SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA PROGRAMA VÍCTIMAS – REGIONAL GUAJIRA INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (X) Y/O PLAN DE MEJORAMIENTO ( )			
PRUEBA DE CONOCIMIENTO -			
FECHA DE APLICACIÓN:	10 - 11 - 2023	**Código de FICHA**	2877094
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:	GERARDO ARAGON, MARIA BERNAL		
	ELBA CABRERA, JAIME RAMIREZ		
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Construir el plan de negocios teniendo en cuenta las características de la planeación estratégica y ciclo de vida del producto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	Estructura el plan de negocio e Identifica en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra		
CUMPLE/ NO CUMPLE:	SI (X) NO ( )		

INSTRUCCIONES GENERALES:
Para dar respuesta al cuestionario se requiere:

- ✓ Diligenciar las respuestas con lápiz #2.
- ✓ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según la estructura del cuestionario.
- ✓ Usar letra legible para responder las preguntas abiertas.

DURACIÓN: LA PRUEBA DURARA DOS (2) HORAS.

CUESTIONARIO

De acuerdo al documento "CONCEPTOS TEÓRICOS" enviado a sus whatsapp debemos dar respuesta a cada ítem propuesto:

1. Descripción de los aprendices que conforman el grupo de trabajo colaborativo y su actividad productiva:

GERARDO ARAGÓN : PROYECTO DE MAIZ, CRIA DE GANADO.
MARIA BERNAL : CRIA DE GANADO, CERDO MERCADEO.
ELBA CABRERAS : PROYECTO DE MAIZ CRIA DE CERDO GANADO
JAIME RAMIREZ : PROYECTO DE MAIZ, ARTESANIAS, FABRICA DE
: BOLSOS ESCOLARES CON TAS DISTINTAS.
: CLASES DE LONAS.

"Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos".
Tomada del libro How to be Like Walt

2. **Conceptos y características del Plan de Negocios:**
   a. **¿Qué es y cómo se realiza un estudio de mercado?:**

QUE ES UN ESTUDIO DE MERCADO? SON LAS ACCIONES QUE REALIZA UNA ORGANIZACION, PARA CONOCER LAS DEMANDAS Y OFERTAS QUE EXISTEN EN EL MERCADO, COMO SE REALIZA? CON ENCUESTAS, INVESTIGACION DE COMPETENCIA, ESTUDIO Y: Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad.

PLAN DE NEGOCIO.

   b. **Identidad corporativa:** En la actualidad existen muchas compañías que con solo mirar su imagen o logotipo se pueden identificar y muchas de ellas son reconocidas en los mercados nacionales e internacionales por llamativa o singular que puede llegar a hacer su imagen o logotipo corporativo.

IMAGEN CORPORATIVA: Se concibe como la forma en que el público percibe la marca de la unidad productiva, sus productos o servicios.
EL SITIO WEB.: Como ofrecer una primera impresión ante el público.
EL LOGOTIPO: Debe ser fácil de interpretar, de identificar y de recordar.
LA IDENTIDAD GRAFICA: Está compuesta por la tipografía y los colores de la marca. Características de la letra que se va a emplear (fuente, tamaño, etc.).
El MERCADO es un escenario importante para toda unidad productiva, pues es en este dónde se comercializan sus productos y servicios.
DEMANDA: La cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.
OFERTA: La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

3. Defina los métodos de investigación.
   Encuestas: SERIE DE PREGUNTAS QUE SE HACEN A MUCHAS PERSONAS PARA REUNIR DATOS EN LA OPINION PUBLICA SOBRE UN ASUNTO DETERMINADO
   Entrevista: ES LA REUNION DE DOS O MÁS PERSONAS PARA TRATAR UN ASUNTO, GENERALMENTE PROFESIONAL O DE NEGOCIO.
   Pruebas de campo: CONSISTE EN RECORRER LA MAXIMA DISTANCIA POSIBLE A PARTIR DE UN SALTO TRAS UNA CARRERA.
4. La SEGMENTACION consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:

GEOGRAFICAMENTE: Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
DEMOGRAFICAMENTE: Edad, sexo, etc.
PERSONALES.: Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.
FAMILIARES: Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.
PSICOLÓGICOS: Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.
CONDUCTUALES: Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.
POR USO: Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices:
Elba cabrera.
JAIME RAMIREZ

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA PROGRAMA VÍCTIMAS – REGIONAL GUAJIRA INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (X) Y/O PLAN DE MEJORAMIENTO ( )			
PRUEBA DE CONOCIMIENTO -			
FECHA DE APLICACIÓN:	11 - 2023	**Código de FICHA**	2877094
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:	Ines i suarez Zenaida Rumbo Nieves Hector olaya carmen moriño Casimira Pinto		
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Construir el plan de negocios teniendo en cuenta las características de la planeación estratégica y ciclo de vida del producto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	Estructura el plan de negocio e Identifica en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra		
CUMPLE/ NO CUMPLE:	SI (X) NO ( )		

INSTRUCCIONES GENERALES:

Para dar respuesta al cuestionario se requiere:

- ✓ Diligenciar las respuestas con lápiz #2.
- ✓ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según la estructura del cuestionario.
- ✓ Usar letra legible para responder las preguntas abiertas.

DURACIÓN: LA PRUEBA DURARA DOS (2) HORAS.

