CONTABILIDAD BÁSICA PARA MICROEMPRESARIO DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO A (OLAYA Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "Taller de contabilidad básica para microempresario", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el grupo A barrio Olaya y sus sectores.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de contabilidad básica para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así puedan administrar los recursos y preparar la administración financiera para la toma de decisiones de la dirección, registrando en forma clara y precisa, todos las operaciones de ingreso y egreso (entrada y salida de dinero)para proveer con anticipación las probabilidades futura del negocio minimizar los riesgos de fracaso y cada unidad productiva pueda afrontar todo tipo de situaciones que se les presenten.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en los objetivos y las funciones de la contabilidad básica para microempresario, las características, los tipos de contabilidades de nos enfrentamos, los conceptos básico a emplear en una microempresa, manejo de técnicas y soportes contables básicos para microempresarios, para así lograr un negocio exitoso; mediante ejemplos lúdicos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de contabilidad básica para microempresario y ajustar los procesos contables del plan de negocio de Unidades Productivas generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familias en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños.
- Reconocer el objetivo y la función de la contabilidad básica para microempresario la importancia de cada uno de los principios y características de la administración básica y de negocios.
- Identificar los soportes contables, técnicas, procesos, principales de la contabilidad de una unidad productiva para tener el control financiero de un negocio.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

El propósito del taller, es adquirir conocimientos y técnicas básicas de contabilidad; dirigido a cuarentaicinco (45), para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios y agrupados en Unidades Productivas, para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya , y a la vez despertar en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

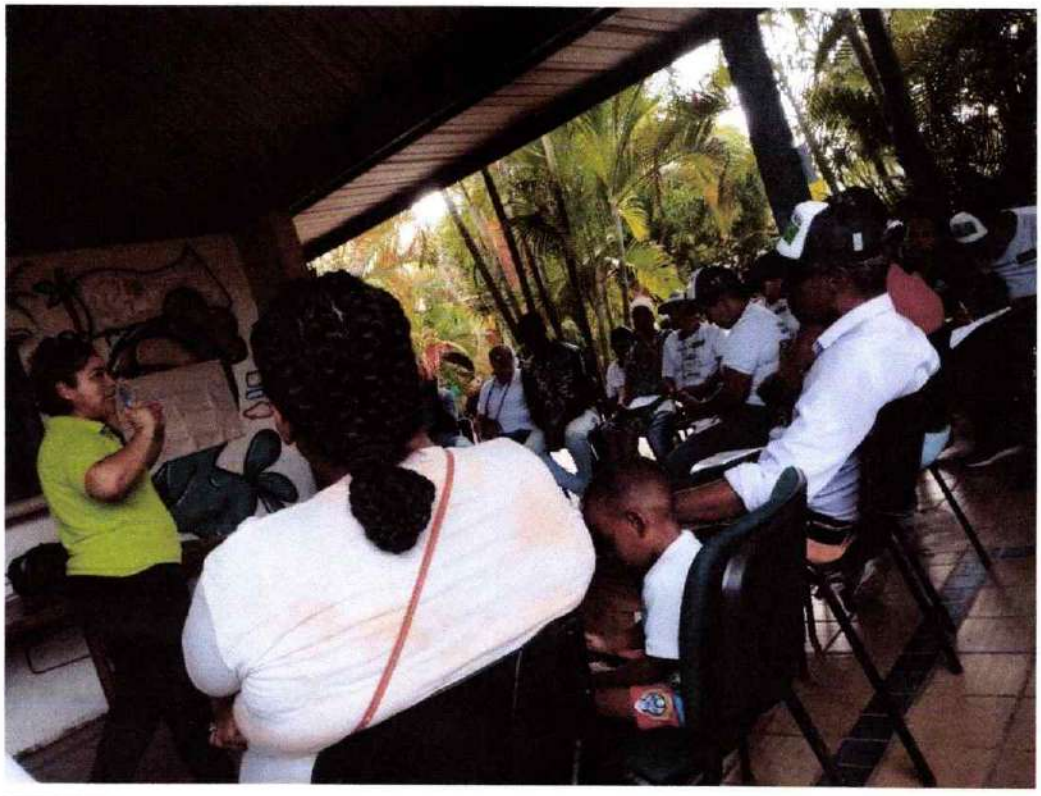
- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica
- Kit para incentivar cada unidad productiva.

RESULTADOS

Se desarrolló de manera eficiente y practica toda la temática concerniente y se obtuvo la atención de los nueve (9) grupos, conformados cada uno por cinco (5) emprendedores, para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños, donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos con actividades lúdicas y talleres prácticos, para desarrollar conceptos, procesos y técnicas principales de la contabilidad básica para microempresarios.

En el desarrollo del taller cada uno de los integrantes de las unidades productivas dieron a conocer sus inquietudes durante la dinámica con preguntas e interrogantes relacionados con la temática y el manejo de los soportes contables a utilizar en su negocio, aportando también experiencias vividas y que de una u otra manera compartieron conocimientos empíricos con sus compañeros en el manejo de entrada y salida de dinero lo cual conllevó a la socialización de los conceptos y técnicas utilizadas en el taller, dejando como resultado el fortalecimiento de las aptitudes en conocimientos de contabilidad básica para microempresarios de las unidades productivas.

EVIDENCIA GRUPO A (OLAYA Y SECTORES ALEDAÑOS)








Palmeras


Sazon
Palmeras
PAZ


Sazon
Palmeras
PAZ


Sazón
Palmeras








¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!


¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS
2023


Sazon
Palmeras


¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS




Palmeras






¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS
2023


¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS
2023

CONTABILIDAD BÁSICA PARA MICROEMPRESARIO DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO B (BOSTON Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "Taller de contabilidad básica para microempresario", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el grupo A barrio Boston y sus sectores.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de contabilidad básica para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así puedan administrar los recursos y preparar la administración financiera para la toma de decisiones de la dirección, registrando en forma clara y precisa, todos las operaciones de ingreso y egreso (entrada y salida de dinero)para proveer con anticipación las probabilidades futura del negocio minimizar los riesgos de fracaso y cada unidad productiva pueda afrontar todo tipo de situaciones que se les presenten.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en los objetivos y las funciones de la contabilidad básica para microempresario, las características, los tipos de contabilidades de nos enfrentamos, los conceptos básicos a emplear en una microempresa, manejo de técnicas y soportes contables básicos para microempresarios, para así lograr un negocio exitoso; mediante ejemplos lúdicos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de contabilidad básica para microempresario y ajustar los procesos contables del plan de negocio de Unidades Productivas generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrestrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños.
- Reconocer el objetivo y la función de la contabilidad básica para microempresario la importancia de cada uno de los principios y características de la administración básica y de negocios.
- Identificar los soportes contables, técnicas, procesos, principales de la contabilidad de una unidad productiva para tener el control financiero de un negocio.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

El propósito del taller, es adquirir conocimientos y técnicas básicas de contabilidad; dirigido a cuarentaicinco (45), para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios y agrupados en Unidades Productivas, para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston , y a la vez despertar en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica
- Kit para incentivar cada unidad productiva.

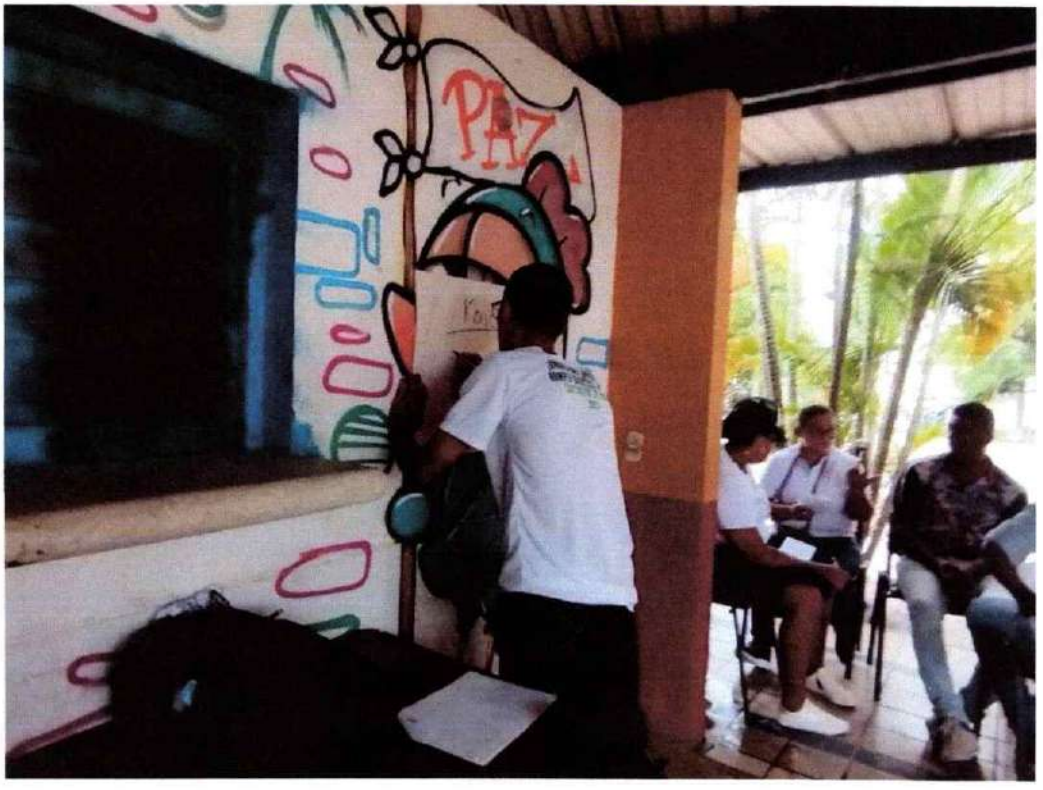
RESULTADOS

Se desarrolló de manera eficiente y practica toda la temática concerniente y se obtuvo la atención de los nueve (9) grupos, conformados cada uno por cinco (5) emprendedores, para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños, donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos con actividades lúdicas y talleres prácticos, para desarrollar conceptos, procesos y técnicas principales de la contabilidad básica para microempresarios.

En el desarrollo del taller y durante la dinámica cada integrante de los grupo de la unidad productivas dieron a conocer sus habilidades desarrolladas en las actividades lúdicas, demostrando eficiencia y eficacia en los ejercicios trabajados y aportando experiencias vividas relacionados con la temática y el manejo de los soportes contables a utilizar en su negocio, de igual manera dieron a conocer experiencias vividas y que de una u otra manera compartieron conocimientos empíricos con sus compañeros en el manejo de comprobantes relacionados con la entrada y salida de dinero, dejando como resultado el fortalecimiento y retroalimentación de los conocimientos de contabilidad básica para microempresarios de las unidades productivas.

EVIDENCIA GRUPO B (BOSTON Y SECTORES ALEDAÑOS)






Sazon Palmeras


Cartagena




Sazón Palmeras


UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES


UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES
CARTAGENA DE INDIAS


GRUPO
B


B


Cartagena
Palmeras
GRUPO
B


Cartagena
GRUPO
B




Palmeras
2023


PAZ


Sazon
Palmeras
PAZ


Sazon
Palmeras
PAZ


Sazon
Palmeras
PAZ


Sazon
Palmeras



CONTABILIDAD BÁSICA PARA MICROEMPRESARIO DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO C(BICENTENARIO Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "Taller de contabilidad básica para microempresario", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el grupo A barrio Bicentenario y sus sectores.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de contabilidad básica para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así puedan administrar los recursos y preparar la administración financiera para la toma de decisiones de la dirección, registrando en forma clara y precisa, todos las operaciones de ingreso y egreso (entrada y salida de dinero)para proveer con anticipación las probabilidades futura del negocio minimizar los riesgos de fracaso y cada unidad productiva pueda afrontar todo tipo de situaciones que se les presenten.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en los objetivos y las funciones de la contabilidad básica para microempresario, la características, los tipos de contabilidades de nos enfrentamos, los conceptos básico a emplear en una microempresa, manejo de técnicas y soportes contables básicos para microempresarios, para así lograr un negocio exitoso; mediante ejemplos lúdicos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de contabilidad básica para microempresario y ajustar los procesos contables del plan de negocio de Unidades Productivas generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario y sus sectores aledaños.
- Reconocer el objetivo y la función de la contabilidad básica para microempresario la importancia de cada uno de los principios y características de la administración básica y de negocios.
- Identificar los soportes contables, técnicas, procesos, principales de la contabilidad de una unidad productiva para tener el control financiero de un negocio.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

El propósito del taller, es adquirir conocimientos y técnicas básicas de contabilidad; dirigido a cuarentaicinco (45), para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios y agrupados en Unidades Productivas, para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario, y a la vez despertar en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica
- Kit para incentivar cada unidad productiva.

RESULTADOS

Se desarrolló de manera eficiente y practica toda la temática concerniente y se obtuvo la atención de los nueve (9) grupos, conformados cada uno por cinco (5) emprendedores, para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario y sus sectores aledaños, donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos con actividades lúdicas y talleres prácticos, para desarrollar conceptos, procesos y técnicas principales de la contabilidad básica para microempresarios.

En el desarrollo del taller cada integrante de las unidad productivas dieron a conocer sus experiencias en la temática, haciendo énfasis en los soportes contables, lo cual conllevo a una retroalimentación de los conceptos y teorías manejadas durante actividades lúdicas, demostrando eficiencia en los ejercicios trabajados y aportando experiencias vividas con negocios similares y que de una u otra manera contribuyeron a fortalecer la temática de contabilidad básica para microempresarios de las unidades productivas.

EVIDENCIA GRUPO C (BICENTENARIO Y SECTORES ALEDAÑOS)












UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS





























CONTABILIDAD BÁSICA PARA MICROEMPRESARIO DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO C (POZÓN Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "Taller de contabilidad básica para microempresario", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el grupo A barrio Pozón y sus sectores.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de contabilidad básica para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así puedan administrar los recursos y preparar la administración financiera para la toma de decisiones de la dirección, registrando en forma clara y precisa, todos las operaciones de ingreso y egreso (entrada y salida de dinero)para proveer con anticipación las probabilidades futura del negocio minimizar los riesgos de fracaso y cada unidad productiva pueda afrontar todo tipo de situaciones que se les presenten.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en los objetivos y las funciones de la contabilidad básica para microempresario, la características, los tipos de contabilidades de nos enfrentamos, los conceptos básico a emplear en una microempresa, manejo de técnicas y soportes contables básicos para microempresarios, para así lograr un negocio exitoso; mediante ejemplos lúdicos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de contabilidad básica para microempresario y ajustar los procesos contables del plan de negocio de Unidades Productivas generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Pozon y sus sectores aledaños.
- Reconocer el objetivo y la función de la contabilidad básica para microempresario la importancia de cada uno de los principios y características de la administración básica y de negocios.
- Identificar los soportes contables, técnicas, procesos, principales de la contabilidad de una unidad productiva para tener el control financiero de un negocio.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

El propósito del taller, es adquirir conocimientos y técnicas básicas de contabilidad; dirigido a cuarentaicinco (45), para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios y agrupados en Unidades Productivas, para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Pozon, y a la vez despertar en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica
- Kit para incentivar cada unidad productiva.

RESULTADOS

Se logró captar el interés de cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Pozón donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos con actividades lúdicas y talleres prácticos, para desarrollar conceptos, procesos y técnicas principales de la contabilidad básica para microempresarios.

En el desarrollo de las actividades y durante la teoría cada integrante de los grupo de la unidad productivas dieron a conocer sus inquietudes con relación a conceptos y soportes contables , como cuando, como y en que momento se debe de utilizar en el negocio, de igual manera demostraron habilidades desarrolladas mediante actividades lúdicas, destacándose la destreza y dominio en los ejercicios trabajados, de igual manera dieron a conocer experiencias vividas en el manejo de entrada y salida de dinero sin el manejo soportes de comprobantes de contabilidad ya que no era conocido por ellos y no sabían de la existencia de estos soportes, dejando como resultado el fortalecimiento y retroalimentación de los conocimientos de contabilidad básica para microempresarios de las unidades productivas.

