PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Riohacha, OCTUBRE de 2021

Señor
JAVIER ANTONIO CARRILLO PINTO
SUPERVISOR(A) CONTRATO No CO1.PCCNTR.2327734
Cargo del supervisor Instructor G16
Dependencia Centro Industrial y de Energías Alternativas - CIEA
Ciudad

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual mes OCTUBRE del año 2021

Referencia: No CO1.PCCNTR.2327734 del año 2021

Jorge Eliecer Oviedo Piñeres, identificado con la cédula de ciudadanía No. 17.901.311 de Maicao, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro Industrial y de Energías Alternativas, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: **($26.531.050)** esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) un primer pago correspondiente a veinte tres días (23) días en el mes de Marzo por valor de **DOS MILLONES NOVECIENTOS CINCO MIL SETCIENTOS OCHENTA Y DOS PESOS M/CTE ($ 2.905.782,00)** b) Seis (6) pagos mensuales iguales correspondiente a los meses de Abril a Septiembre de 2021 por valor de **TRES MILLONES SETECIENTOS NOVENTA MIL CIENTO CINCUENTA PESOS M/CTE ($3.790.150,00)** y un último pago correspondiente a siete (7) días del mes de Octubre por valor de **OCHO CIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS SESENTA Y OCHO PESOS M/CTE ($ 884.368,00).**

Plazo: Será hasta el de 07 de 10 2021.

OBJETO:
Prestar servicios personales de carácter temporal para planear y orientar la Formación Profesional Integral ejecutando horas directas a formación y otras actividades atendiendo las políticas institucionales y la normatividad vigente en los Programas de Formación Complementaria dirigidos para la atención de personas en situación de Desplazamiento en el Centro Industrial y de Energías Alternativas de la Regional Guajira.

Obligaciones Específicas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Participar en la planeación de los procesos formativos de acuerdo con los lineamientos institucionales, para el área temática del objeto contractual.	Elaboración de las Guías de aprendizajes y planes de trabajos ajustados a las fichas.	Portafolio evidencias del Instructor
2	Participar cuando el centro de formación lo requiera, en jornadas de diseño y desarrollo curricular de programas de Formación Profesional Integral, conforme a las necesidades nacionales y a los lineamientos institucionales requeridos para el área temática objeto del contrato.	En este mes no se realizaron actividades relacionadas con esta obligación.	No fui requerido por la entidad para estas actividades
3	Evaluar los aprendizajes previos correspondientes a las fichas asignadas, de acuerdo con los procedimientos, plazos y herramientas tecnológicas que la entidad defina.	En este mes se realizaron actividades relacionadas sondeos de saberes previos con actividades de reflexión con esta obligación.	Portafolio del instructor Guía de aprendizaje actividades de reflexión
4	Ejecutar la formación profesional integral de acuerdo con el currículo, desarrollo curricular y proyecto formativo de los programas del área temática objeto de contrato.	En este mes se realizaron actividades relacionadas sondeos de saberes previos con actividades de reflexión con esta obligación.	Sena Sofía plus Desarrollo curricular Programas de formación
5	Aplicar según la modalidad, estrategias de enseñanza, aprendizajes, seguimiento y evaluación de acuerdo a los lineamientos pedagógicos y metodológicos de la entidad.	En este mes se realizaron actividades relacionadas sondeos de saberes previos con actividades de reflexión con esta obligación.	Evidencia fotográfica - grupos whastsapp
6	Participar cuando el centro de formación lo requiera, en proyectos de investigación técnica y/o pedagógica para fortalecer el proceso de la formación del área temática objeto de contrato.	En este mes no se realizaron actividades relacionadas con esta obligación.	No fui requerido por la entidad para estas actividades
7	Emitir juicio valorativo sobre el nivel de cumplimiento de los resultados de aprendizajes de las competencias del programa, adquiridos por los aprendices en el desarrollo de su formación, aplicando los procedimientos, plazos y	Evaluación de juicios de evaluación dentro del aplicativo Sofía plus de los aprendices matriculados y asociados a sus respectivas rutas de	**Sofía plus** Instructor – gestión de ruta de aprendizaje Evaluar masivamente (evaluación de aprendizaje masivo) y entrega virtual de reportes en gestión de centros

	herramientas tecnológicas que la entidad defina.	aprendizaje en sofia plus	por medio de correo electrónico
8	Entregar los soportes del procedimiento de Ingreso de aprendices al programa de formación tales como: Ficha de matrícula, fotocopia del documento de identidad, y/o requisitos definidos en el diseño curricular, cuando ejecute formación complementaria.	Se entregaron 2 cursos con sus respectivas fichas de caracterización y listado de aprendices	Se entregaron en gestión de centros lo cursos en físico, que incluyen documento de identidad y certificado de registraduria Envió por correo de forma virtual de las fichas de caracterización y listado de aprendices para su aprobación y registro en Sofía
9	Registrar, verificar y hacer seguimiento oportuno en el sistema de información que la entidad defina para la Gestión dela Formación Profesional Integral mediante las siguientes actividades : a)Verificando que la totalidad de los aprendices seleccionados y matriculados queden en ese estado b) Registrando juicios evaluativos del reconocimiento de aprendizajes previos, los juicios evaluativos, rutas de aprendizajes, para los beneficiarios nuevos, reintegrados o trasladados c) Comunicando al Coordinador académico oportunamente anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información.	Se Revisaron aprendices, confirmando si existen en Sofía plus, creando rutas de aprendizaje, asociando aprendices a rutas de aprendizaje y evaluando aprendices de forma masiva	**Sofía plus** Equipo de desarrollo curricular - generar ruta de aprendizaje Asociación de ruta de aprendizaje Instructor – gestión de ruta de aprendizaje Evaluar masivamente
10	Participar cuando el centro lo requiera en el proceso de selección, diseño de talleres e instrumentos que alimenten los bancos de pruebas para la selección de aprendices.	En este mes, no se realizaron actividades relacionadas con esta obligación.	No fui requerido por la entidad para estas actividades
11	Aplicar y hacer cumplir el reglamento del aprendiz, así como el manual de convivencia del Centro de Formación	En este mes, se realizaron actividades relacionadas con esta obligación, llamado a lista y envió de actividades puntuales	Portafolio del instructor Listado de aprendices Evidencias del aprendiz
12	Apoyar los procesos de Registro calificado para los programas en nivel tecnólogo del área temática objeto del presente contrato, cuando el	En este mes, no se realizaron actividades relacionadas con esta obligación.	No fui requerido por la entidad para estas actividades

