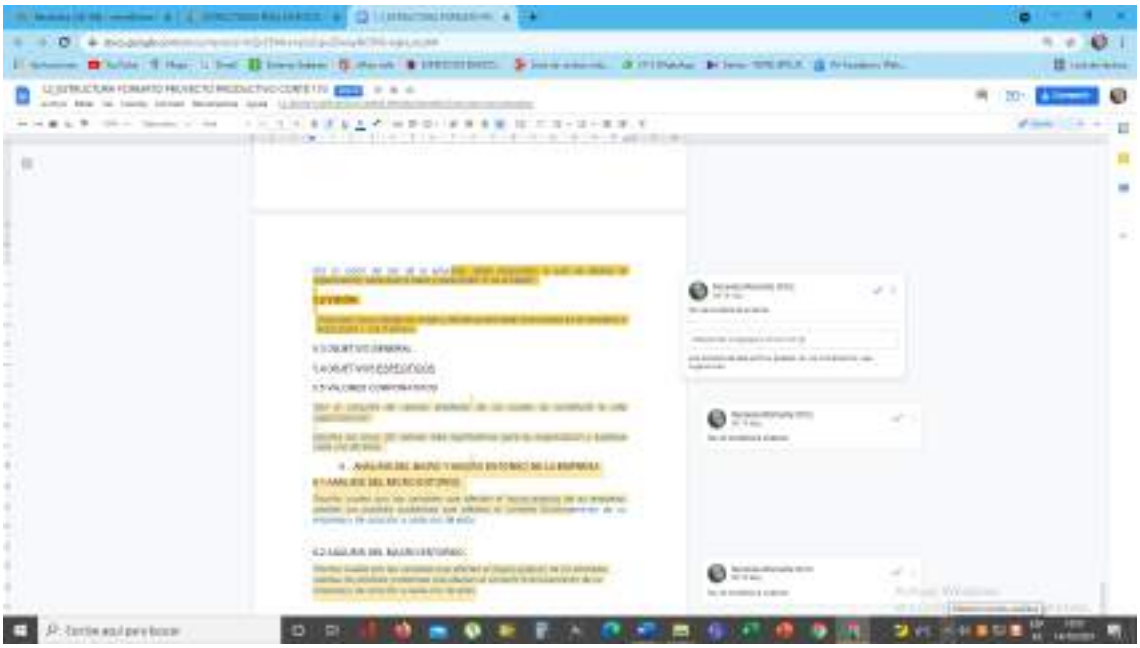


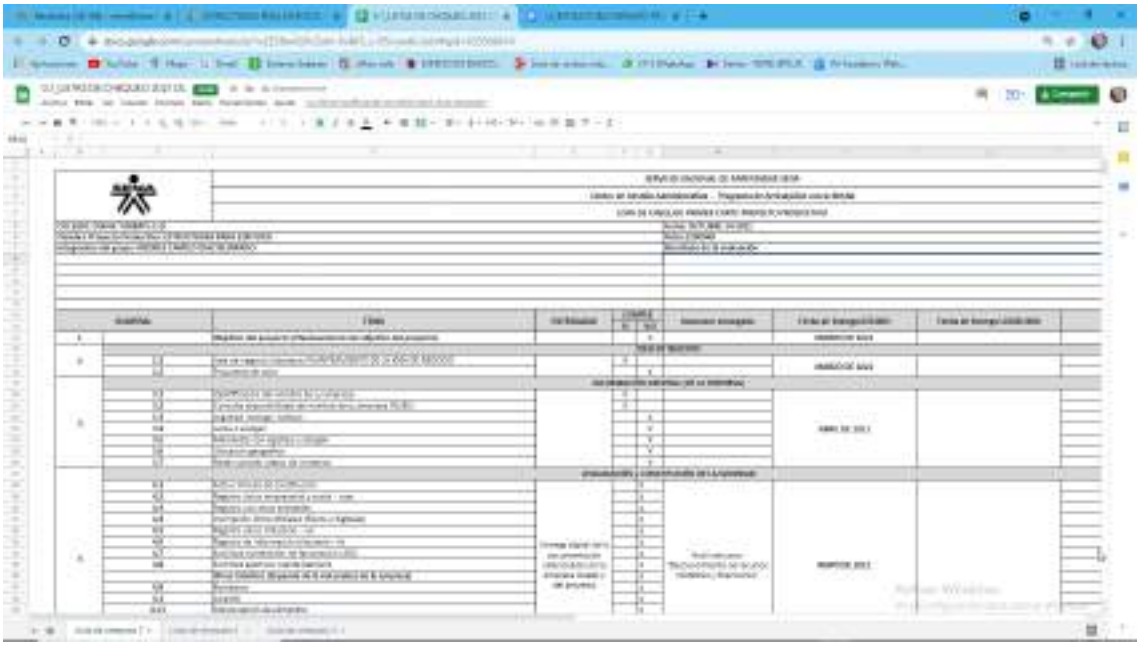


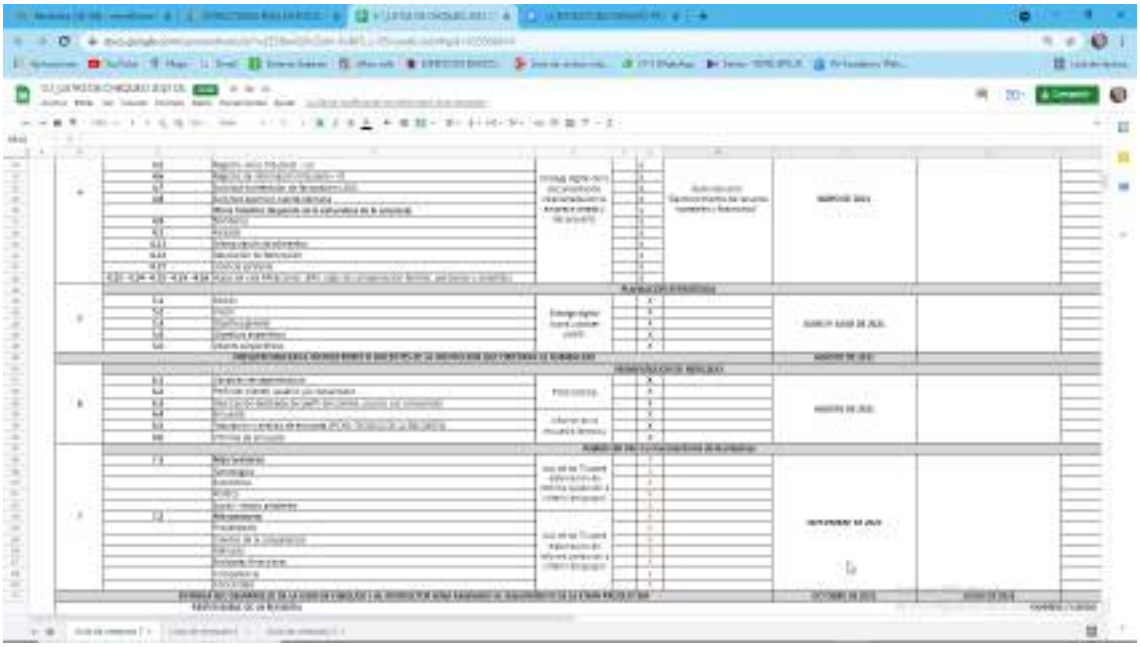








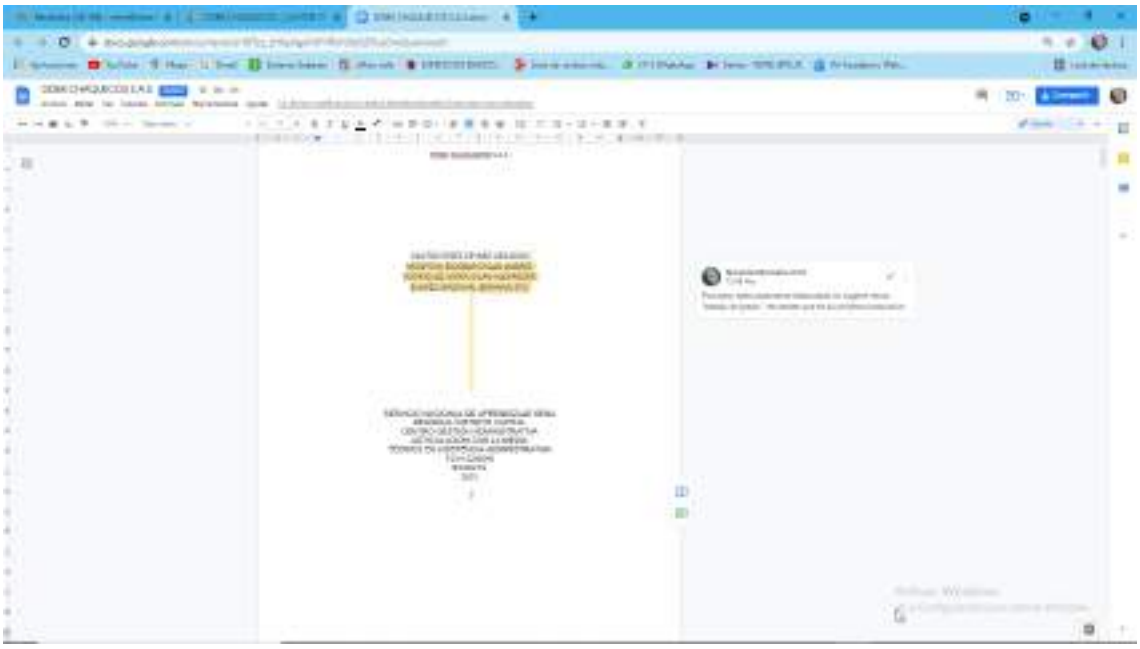