VIDENCIA GRUPO D (POZON Y SECTORES)










EMPRESARISMO
LOCALIDAD DE








"GENERACIÓN DE IN
EMPRESA
LOCALID























FINANZAS FAMILIARES DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA

SECTOR: GRUPO A (OLAYA Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de finanzas familiares ", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el el barrio Olaya y sus sectores aledaños.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de finanzas familiares para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así puedan administrar de manera eficiente un negocio es decir velar por lo recursos financieros y preparar la administración financiera a cualquier riesgo que conlleve un mal manejo de inversión de los ahorradores. Por ello, es clave que toda empresa independientemente de su tamaño, cuente con información oportuna, útil, clara, relevante y concisa para la toma de decisiones en cada unidad productiva.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en las funciones y decisiones de consumo, ahorro, inversión, financiación para disminuir el riesgo que pueda afectar las finanzas familiares, de igual manera se dio a conocer los principios básicos para la elaboración de presupuesto y técnicas para mejorar el manejo financiero, para así tener conocimiento y manejo del dinero que han ahorrado; mediante ejemplos lúdicos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de finanzas familiares estableciendo técnica y métodos de ahorro e inversión de negocio en Unidades Productivas generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores.
- Reconocer la importación de las finanzas en cada unidad de negocio.
- Identificar los ingresos y gastos de una unidad familiar para tener el control financiero de un negocio.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

El propósito del taller, es adquirir conocimientos y técnicas básicas de finanzas; dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45), para la generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema diseñando un plan de negocios y agrupados en Unidades Productivas, para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños, y a la vez despertar en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica
- Kit para incentivar cada unidad productiva.

RESULTADOS

Se logró obtener la atención de cuarentaicinco emprendedores (45), para la generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños , donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos con actividades lúdicas y talleres prácticos, para desarrollar conceptos, procesos y técnicas principales de la finanzas familiares.

En el desarrollo del taller el líder de cada unidades productivas dio a conocer las inquietudes grupal durante la temática con preguntas relacionados a la actividad y el manejo de ingresos y gastos a utilizar en su negocio, aportando también experiencias y que de una u otra manera se dio para una retroalimentación de técnicas ya manejadas en el entorno familiar, lo cual conllevó a la socialización de implantar una ruta de ahorro en lugar de gasto, para lo cual aprendieron contar con un plan de inversión donde se demuestre la entrada de dinero, la salida, los objetivos que se persiguen, y así mismo la forma de lograrlo para fortalecer las finanzas familiares.

EVIDENCIAS GRUPO A- BARRIO OLAYA Y SUS SECTORE ALEDAÑOS











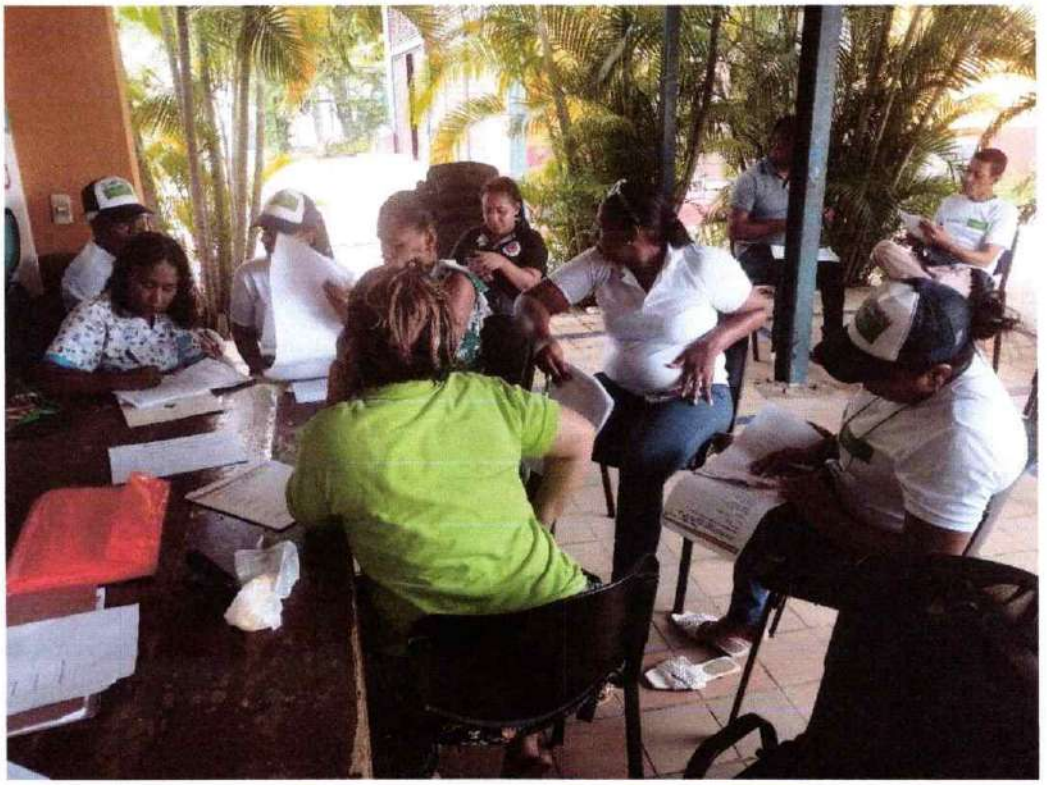

Cartagena




PAZ

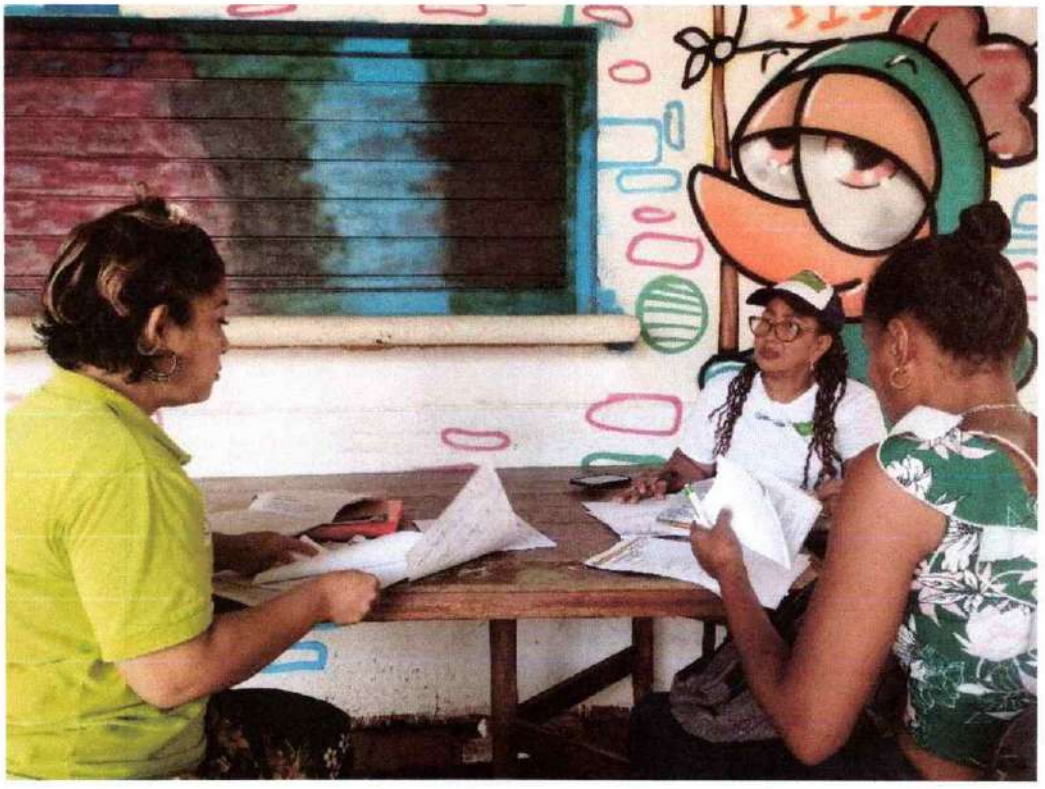

PAZ
UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!












Sazón






Sazón





FINANZAS FAMILIARES DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO B (BOSTON Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de finanzas familiares ", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños. La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de finanzas familiares para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así puedan administrar de manera eficiente un negocio es decir velar por lo recursos financieros y preparar la administración financiera a cualquier riesgo que conlleve un mal manejo de inversión de los ahorradores. Por ello, es clave que toda empresa independientemente de su tamaño, cuente con información oportuna, útil, clara, relevante y concisa para la toma de decisiones en cada unidad productiva.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en las funciones y decisiones de consumo, ahorro, inversión, financiación para disminuir el riesgo que pueda afectar las finanzas familiares, de igual manera se dio a conocer los principios básicos para la elaboración de presupuesto y técnicas para mejorar el manejo financiero, para así tener conocimiento y manejo del dinero que han ahorrado; mediante ejemplos lúdicos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de finanzas familiares estableciendo técnica y métodos de ahorro e inversión de negocio en Unidades Productivas generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños.
- Reconocer la importación de las finanzas en cada unidad de negocio.
- Identificar los ingresos y gastos de una unidad familiar para tener el control financiero de un negocio.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

El propósito del taller, es adquirir conocimientos y técnicas básicas de finanzas; dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45), para la generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema diseñando un plan de negocios y agrupados en Unidades Productivas, para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños, y a la vez despertar en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica
- Kit para incentivar cada unidad productiva.

RESULTADOS

Se logró obtener la atención de cuarentaicinco emprendedores (45), para la generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños , donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos con actividades lúdicas y talleres prácticos, para desarrollar conceptos, procesos y técnicas principales de la finanzas familiares.

En el desarrollo del taller los integrantes de cada unidades productivas se mostraron dinámicos, con buena actitud y desempeño grupal, durante la temática y aportaron conocimiento innatos con ejemplos cotidianos que de una y otra manera ellos lo realizaban inconscientemente sin saber que estaban aplicando técnicas, estrategias y manejos de sus finanzas familiares; lo cual conllevo, a una socialización y retroalimentación de la temática, logrando concientizar que es necesario llevar el control de la entrada y salidas del dinero mediante técnicas aportadas. Se concluyó con actividades lúdicas para lograr fortalecer las finanzas familiares.

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

EVIDENCIAS GRUPO A BARRIO BOSTON Y SUS SECTORES ALEDAÑO








Cartagena


Cartagena


Sazon
Palmeras
2023


PAZ
GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO
ESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA
ALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS
2023


Cartagena

RESULTADOS

Se logró obtener la atención de cuarentaicinco emprendedores (45), para la generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario y sus sectores aledaños , donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos con actividades lúdicas y talleres prácticos, para desarrollar conceptos, procesos y técnicas principales de la finanzas familiares.

En el desarrollo del taller la comunidad de Bicentenario y sus sectores aledaños la cual fue escogida para el proyecto unidad productiva, tuvo una reacción positiva durante la actividad lúdicas destacándose algunos grupos por el buen desempeño, trabajo en grupo y aporte de ideas durante el ejercicio lo cual enriqueció la actividad, logrando el objetivo de tomar conciencia en saber administras su dinero teniendo en cuenta los gastos, costos, presupuesto y futuras ganancia o utilidad del negocio, conllevando a una socialización y conclusión de la importancia y el buen manejo que se le debe de hacer a las finanzas con un trabajo en equipo

EVIDENCIAS GRUPO C BARRIO BICENTENARIO Y SUS SECTORES ALEDAÑO





















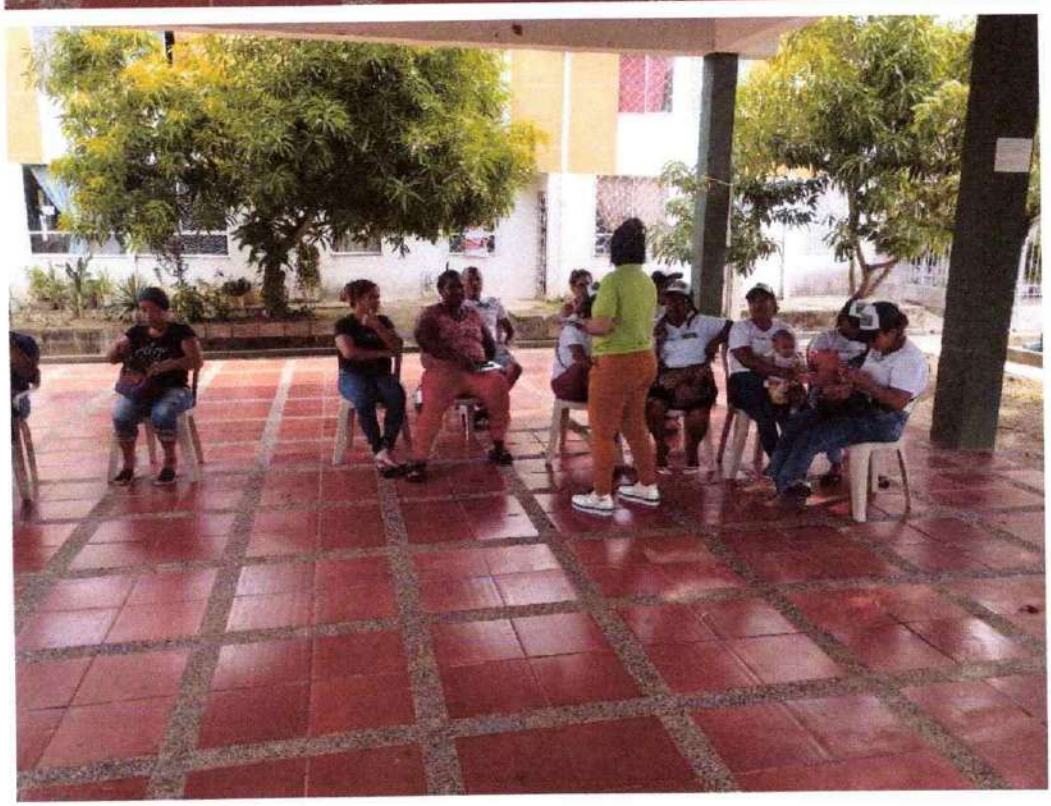















GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EM
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOC
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDI
2023
CAPACITACIÓN
EDUCACIÓN FINANCIERA
¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y ROMPER BARRERAS SOC





FINANZAS FAMILIARES DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.
SECTOR: GRUPO D (POZÓN Y SECTORES)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de finanzas familiares ", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio pozón y sus sectores.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de finanzas familiares para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así puedan administrar de manera eficiente un negocio es decir velar por lo recursos financieros y preparar la administración financiera a cualquier riesgo que conlleve un mal manejo de inversión de los ahorradores. Por ello, es clave que toda empresa independientemente de su tamaño, cuente con información oportuna, útil, clara, relevante y concisa para la toma de decisiones en cada unidad productiva.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en las funciones y decisiones de consumo, ahorro, inversión, financiación para disminuir el riesgo que pueda afectar las finanzas familiares, de igual manera se dio a conocer los principios básicos para la elaboración de presupuesto y técnicas para mejorar el manejo financiero, para así tener conocimiento y manejo del dinero que han ahorrado; mediante ejemplos lúdicos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de finanzas familiares estableciendo técnica y métodos de ahorro e inversión de negocio en Unidades Productivas generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Pozón y sus sectores .
- Reconocer la importación de las finanzas en cada unidad de negocio.
- Identificar los ingresos y gastos de una unidad familiar para tener el control financiero de un negocio.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

El propósito del taller, es adquirir conocimientos y técnicas básicas de finanzas; dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45), para la generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema diseñando un plan de negocios y agrupados en Unidades Productivas, para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Pozon y sus sectoes, y a la vez despertar en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