	centro lo requiera.		
13	Acatar los lineamientos del Sistema integrado de Gestión y el Sistema de Seguridad de Salud en el Trabajo y asistir a las convocatorias que el centro programa.	Certificado de aprobación de la inducción de SST y Capacitación Módulo 1: Generalidades en Seguridad y Salud en el Trabajo de la entidad.	Expediente del Instructor y aplicativo del sistemas de contratista.
14	Apoyar el centro de formación cuando este lo requiera, en la promoción del portafolio de servicios.	En este mes, se realizaron actividades relacionadas con esta obligación	Socialización de cursos ofertados dentro de mi perfil en face de los curso, zoom y grupos de wasap, llamadas telefónicas y socialización con líderes comunales
15	Realizar seguimiento en la etapa productiva a los aprendices que le sean asignados, cuando el centro de formación lo requiera.	En este mes, no se realizaron actividades relacionadas con esta obligación.	No fui requerido por la entidad para estas actividades
16	Responder por los bienes y elementos puestos a su disposición para el cumplimiento del objeto del contrato y una vez finalizado, quedar a paz y salvo con el Almacén.	A la fecha de presentación de este informe no tengo asignado ningún bien o elemento.	No he requerido al centro bienes para mi custodia
17	Aplicar al proceso de certificación de la norma de competencia “ORIENTRA PROCESOS FORMATIVOS CON BASE EN LOS PLANES DE FORMACION CONCERTADOS, o la actualización. “ORIENTAR FORMACION PRESENCIAL DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TECNICO Y NORMATIVO” o en su defecto deberá aplicar al proceso de certificación de la norma y aportar el respectivo certificado de aprobación, o lo evidencia de la inscripción efectiva al mismo, al informe de ejecución contractual, con plazo máximo a julio 31 de 2021.	Certificado de competencia Laboral: NIVEL AVANZADO - Orientar formación presencial de acuerdo con procedimientos técnicos y normativa	http://certificados.sena.edu.co c.c.17901311 expediente del instructor
18	Acompañar a los aprendices a las actividades que se encuentren planeadas por el equipo de Bienestar al Aprendiz.	En este mes, no se realizaron actividades relacionadas con esta obligación.	No fui requerido por la entidad para estas actividades
19	Apoyar y acompañar los procesos de autoevaluación de programas de formación en nivel tecnólogo del Centro de Formación.	En este mes no se realizaron actividades relacionadas con esta obligación.	No fui requerido por la entidad para estas actividades

20	Impartir Formación Profesional Integral en el Área de Administrativa Contabilidad - Emprendimiento en sus diferentes modalidades y niveles con un alcance mínimo De 160 horas mensuales para un total de 1120 horas.	Impartir formación presencial con ayudas tecnológicas, las fichas de población desplazada de Maicao, Riohacha y Barrancas La Guajira caracterización	Reporte de Gestión de tiempo de tiempo del instructor en sofia plus
21	Desarrollar las actividades adicionales que se requieran para la ejecución del contrato, tales como ajustarse a las políticas de comunicación del SENA y aplicación de las TIC (manejar los sitios Web oficiales, Manejo Secop II, utilizar correctamente los correos electrónicos, revisarlos periódicamente y contestar requerimientos); El contratista deberá ejecutar su contrato conforme a Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol "SIGA" del SENA el cual se encuentra documentado en la plataforma Compromiso, para cual deberá conocer, apoyar y participar en las actividades propias del SIGA y del MIPG, velar por la correcta utilización de la imagen institucional, reportar al área de comunicaciones de la Regional los eventos o actividades a realizar que requieran divulgación.	En este mes se realizaron actividades relacionadas con esta obligación, como utilizar los formatos actualizados de planilla matriculas, informe contractual, se han revisado los correos periódicamente	Compromiso jooviedop@sena.edu.co
22	Las demás necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual.	En este mes no he realizaron otras actividades necesarias relacionadas con esta obligación.	No he sido requerido por el centro para poyar a la entidad en otras actividades relacionadas

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.

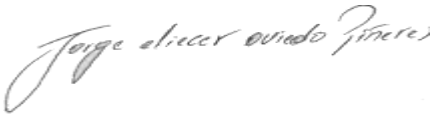
ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN

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

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No 4412806361 de la planilla (SOI), operador y periodo. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en (6) folios

Cordialmente,



Jorge Eliecer Oviedo piñeres
Contratista
C.C. No. 17.901.311 Maicao

Recibí a satisfacción:

Firma
JAVIER ANTONIO CARRILLO PINTO
SUPERVISOR(A) CONTRATO No CO1.PCCNTR.1414257
Cargo del supervisor Instructor G16

INFORME DE EVIDENCIAS FERIA DE EMMPRENDIMIENTO SEPTIEMBRE DE 2021

ASUNTO: INFORME FERIA DE EMPRENDIMIENTO

FECHA: 22 de septiembre OCTUBRE 7 2021

A continuación, se presentan INFORME DE EVIDENCIAS DE LA FERIA DE EMPRENDIMENTO durante el mes de SEPTIEMBRE de 2021, en lo que corresponde al cumplimiento de las obligaciones específicas establecidas en el contrato de prestación de servicios No CO1.PCCNTR.2327734 de la Vigencia 2021.

