ACTA No. DRC –SER 094		
NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN: Fortalecimiento Ciclo I, Socialización y apropiación de la temática del modelo de empresa cooperativo, START COOP.		
CIUDAD Y FECHA: 12/04/2023	**HORA INICIO:** 7:30 am	**HORA FIN:** 10:00 am
LUGAR Y/O ENLACE: Riohacha (Corregimiento de mongui, calle 4 # 4-36, donde la negra)	**DIRECCIÓN GENERAL / REGIONAL / CENTRO** Regional Guajira	

AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR:

1. Socialización y apropiación del concepto de Plan de Mercadeo.
2. Socialización y apropiación del concepto de Estrategia de Mercadeo.
3. Socialización y apropiación del concepto de Estrategia de Promoción.
4. Socialización y apropiación del concepto de Estrategia de Distribución.
5. Socialización y apropiación del concepto de Estrategia de Precios.
6. Presentación de ejemplo Guía para el desarrollo del plan.

OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN:

Realizar Fortalecimiento Ciclo I, Socialización y apropiación de la temática del modelo de empresa cooperativo, START COOP. 1. Plan de Mercadeo, 2. Estrategia de Mercadeo, 3. Estrategia de Promoción, 4. Estrategia de Distribución, 5. Estrategia de Precios.

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

El día 12 de abril del 2023, siendo las 07:30 am se reúnen en el Corregimiento de mongui, calle 4 # 4-36, donde la negra, del municipio de Riohacha, el Dinamizador de Emprendimiento Rural Andrés Alfonso Martínez Romero y los integrantes de la unidad productiva **134816 - DULCE DE MONGUÍ**, que lidera la emprendedora **MIREYA DEL CARMEN AVILA RODRIGUEZ**, que tiene como actividad económica principal la elaboración de productos agroindustriales (**YOGURT, QUESO, SUERO, DULCES**), la reunión inicia con la socialización y apropiación del concepto de Plan de Mercadeo. El módulo **START COOP**, ha sido desarrollado como una herramienta de capacitación de bajo costo y fácil uso para aquellas personas que están interesadas en iniciar y lanzar una cooperativa de una manera participativa y eficiente. Durante esta orientación, se analizan las estrategias de mercadeo, definiendo claramente sus estrategias para lanzar sus productos y/o servicios al mercado y lograr un buen éxito en las ventas. La Publicidad y Promoción, son actividades por medio de las cuales, mensajes visuales, audiovisuales u orales son enviados a cierto público objetivo con el propósito de informarlo y motivarlo a comprar nuestros productos y/o servicios; estos pueden ser volantes, mensajes de texto/redes sociales, perifoneo, visita a posibles compradores, vallas, cuñas radiales, Participación en ferias comerciales, etc. Los Canales de Distribución, son la ruta o camino que sigue un producto al ser transferida su propiedad, directa o indirectamente, desde su fabricante hasta el consumidor o cliente final, por el conducto de intermediarios.
La Venta Directa: Es la que realizo personalmente como empresario o a través de mis

vendedores en mis locales o puntos de venta en el centro comercial; puerta a puerta, a domicilio o por Internet.
La Venta con Intermediarios: Es la venta en donde uso uno o más distribuidores entre mi empresa y el Cliente final.
La Estrategia de Precio, pueden definirse diferentes tipos de calidades del producto o servicio, de acuerdo a las líneas que se planean vender. El precio entonces, dependerá de factores como el sector hacia el cual irá dirigido el producto, las necesidades del cliente, precios de la competencia, leyes, la oferta y demanda, pero en últimas el más importante es el relativo a los costos de producción.

Se desarrollan las actividades y se hacen las estrategias de mercadeo, Promoción, Distribución, Precios en el entorno de la unidad productiva **134816 - DULCE DE MONGUÍ**.

Se finaliza a la 10:00 am con la firma del acta de Socialización y apropiación de la temática del modelo de empresa cooperativo, **START COOP**, por todos los actores asistentes en la reunión.

CONCLUSIONES

Se concluye que los participantes al finalizar la temática, del modelo de empresa cooperativo, START COOP, diseñada para emprendedores, interesadas en formar una cooperativa o incorporarse a una ya existente estarán en condiciones de:

1. Entender qué es un Plan de Mercadeo (Describir las estrategias de promoción, distribución y precio.).

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
Desarrollar el plan de mercadeo, describiendo las estrategias de promoción, distribución y precio para la unidad productiva **134816 - DULCE DE MONGUÍ**.	Emprendedores y Dinamizador de Emprendimiento Rural	Entre el 13 y 15 de abril.

ASISTENTES: (Incorporar registro de asistencia)

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

De acuerdo con La Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se compromete a garantizar la seguridad y protección de los datos personales que se encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente.

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DRC – SER 094 DEL DÍA_12_ DEL MES DE Abril DEL AÑO 2023

OBJETIVO (S)	Fortalecimiento Ciclo I, Socialización y apropiación de la temática del modelo de empresa cooperativo, START COOP. 1. Plan de Mercadeo, 2. Estrategia de mercadeo, 3. Estrategia de promoción, 4. Estrategia de distribución, 5. Estrategia de precios.

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT.SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
1	Yarelmis Avila	40.920.062			X	Dulces de Monquirá	Yare1817@hotmail.com	3126070368	Si	Yarelmis Avila
2	Andres Martinez	84.101.925		X		SENA SER	aamartinez3@sena.edu.co	3185462725	Si	