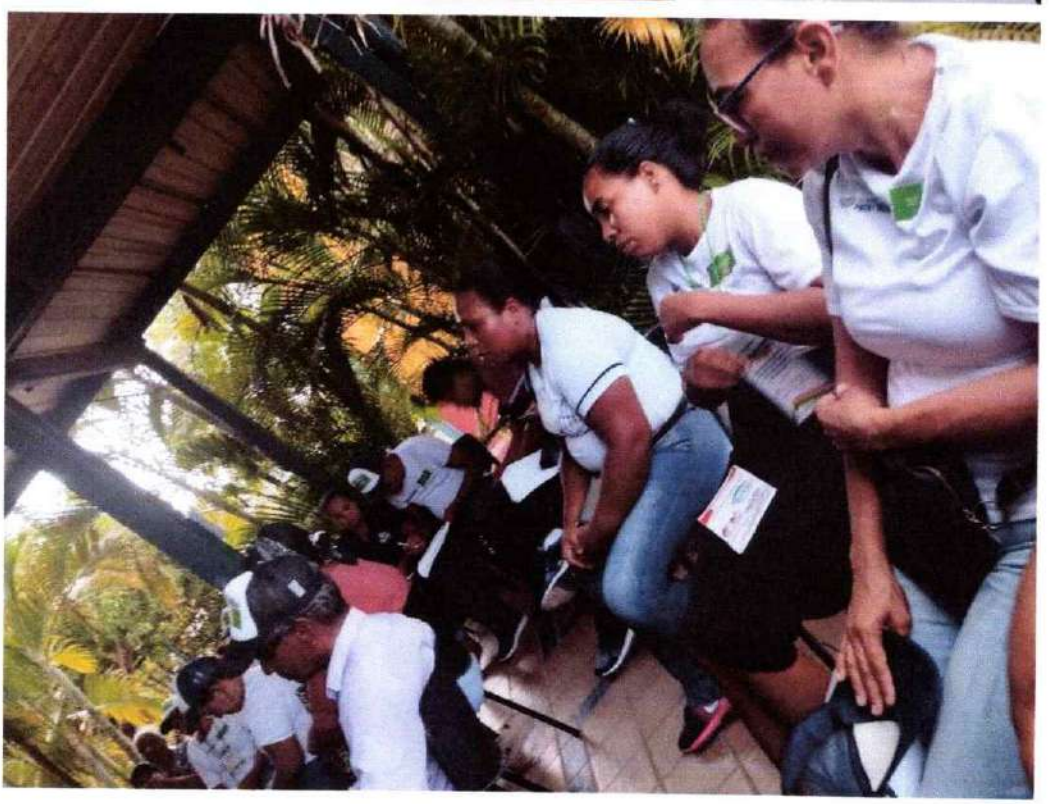
- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica
- Kit para incentivar cada unidad productiva.

RESULTADOS

Se logró obtener la atención de cuarentaicinco emprendedores (45), para la generando ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio pozón y sus sectores , donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos con actividades lúdicas y talleres prácticos, para desarrollar conceptos, procesos y técnicas principales de la finanzas familiares.

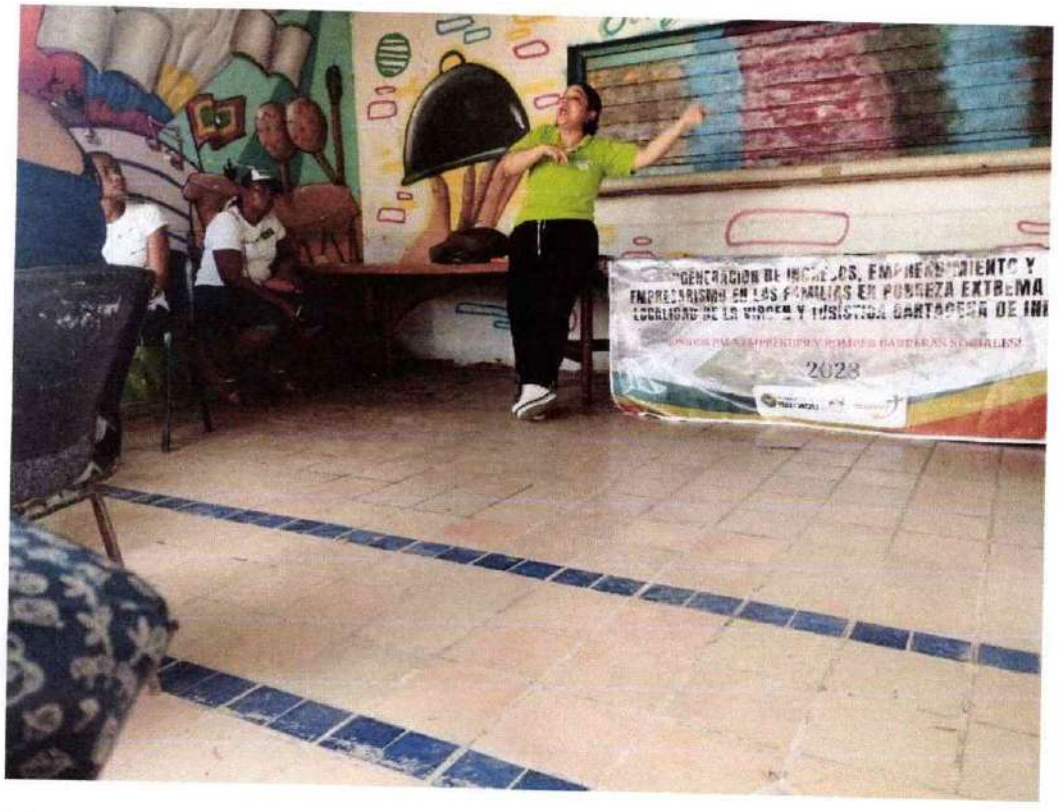
En el desarrollo del taller y durante la temática cada integrante de los grupo de las unidades productivas dieron a conocer sus experiencias en el tema, ya que lo manejan en su cotidianidad, lo cual conllevo a una socialización de los concepto y técnicas para llevar un control de las finanzas familiares y del negocio, también se realizaron actividades lúdicas dando resultados positivo en la comunidad demostrando un buen desempeño y trabajo aplicando todos los conocimiento adquiridos en los talleres, fortaleciendo así el manejo financiero familiar y microempresarial para el uso correcto de las entrada y salida de dinero.


GRUPO
B
Sazón






Cartagena
Sazon


2023




Palmeras




¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS
2023.






S PARA ENTENDER Y
ARRERAS SOCIALES:
ENCIA DE VIOLENCIAS
2023-








DIMIENTO Y
EZA EXTREMA DE LA
ARTAGENA DE INDIAS"


Cartagena


PAZ
GRESOS, EMPRENDIMIENTO Y
AMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA
Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS

MERCADEO Y VENTA DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO C (BICENTENARIO Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de Mercadeo y Venta", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familias en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el corregimiento de la Barrio Bicentenario y sus sectores aledaños.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de mercadeo y venta para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así maximizar sus ventas utilizando apropiadamente los canales de distribución, las estrategias de precio y sus diferentes técnicas de mercado para que cada miembro de las microempresas tengan conocimientos del segmento del mercado que se presente y puedan afrontar todo tipo de situaciones inesperadas, ya que sin ellos, un producto o servicio no se podrá colocar en los estantes ni en las vidas de los consumidores.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en el propósito de mercadeo y venta, sus procesos, las características, las técnicas, herramientas a utilizar en el negocio para así generar la máxima cantidad de dinero y seguir sobreviviendo en el mercado competitivo de hoy. Se emplearon metodologías pedagógicas, la lúdica y teoría práctica.

OBJETIVO

- Conocer la importancia de mercadeo y venta utilizando los canales de distribución adecuados para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema.
- plan de negocio para los emprendedores de cada Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario y sus sectores aledaños.
- Analizar y aplicar las técnicas, estrategias y herramientas apropiadas para la empresa.
- Identificar qué métodos de venta funcionan mejor y donde se pueden hacer mejoras para tener una empresa exitosa.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

La finalidad del taller, es que cada una de las unidades productivas dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario y sus sectores aledaños, adquieran conocimientos y técnicas básicas de mercadeo y vena; despertando en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica

RESULTADOS

Se impartieron conocimientos a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario y sus sectores aledaños, donde mediante ejemplos y talleres teóricos prácticos, empleando herramientas lúdicas para desarrollar técnicas, estrategias y herramientas principales para la segmentación del mercado y maximización de ventas.

Durante el desarrollo del taller cada líder de los grupos de las unidades productivas expresaron su ideas relacionadas con las actividades lúdicas demostrarlo apropiamiento del tema, lo cual conllevo a una retroalimentación de las técnicas, estrategias y herramientas de mercadeo y ventas para obtener un negocio exitoso dándole fortalecimiento e importancia al segmento del mercado y a la determinación del precio, estableciendo e identificaron por medio de actividades que el mercadeo busca conquistar un mercado, colaborar en la obtención de los objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes. De igual manera identificaron estrategias que le permitirá a un comprador de bienes de consumo comparar las diferentes marcas de un mismo producto, en aspectos como el contenido real, la información que se muestra en las etiquetas, las ventajas del empaque, el respaldo de la marca y la calidad prometida por cada una.

EVIDENCIAS GRUPO C BICENTENARIO Y SUS SECTORES ALEDAÑ





EVIDENCIAS GRUPO D BARRIO POZÓN Y SUS SECTORES

















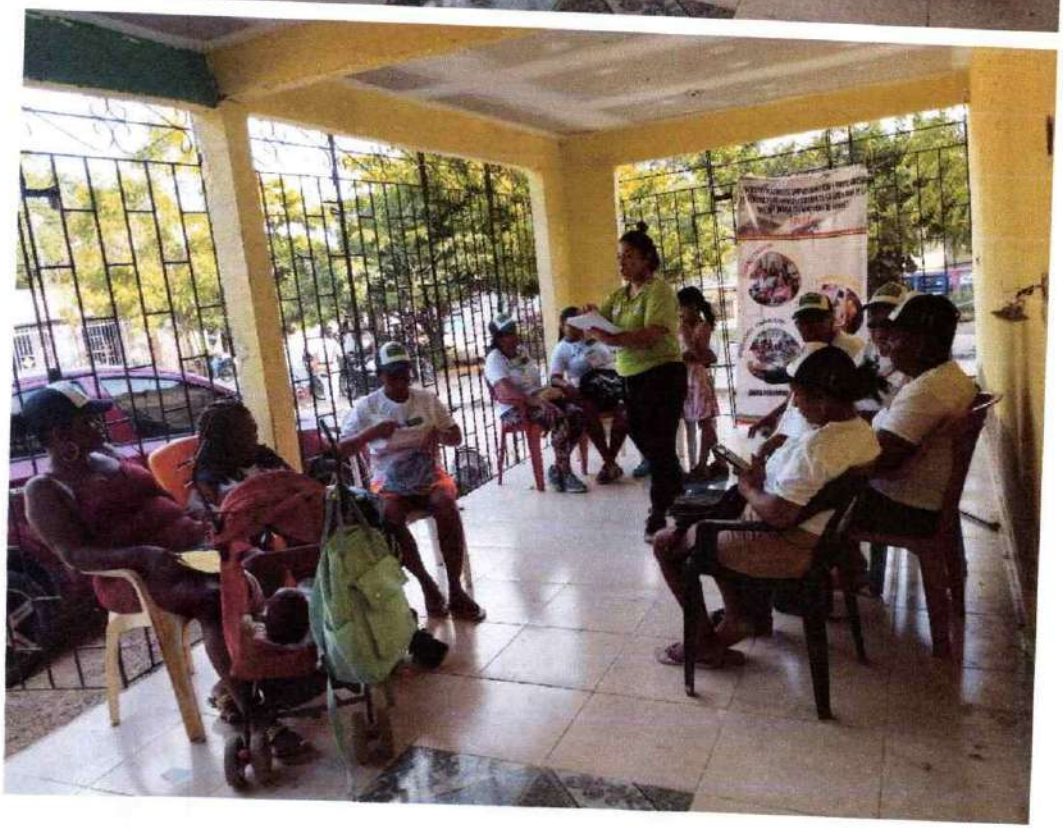



EMPRESARISMO EN L
LOCALIDAD DE LA VI



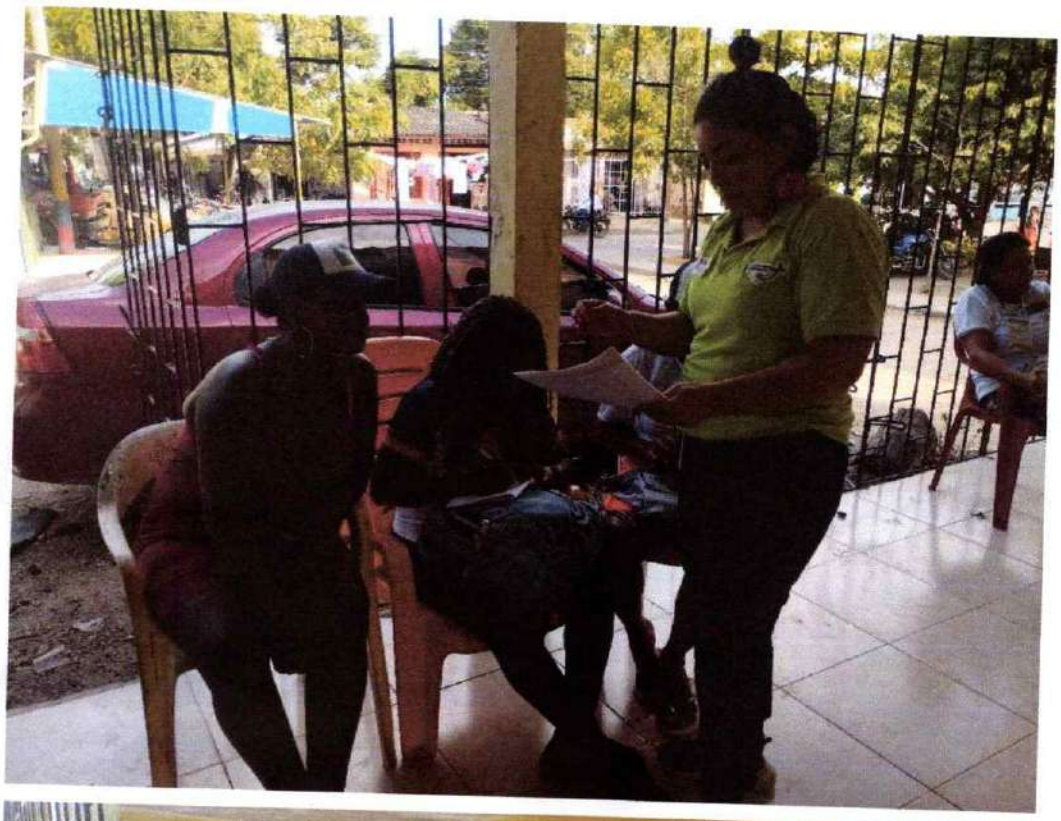


















Mercadeo y venta del proyecto generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familias en pobreza extrema de la localidad de la virgen y Turística Cartagena de india.

Sector: Grupo A (Olaya y sectores aledaños)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de Mercadeo y Venta", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el corregimiento de la Barrio Olaya y sus sectores aledaños.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de mercadeo y venta para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así maximizar sus ventas utilizando apropiadamente los canales de distribución, las estrategias de precio y sus diferentes técnicas de mercado para que cada miembro de las microempresas tengan conocimientos del segmento del mercado que se presente y puedan afrontar todo tipo de situaciones inesperadas, ya que sin ellos, un producto o servicio no se podrá colocar en los estantes ni en las vidas de los consumidores.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en el propósito de mercadeo y venta, sus procesos, las características, las técnicas, herramientas a utilizar en el negocio para así generar la máxima cantidad de *dinero* y seguir sobreviviendo en el mercado competitivo de hoy. Se emplearon metodologías pedagógicas, la lúdica y teoría práctica.