INTRODUUCCION

Una feria de emprendimiento, es una oportunidad para que los emprendedores visibilicen su negocio, y promocionen sus productos y servicios, es un evento que se apoya en los conocimientos aprendidos que brinda la formación complementaria en los programas de emprendimiento innovador y comportamiento emprendedor ofertada por el **SENA REGIONAL GUAJIRA** para dar a conocer las diferentes ofertas de nuestros emprendedores DEL PROGRAMA DE POBLACION DESPLAZADA.

La feria tendrá lugar los días 19 y 20 de septiembre 2021, en las instalaciones propias de cada emprendedor que decide participar en el evento en los municipios de residencia y como invitados de primera mano se cuentan con los emprendedores que están iniciando

este camino buscando mejorar sus ingresos y su calidad de vida, es muy importante la relación entre los participantes

PRESENTACION

Cuando se quiere montar un negocio, en ocasiones lo más complicado es elegir **la idea de negocios**, cómo enfocar aquello que se quiere hacer y a lo que se va a dedicar el tiempo. No es tan fácil como parece, ya que más que pensar con lo que se quiere hacer también hay que pensar con lo que se puede y sale rentable hacer.

Lo primero, antes de elegir la idea de negocios, es reconocer una necesidad existente, una necesidad que no está siendo satisfecha por el mercado, no está lo suficientemente cubierta o una necesidad que se puede cubrir mucho mejor que los competidores existentes.

Es necesario saber qué es lo que más motiva, lo que gusta hacer o lo que se tiene capacidad de hacer. En qué se destaca y a dónde se quiere ir, ya que dedicarse a algo que no gusta puede acabar convirtiéndose en una pesadilla. Es muy importante que trate de un tema o en un sector que apasione y que se conozca bien, si falla uno de los aspectos que no sea la pasión.[1]



[1] https://crearmiempresa.es/que-es-una-idea-de-negocio-definicion-y-ejemplos.html

JUSTIFICACION

El SENA está empeñado en generar una cultura emprendedora que trascienda la formación profesional como característica transversal del proyecto de vida de las personas que forma.

Busca facilitar y orientar a personas con potencial Emprendedor, en la Creación de empresas con alto componente Innovador, aplicando tecnologías que potencien el valor de las empresas y sean más competitivas, agregando valor y generando empleo, contribuyendo al desarrollo de la región y del país.

La experiencia adquirida por el SENA, ha permitido permanentemente que se actualice contenidos y enriquezcan metodologías, que contribuyen a crear empresas innovadoras y competitivas, generando autoempleo y empleo como una alternativa de vinculación, frente a las dificultades que presenta el mercado laboral.

Por las razones anteriormente expuestas se realiza una feria de emprendimiento para que se pongan en práctica los conocimientos aprendidos durante los cursos de formación donde algunos emprendedores seleccionan su idea de negocio atravez de una lluvia de ideas y además existen algunos emprendedores que ya cuentan con su idea de negocio que ya están en sus inicios

El fin de este evento es dar a conocer las unidades productivas para la comercialización de sus productos y la generación de ingresos desde su domicilio donde se encuentre ubicada

la unidad productiva y generar experiencias positivas para poder compartir en grupos de retroalimentación.

A CONTINUACIÓN SE RELACIONAN LOS PROGRAMAS DE FORMACION DE APOYO PARA LA FERIA DE EMPRENDIMIENTO QUE AYUDAN A GENERAR UNA CULTURA EMPRENDEDORA

1. **COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR**

Código del Programa de Formación: **13410017**

Competencia: **FOMENTAR CULTURA EMPRENDEDORA SEGÚN HABILIDADES Y COMPETENCIAS PERSONALES**

2. **EMPRENDIMIENTO INNOVADOR**

Código del Programa de Formación: **11220041**

Competencia: **COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA**

FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE APLICADAS EN EL PROCESO DE FORMACION PARA CADA EMPRENDEDOR

Actividades de Reflexión inicial.

¿Cualquier persona puede ser emprendedora?

¿Soy una persona creativa?

¿Existen emprendedores sin ideas o gente con ideas y poco espíritu emprendedor?

¿Qué cualidades y aptitudes debe tener una persona emprendedora?

¿Soy capaz de desarrollar un plan de negocio?

VER VIDEO: https://www.youtube.com/watch?v=lbfov7kXDhs

Cuesta abajo - Cortometraje de emprendimiento inspirador

Pensamientos que debemos desechar en una idea de negocio

- Mi idea no es revolucionaria, la desecho: NO
- No tengo formación empresarial, no puedo emprender un negocio: NO
- He fracasado una vez, voy a fracasar siempre: NO
- Sé que no tengo madera de líder: NO
- Los grandes negocios sólo funcionan si son grandes ideas: NO

Para tener en cuenta en ese camino del emprendimiento:

- Centrarse en un solo producto/servicio/proceso para empezar.
- Simplificar y enfocar.
- Pensar en el futuro pero innovando en el presente (no se puede producir algo que puede cubrir una necesidad dentro de un largo tiempo ejemplo 10 años).
- Analizar las oportunidades y contrastarlas en tu entorno
- Empezar por algo pequeño, los errores serán más fáciles de corregir, y el “gran negocio” puede surgir de una idea sencilla.
- Buscar el liderazgo aunque sea en pequeños proyectos de mejora o adaptaciones de uno ya existente. La oportunidad puede estar en un cambi

TEMAS SOCIALIADOS EN LOS CURSOS DE FORMACION

1. LA IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio es la base de donde parte todo proyecto empresarial. Si partimos de una buena idea, seguramente podamos llevar a cabo el proyecto empresarial, por diversos motivos: porque creeremos en él y porque podremos contar con el apoyo externo necesario para ponerlo en marcha, todo ello realizando previamente un análisis de viabilidad de todo el proyecto.