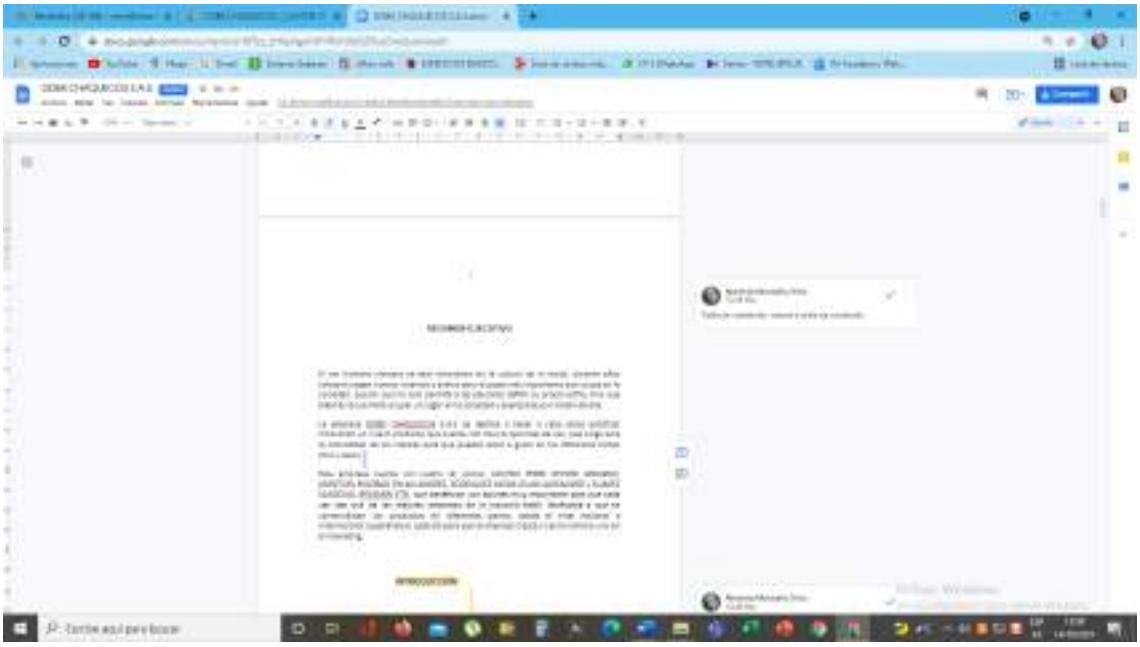


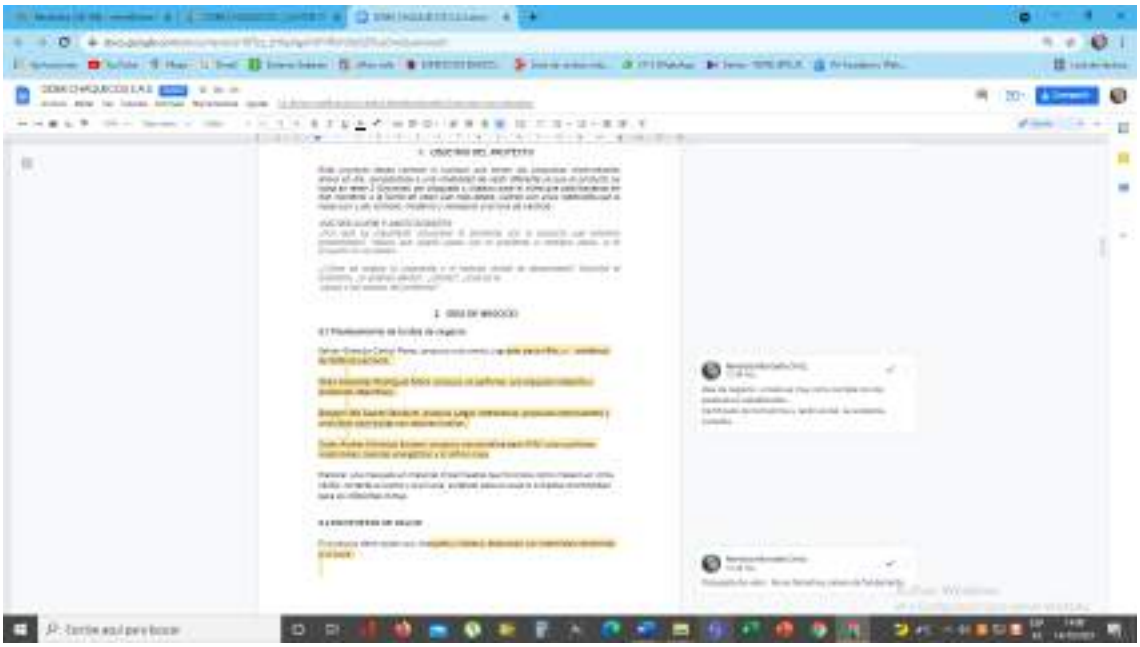
https://docs.google.com/document/d/1BTzz_zH6yVgoHIYYRVhSbQ5PuL0mQuem/edit

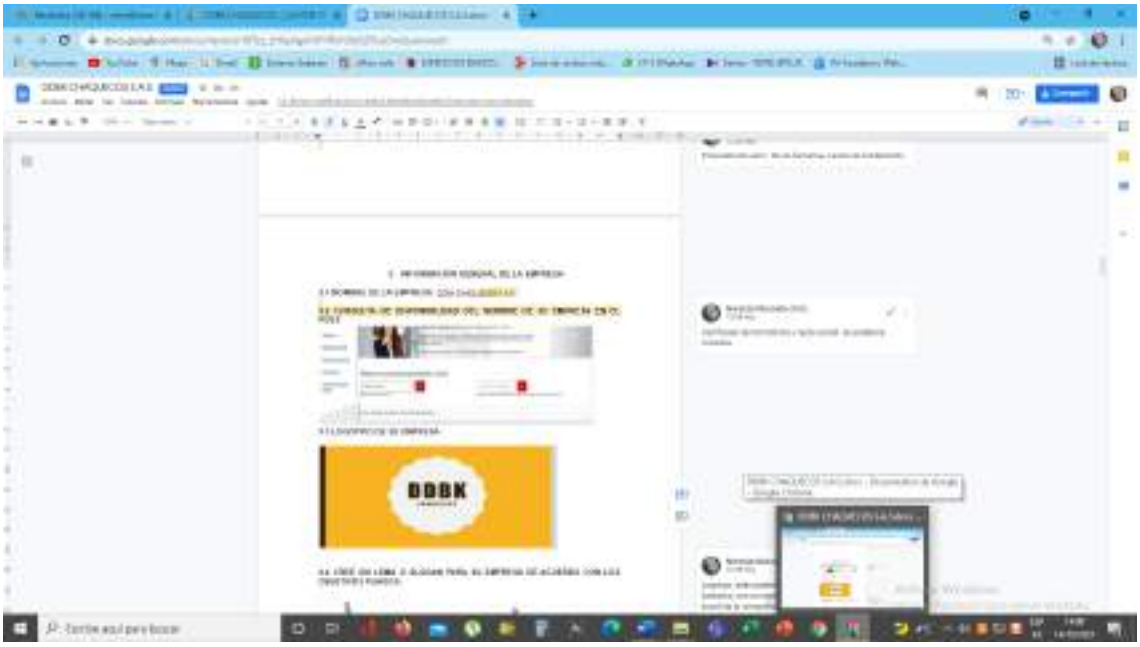
DDBK CHAQUECOS S.A.S

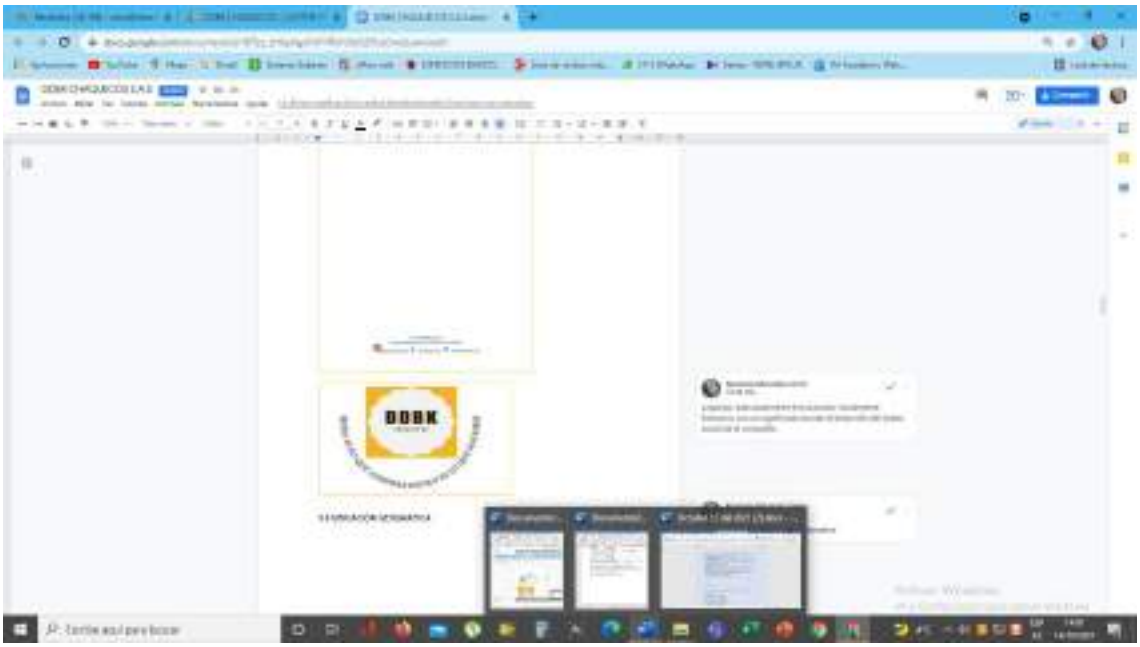
CANTOR PEREZ KEYNER GERARDO
MONTOYA ESCOBAR DYLAN ANDRES
RODRIGUEZ MORA DILAN ALEXANDER
SUAREZ SANDOVAL BRAYANN STIK