OBJETIVO

- Conocer la importancia de mercadeo y venta utilizando los canales de distribución adecuados para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema.
- plan de negocio para los emprendedores de cada Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños.
- Analizar y aplicar las técnicas, estrategias y herramientas apropiadas para la empresa.
- Identificar qué métodos de venta funcionan mejor y donde se pueden hacer mejoras para tener una empresa exitosa.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

La finalidad del taller, es que cada una de las unidades productivas dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños, adquieran conocimientos y técnicas básicas de mercadeo y vena; despertando en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica

RESULTADOS

Se impartieron conocimientos a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños, donde mediante ejemplos y talleres teóricos prácticos, empleando herramientas lúdicas para desarrollar técnicas, estrategias y herramientas principales para la segmentación del mercado y maximización de ventas.

En el desarrollo del taller los integrantes de las unidades productivas se mostraron de manera positiva, dando a conocer inquietudes e interrogantes con relación al tema, lo cual conllevó a una socialización de los conceptos, teorías, técnicas, estrategias y herramientas realizadas en la dinámica, dejando como resultado el reconocimiento de la importancia de un estudio de mercado y ventas, observando las estrategias de distribución, ya que juega un papel importante en las decisiones de un consumidor con respecto a los tipos de negocios que visitará para adquirir sus productos o servicios. El hecho de saber que un sistema de distribución se conforma de varios canales en los que participan diferentes empresas, le abre al comprador la posibilidad de investigar y comparar opciones de sitios de compra, para seleccionar la que mejor se ajuste a sus condiciones como cliente.

EVIDENCIAS GRUPO A OLAYA Y SUS SECTORES ALEDAÑOS





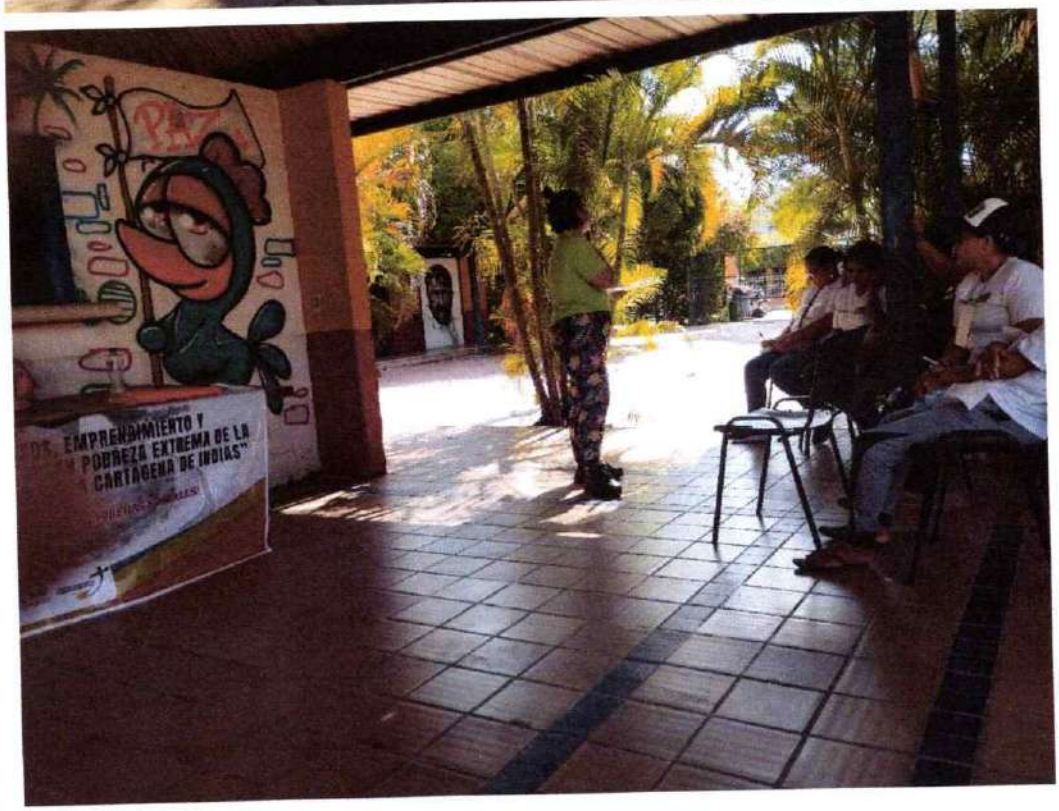



Cartagena








EMPRENDIMIENTO Y
POBREZA EXTREMA DE LA
CARTAGENA DE INDIAS"


PAZ
ENDIMIENTO Y
REZA EXTREMA DE LA
ARTAGENA DE INDIAS"


PAZ
S, EMPRENDIMIENTO Y
S EN POBREZA EXTREMA DE LA
ÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"



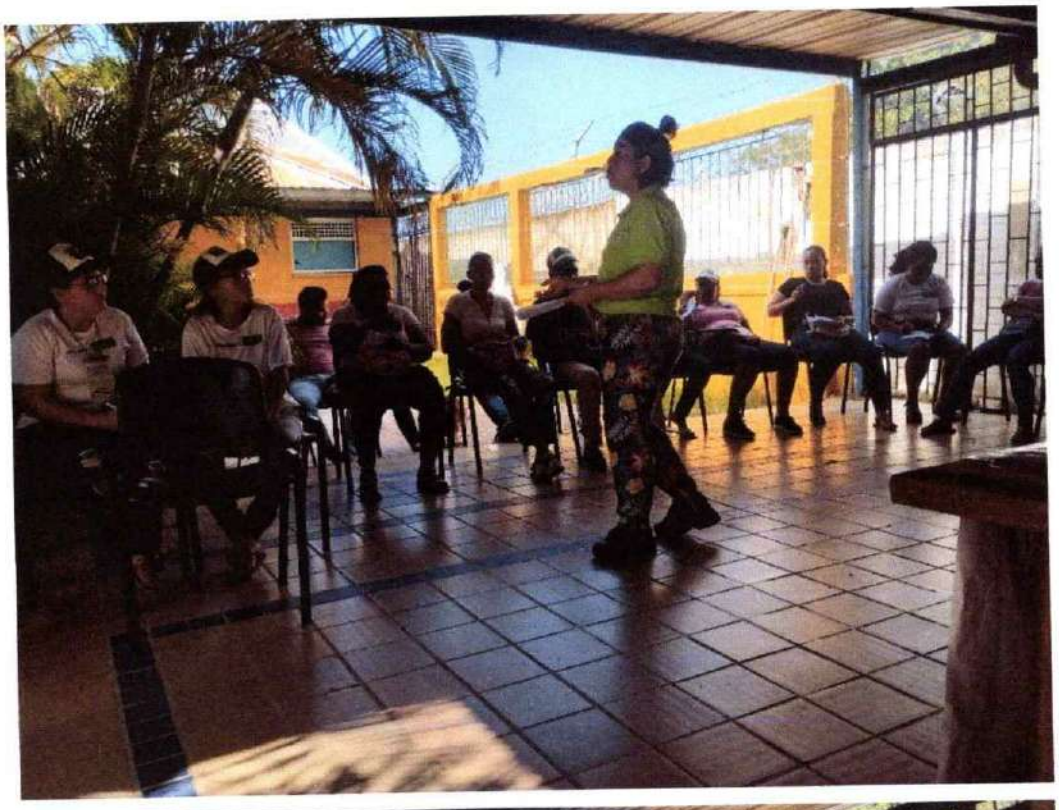

PAZ


Palmeras
PAZ




Cartagena








Cartagena


Cartagena

MERCADEO Y VENTA DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO B (BOSTON Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de Mercadeo y Venta", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el corregimiento de la Barrio Boston y sus sectores aledaños.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de mercadeo y venta para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así maximizar sus ventas utilizando apropiadamente los canales de distribución, las estrategias de precio y sus diferentes técnicas de mercado para que cada miembro de las microempresas tengan conocimientos del segmento del mercado que se presente y puedan afrontar todo tipo de situaciones inesperadas, ya que sin ellos, un producto o servicio no se podrá colocar en los estantes ni en las vidas de los consumidores.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en el propósito de mercadeo y venta, sus procesos, las características, las técnicas, herramientas a utilizar en el negocio para así generar la máxima cantidad de dinero y seguir sobreviviendo en el mercado competitivo de hoy. Se emplearon metodologías pedagógicas, la lúdica y teoría práctica.

OBJETIVO

- Conocer la importancia de mercadeo y venta utilizando los canales de distribución adecuados para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema.
- plan de negocio para los emprendedores de cada Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños.
- Analizar y aplicar las técnicas, estrategias y herramientas apropiadas para la empresa.
- Identificar qué métodos de venta funcionan mejor y donde se pueden hacer mejoras para tener una empresa exitosa.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

La finalidad del taller, es que cada una de las unidades productivas dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños, adquieran conocimientos y técnicas básicas de mercadeo y vena; despertando en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica

RESULTADOS

Se impartieron conocimientos a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños, donde mediante ejemplos y talleres teóricos prácticos, empleando herramientas lúdicas para desarrollar técnicas, estrategias y herramientas principales para la segmentación del mercado y maximización de ventas.

En el desarrollo del taller cada integrante de los grupos de unidades productivas demostraron participar, expresando ideas que conllevaron a una retro alimentación de la temáticas y enfocados en conquistar un mercado, colaboraron en la obtención de los objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes. dejando como resultado el reconocimiento de la importancia de un estudio de mercadeo y ventas, teniendo en cuenta las estrategias de promoción, ya que esta puede ser muy útil para que el consumidor valore si la información recibida por los diferentes medios, sobre el producto o servicio, siendo certera y completa, pues en muchas campañas publicitarias y promocionales, se presenta información incorrecta o hay ausencia de información esencial para que el comprador pueda decidir si le conviene comprar o no.

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

EVIDENCIAS GRUPO B BOSTON Y SUS SECTORES ALEDAÑOS


















¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS










¡UNIDOS
EMPRENDER Y
ROMPE
AS SOCIALES!
DIAS


¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS




¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS
-2023-

MERCADEO Y VENTA DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO D (POZÓN Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de Mercadeo y Venta", dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el corregimiento de la Barrio Pozón y sus sectores.

La importancia de este taller es impartir conocimientos básicos de mercadeo y venta para que sean aplicados dentro de cada unidad productiva y así maximizar sus ventas utilizando apropiadamente los canales de distribución, las estrategias de precio y sus diferentes técnicas de mercado para que cada miembro de las microempresas tengan conocimientos del segmento del mercado que se presente y puedan afrontar todo tipo de situaciones inesperadas, ya que sin ellos, un producto o servicio no se podrá colocar en los estantes ni en las vidas de los consumidores.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en el propósito de mercadeo y venta, sus procesos, las características, las técnicas, herramientas a utilizar en el negocio para así generar la máxima cantidad de dinero y seguir sobreviviendo en el mercado competitivo de hoy. Se emplearon metodologías pedagógicas, la lúdica y teoría práctica.

OBJETIVO

- Conocer la importancia de mercadeo y venta utilizando los canales de distribución adecuados para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema.
- plan de negocio para los emprendedores de cada Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Pozón y sus sectores.
- Analizar y aplicar las técnicas, estrategias y herramientas apropiadas para la empresa.
- Identificar qué métodos de venta funcionan mejor y donde se pueden hacer mejoras para tener una empresa exitosa.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

La finalidad del taller, es que cada una de las unidades productivas dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio pozón y sus sectores, adquieran conocimientos y técnicas básicas de mercadeo y vena; despertando en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio o unidad productiva mejorando la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica

RESULTADOS

Se impartieron conocimientos a cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio pozón y sus sectores, donde mediante ejemplos y talleres teóricos prácticos, empleando herramientas lúdicas para desarrollar técnicas, estrategias y herramientas principales para la segmentación del mercado y maximización de ventas.

Durante el desarrollo del taller cada representante del grupo unidades productivas se mostraron poco participativos pero a la expectativa de la dinámica, puesto que en las actividades lúdicas que ayudaban a la socialización de los temas a tratar y al desarrollo interpersonal, como un mecanismo de retroalimentación de los talleres dados, lo cual conllevo a una participación grupal durante el desarrollo de la dinámica, reconociendo que Las técnicas de mercadeo por lo general, han sido diseñadas y aplicadas a través del tiempo, como herramientas que utilizan las compañías para llevar los productos y servicios a los diferentes mercados, tratando de satisfacer las necesidades de las personas que los adquieren.

EVIDENCIAS GRUPO D POZON Y SUS SECTORES
























MUJERES PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES
CARTAGENA DE INDIAS
-2022-






UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS
-2023-











ORGANIZACIÓN Y PLANEACIÓN DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO A (OLAYA Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de organización y planeación de la unidad productiva", dirigido a cuarentaicinco (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el del barrio Olaya y sus sectores aledaños.

La importancia de este taller es impartir conocimientos de organización y planeación de negocio para que sean ejecutadas dentro de cada unidad productiva y así minimizar los factores social, técnico y administrativo que comprenden para que cada uno tenga mecanismos estratégicos y puedan afrontar cualquier tipo de situaciones que se les presenten.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en los sistemas de planeación y sus procesos organizacionales, sus características, estrategias de la organización, la creación de la misión y visión de la unidad productiva, la implementación, mantenimiento y mejora continua de una planeación y organización con la formulación de un análisis FODA de la unidad productiva; mediante ejemplos lúdicos y teóricos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de gestión empresarial y estandarizar los factores organizacionales y estrategias de planeación priorizando y distribuyendo los recursos materiales y humanos de forma eficiente y eficaz del plan de negocio de Unidades Productivas fortaleciendo la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños.
- Reconocer la importancia de cada uno de los factores y el objetivo principal de la organización y la planeación de una unidad productiva.
- Analizar e identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización de una unidad productiva para tener un negocio exitoso.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

La finalidad del taller, es que cada una de las unidades productivas dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para el fortalecer y generar de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema diseñando un plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Olaya y sus sectores aledaños, adquieran conocimientos y técnicas de planeación y organización ; despertando en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio, planteando estrategias y análisis de cada unidad productiva mejorando la organización del negocio, la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica

RESULTADOS

Se logró captar el interés de cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio olaya, donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos y talleres teórico prácticos, empleando herramientas lúdicas para desarrollar conceptos, factores y análisis de la organización y planeación de cada unidad productiva.

Durante el desarrollo del taller cada uno de los integrantes de las unidades productivas dieron a conocer la misión y la visión década unidad productiva y de igual manera dieron ejemplos de experiencias vividas en negocios que manejaron y que de una u otra manera se obtuvo una buena organización , lo cual conllevó a una retroalimentación del buen manejo que se debe tener en una organización implementado factores de riesgos, taller, análisis de fortalecimiento dejando como resultado la importancia de la organización y la planeación en negocios o en las unidades productivas.

EVIDENCIA GRUPO A (OLAYA Y SECTORES ALEDAÑOS)
























activa


¡UNIDOS PARA EMPRENDER
ROMPER BARRERAS SOCIALES
CARTAGENA DE INDIAS
-2023-


¡UNIDOS PARA EMPRENDER
ROMPER BARRERAS SOCIALES
CARTAGENA DE INDIAS
-2023-


POBREZA EXTREMA DE LA
DE LA
2023




¡UNIDOS PARA EMPRENDER!
ROMPER BARRERAS SOCIALES
CARTAGENA DE INDIAS
2022



ORGANIZACIÓN Y PLANEACIÓN DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO B (BOSTON Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de organización y planeación de la unidad productiva", dirigido a cuarentaicinco (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el del barrio Boston y sus sectores aledaños.