Hemos visto las habilidades y capacidades que debe tener una persona emprendedora y veremos cómo la generación de ideas puede venir de experiencias propias o ajenas, de buscar alternativas, de aportar soluciones a diferentes problemas, en definitiva, de innovar.

Puesto que la idea, junto con el emprendedor, conforma el pilar fundamental para emprender un negocio, podemos preguntarnos

¿De dónde podemos obtenerla?

La respuesta a esta pregunta surge de la actitud del emprendedor. Vivir con una actitud crítica de lo que nos rodea es fundamental para que surjan ideas.

Esta actitud crítica quiere decir observación, con una visión de empresa, de todo aquello con lo que convivimos, haciéndonos preguntas, cuestionándonos todo y buscando soluciones creativas. Serían preguntas como:

¿Este servicio o este producto no se pueden vender más barato?

¿Si en esta empresa los empleados fueran más amables no venderían más?

¿Por qué ninguna empresa fabrica tal producto o presta tal servicio que pide la gente?

¿Por qué este producto no llega donde vivo yo?

La obtención de una idea es un proceso que puede requerir tiempo, y que podemos encontrar en el momento más inesperado. No es fácil que surja pero con la atención adecuada en los lugares oportunos, la busca puede ser más provechosa.

LA CREATIVIDAD

Es la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales. La creatividad es sinónimo del "pensamiento original", la "imaginación constructiva", el "pensamiento divergente" o el "pensamiento creativo". La creatividad es una habilidad típica de la cognición humana, presente también hasta cierto punto en algunos primates superiores[2]

[2] https://es.wikipedia.org/wiki/Creatividad

LA INNOVACIÓN

Es un proceso que introduce novedades y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos[3]

2. MERCADEO Y VENTAS

Las ventas constituyen una de las funciones básicas de la empresa. Dos formas básicas que puede emplear el empresario para promover las ventas de bienes o servicios: las ventas personales y la publicidad.

El mercadeo y las ventas abarcan todas las actividades necesarias para promover y alentar las ventas de un producto o servicio, dando a conocer la empresa que las produce, procurando tener una agradable relación cliente-empresa, para cumplir con estos objetivos es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Existencia de una demanda insatisfecha por un producto o servicio
- Posibilidad de elaborar un mejor producto y/o servicio a un mejor precio que el existente
- Posibilidad de sustituir una herramienta o equipo
- Posibilidad de importar o exportar un producto
- Posibilidad de aprovechar una habilidad particular de un individuo

[3] https://es.wikipedia.org/wiki/Innovación

- Aprovechar un invento o descubrimiento de un individuo o grupo de personas

A. SEGMENTACION DEL MERCADO

Es la clasificación de los clientes en grupos que presentan necesidades, características y comportamientos similares, este grupo de clientes reacciona de forma semejante ante un conjunto de estímulos de mercadeo.

TIPOS DE SEGMENTACION:

- Geográfica (Regiones, Ciudades, Barrios)
- Demográfica (Sexo, Edad, Ingresos, Educación)
- Sociológicas (Estratos Sociales, Gustos, Valores

B. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Una investigación de mercados que es una actividad en la que el empresario no debe economizar tiempo ni esfuerzo en la búsqueda de datos o información que sean útiles para planear el futuro de la empresa. El proceso para efectuar una investigación de mercados es:

- **Reconocimiento del Problema**. Determinar la naturaleza real de los problemas a los cuales se va que tener que enfrentar la empresa, concentrando la atención del empresario sobre sus verdaderas dificultades.

- **Investigación y planeación preliminar**. Es realizar un estudio de los hechos ya conocidos, en algunos casos se puede determinar rápidamente la respuesta, en otros se requiere de datos adicionales, implica una discusión con personas de dentro y fuera de la empresa, recurriendo a fuentes de

información o publicaciones industriales que nos puedan ayudar a resolver el problema. (Elaboración del cuestionario o encuesta).

- **Recopilación de información objetiva**. Las fuentes de información son variadas y dependen de la naturaleza el problema. Los técnicos de recolección de datos, a su vez dependen de las fuentes de información de que se disponga

- **Clasificación, análisis e interpretación de la información**. Después de recolectar la información debe ser tabulada, clasificada y presentada en un formato útil, tal como: Tablas, Listas, Gráficas, Cuadros, etc.

C. EL CLIENTE

Aquí debe identificarse el tipo de cliente que posiblemente adquiera nuestro producto o servicio teniendo en cuenta los principios de segmentación del mercado (grupos de clientes con características parecidas) identificando por:

¿Quién es el cliente?

- Estrato social
- Agrupación por grupos socio-económicos y culturales
- Agrupación por ciclos de vida

¿Qué necesidades tiene?

- Primarias Secundarias
- Suntuarias o de lujo

¿Qué compra el cliente?