CUESTIONARIO

De acuerdo al documento "CONCEPTOS TEÓRICOS" enviado a sus whatsapp debemos dar respuesta a cada ítem propuesto:

1. Descripción de los aprendices que conforman el grupo de trabajo colaborativo y su actividad productiva:

Hector olaya : Agricultor.
Zenaida Rumbo : Agricultor.
Carmen meriño : agricultor.
Casimira Pinto : agricultor.
Ines suarez : agricultor.
_____ : _____.

"Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos".
Tomada del libro How to be Like Walt

2. **Conceptos y características del Plan de Negocios:**
   a. **¿Qué es y cómo se realiza un estudio de mercado?:**

es un conjunto de acciones realizados por organizaciones comerciales 1= Define tu objetivo 2= Elige tu metodo de recopilacion de informacion 3= realiza la segmentacion de tu publico : Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad.

   b. **Identidad corporativa:** En la actualidad existen muchas compañías que con solo mirar su imagen o logotipo se pueden identificar y muchas de ellas son reconocidas en los mercados nacionales e internacionales por llamativa o singular que puede llegar a hacer su imagen o logotipo corporativo.

el sitio web

La imagen Corporativa : Se concibe como la forma en que el público percibe la marca de la unidad productiva, sus productos o servicios.
Crear identidad con P. : Como ofrecer una primera impresión ante el público.
El logotipo : Debe ser fácil de interpretar, de identificar y de recordar.
La identidad Grafica : Está compuesta por la tipografía y los colores de la marca. Características de la letra que se va a emplear (fuente, tamaño, etc.).
El Mercado es un escenario importante para toda unidad productiva, pues es en este dónde se comercializan sus productos y servicios.
Demanda : La cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.
Oferta : La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

3. Defina los métodos de investigación.
   Encuestas: es un procedimiento de investigación cuantitativa en la que el investigador recopila investigacion e información.
   Entrevista: se define como "una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar
   Pruebas de campo: mostrar el producto al cliente para que el de su punto de vista.
4. La Segmentación consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:

Geograficos : Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
Demograficos : Edad, sexo, etc.
Personales : Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.
Familiares : Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.
Psicologicos : Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.
Conductuales : Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.
Por uso : Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices:

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA PROGRAMA VÍCTIMAS – REGIONAL GUAJIRA INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (X) Y/O PLAN DE MEJORAMIENTO ( )			
PRUEBA DE CONOCIMIENTO -			
FECHA DE APLICACIÓN:	- 11 - 2023	**Código de FICHA**	2877094
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:	YASSER J CONTRERAS. PAREJA ~~DEIVIS~~ LUIS R MENDOZA LUISA CARDENAS. MARGARITA GUERRA		
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Construir el plan de negocios teniendo en cuenta las características de la planeación estratégica y ciclo de vida del producto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	Estructura el plan de negocio e Identifica en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra		
CUMPLE/ NO CUMPLE:	SI (X) NO ( )		

INSTRUCCIONES GENERALES:
Para dar respuesta al cuestionario se requiere:

- ✓ Diligenciar las respuestas con lápiz #2.
- ✓ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según la estructura del cuestionario.
- ✓ Usar letra legible para responder las preguntas abiertas.

DURACIÓN: LA PRUEBA DURARA DOS (2) HORAS.

CUESTIONARIO

De acuerdo al documento "CONCEPTOS TEÓRICOS" enviado a sus whatsapp debemos dar respuesta a cada ítem propuesto:

1. Descripción de los aprendices que conforman el grupo de trabajo colaborativo y su actividad productiva:

YASSER CONTRERAS : Café.
LUISA M. CARDENAS : MAÍZ Y MALANGA.
LUIS R MENDOZA : FRIJOL Y CAFÉ.
MARGARITA GUERRA : MAÍZ.
_____ : _____.
_____ : _____.

"Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos".
Tomada del libro How to be Like Walt

2. **Conceptos y características del Plan de Negocios:**
   a. **¿Qué es y cómo se realiza un estudio de mercado?:**

La Encuesta es un instrumento para Recolectar información de un producto o servicio, y se elabora a través de preguntas cerradas (si o NO)

: Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad.

   b. **Identidad corporativa:** En la actualidad existen muchas compañías que con solo mirar su imagen o logotipo se pueden identificar y muchas de ellas son reconocidas en los mercados nacionales e internacionales por llamativa o singular que puede llegar a hacer su imagen o logotipo corporativo.

Imagen Corporativa: Se concibe como la forma en que el público percibe la marca de la unidad productiva, sus productos o servicios.
Nombre de la Empresa: Como ofrecer una primera impresión ante el público.
El logotipo : Debe ser fácil de interpretar, de identificar y de recordar.
La Identidad Gráfica : Está compuesta por la tipografía y los colores de la marca. Características de la letra que se va a emplear (fuente, tamaño, etc.).
El Mercado es un escenario importante para toda unidad productiva, pues es en este dónde se comercializan sus productos y servicios.
Demanda : La cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.
Oferta : La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

3. Defina los métodos de investigación.
   Encuestas: Es un procedimiento de investigación cuantitativa en que el investigador recopila información mediante el cuestionario para recolectar una información.
   Entrevista: Se refiere a una conversación uno a uno entre un entrevistador.
   Pruebas de campo: Es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico.
4. La _____ consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:

Geográficos : Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
Demográficos : Edad, sexo, etc.
Personales. : Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.
Familiares. : Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.
Psicológicos : Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.
Conductuales : Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.
Por uso. : Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices: YOSSER CONTRERAS.
LUIS RAMONDO
LUISA CARDENAS.
MARGARITA GUERRA
TIRSO FRAGOZO S.