La importancia de este taller es impartir conocimientos de organización y planeación de negocio para que sean ejecutadas dentro de cada unidad productiva y así minimizar los factores social, técnico y administrativo que comprenden para que cada uno tenga mecanismos estratégicos y puedan afrontar cualquier tipo de situaciones que se les presenten.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en los sistemas de planeación y sus procesos organizacionales, sus características, estrategias de la organización, la creación de la misión y visión de la unidad productiva, la implementación, mantenimiento y mejora continua de una planeación y organización con la formulación de un análisis FODA de la unidad productiva; mediante ejemplos lúdicos y teóricos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de gestión empresarial y estandarizar los factores organizacionales y estrategias de planeación priorizando y distribuyendo los recursos materiales y humanos de forma eficiente y eficaz del plan de negocio de Unidades Productivas fortaleciendo la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Boston y sus sectores aledaños.
- Reconocer la importancia de cada uno de los factores y el objetivo principal de la organización y la planeación de una unidad productiva.
- Analizar e identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización de una unidad productiva para tener un negocio exitoso.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

La finalidad del taller, es que cada una de las unidades productivas dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para el fortalecer y generar de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema diseñando un plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio boston y sus sectores aledaños, adquieran conocimientos y técnicas de planeación y organización ; despertando en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio, planteando estrategias y análisis de cada unidad productiva mejorando la organización del negocio, la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica

RESULTADOS

Se logró captar el interés de cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio boston, donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos y talleres teórico prácticos, empleando herramientas lúdicas para desarrollar conceptos, factores y análisis de la organización y planeación de cada unidad productiva.

En el desarrollo de la temática cada líder de las unidades productivas dieron a conocer inquietudes acerca del proyecto, lo cual conllevo a un fortalecimiento teórico practico del objetivo de plan de negocio a establecer con cada unidad productiva, dejando claridad de la importancia de la organización y planeación de un negocio, y como resultado el desarrollo de la misión y la visión dé cada unidad productiva lo cual conllevó a una retroalimentación del buen manejo que se debe tener en una organización implementado factores de riesgos, taller, análisis foda demostrando eficiencia y eficacia que se debe tener en las actividades y temáticas desarrolladas.

EVIDENCIA GRUPO B (BOSTON Y SECTORES ALEDAÑOS)






Cartagena
Sazon

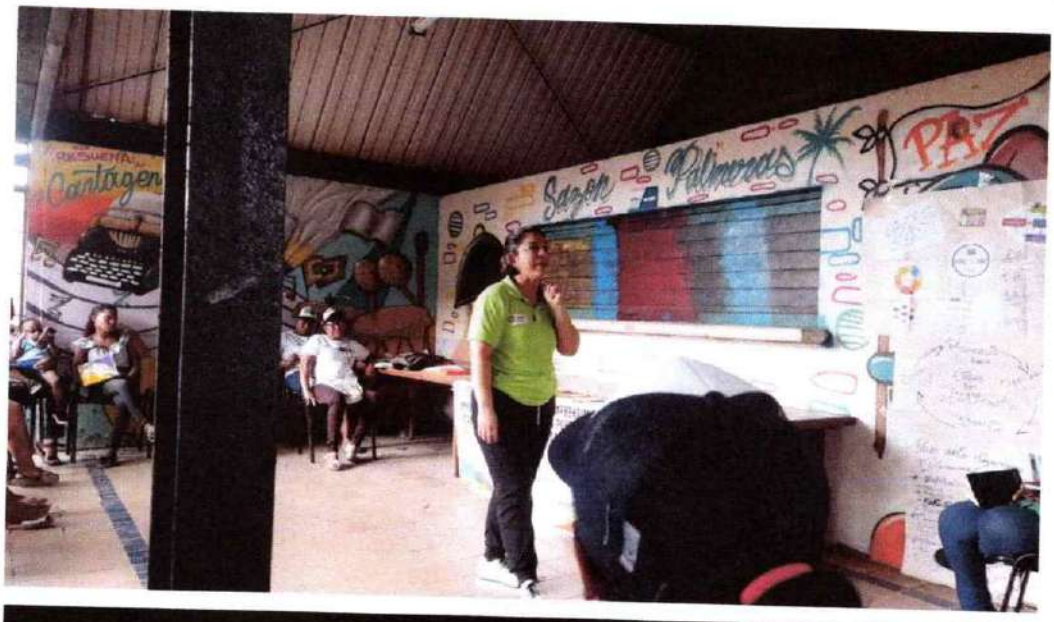

Cartagena


Cartagena
Sazón

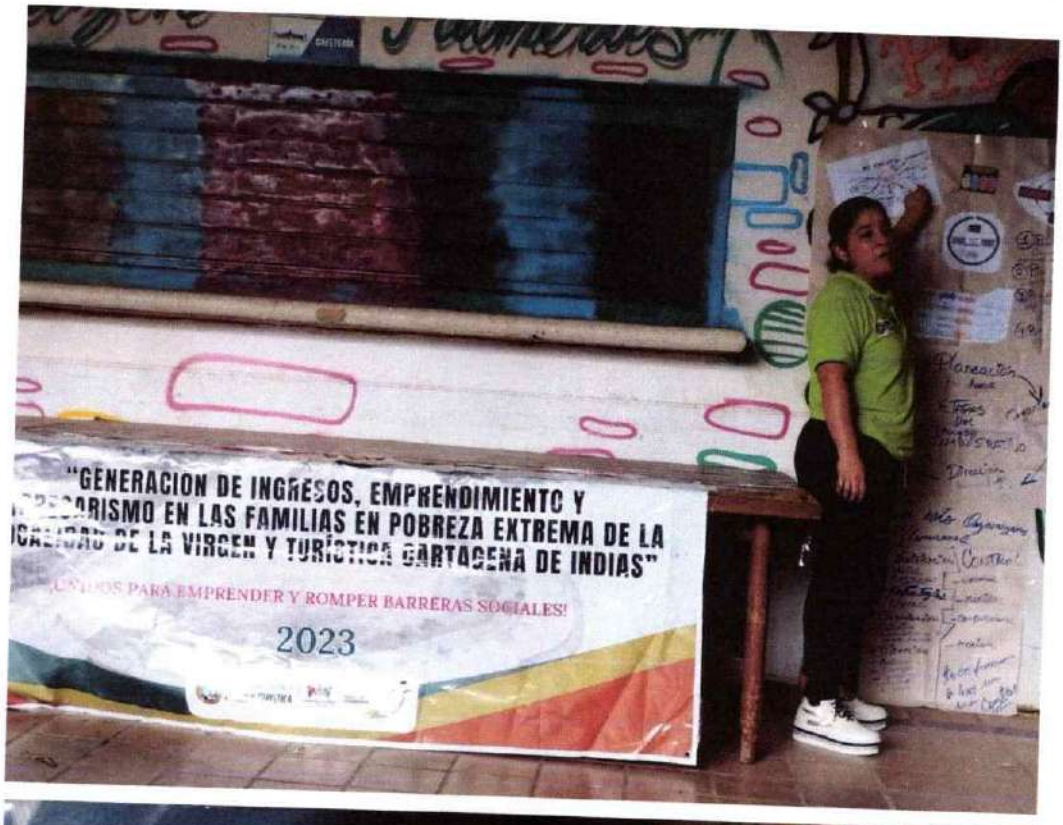

Cartagena
Sazón


2023


2023


Cartagena
Sazón
Palmeras
PAZ


Palmeras


"GENERACION DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y
ORISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA
DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
OS PARA EMPRENDER Y ROMPER BARRERAS SOCIALES!
2023


RESUENA
Cartagena




Cartagena


Cartagena


PAZ
ERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y
MO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA
DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS
2023


Cartagena


PAZ
2023


Sazon
Palmeras
PAZ


Cartagena

ORGANIZACIÓN Y PLANEACIÓN DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO C(BICENTENARIO Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de organización y planeación de la unidad productiva", dirigido a cuarentaicinco (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el del barrio Bicentenario y sus sectores aledaños.

La importancia de este taller es impartir conocimientos de organización y planeación de negocio para que sean ejecutadas dentro de cada unidad productiva y así minimizar los factores social, técnico y administrativo que comprenden para que cada uno tenga mecanismos estratégicos y puedan afrontar cualquier tipo de situaciones que se les presenten.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en los sistemas de planeación y sus procesos organizacionales, sus características, estrategias de la organización, la creación de la misión y visión de la unidad productiva, la implementación, mantenimiento y mejora continua de una planeación y organización con la formulación de un análisis FODA de la unidad productiva; mediante ejemplos lúdicos y teóricos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de gestión empresarial y estandarizar los factores organizacionales y estrategias de planeación priorizando y distribuyendo los recursos materiales y humanos de forma eficiente y eficaz del plan de negocio de Unidades Productivas fortaleciendo la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario y sus sectores aledaños.
- Reconocer la importancia de cada uno de los factores y el objetivo principal de la organización y la planeación de una unidad productiva.
- Analizar e identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización de una unidad productiva para tener un negocio exitoso.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

La finalidad del taller, es que cada una de las unidades productivas dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para el fortalecer y generar de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema diseñando un plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio bicentenario y sus sectores aledaños, adquieran conocimientos y técnicas de planeación y organización ; despertando en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio, planteando estrategias y análisis de cada unidad productiva mejorando la organización del negocio, la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica

RESULTADOS

Se logró captar el interés de cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Bicentenario, donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos y talleres teórico prácticos, empleando herramientas lúdicas para desarrollar conceptos, factores y análisis de la organización y planeación de cada unidad productiva.

Durante la actividad el grupo de emprendedores de la comunidad demostraron conocimiento en la temática a tratar, puesto que desarrollaron actividades y talleres dejado para socializar en grupo, los cuales desarrollaron de manera eficiente y eficaz obteniendo buenos resultados en el planteamiento de su misión y visión destacando los objetivos y las estrategias a llevar en su negocio, de igual manera cada líder de cada unidades productivas dieron a conocer inquietudes acerca del plan de negocio y la ficha de diagnóstico , lo cual conllevo a un socialización grupal y fortalecimiento teórico practico del objetivo de plan de negocio a establecer con cada unidad productiva y tener resultados favorables en la ficha de diagnóstico, dejando claridad de la importancia de la organización y planeación de un negocio obteniendo un buen análisis fodas.

EVIDENCIA GRUPO C (BICENTENARIO Y SECTORES ALEDAÑOS)






























2023
CAPACITACIÓN
EDUCACIÓN FINANCIERA
¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y ROMPER BARRERAS SOCIALES!


2023
CAPACITACIÓN
EDUCACIÓN FINANCIERA
¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y ROMPER BARRERAS SOCIALES!


2023


BARRERAS SOCIALES!


2023
2023



ORGANIZACIÓN Y PLANEACIÓN DEL PROYECTO GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAR EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIA.

SECTOR: GRUPO D(POZÓN Y SECTORES ALEDAÑOS)

INTRODUCCIÓN

En este informe se describen las actividades y los objetivos, donde se deja claro la importancia del "taller de organización y planeación de la unidad productiva", dirigido a cuarentaicinco (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familias en pobreza extrema y el diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el del barrio pozón y sus sectores aledaños.

La importancia de este taller es impartir conocimientos de organización y planeación de negocio para que sean ejecutadas dentro de cada unidad productiva y así minimizar los factores social, técnico y administrativo que comprenden para que cada uno tenga mecanismos estratégicos y puedan afrontar cualquier tipo de situaciones que se les presenten.

Durante el desarrollo de este taller se hizo énfasis en los sistemas de planeación y sus procesos organizacionales, sus características, estrategias de la organización, la creación de la misión y visión de la unidad productiva, la implementación, mantenimiento y mejora continua de una planeación y organización con la formulación de un análisis FODA de la unidad productiva; mediante ejemplos lúdicos y teóricos.

OBJETIVO

- Impartir conocimientos de gestión empresarial y estandarizar los factores organizacionales y estrategias de planeación priorizando y distribuyendo los recursos materiales y humanos de forma eficiente y eficaz del plan de negocio de Unidades Productivas fortaleciendo la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familias en pobreza extrema para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio El Pozón y sus sectores aledaños.
- Reconocer la importancia de cada uno de los factores y el objetivo principal de la organización y la planeación de una unidad productiva.
- Analizar e identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización de una unidad productiva para tener un negocio exitoso.

PORQUE O PROPÓSITO DE LA TEMÁTICA

La finalidad del taller, es que cada una de las unidades productivas dirigido a cuarentaicinco emprendedores (45) para el fortalecer y generar de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema diseñando un plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio El Pozón y sus sectores aledaños, adquieran conocimientos y técnicas de planeación y organización ; despertando en ellos un sentido de pertenencia, para así, desarrollar el espíritu emprendedor y lograr el éxito de cada negocio, planteando estrategias y análisis de cada unidad productiva mejorando la organización del negocio, la calidad de vida de cada familia y de la comunidad.

MATERIALES

- Papelería: diapositivas impresas, marcadores, fotocopia de talleres y formatos de identificación de unidades productivas, lápices, engrapadora, cinta pegante, borradores de tablero.
- Pendones del proyecto, tablero acrílico, cámara fotográfica

RESULTADOS

Se logró captar el interés de cuarentaicinco emprendedores (45) para la generación de ingresos, emprendimiento y empresarismo en las familiar en pobreza extrema y diseño del plan de negocios de Unidades Productivas para la localidad de la Virgen y Turística llevado a cabo en el barrio Pozon, donde se impartieron conocimientos mediante ejemplos y talleres teórico prácticos, empleando herramientas lúdicas para desarrollar conceptos, factores y análisis de la organización y planeación de cada unidad productiva.

En el desarrollo del taller el grupo de emprendedores de cada unidad productiva se notaron interesada y participaron durante la temática y las actividades demostrando desarrollo grupal y metodológico de misión y la visión de cada unidad productiva y destacando de allí las estrategias y objetivo general de la organización, sus dudas e inquietudes fueron despejadas durante la actividad, lo cual conllevo a un retroalimentación de la temática establecida con cada unidad productiva, dejando claridad que la organización y planeación es supremamente necesario en un negocio, para así tener resultados favorables en la unidad productiva de una manera eficiencia. Para así llevar acabo resultado favorable en la empresa.

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

EVIDENCIA GRUPO D (POZON Y SECTORES ALEDAÑO)















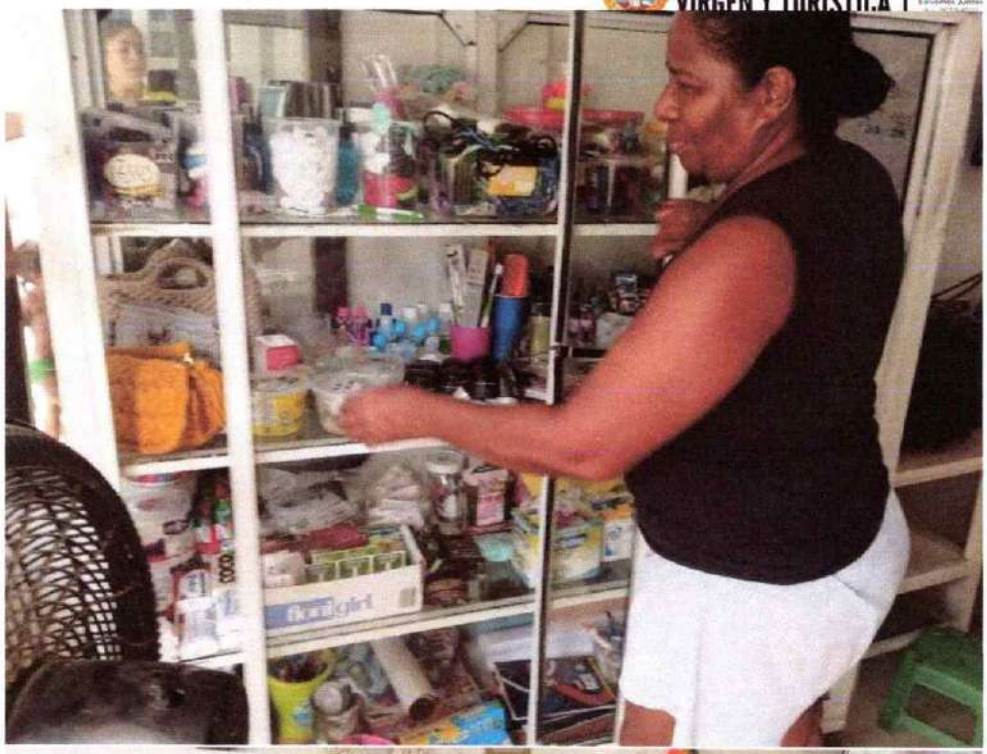





¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES
CARTAGENA DE INDIAS
-2023-