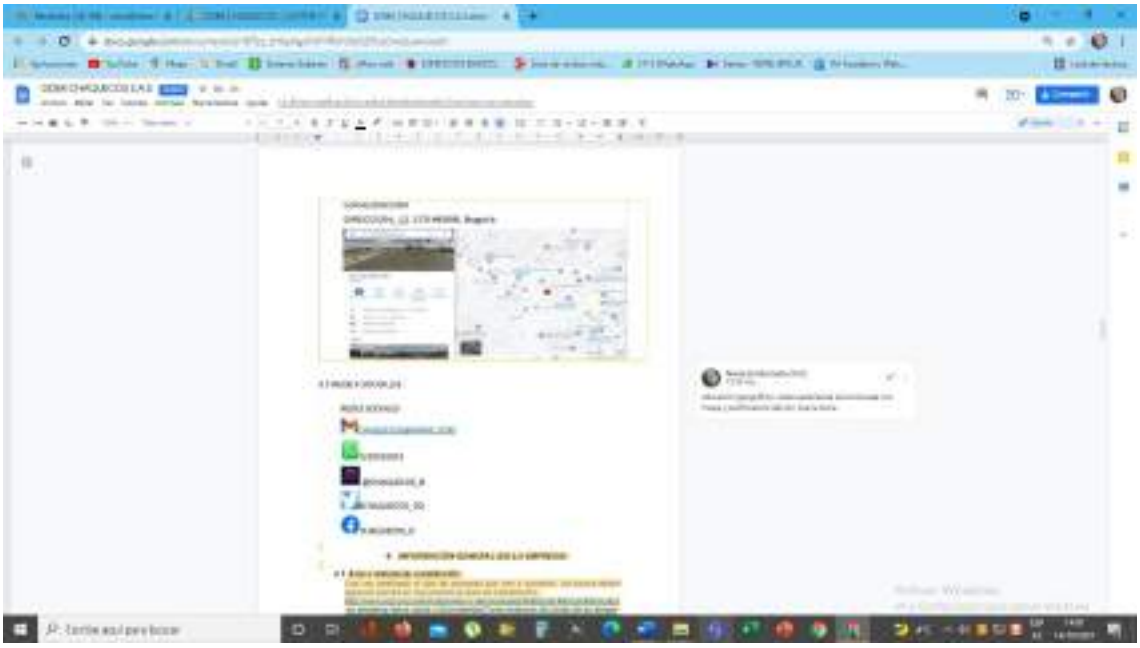


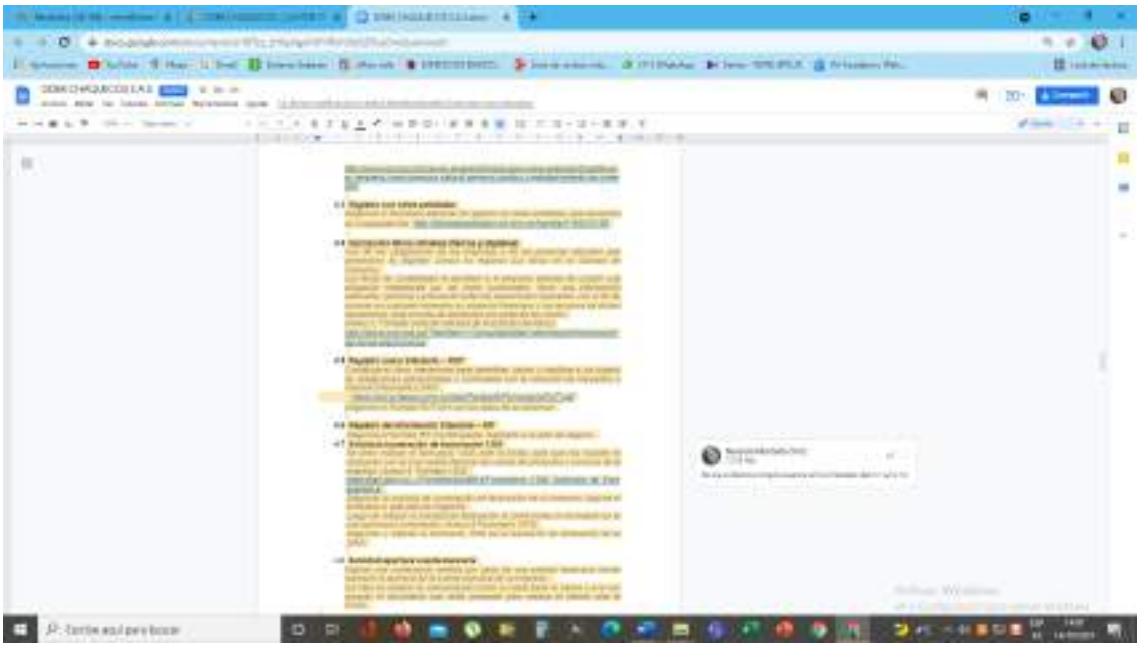


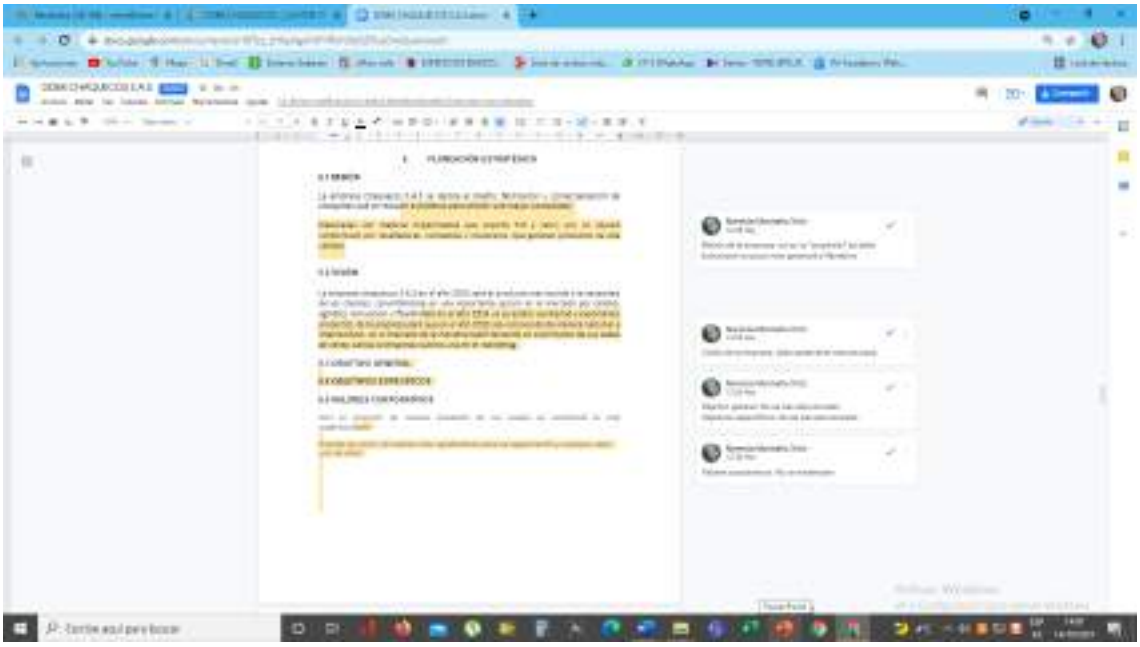


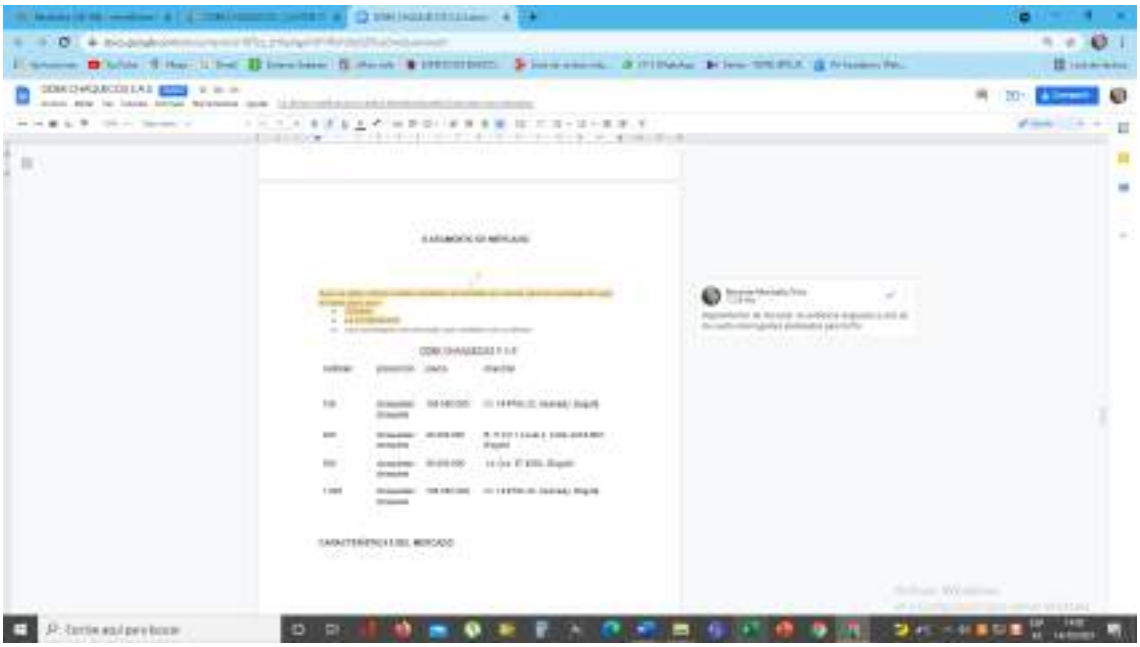


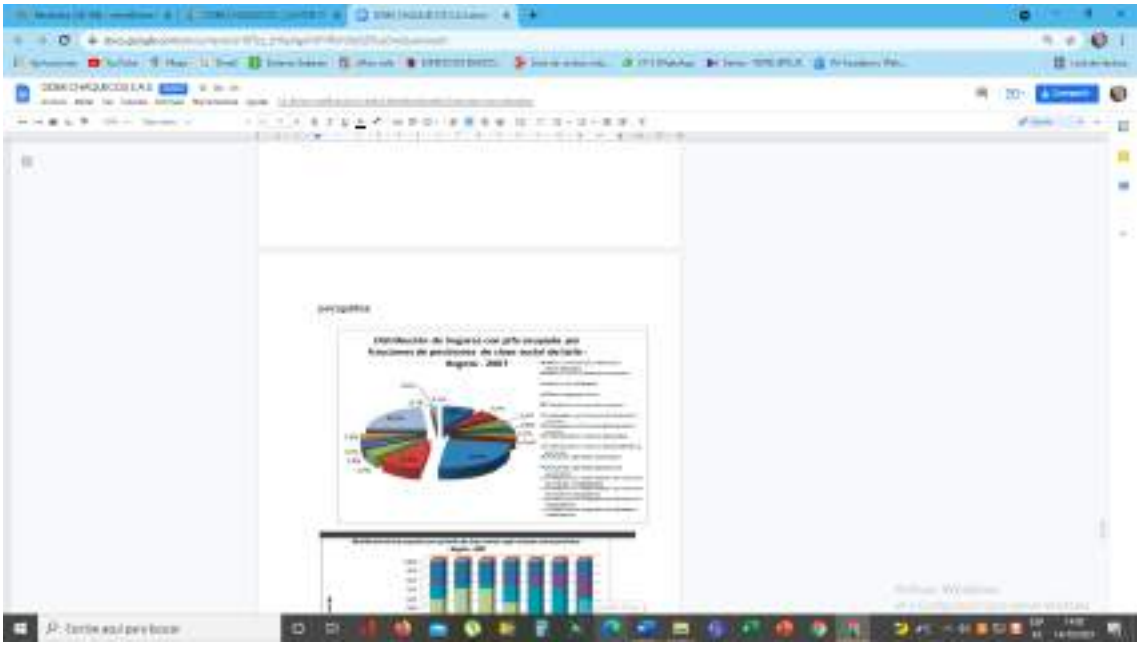


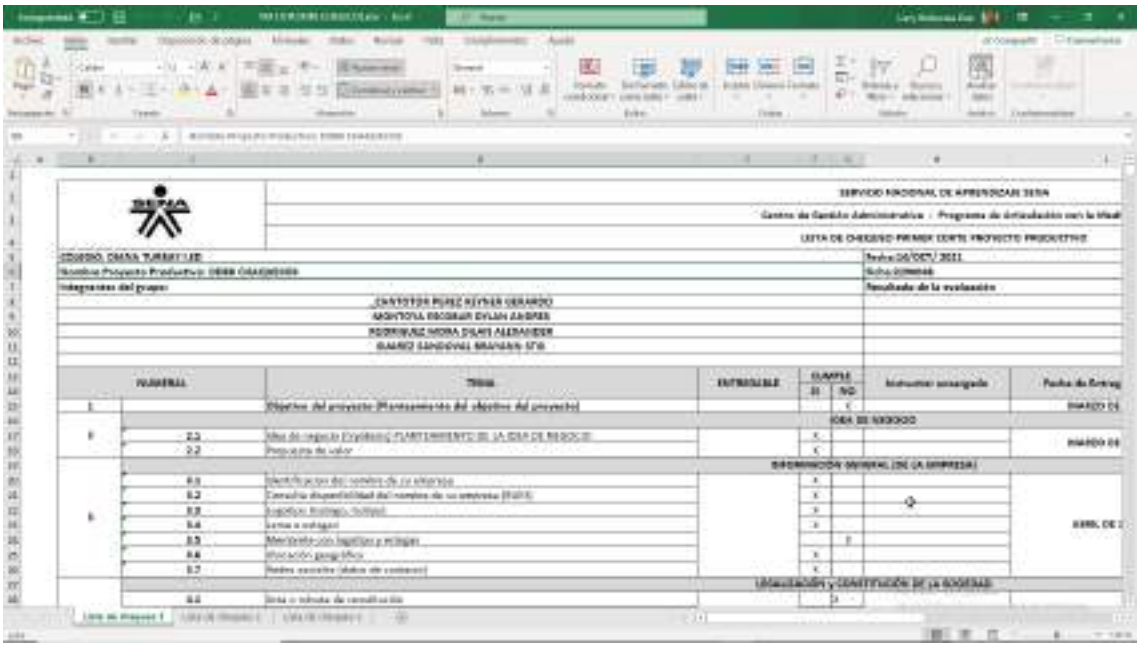






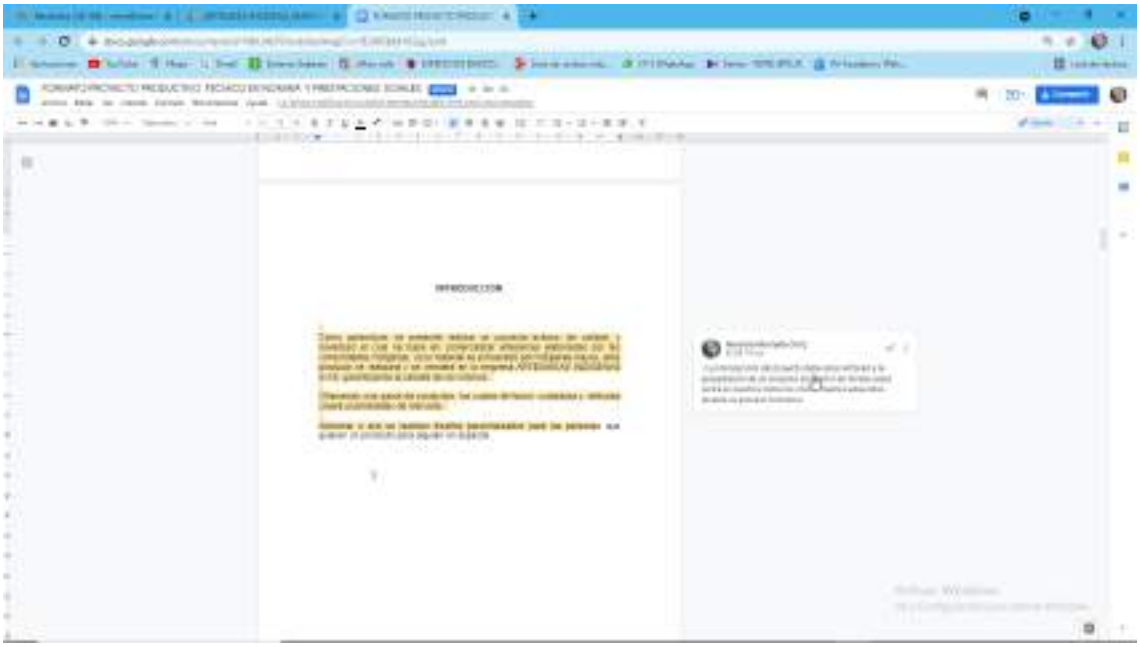