- Marca
- Precio
- Diseño

- Color
- Empaque
- Prestación del servicio
- Calidad

D. COMPETENCIA

Consiste en evaluar de una manera realista las fortalezas y debilidades de los productos o servicios de la competencia, comparándolas desde varios puntos de vista así como un análisis de las ventajas y desventajas de ellos. Se identificarán los principales competidores determinando los siguientes aspectos:

- Ubicación
- Tamaño
- Cobertura del mercado
- Características del producto o servicio

E. DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION

Determinar la forma como se va hacer llegar el producto terminado al cliente final o como se va a prestar el servicio, teniendo en cuenta:

- Canales de distribución
- Ventas directas al consumidor final
- Intermediarios
- Qué medios de transporte utilizará para la distribución del producto o la prestación del servicio
- Cobertura del mercado
- Política comercial
- Estrategias publicitarias

F. PUBLICIDAD Y PROMOCION

- Estrategias publicitarias
- Mensajes Publicitarios

G. PRONÓSTICO Y PLANEACION DE VENTAS

Una de las funciones más importantes dentro del área de ventas es el pronóstico del volumen esperado de las mismas. Este habrá de tener un efecto directo sobre la producción, finanzas, publicidad y fuerza de ventas

3. ANÁLISIS DAFO

Su objetivo cosiste en concretar, en un gráfico o tabla resumen, la evaluación de los puntos fuertes y débiles de la empresa (competencia o capacidad para generar y sostener sus ventajas competitivas) con las amenazas y oportunidades externas, en coherencia con la lógica de que la estrategia debe lograr un adecuado ajuste entre su capacidad interna y su posición4

DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

[4] https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_FODA

Oportunidades del Sector

Analizar las oportunidades del proyecto. Algunos ejemplos;

- Entrar en nuevos mercados o segmentos
- Atender a grupos adicionales de clientes
- Ampliación de la cartera de productos para satisfacer nuevas necesidades de los clientes
- Crecimiento rápido del mercado
- Diversificación de productos relacionados
- Eliminación de barreras comerciales en mercados exteriores atractivos.

Amenazas del Sector

Analizar las amenazas del proyecto, Algunos ejemplos

- Entrada de nuevos competidores con costes más bajos
- Incremento en las ventas de los productos sustitutivos
- Crecimiento lento del mercado, cambio en las necesidades y gustos de los consumidores
- Incremento de barreras y requisitos reglamentarios costosos
- Creciente poder de negociación de clientes y/o proveedores.

Puntos Fuertes de la Empresa

Analizar los puntos fuertes de la empresa. Algunos ejemplos

- Capacidades en actividades clave, recursos financieros adecuados
- Habilidades y recursos tecnológicos superiores
- Propiedad de la tecnología principal
- Ventajas en costes
- Buena imagen en los consumidores
- Líder en el mercado
- Capacidad directiva.

Puntos Débiles de la Empresa

Analizar los puntos débiles de la empresa. Algunos ejemplos

- No hay dirección estratégica clara
- Incapacidad para financiar los cambios necesarios en la estrategia,
- Rentabilidad inferior a la media
- Débil imagen en el mercado, cartera de productos limitada
- Instalaciones obsoletas

4. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.

Para formular o diseñar estrategias de marketing, además de tomar en cuenta nuestros objetivos, recursos y capacidad, debemos previamente analizar nuestro público objetivo, de tal manera que en base a dicho análisis podamos, por ejemplo, diseñar estrategias que nos permitan satisfacer sus necesidades o deseos, o que tomen en cuenta sus hábitos o costumbres.

Pero además de analizar nuestro público objetivo, también debemos previamente analizar la competencia, de tal manera que en base a dicho análisis podamos, por ejemplo, diseñar estrategias que nos permita aprovechar sus debilidades, o que se

basen en las estrategias que estén utilizando y que mejores resultados les estén dando[5].

Estrategias para el producto

El producto es el bien o servicio que se ofrece o vende a los consumidores. Algunas estrategias que podemos formular relacionadas al producto son: Agregarle a nuestro producto nuevas características, atributos, beneficios, mejoras, funciones, utilidades, usos.

- Cambiarle a nuestro producto el diseño, la presentación, el empaque, la etiqueta, los colores, el logotipo.
- Lanzar una nueva línea de producto complementaria a la que ya tenemos; por ejemplo, si nuestro producto consiste en jeans para damas, podríamos lanzar una línea de zapatos o carteras para damas.
- Ampliar nuestra línea de producto; por ejemplo, aumentar el menú de nuestro restaurante, o sacar un nuevo tipo de champú para otro tipo de cabello.
- Lanzar una nueva marca (sin necesidad de sacar del mercado la que ya tenemos); por ejemplo, una nueva marca para nuestro mismo tipo de producto pero dedicada a un público con mayor poder adquisitivo.
- Adicionarle a nuestro producto servicios complementarios; por ejemplo, la entrega del producto a domicilio, la instalación del producto, el servicio técnico o de mantenimiento, garantías, políticas de devoluciones.

[5] https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-marketing.html

Estrategias para el precio

El precio es el valor monetario que le asigna al producto al momento de ofrecerlo o venderlo a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar relacionadas al precio son:

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo con el fin de lograr una rápida penetración, una rápida acogida o hacerlo rápidamente conocido.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto con el fin de aprovechar las compras hechas como producto de la novedad del producto.
- Reducir nuestros precios con el fin de atraer una mayor clientela o incentivar las ventas.
- Aumentar nuestros precios con el fin de lograr un mayor margen de ganancia.
- Reducir nuestros precios por debajo de los de la competencia con el fin de bloquearla y ganarle mercado.
- Aumentar nuestros precios por encima de los de la competencia con el fin de crear en nuestros productos una sensación de mayor calidad.
- Ofrecer descuentos por pronto pago, por volumen o por temporada.

Estrategias para la plaza o distribución

La plaza o distribución hace referencia a las plazas o puntos de venta en donde el producto es ofrecido o vendido a los consumidores, así como a la forma en que es distribuido o trasladado hacia dichas plazas o puntos de venta. Algunas estrategias que podemos establecer relacionadas a la plaza o distribución son:

Hacer uso de intermediarios (por ejemplo, agentes, distribuidores, minoristas) con el fin de lograr una mayor cobertura de nuestro producto.