STAR




81




PANADERIA















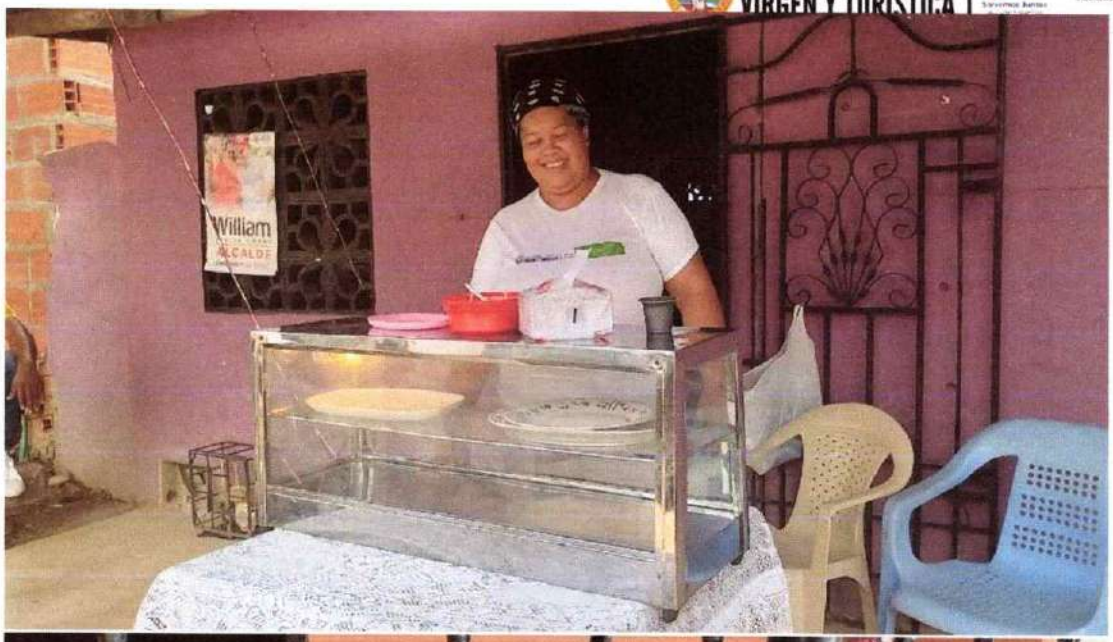


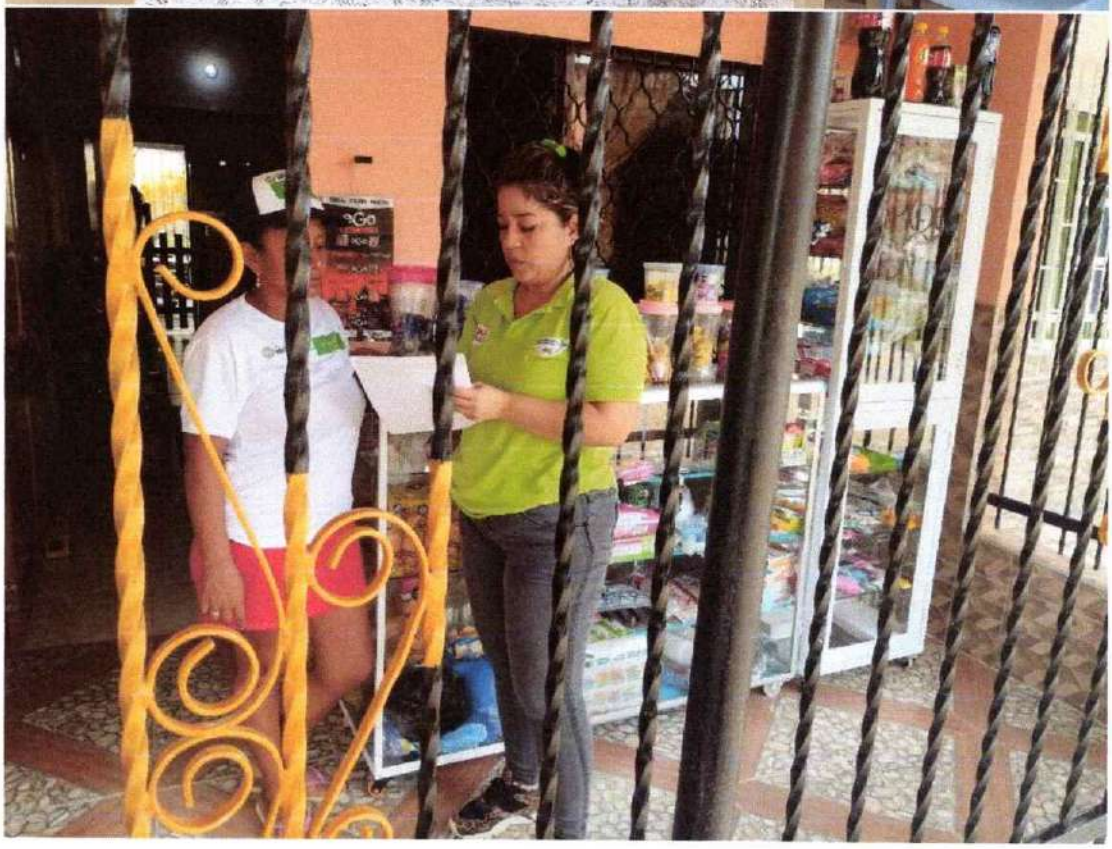



Kalley





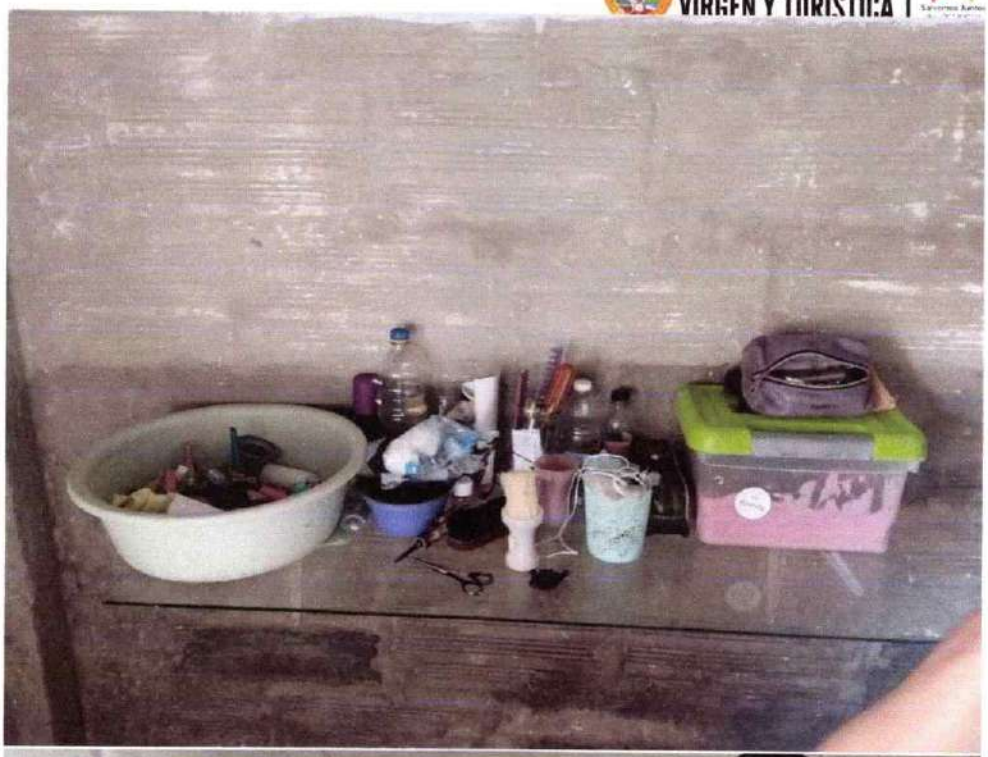

William
ALCALDE



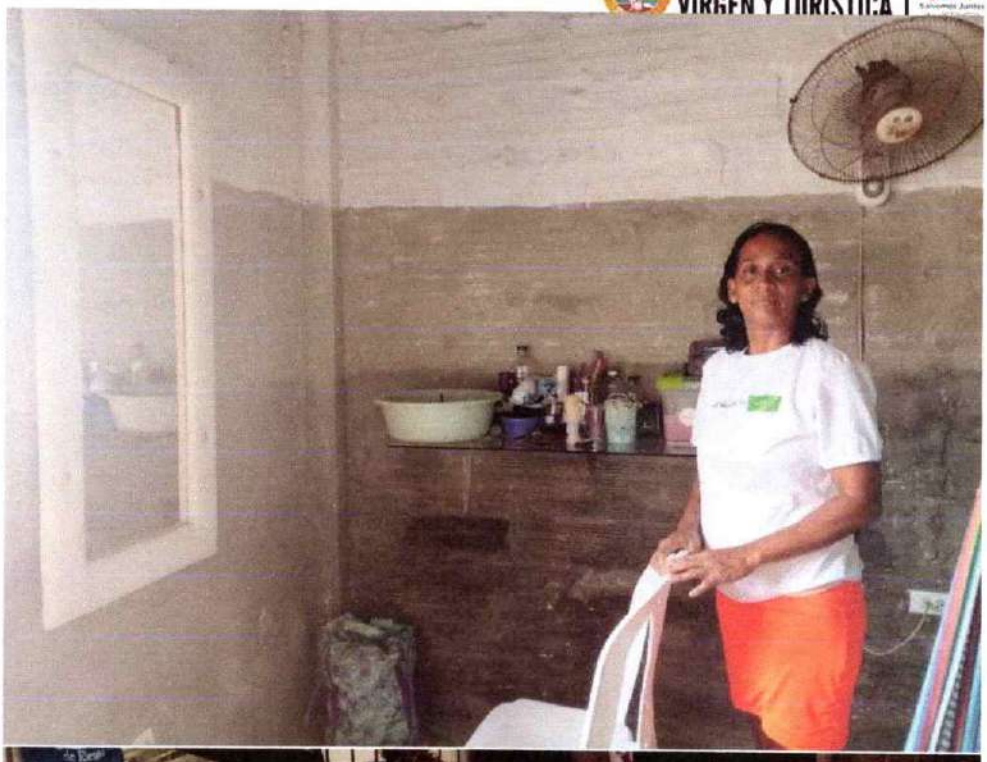





AGUILA









}



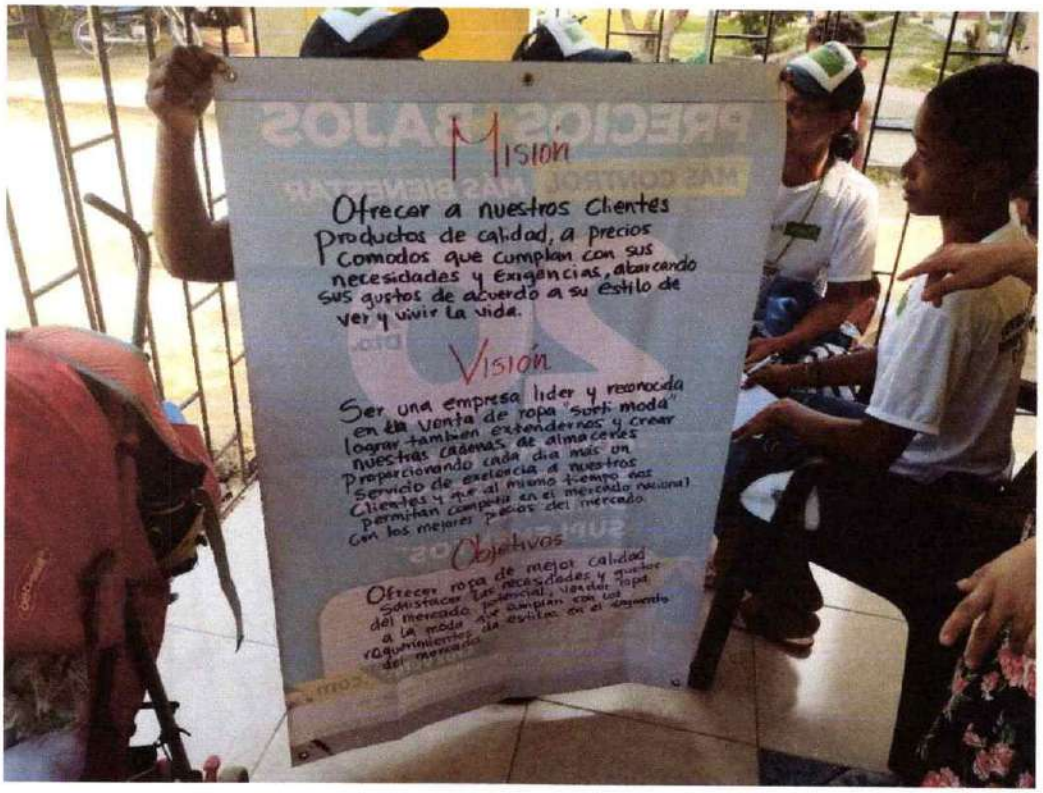

ETAPAS








Objetivos
Misión
Visión


Misión
Ofrecer a nuestros clientes Productos de calidad, a precios Comodos que cumplan con sus necesidades y exigencias, abarcando sus gustos de acuerdo a su estilo de ver y vivir la vida.
Visión
Ser una empresa lider y reconocida en la venta de ropa "surti moda" lograr tambien extendernos y crear nuestras cadenas de almacenes Proporcionando cada dia mas un Servicio de exelencia a nuestros Clientes y que al mismo tiempo nos permitan competir en el mercado nacional Con los mejores precios del mercado
Objetivos
Ofrecer ropa de mejor calidad Satisfacer las necesidades y gustos del mercado Ser especial, variado, top a la moda que cumplan con los requerimientos del mercado de estilos en el segmento







ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REDIMIDO DE PAZ

PROGRAMA PARA LA GENERECIÓN DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO PARA LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD 2 DE LA VIRGEN Y TURISTICA

CARTAGENA DE INDIAS 202

VISITA A EMPRENDIMEINTOS

- GRUPO A
- GRUPO B
- GRUPO C

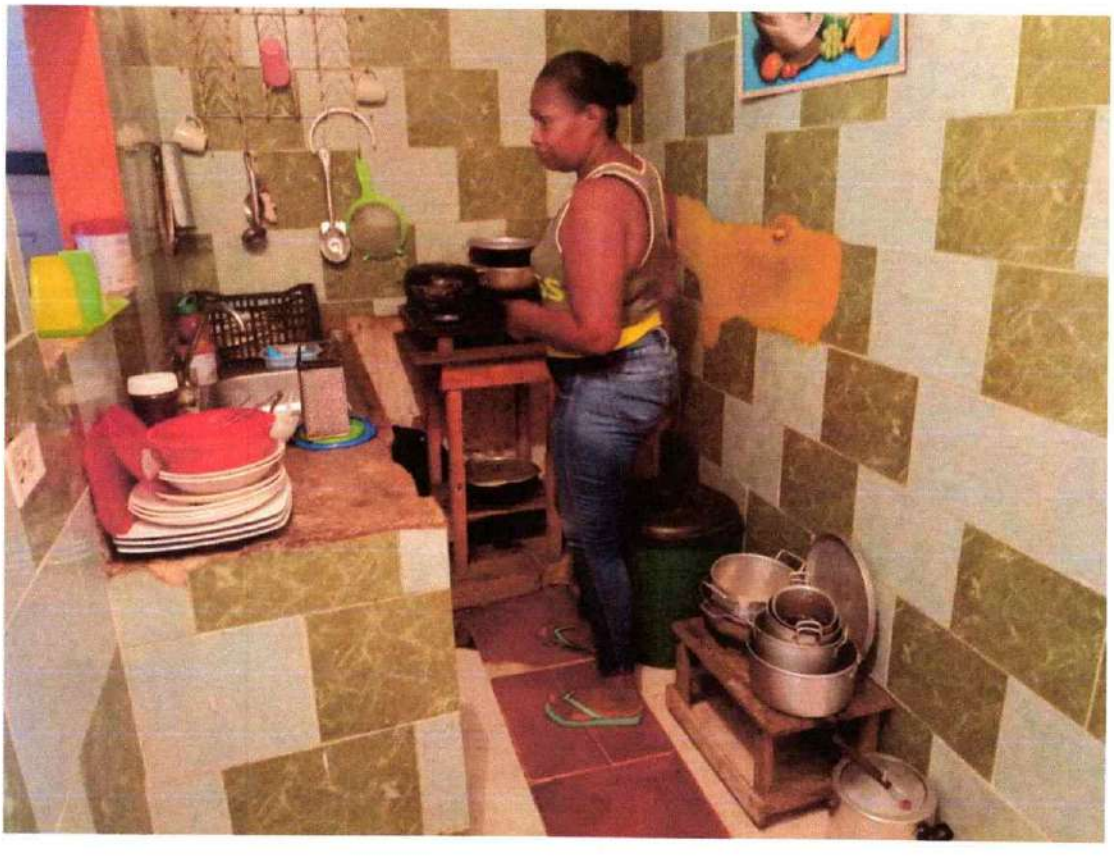
GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