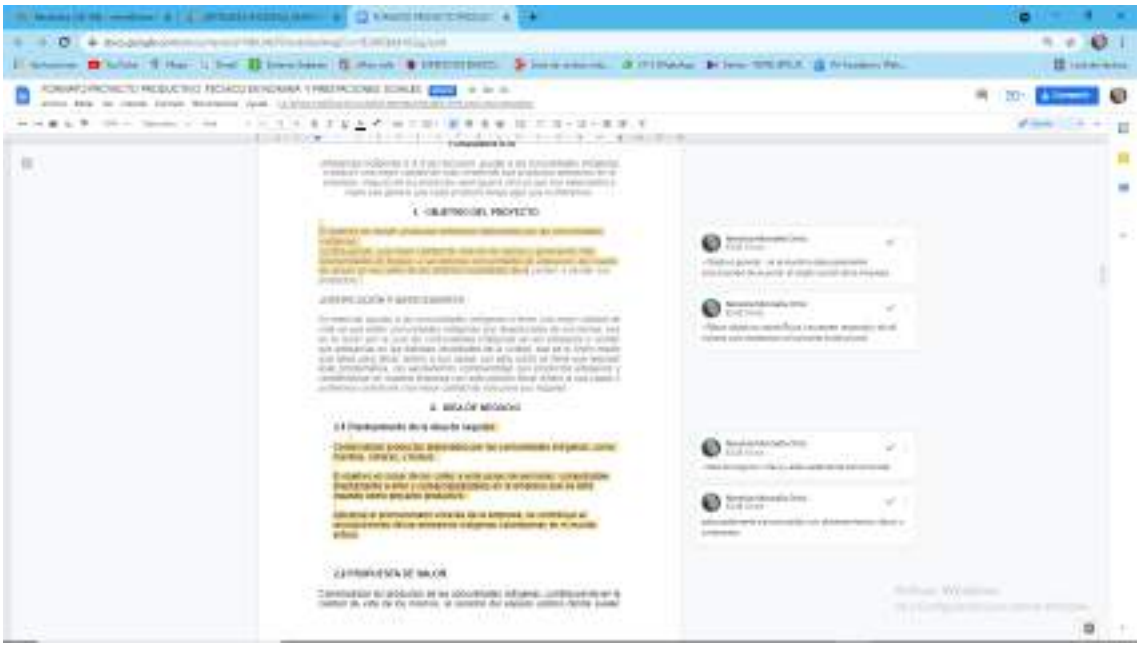


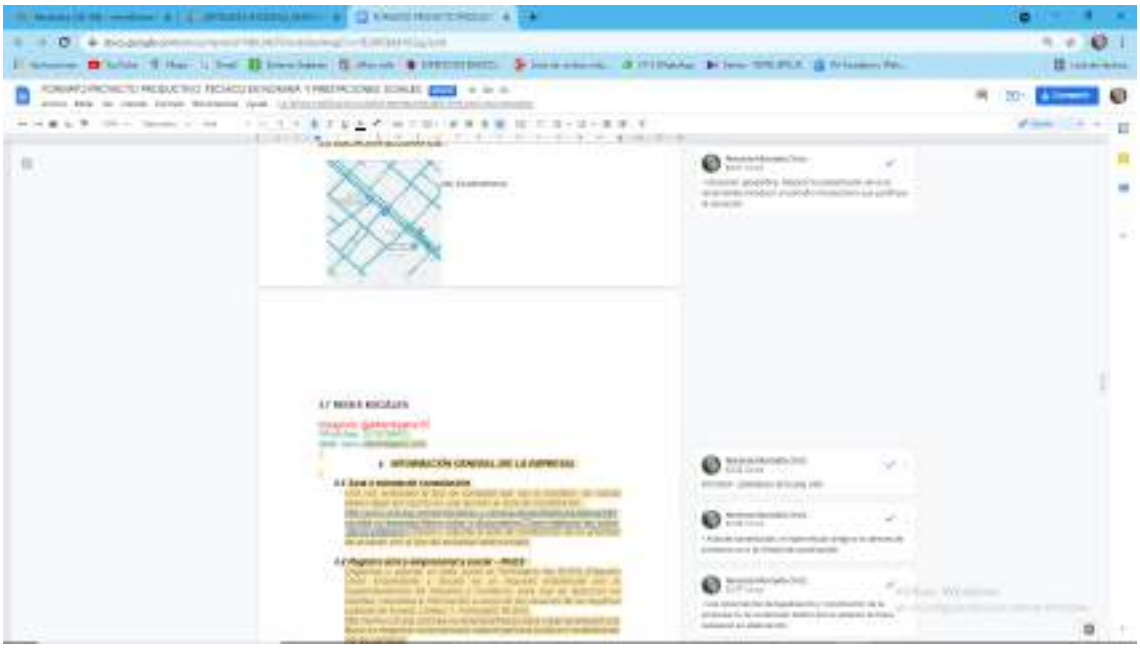


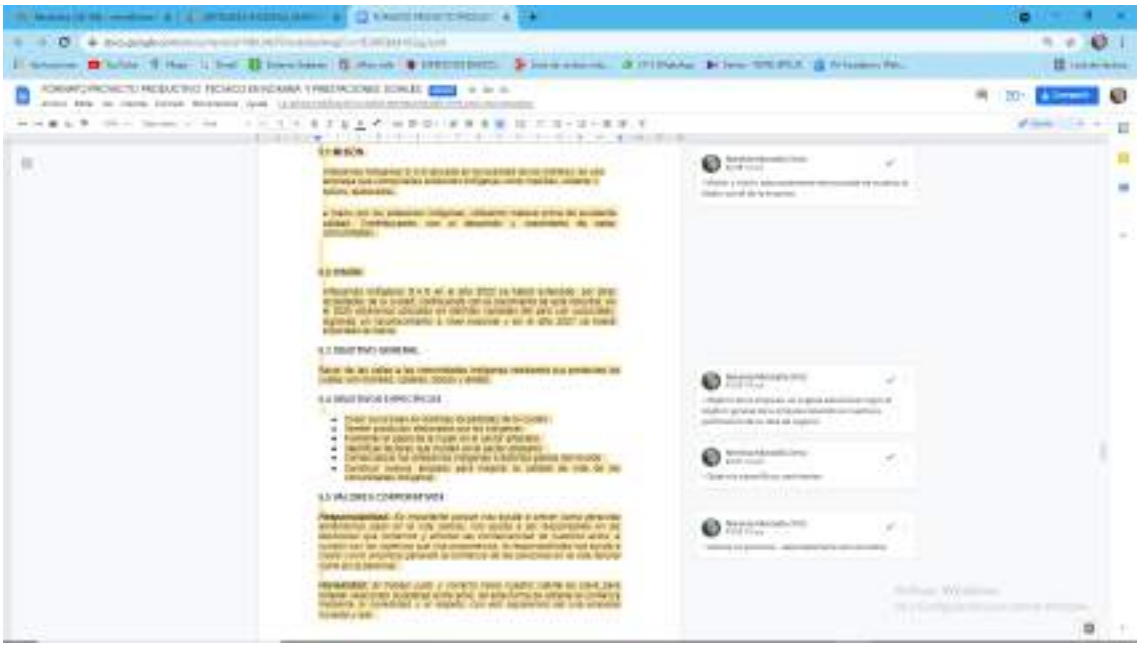