- Abrir un nuevo local comercial.
- Crear una página web o una tienda virtual para nuestro producto.
- Ofrecer o vender nuestro producto a través de llamadas telefónicas, envío de correos electrónicos o visitas a domicilio.
- Ubicar nuestros productos en todos los puntos de venta habidos y por haber (estrategia de distribución intensiva).
- Ubicar nuestros productos solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva).
- Ubicar nuestros productos solamente en un punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).
- Aumentar el número de vehículos distribuidores o de reparto.

Estrategias para la promoción o comunicación

La promoción o comunicación consiste en dar a conocer, informar o hacer recordar la existencia del producto a los consumidores, así como persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso. Algunas estrategias que podemos aplicar relacionadas a la promoción o comunicación son:

- Ofrecer la oferta de adquirir dos productos por el precio de uno.
- Ofrecer la oferta de adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.
- Trabajar con cupones o vales de descuentos.
- Brindar descuentos especiales en determinados productos y en determinadas fechas.
- Crear un sorteo o un concurso entre nuestros clientes.
- Darle pequeños regalos u obsequios a nuestros principales clientes.
- Anunciar en diarios o en revistas especializadas.
- Anunciar en sitios de anuncios clasificados en internet.
- Participar en una feria o exposición de negocios.
- Habilitar un puesto de degustación.

- Organizar algún evento o actividad.
- Colocar carteles o afiches publicitarios en la fachada del local de nuestra empresa.
- Colocar láminas publicitarias en los exteriores de los vehículos de nuestra empresa.
- Alquilar espacios publicitarios en letreros o paneles ubicados en la vía pública. Imprimir y repartir folletos, volantes, tarjetas de presentación.

5. ANALISIS LEGAL

DEBERES DE LOS COMERCIANTES

Artículo 19 código de comercio

- Matricularse en el registro mercantil
- Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad
- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales
- Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades
- Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal

REGISTRO MERCANTIL

El Registro Mercantil permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante. Además, el Registro Mercantil les permite a los empresarios tener acceso a información clave para que amplíen su portafolio de posibles clientes y proveedores. La Matrícula Mercantil hace pública la calidad de comerciante, en la medida que hace visible al empresario frente a potenciales clientes que consultan los registros. Contiene información sobre los datos generales de los comerciantes y de las sociedades.

Objeto:

El registro mercantil tiene por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exige esa formalidad.

El registro mercantil es público. Cualquier persona puede examinar los libros y archivos, tomar anotaciones de sus asientos o actos y obtener copias de los mismos.

Beneficios del registro mercantil:

Cuando usted formaliza su negocio en el Registro Mercantil genera seguridad y confianza para sus empleados, sus clientes, sus proveedores y la comunidad empresarial en general.

Además:

- Acredita y hace pública su calidad de comerciante.
- Hace visible su negocio frente a potenciales clientes pues la información consignada en el registro es pública y frecuentemente consultada por empresas que buscan proveedores.
- Brinda estructura legal que soporta jurídicamente sus negocios.
- Le facilita la participación en licitaciones y obtención de créditos ante entidades financieras.

Renovación de la Matrícula Mercantil.

La matrícula debe renovarse anualmente, dentro de los tres primeros meses de cada año.

El inscrito informará a la correspondiente cámara de comercio la pérdida de su calidad de

comerciante, lo mismo que cualquier cambio de domicilio y demás mutaciones referentes a su actividad comercial, a fin de que se tome nota de ello en el registro correspondiente.

Lo mismo se hará respecto de sucursales, establecimientos de comercio y demás actos y documentos sujetos a registro.

Constitución

Constituir una empresa en este país es un proceso cada vez más sencillo y económico. Colombia ha dado pasos de gigante en la simplificación de trámites, por lo menos en lo que a creación de empresas se refiere.

La constitución de compañías es a la formalización de la economía, lo que el registro civil de los niños al Estado de Derecho. Un país donde se torna complejo legalizar un negocio, hace imposible la captación de impuestos y el cumplimiento de las normas básicas del ordenamiento jurídico.

Las entidades implicadas son la DIAN, las Cámara de comercio y una entidad bancaria. Un porcentaje superior al 90% de las empresas que se constituyen en el país son S.A.S (Sociedades por Acciones Simplificadas) por lo que vamos a usar este tipo social para describir el proceso de formación

Estos son los pasos que debe seguir:

Paso 1. Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra.

Paso 2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad.

Paso 3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.

Paso 4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Paso 5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Paso 6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

Paso 7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

Paso 8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

Paso 9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

Paso 10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

6. Estudio financiero

El elaborar un plan de negocios requiere una serie de pasos como son:

1. Tener en claro cuál es su idea o proyecto de negocios

2. Realizar un estudio del mercado y las necedades que existan en él, con la finalidad de identificar la demanda potencial y el nicho de mercado el cual cubrirá, incluyendo cual el precio optimó por el que la gente pagaría por su producto o servicio, promoción para su venta y conocimiento del consumidor, distribución del producto o servicio así como el lugar específico para su venta.

3. El estudio técnico que es él que determinan los costos en los que se incurrirán para su implementación donde se incluye: lugar, equipo, instalaciones, tecnología y otros elementos para la producción del bien o servicio que desarrollan en el proyecto de negocio.

4. Estudio de producción en él se contemplan todos los insumos necesarios para el proceso de elaboración o comercialización si hablamos de un empresa que comercializa sus productos, en tanto el que los fabrica tendrá que considerar los materiales, el recurso humano que lo transformara y los gatos indirectos que apoyan el concepto de producción del bien.

5. Finalmente el estudio financiero es el que determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto y su aceleración, este permite evaluar la rentabilidad del proyecto de negocio y visualizar su rentabilidad recuperación del mismo en el tiempo.