Evidencia fotografía de negocios: Grupo A (Olaya y barrios aledaños)

Evidencia fotográfica de negocios: Grupo B (Boston y barrios aledaños)

Evidencia fotográfica de negocios: Grupo C (Bicentenario y barrios aledaños)

Evidencia fotográfica de negocios: Grupo D (Pozón y sus Sectores)











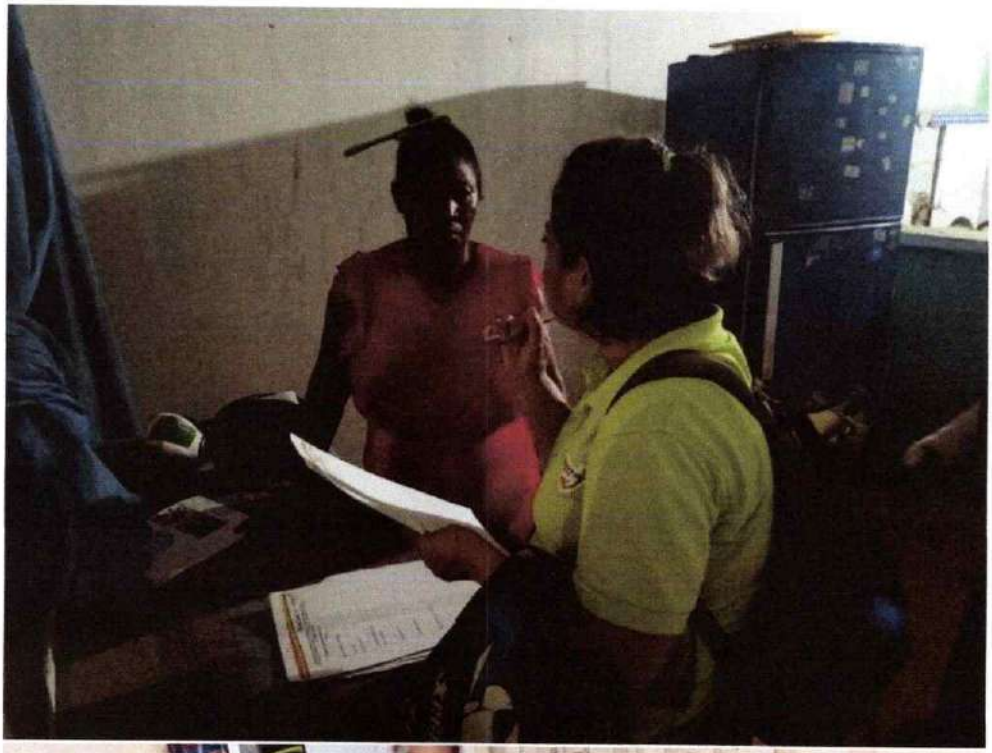

AHORRA
MAS





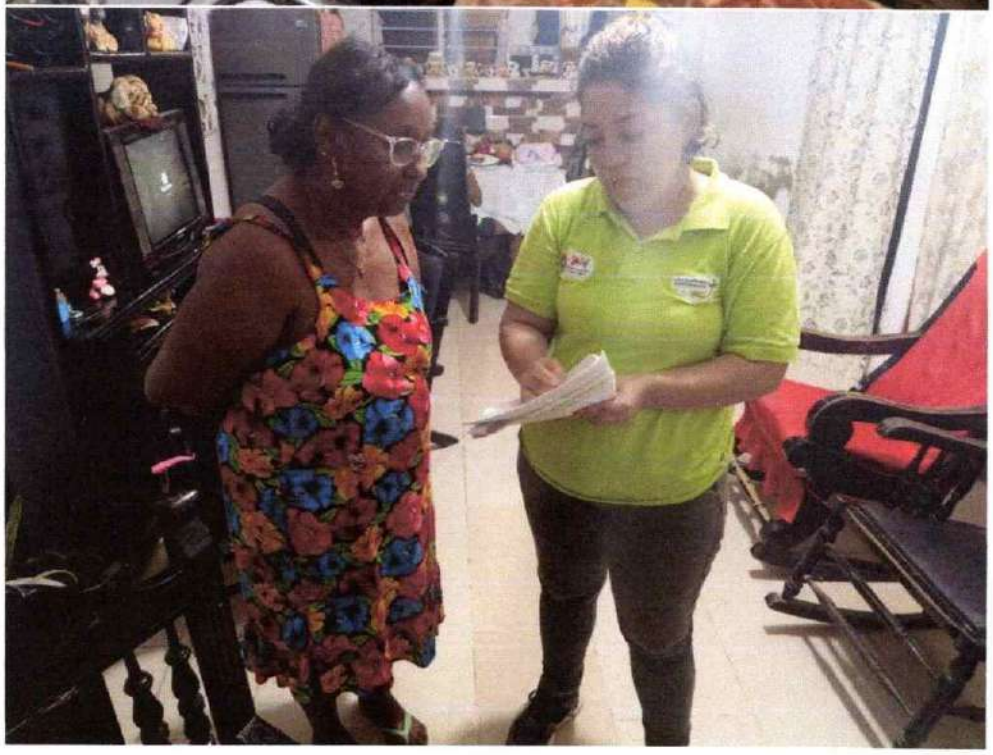




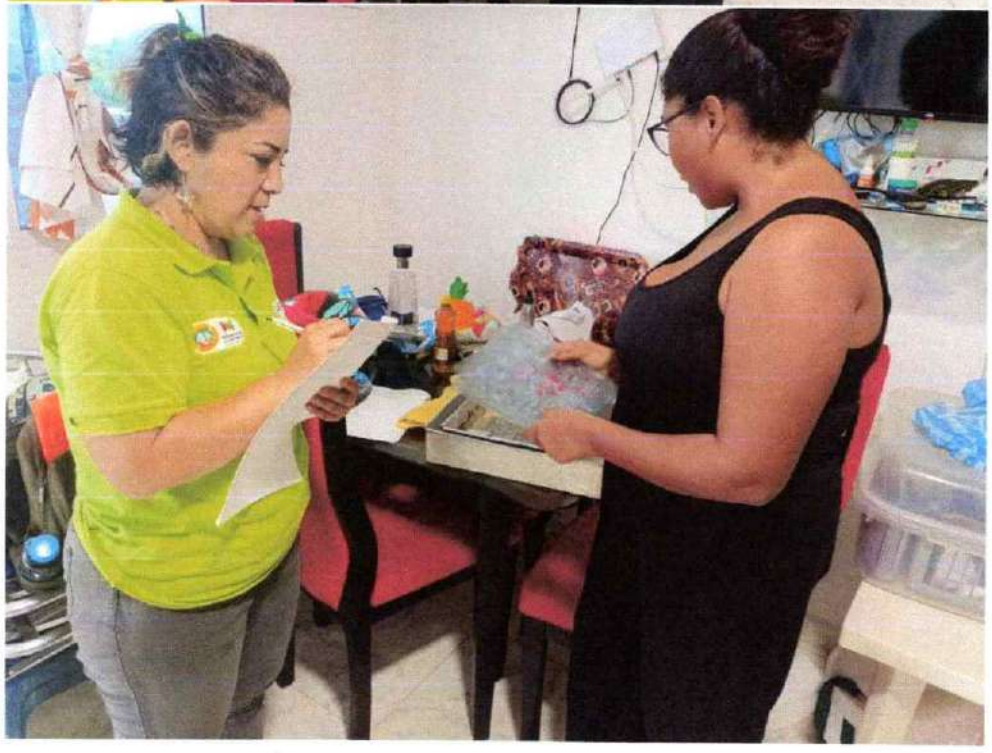














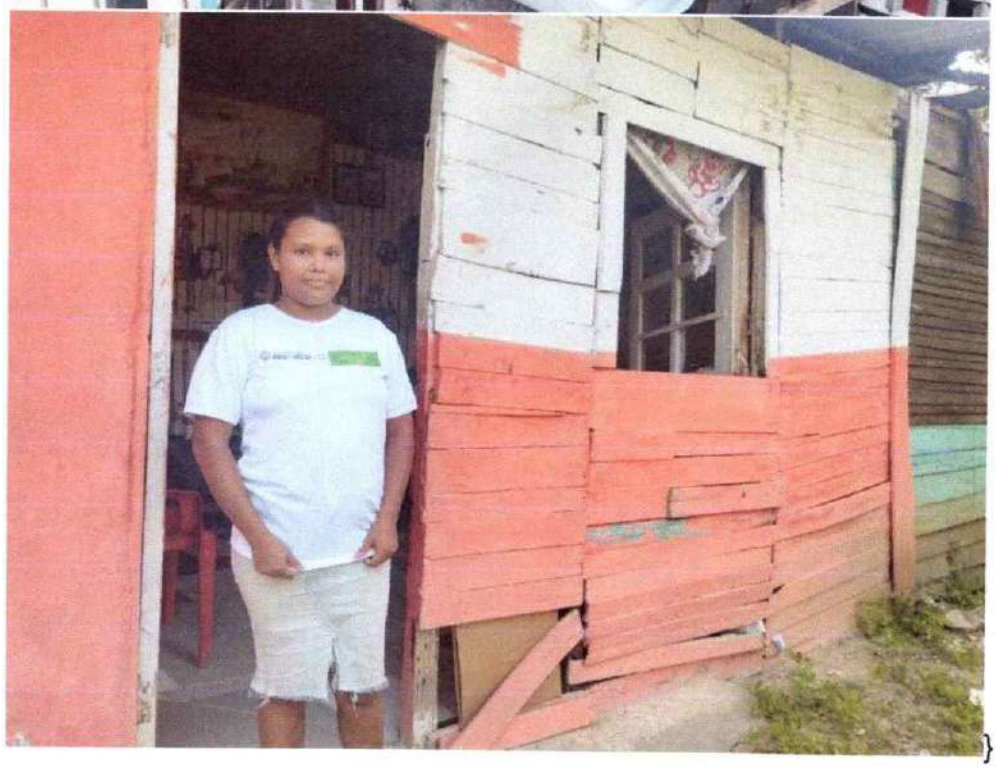


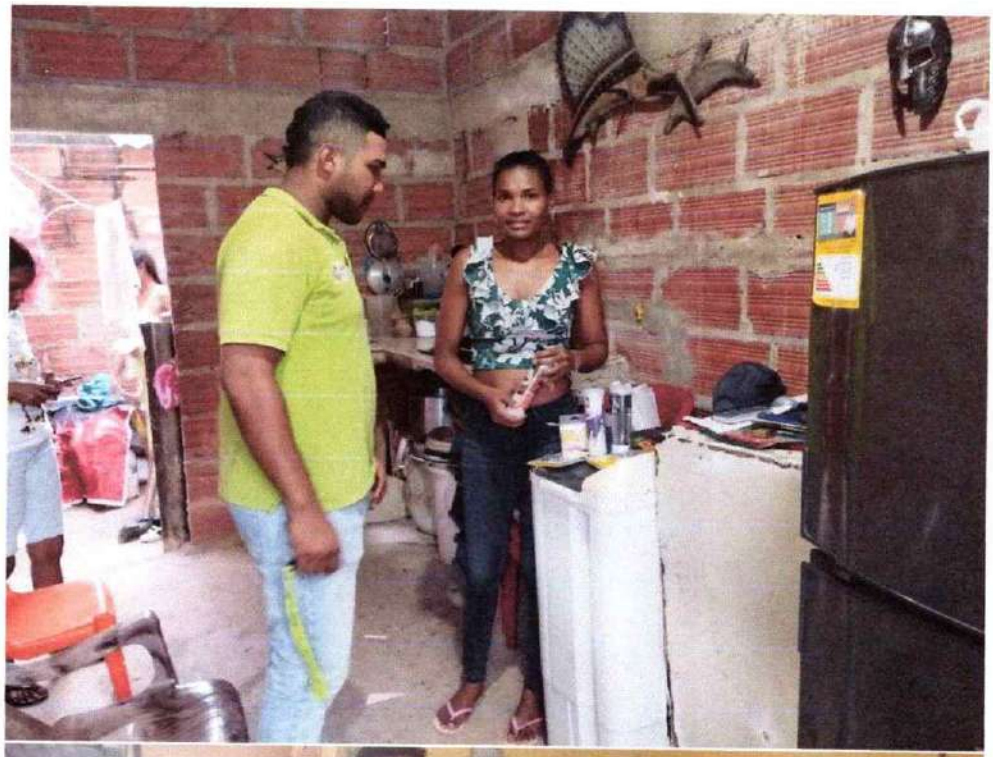










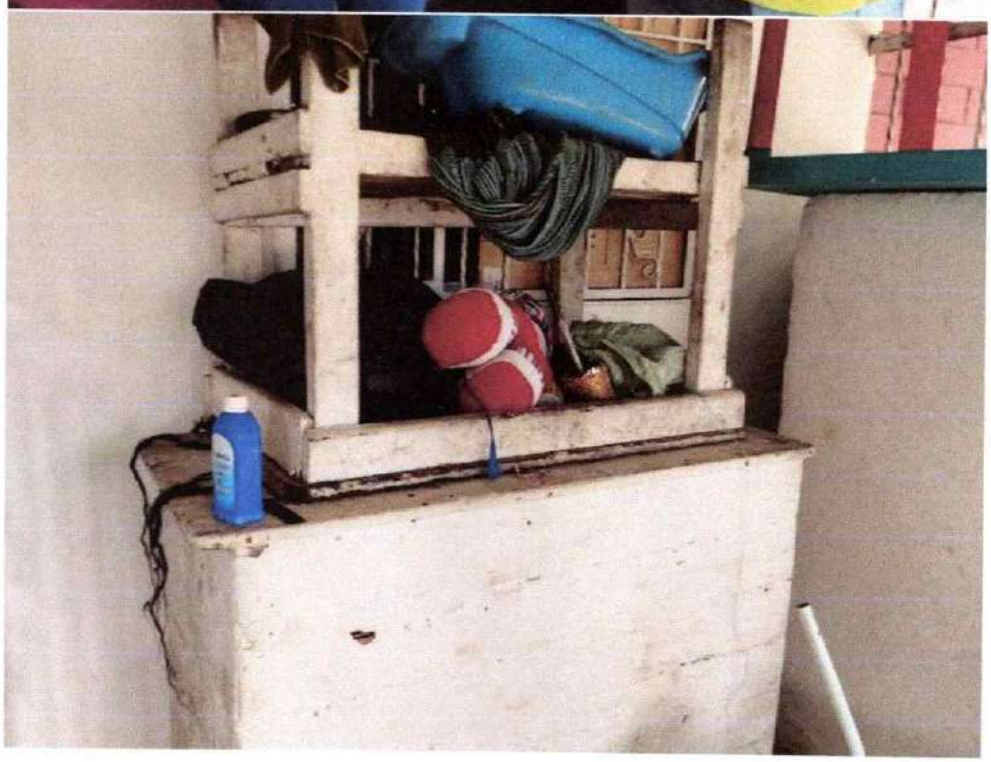




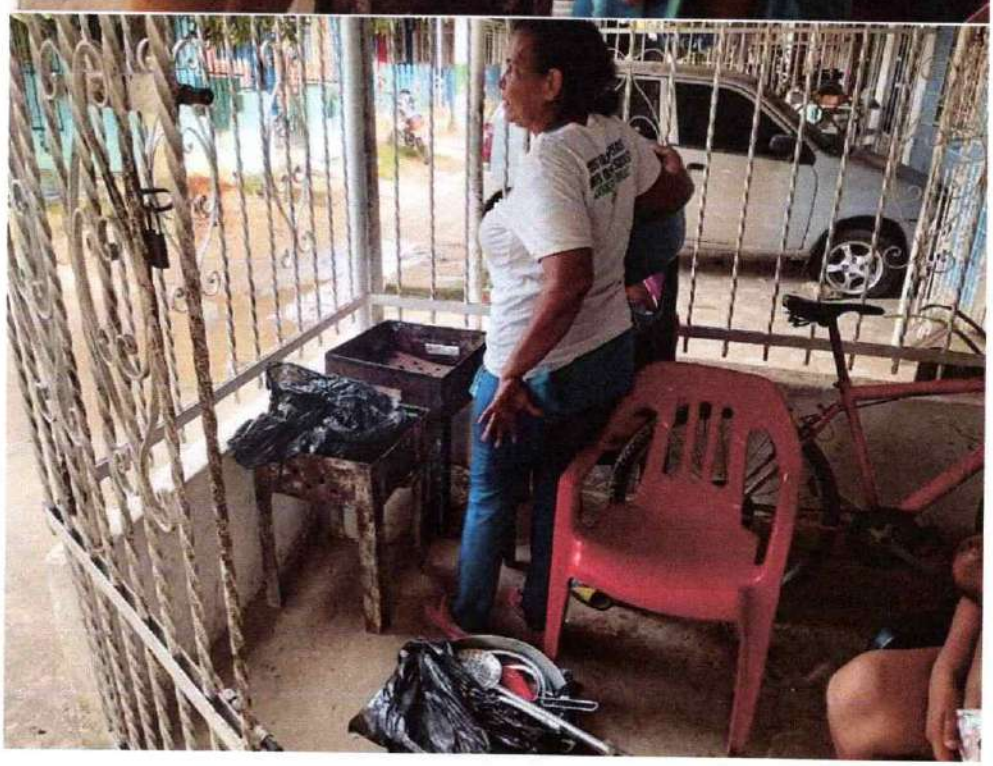


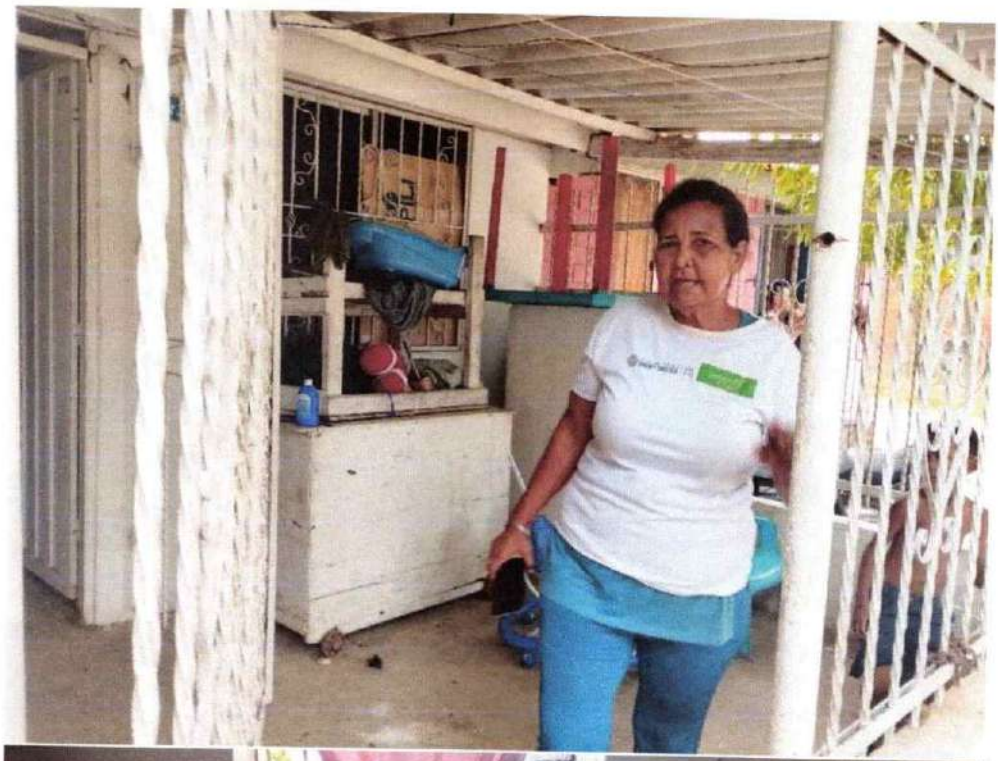




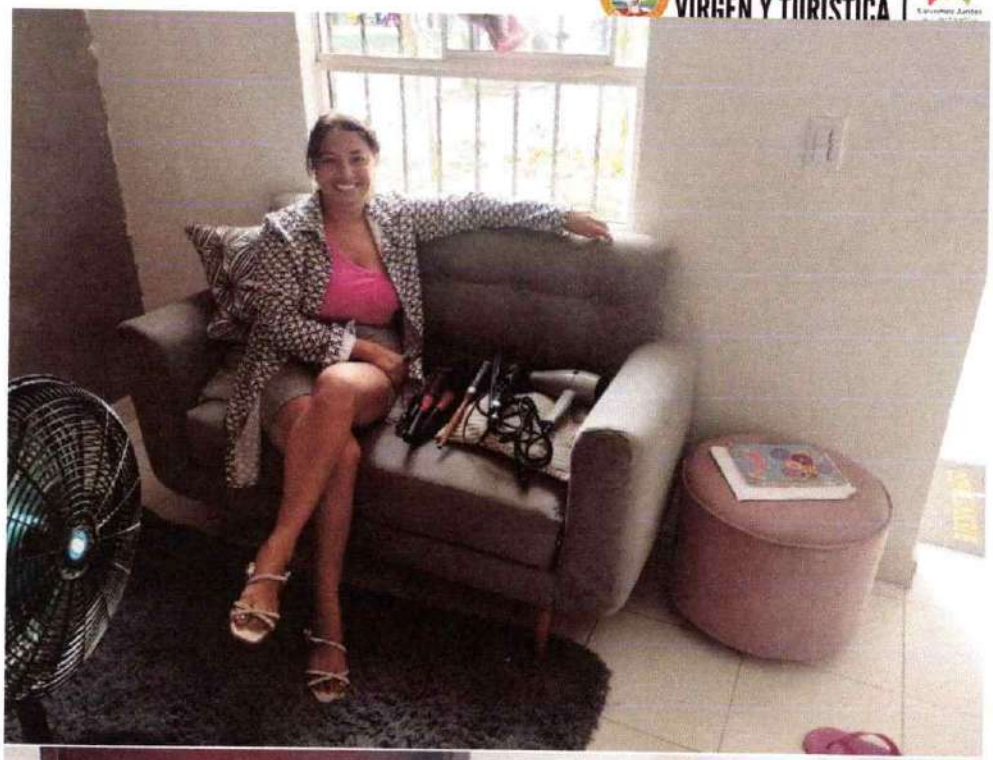
















ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A-1

NOMBRE: Ana Elvira Barrios causil

CEDULA: 32.906.552

DIRECCIÓN: olaya sector stella

Calle Fulgencio lequerica N° 68-30

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Congelados ANA J YL

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: congelados y carnes Frias

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3043949223 - 3125642887

DEBILIDADES: no tengo la herramienta adecuada y por eso me estoy capasitando

OPORTUNIDADES: generar un buen metodo a mi empreza

FORTALEZA: es la venta de mis productos de congelados y carnes frias

AMENAZAS: los incrementos an subidos los precios

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A -1

Nombre de la Idea de Negocio:	congelados ANA J y L
Razón Social:	congelados ANA J y L
Nombre Comercial:	congelados ANA J y L
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	
VISION DEL NEGOCIO	Es ser numero 1 y la mejor empresa en reconocimientos, Prestibio en su totalidad de estandares a nivel local naciona y e internacional
MISION DEL NEGOCIO	Tenemos como mision hacer q" nuestra clientela tengo la total'isatisfacion del resultado al momento de requerir una informacion y lograr ser la primera y unica alternativa para procesar FUTURO
OBJETIVOS DEL NEGOCIO	logra y dar la experiencia de manera incansable asi obteniendo impactos positivos de la clientela y los mas y mejores reconocimientos anivel clientelas siendo la mejor empresa
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO	
empanada, deditos, carnes frias	

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

mi estrategia es con las tiendas de mi Barrio mesa tienda y dimpica Para q" conoscan mi Producto

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	100
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	10
Establecer la cantidad que compran por período semanal	
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	varios

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

A toda la Poblacion en general por q" o Fresco Variedades de Productos

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Prestamos un buen servicio a mis cliente con una buena Presentacion a mis clientes

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia

un exelente servicio y atencion a mis clientes y un buen producto

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	12000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Analisis del mercado
Otra información relevante para la fijación de precios introduccion del mercado	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

entrega por domicilios o Puerta Puerta

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

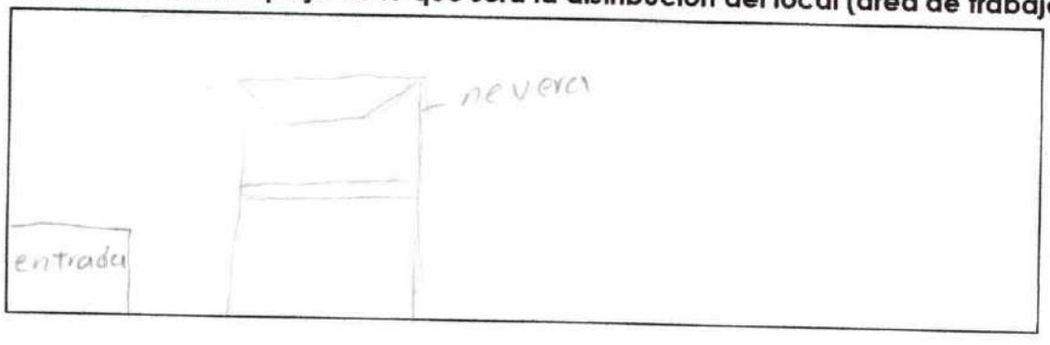
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Ventas Por Ventas directas, redes sociales Folletos etc

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Por redes sociales y Folletos etc
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	50 mil pesos
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Promociones por redes sociales y Folletos	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).

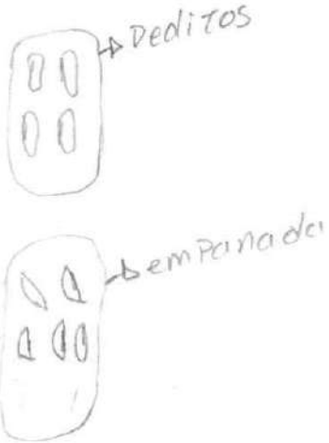


ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REDIMO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
Arina levadura carnes Frias quesos grasas bandejas carnes molida	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
congelador		Arina	1
		queso	1
		grasa	1
		bandejas	varios
		y carnes Frias	varios

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REDIMIDO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A-2

NOMBRE: Darlene Halena Valdelamar Perez

CEDULA: 1002242223

DIRECCIÓN:

olaya Herrera Sector Picaure Cra 59

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Todo Variedad.

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: al servicio de Variedad de Productos. Como Ventas. zapatos, Ropa, esclares, Copias, Impresiones Et Ya que tenemos Variedad de Productos.

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 304-333-4624

DEBILIDADES: Interna del negocio Ya que no cuento los materiales, como Utilina, fotocopiadoras Productos, Para ello nos estamos capacitando Para fortalecerno con ayuda.