Artesanías de Colombia

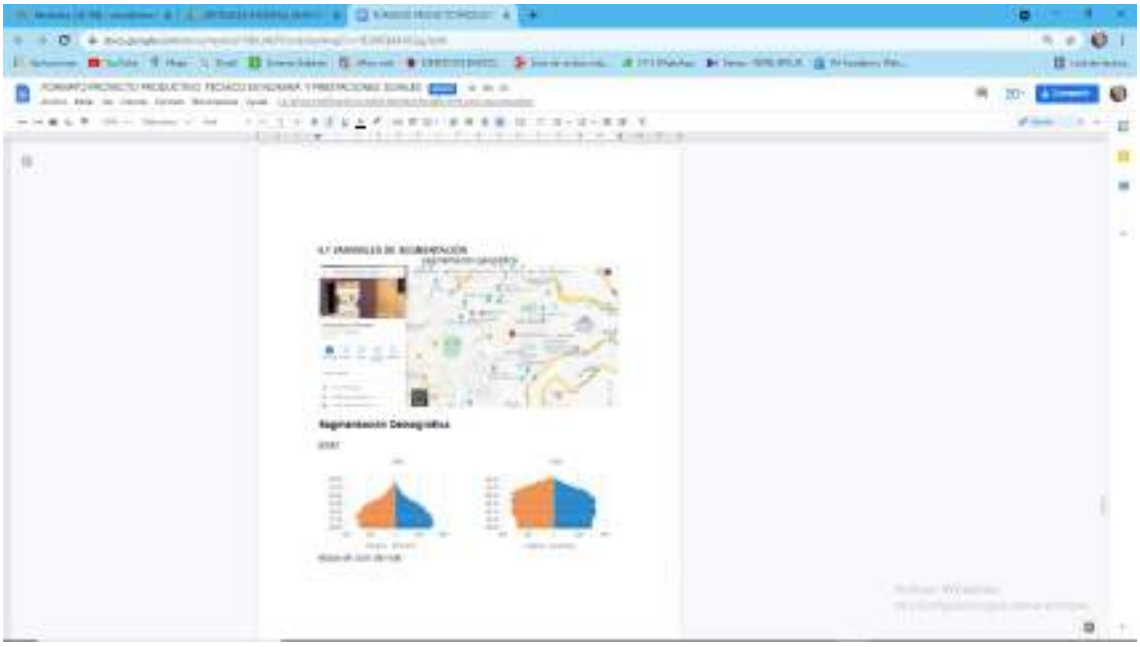
https://docs.google.com/document/d/19bU4LPCmzkUaoKwgCn-HEdJRQ841R2yj/edit

