.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 09/10/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 09/10/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:

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

Avance:

09/10/2023. El día 09 de octubre de 2023, se llevó a cabo una reunión de asesoría con los miembros de la Asociación de Jóvenes Rurales de San Cayetano. El objetivo de la asesoría fue brindar orientación sobre las herramientas de investigación de mercados. A continuación, se resumen los puntos clave de la asesoría:

Definición de Investigación de Mercados:

Se explicó que la investigación de mercados es el proceso de recopilar, analizar y comprender información relevante sobre el mercado, los consumidores y la competencia. Esta información es esencial para la toma de decisiones informadas.

Tipos de Investigación de Mercados:

Se mencionaron dos tipos principales de investigación de mercados:

Investigación Cuantitativa: Se centra en datos numéricos y estadísticas, como encuestas y análisis de datos.

Investigación Cualitativa: Se enfoca en comprender las percepciones y opiniones de los consumidores a través de entrevistas, grupos focales y observación.

Herramientas de Investigación:

Se discutieron varias herramientas que la asociación puede utilizar para llevar a cabo investigaciones de mercado, incluyendo:

Encuestas en línea y entrevistas personalizadas: Para recopilar datos cuantitativos y cualitativos de los miembros de la comunidad.

Análisis de redes sociales: Para comprender las tendencias y opiniones en línea relacionadas con los productos o servicios.

Investigación de campo: Para observar el comportamiento de los consumidores y obtener información de primera mano.

Bases de datos y fuentes de información secundaria: Para acceder a datos ya existentes que pueden ser relevantes.

Planificación de Investigación:

Se enfatizó la importancia de planificar la investigación cuidadosamente, estableciendo objetivos claros, diseñando cuestionarios y eligiendo las herramientas adecuadas.

Procesamiento y Análisis de Datos:

Se explicó que una vez recopilada la información, es crucial procesar y analizar los datos de manera efectiva para extraer conclusiones y tomar decisiones informadas.

Ética en la Investigación:

Se hizo hincapié en la importancia de llevar a cabo investigaciones de mercado de manera ética, respetando la privacidad de los participantes y asegurándose de que los datos se utilicen de manera responsable.

Conclusión:

Los miembros de la Asociación de Jóvenes Rurales de San Cayetano recibieron asesoría sobre las herramientas de investigación de mercados y la importancia de realizar investigaciones para el desarrollo de sus proyectos. Se alentó a la asociación a aplicar estos conocimientos en futuras iniciativas y proyectos para la comunidad.

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: 07/11/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 07/11/2023 12:00:00 a. m.

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

Avance:
07/11/2023 Diagnóstico de la Situación Actual: Se llevó a cabo un análisis detallado de la situación actual de la Asociación de Jóvenes Rurales San Cayetano, identificando sus principales actividades, recursos y áreas de mejora.

Se discutieron los desafíos específicos que la asociación enfrenta en el entorno rural.

Definición de Objetivos Organizacionales:

Se trabajó en la definición clara y precisa de los objetivos a corto, mediano y largo plazo de la asociación.

Los objetivos fueron alineados con la misión y visión de la entidad, garantizando su coherencia y relevancia.

Identificación de Indicadores de Gestión:

Se procedió a identificar indicadores clave de gestión que permitirán medir el desempeño y el logro de los objetivos establecidos.

Los indicadores abarcaron áreas como productividad, sostenibilidad, participación comunitaria y eficiencia en el uso de recursos.

Establecimiento de Metas y Umbrales:

Se discutieron y establecieron metas específicas para cada indicador, junto con umbrales que indicarán el nivel de éxito o áreas de mejora.

Se hizo énfasis en la importancia de establecer metas realistas y alcanzables.

Implementación de Sistemas de Monitoreo:

Se brindó orientación sobre la implementación de sistemas de monitoreo efectivos para recopilar datos relevantes para los indicadores de gestión.

Se recomendó el uso de herramientas simples y accesibles, teniendo en cuenta la infraestructura disponible en entornos rurales.

Capacitación y Sensibilización:

Se propuso un plan de capacitación para los miembros de la asociación, con el objetivo de sensibilizar sobre la importancia de los indicadores de gestión y su papel en la mejora continua.

Plan de Acción:

Se elaboró un plan de acción detallado que incluye la implementación de los indicadores, la asignación de responsabilidades y los plazos para su seguimiento.

Preguntas y Respuestas:

Se abrió un espacio para preguntas y aclaraciones por parte de los representantes de la Asociación de Jóvenes Rurales San Cayetano.

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: