.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 21/09/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 21/09/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:

21/09/2023 Diseñar un plan de mercadeo conforme a los objetivos organizacionales
09/10/2023 Explicación de las herramientas de investigación de mercados

Avance:

21/09/2023 Se explica al empresario los pasos que debe seguir para establecer un plan de mercadeo:

Paso 1: Definir los Objetivos Organizacionales

Antes de comenzar a desarrollar cualquier estrategia de marketing, es esencial comprender los objetivos generales de la asociación. Estos objetivos pueden incluir aumentar la membresía, recaudar fondos, mejorar la visibilidad de la organización o promover un programa específico. Es importante que estos objetivos sean claros, medibles y alcanzables.

Paso 2: Analizar el Entorno

Realiza un análisis del entorno para comprender mejor la situación actual de la asociación y el mercado en el que opera. Esto puede incluir el análisis de la competencia, el estudio de las tendencias del mercado y la identificación de oportunidades y amenazas. También es importante conocer a tu audiencia objetivo, sus necesidades y comportamientos.

Paso 3: Establecer Metas de Marketing

Una vez que tengas una comprensión clara de los objetivos de la asociación y el entorno, puedes establecer metas específicas de marketing que contribuyan a alcanzar esos objetivos. Estas metas deben ser cuantificables y vinculadas directamente a los objetivos organizacionales.

Paso 4: Desarrollar Estrategias de Marketing

Con las metas en mente, desarrolla estrategias de marketing que te ayuden a lograrlas. Esto puede incluir la elección de canales de marketing, la creación de mensajes y contenido, la

planificación de eventos, la publicidad y otras tácticas. Asegúrate de que estas estrategias estén alineadas con los recursos disponibles y el presupuesto de la asociación.

Paso 5: Crear un Plan de Acción

Desglosa tus estrategias en un plan de acción detallado que incluya fechas de inicio y finalización, responsables de cada tarea y los recursos necesarios. Esto te ayudará a mantener el seguimiento y la responsabilidad a lo largo del proceso.

Paso 6: Presupuesto de Marketing

Asigna un presupuesto adecuado para la ejecución de tu plan de marketing. Esto debe incluir gastos relacionados con publicidad, promoción, personal y cualquier otra actividad de marketing que hayas planeado.

Paso 7: Implementación y Monitoreo

Lleva a cabo las actividades de marketing de acuerdo con tu plan de acción. Es importante monitorear continuamente el progreso hacia tus metas y realizar ajustes si es necesario. Utiliza métricas clave de rendimiento (KPIs) para evaluar el éxito de tus estrategias y tácticas.

Paso 8: Evaluación y Ajuste

Al final de cada ciclo de marketing, evalúa los resultados en comparación con tus metas. Identifica lo que funcionó y lo que no, y utiliza esta información para ajustar y mejorar tu plan de marketing en el futuro.

Se recalca que el marketing es un proceso continuo y que tus estrategias deben adaptarse a medida que cambian los objetivos y las condiciones del mercado. La comunicación constante y la colaboración dentro de la asociación son clave para el éxito de tu plan de marketing.

2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

3 Gestión de la Productividad Operacional

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

4 Gestión de calidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

01/12/2023 Explicación de la estandarización y documentaciones de los procesos

Avance:

01/12/2023 Esta actividad se desarrollara en diciembre

5 Gestión de la innovación / Desarrollo y sofisticación de producto

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

6 Gestión Financiera y Contable

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

07/11/2023 Revisión y ajustes de los indicadores de gestión de la empresa

Avance:

07/11/2023 La actividad se realizara en el mes de Noviembre

11 Gestión de la propiedad intelectual

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

12 Índice de productividad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

13 Otro

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Otro seguimiento a indicadores propuestos

Avance:

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada:

Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: