REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No 10 DEL DÍA 25 DEL MES DE MAYO AÑO 2023										
OBJETIVO (S)	Segundo seguimiento puesta en marcha off									
No.	**NOMBRES Y APELLIDOS**	**No. DOCUMENTO**	**PLANTA**	**CONTRATISTA**	**OTRO ¿CUAL?**	**DEPENDENCIA/ EMPRESA**	**CORREO ELECTRÓNICO**	**TELÉFONO/EXT. SENA**	**AUTORIZA GRABACIÓN**	**FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL**
1	Luisa Adriana Contreras Garzón	1.007.003.315				ORION.NET	lcontrerasgaron@gmail	3137563998	Si	Luisa Adriana Contreras
2	Angela Yulied Garzón Bustos	1.022.338.160		x		Emprendimiento	aygarzon@sena.edu.co	3227709622	Si	Angela Yulied Garzón B.

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.

ACTA No. 10		
NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN: CREACION OFF – Inicio puesta en marcha off Orion.net		
CIUDAD Y FECHA: Inírida, 25 de mayo de 2023.	**HORA INICIO:** 08:00 a.m.	**HORA FIN:** 11:00 a.m.
LUGAR Y/O ENLACE: Cara a cara con la Empresaria	**DIRECCIÓN GENERAL / REGIONAL / CENTRO** SENA /REGIONAL: Guaina/CAENA	
AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR: Seguimiento puesto en marcha off Orion.Net		
OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN: Seguimiento puesta en marcha off		

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

- Junto con la empresaria de **"Orion.net"** se continua con el ciclo de puesta en marcha; en el día de hoy enfocados en las estrategias de mercadeo para generar ingresos

Luego de socializar los aspectos más importantes se resalta algunos aspectos como

I Estrategias de mercadeo

Aspectos para tener en cuenta en el estudio de mercado: terminar cuál va a ser el objetivo de la investigación
1. objetivo de la investigación a realizar.
2. Identificar quiénes podrían ser mis posibles clientes y donde están ubicados.
3. Tener presente quiénes podrían ser mis clientes, cuáles serían sus necesidades, quiénes son mis competidores y qué hacen, y quiénes serían mis posibles proveedores y qué me podrían ofrecer.
4. Observar el entorno (preferencias, moda y gustos)
5. Realizar las preguntas de la encuesta de acuerdo con el objetivo de la investigación que se va a realizar.

Para que este tipo de investigación; con el fin de enfocar los esfuerzos hacia los interesados en mi producto como es

1. Identificar si hay necesidades insatisfechas (esto resulta de la investigación de mercado)
2. Segmentar el mercado basado en la información que surgió de la investigación de mercado: Tener claro aspectos como
    - Las necesidades insatisfechas
    - Clasificación de los clientes: ejemplos empleados de determinadas oficinas
    - Sector público o sector privado.
    - Elegir el mercado al cual me voy a dirigir
    - Posicionar el producto según el segmento por ejemplo que tipo de pescado consume la población joven menores de edad.
3. Elegir uno o más mercados a los cuales me voy a dirigir.
4. Posicionar mi producto en ese o esos segmentos que elegí mediante las estrategias de mercadeo que voy a realizar

TIPOS DE CLIENTES: se debe realizar el listado.

- Nombre, precios, publicidad que utilizan, debilidad de la competencia, fortalezas de la competencia, estrategias de mercadeo que utilizan.
- Clientes activos: los que han comprado mi producto
- Clientes potenciales: posibles consumidores en mi negocio, los que muestran interés.
- Clientes externos: Los que no me han comprado, pero pueden llegar según las estrategias que utilice.
- Clientes internos: Empleados, proveedores y socios de mi negocio (Empresa)

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

- La Directa: venta los productos como los de mi empresa
- Indirectas: Los comerciantes que venden productos sustitutos ej, restaurantes con carne rojas.

¿Análisis de la mezcla del mercado que estrategias incluye?

a. El Producto variedad, logo, presentación, empaque),

En la identidad corporativa: como quiero que recuerden mi negocio) El nombre, el estilo del negocio, los olores, colores, sabores, la ambientación, el posicionamiento.
El nombre incluso utilizar silabas seguidas si es compuesto. Implemente un slogan, sin iniciales.

b. el servicio (Garantía, calidad),

El cliente regresará a mi negocio, soy importante para el cliente
La comunicación e información básica
Entender y escuchar al cliente

c. el precio: De acuerdo con el presupuesto de este. Se reconoce en el mercado. Según el costo.

d. La comunicación e Impulso:

Venta directa. Un local.
Publicidad: redes sociales
Promoción: para mayor consumo de los productos
Promover determinado producto 1 día a la semana

Realizada la asesoría al respecto, la empresaria es tuvo atenta y de igual manifestó interés en aplicar algunos aspectos relacionados para incrementar las ventas.

CONCLUSIONES

La emprendedora fue receptiva al proceso.

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
Continuar con el ciclo de acompañamiento en la puesta en marcha	Emprendedora	De común acuerdo

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.