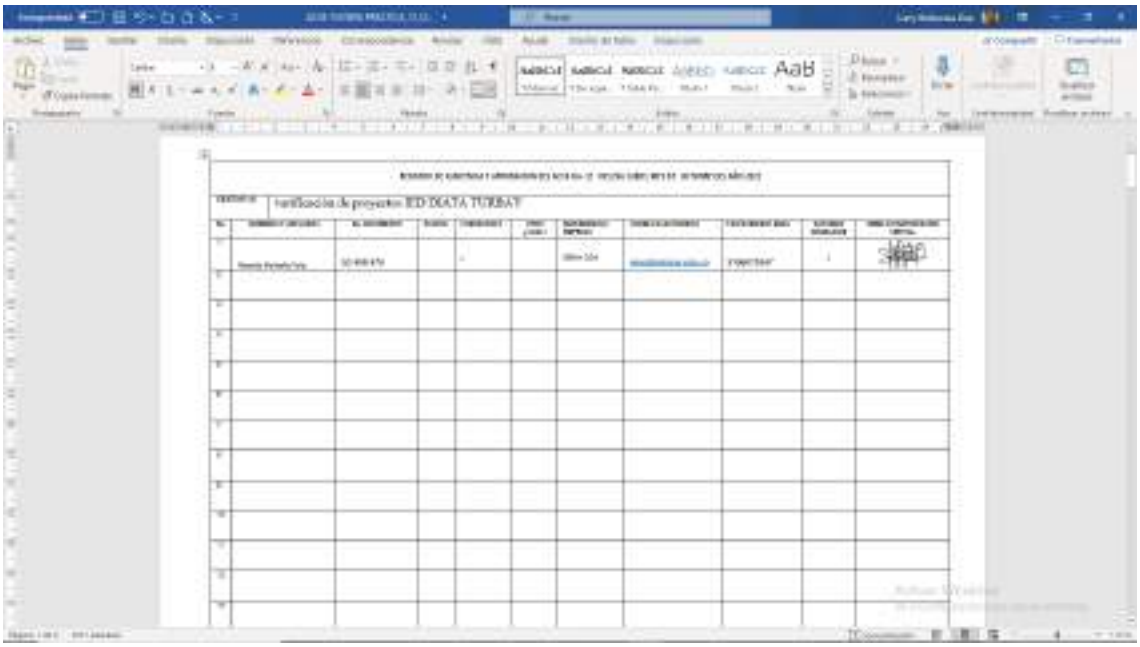




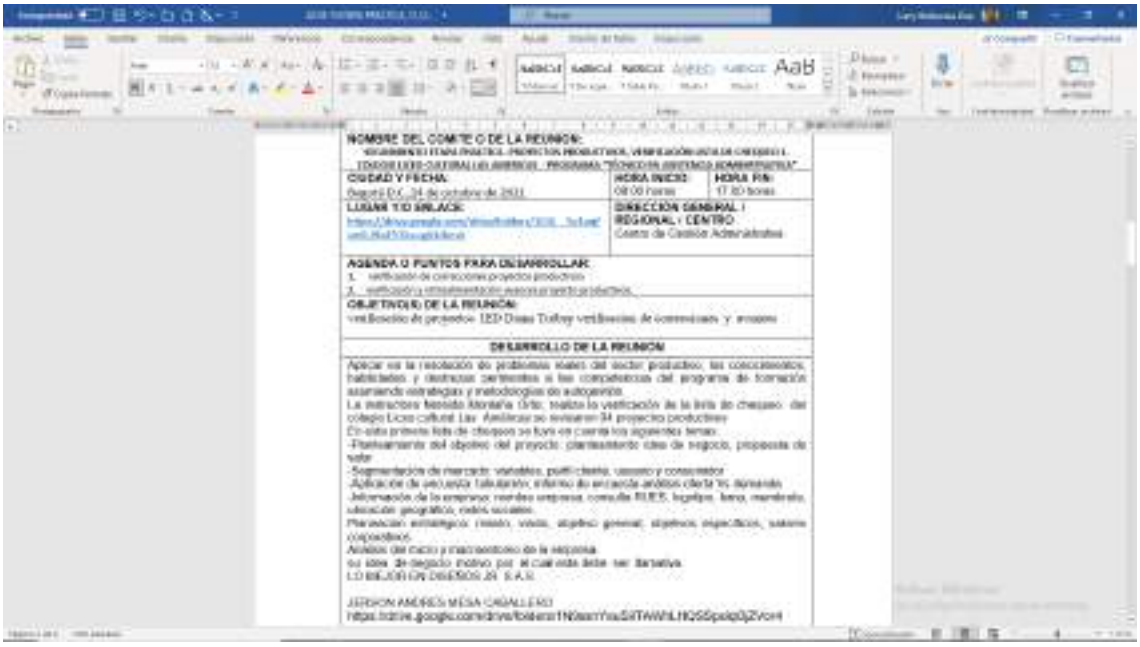








verificación de proyectos IED DIATA TURBAY



NOMBRE DEL COMITE O DE LA REUNION:

CIUDAD Y FECHA: Bogotá D.C., 24 de octubre de 2021

HORA INICIO: 08:00 horas **HORA FIN:** 17:00 horas

LUGAR Y/O ENLACE:

DIRECCION GENERAL / REGIONAL / CENTRO: Centro de Gestión Administrativa

AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR:

1. verificación de correcciones proyectos productivos
2. verificación y retroalimentación avances proyectos productivos

OBJETIVO(S) DE LA REUNION:

verificación de proyectos IED Diata Turbay verificación de correcciones y avances

DESARROLLO DE LA REUNION

Aplicar en la resolución de problemas reales del sector productivo, los conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa de formación asumiendo estrategias y metodologías de autogestión.
La instructora Teresita Montaña Ortiz, realiza la verificación de la lista de chequeo del colegio Liceo cultural Las Américas se revisaron 34 proyectos productivos
En esta primera lista de chequeo se tuvo en cuenta los siguientes temas:
-Planteamiento del objetivo del proyecto, planteamiento idea de negocio, propuesta de valor
-Segmentación de mercado: variables, perfil cliente, usuario y consumidor
-Aplicación de encuesta (diligenciar, informe de encuesta análisis cliente vs demanda
-Información de la empresa: nombre empresa, consulta RUES, logotipo, lema, membrete, ubicación geográfica, redes sociales
Planeación estratégica: misión, visión, objetivo general, objetivos específicos, valores corporativos.
Análisis del ciclo y capacidad/costo de la empresa
su idea de negocio motivo por el cual esta debe ser llamativa
LO BELLO DE DISEÑOS 24 S.A.S

JEISSON ANDRES MESA CASALLERO
https://drive.google.com/drive/folders/1NXsm1vuSiiTAWhLfN2S5pslq0jZVcm1