El quinto paso por así decirlo es el que encierra el termino cuantitativo y financiero del plan de negocio, en este se apoya la determinación del plan de negocio ya que resulta de suma importancia que cada uno de estos elementos cuantifique la inversión necesaria para emprender el negocios como son la inversión requerida, capital de trabajo y gastos pre operativos y la integración de la información financiera resumida en los estados

Financieros proyectados: Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias.

OBJETIVOS DE LA FERIA DE EMPRENDIMIENTO

- Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno.
- Apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor.
- Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora.
- Relacionar la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación

ACTIVIDADES REALIZADAS PARA EL EVENTO CON LOS CONOCIMIENTOS APRENDIDOS PREVIAMENTE EN EL CURSO DE FORMACION

1. Seleccionar idea de negocios y relacionar el negocio en marcha o la unidad productiva
2. Realizar un estudio del mercado
3. Estudio de producción en él se contemplan todos los insumos necesarios para el proceso de elaboración o comercialización (costos de producción y comercialización (determinando materias primas, mano de obra y cotos indirectos de fabricación), con la orientación del Instructor)
4. Análisis de la Inversión requerida
5. Estudio financiero determinación del precio de venta y los cotos de producción del producto o servicio para proyectar la utilidad o la ganancia del negocio

ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL EMPRENDEDOR

ACTIVIDADES RELIZADAS POR EL EMPRENDEDOR	DESCRIPCION
1. Seleccionar idea de negocios y relacionar el negocio en marcha o la unidad productiva	Generación de ideas puede venir de experiencias propias o ajenas, de buscar alternativas, de aportar soluciones a diferentes problemas, en definitiva, de innovar.
2. Realizar un estudio del mercado	Descripcion y clasificacion del cliente, segmentacion del mercado, recopilicion de informacion preliminar
3. ANÁLISIS DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).	Consiste en la evaluación de los puntos fuertes y débiles de la empresa (competencia o capacidad para generar y sostener sus ventajas competitivas) con las amenazas y oportunidades externas
4. Estrategias de Marketing	Conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.
5. Analisis Legal	Identificar los Beneficios del registro mercantil: formalizar su negocio en el Registro Mercantil genera seguridad y confianza para sus empleados, sus clientes, sus proveedores y la comunidad empresarial en general.
6. Estudio Finaciero y de producción	En él se contemplan todos los insumos necesarios para el proceso de elaboración o comercialización (costos de producción y comercialización (determinando materias primas, mano de obra y cotos indirectos de fabricación), con la orientación del Instructor)

UNIDADES PRODUCTIVAS RELACIONADAS EN LA FERIA DE EMPRENDIMINETO

NOMBRE DEL EMPRENDEROR	NOMBRE DE UNIDAD PRODUCTIVA	MUNICIPIO
ROSA MERCEDEZ JIMENEZ MONTES	GALLINAS PONEDORAS	BARRANCAS
EVERILDE ESTER HERNANDEZ BOLAÑO	TIENDA EVE	DIBULLA
YENDRIS CAROLINA GUTIERREZ SOLANO	TORTAS YENDRIS	FONSECA
OLGA CORONADO FRAGOSO	LENCERIAS	FONSECA
MARELVIS DEL ROSARIO FRAGOZO BRITO	DEDITOS MARELVIS	FONSECA
MARIBETH DE LOS ANGELES FRAGOSO MOLINA	CONFECCIONES MARY	MAICAO
MAEDTH DEL CARMEN OVIEDO	JUGOS LA MONA	MAICAO
PAOLA ARLETH CATAÑO	VARIEDADES PAOLA	MAICAO
SAID OVIEDO PIÑERES	CORTES Y MAS	MAICAO
OSCAR GONZALEZ MARQUEZ	GALLINAS PONEDORAS	MAICAO
OSCAR LUIS GONZALEZ BOLAÑO	CRIADERO DE CERDOS	MAICAO
HUGO SIERRA DELUQUE MAICAO	MARQUETERIA HO KONG	MAICAO
SHIRLEY CABANAS AGUILAR	GALERIA DE ARTE CABAGUI	MAICAO
YOSELIS GONZALEZ ARCINIEGAS	COFFEE TIME	MAICAO
RAFAEL AVILA RAMIREZ	ASOCIACION TURSITICA DE PALOMINO	PALOMINO
SANDRA PATRICIA VILLAMIZAR MORALES	HARINAS SANDRA	RIOHACHA
ISAMAR GUTIERREZ MARTINEZ	EL PUNTO DEL ESTAMPADO	RIOHACHA
CELAINIS YAILETH OTERO MOSCOTE	TAMALES CELAINES	RIOHACHA
CELIA CASTILLO	CONFECCIONES LA ELEGANCIA	RIOHACHA
LUIS EDUARDO ESPINOZA MARTINEZ	PANADERIA LAS MARIAS	RIOHACHA
KETTY DEL CARMEN CERVANES OSPINO	ARREGLO DE UÑAS KETY	RIOHACHA

FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE BARRANCAS

Rosa Mercedes Jimenez Montes

Gallinas ponedoras







FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE DIBULLA

Everilde Ester Hernandez Bolaño

Tienda Eve



FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE FONSECA

Yendris Carolina Gutiérrez Solano

Tortas yendris









FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE FONSECA

Olga Coronado Fragoso

Lencería





FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE FONSECA

Marelvis Del Rosario Fragozo Brito

Deditos mare





FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Maribeth De Los Angeles Fragoso Molina

