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**	2540674
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO INNOVADOR		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:			
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	291101053 Coordinar proyectos de acuerdo con los planes y programas		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Formular propuestas de innovación y mejoramiento de los procesos administrativos de acuerdo con las observaciones y problemas tecnológicos surgidos en los sistemas productivos agropecuarios, presentadas en informes periódicos de acuerdo con la política empresarial. Participar en las actividades tecnológicas y operativas en la empresa agropecuaria de acuerdo con las líneas productivas propias de su perfil, utilizando técnicas y tecnologías vigentes, automatizadas y sistematizadas según la política Analizar la idea de negocio de acuerdo con las necesidades del entorno teniendo en cuenta los factores diferenciales del producto o servicio a ofrecer.		
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:

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

ANA Elvira Sdonova: artesana.
Luz MARINA Mateus Ruiz: artesana.
Sus B Montero N: ama de Casa.
Segunda Montaño: Heladeria.
Rosa maria Lopevera: Refresqueria.
carmen Alcosta: ama de casa.

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

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

un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tiene como objetivo obtener información: 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.

   d. **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.

Identidad 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.

7. Defina los métodos de investigación.
   Encuestas: serie de preguntas y se hacen a muchas persona para reunir datos.
   Entrevista: reunión de dos o mas persona para Tratar algun asunto de negocio.
   Pruebas de campo: consiste en recorrer la maxima distacia posible a partir de un salto tras una carrera

8. La segmentación consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:
   Geografico: Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
   Demografico: Edad, sexo, etc.
   Familiares: Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.
   Familiares: Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.
   Psicologico: Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.
   conductuales: Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.
   x uso: Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices: Ada Luz Montoya
Carmen Maestre Ana Salamanca
Segunda Montoya Luz Marina Montoya
Rosamaria Esperanza

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**	2890674
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO INNOVADOR		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:			
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	291101053 Coordinar proyectos de acuerdo con los planes y programas		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Formular propuestas de innovación y mejoramiento de los procesos administrativos de acuerdo con las observaciones y problemas tecnológicos surgidos en los sistemas productivos agropecuarios, presentadas en informes periódicos de acuerdo con la política empresarial. Participar en las actividades tecnológicas y operativas en la empresa agropecuaria de acuerdo con las líneas productivas propias de su perfil, utilizando técnicas y tecnologías vigentes, automatizadas y sistematizadas según la política Analizar la idea de negocio de acuerdo con las necesidades del entorno teniendo en cuenta los factores diferenciales del producto o servicio a ofrecer.		
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:

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

Mandis Esther Mestre Vinasco : tejido.
Miladis patricia Montero : tejido.
Altagracia Montero : tejido.
Edita Elena Vega Montaño : Artesana y modista.
Luisa Medina Iapurena Montero : Artesanal y fiestas.
Carmen Leonor Mayes Iapurena : tejido.
Kurdy J Mendoza Alberto tejido
Carmen sonia guerra tejido
Alis Edita Costilo tejidos.

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

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

Plan de negocio es un documento que describe un nuevo negocio conceptos planes de acción para lograr sus metas y objetivos: 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.

   d. **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.

Identidad 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 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.
Ofertas: La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

7. Defina los métodos de investigación.
Encuestas: conjuntos de preguntas tipicadas dirigidas a una muestra respresentativa de grupos sociales o estado d opinión
Entrevista: es una conversacion entre investigador o grupo con el proposito de dar informacion.
Pruebas de campo: degustaciones que hacen las empresas para sus pruebas de productos.

8. La segmentación consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:
Geografico: Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
Demografico: 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.
conductales: 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: Alis Solis Miladis Montero
Carmen Guerrero Milagredia Montero
Laisa Lopesena Edito. Vega Montaño
Lindy Hernandez
Maridis Maestre Virginia Carmen Mieres