Confecciones mary





FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Maedth Del Carmen Oviedo

Jugos la mona



FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Paola Arleth Cataño

Variedades paola



FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Said Oviedo jaramillo

Cortes y más



FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Oscar González Marquez

Gallinas ponedoras



FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Oscar Luis González Bolaño

Criadero de cerdo



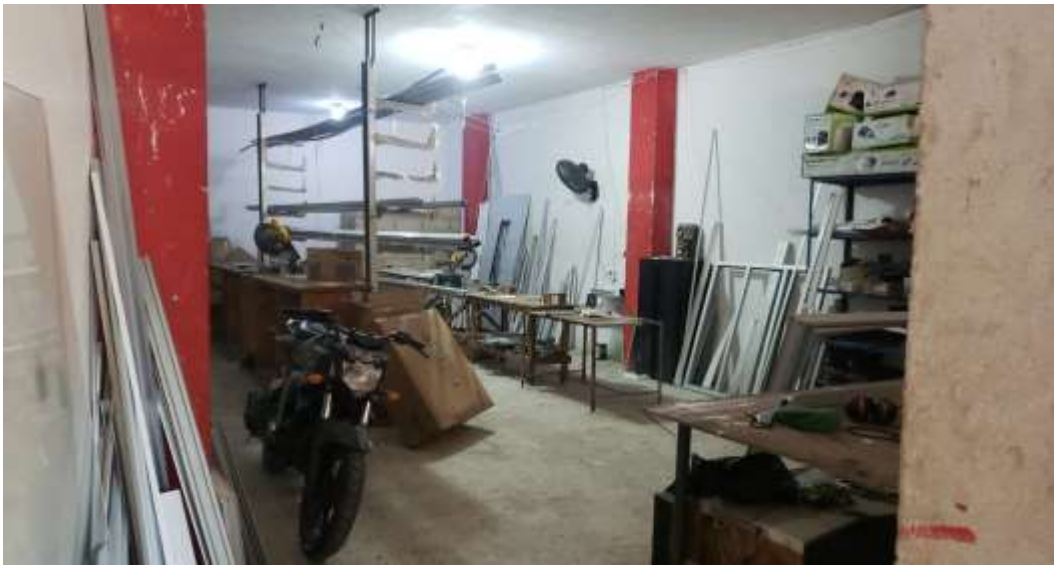
FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Hugo Sierra Deluque Maicao

Marquetería HonKong





FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Shirley Cabanas Aguilar

Galería De Arte Cabagui



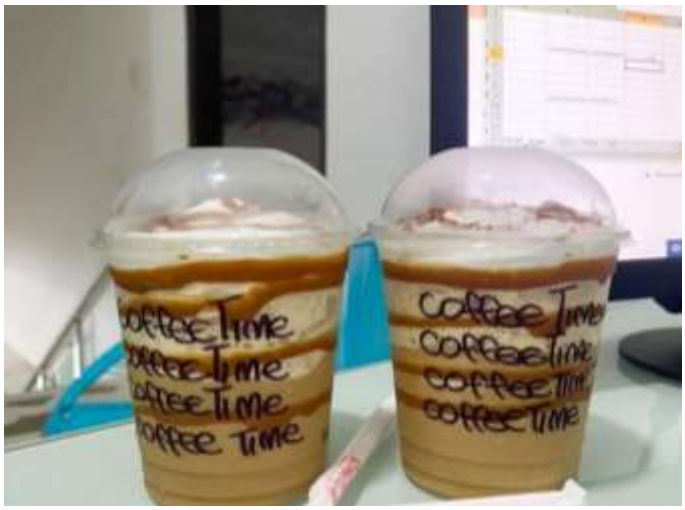


FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE MAICAO

Yoselis González Arciniegas

Coffee Time





SFERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE PALOMINO

Rafael Ávila Ramírez

Asociación Turística De Palomino





SFERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE RIOHACHA

Sandra Patricia Villamizar Morales

Harinas Sandra



SFERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE RIOHACHA

Isamar Gutiérrez Martínez

El Punto Del Estampado





SFERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE RIOHACHA

Celainis Yaileth Otero Moscote

Tamales Celaines



SFERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE RIOHACHA

Celia Castillo

Confecciones La Elegancia



SFERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE RIOHACHA

Luis Eduardo Espinoza Martínez

Panadería Las Marias



FERIA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDADES RODUCTIVAS DE MUNICIPIO DE RIOHACHA

Ketty Del Carmen Cervantes Ospino

Arreglo De Uñas Kety





CONCLUSIONES

Estas son algunas de las conclusiones más interesantes recogidas en las experiencias del evento:

- ✓ Los participantes mostraron interés selección de las ideas y desarrollo de sus unidades productivas o negocio en marcha
- ✓ Los emprendedores Implementaron creatividad e innovación al elaborar y promocionar sus productos
- ✓ Los emprendedores relacionaron la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación.
- ✓ Desarrollaron características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno.
- ✓ Emplearon capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora.

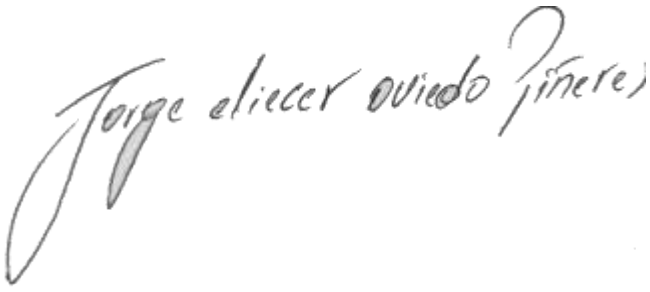
CENTRO INDUSTRIAL Y DE ENERGÍAS ALTERNATIVAS

REGIONAL GUAJIRA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"

RIOHACHA – LA GUAJIRA

SEPTIEMBRE - OCTUBRE 2021



JORGE ELIECER OVIEDO PIÑERES

Instructor área CONTABILIDAD Y FINANZAS