OPORTUNIDADES: tenemos un buen Punto Ya que en nuestro Sector no se encuentra cobertura de Internet con la ayuda de unos Hermanos todo sera posible que ofrecen Servicio de Internet.

FORTALEZA: Con el Servicio y Productos que ofrecemos Podemos ayudar a nuestra comunidad con diferentes

AMENAZAS: externa han creado el precio de los Productos.

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A-2

Nombre de la Idea de Negocio: Todo Variedad.
Razón Social: Al Servicio, de Venta de Diversos Productos.
Nombre Comercial: todo Variedad.
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO posicionarme en el mercado a corto plazo que tengamos reconocimiento a nivel local.
MISION DEL NEGOCIO hacer de mi emprendimiento un negocio prospero y reconocido a nivel local, que se de conocer por su calidad de sus productos y diversidad.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO brindar la mejor asesoria con buena calidad. a buenos precios me encuentro ubicado en olaya tt. sector Pequeño.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Ofrecemos Servicios de Variedades como Venta de calzado, Fotocopiadora, Impresiones Prendas para vestir de todo tipo de familiar

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Surgio por la necesidad que muchas personas carecemos de servicio de Internet en sector tambien de Ventas de Productos, escolares Impresiones, FOTOCOPIAS etc.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	200
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	70
Establecer la cantidad que compran por período	Quincenal
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	Variedad

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Para todo Poblacion en general Por que Ofrecemos, Variedad de Productos y Servicios.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Que no tenemos negocios Cercanos, solucionamos lo de la cobertura de Internet,

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia

una buena atención personalidad Prenda con una buena calidad.

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Zapatos, Copias, Impresión	$ 150.000
¿Cómo se ha determinado el precio?	analizis del mercado
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Precio Indefinido.
Otra información relevante para la fijación de precios: Comparando precios del mercado con Gastos de Producto.	

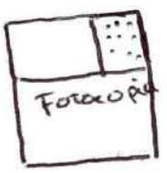
2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

la estrategia que utilizaria seria por medio Directo y domicilio.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
- Encargar los zapatos por los proveedores conocidos - la entrega del producto (zapatos - verificar que el (zapato) ~~este~~ en buen estado y Bentificar su originalidad. - esponer los en el stant - Redes sociales - llega al cliente.	 

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Computador.	2	Vitrina.	3
Ventilador	2	maniqui	1
Fotocopiadora	1	Stand	3
Impresora	1		
Internet	1.		

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A -3

NOMBRE: Vilma Correa Hurtado.

CEDULA: 45536051

DIRECCIÓN:

chiquinquira M11 | 10

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Distribucción de Carne, pollo, Cerdo Renacer de bendición

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Venden Azados y Carne, pollos y Cerdo

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3161932109

DEBILIDADES:

son Falta de Capital o Recursos Financieros y Falta de Herramienta,

OPORTUNIDADES:

Obtener Ganacias

FORTALEZA:

Permitir a una empresa en el mercado

AMENAZAS:

Factores q" impiden la Ejecución - busca otro local

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO HEBRÓN DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A -3

Nombre de la Idea de Negocio: "Renacer De bendición" Distribuir y Venden Carne, Pollo, Cerdo. Azado
Razón Social: Renacer de bendición
Nombre Comercial: Venta de Carne Cerdo pollo "Renacer de bendición"
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Metas a largo plazo
MISION DEL NEGOCIO Funcion dentro de la Sociedad
OBJETIVOS DEL NEGOCIO trabajar en mi Sueño
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Compro carne, cerdo, Pollo y lo vendo + Hago Azado Domingo

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

LAS TIENDAS CERCANAS PARA COMPARAR PRECIOS
MERKEPLAC - LINO

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	200
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	120
Establecer la cantidad que compran por período Semanal	120
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer · Varios	220

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

A TODA la Población el Producto y Servicio mostrar a los clientes que comprendemos sus Problemas y Demostrale q" tenemos Solución

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Puntualidad, Atención, Calidad, Etc
es el atributo. mano de obra, calidad del producto
Ubicacion geografica.

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia Atencion personalizada

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	CERDO - Pollo — CARNE 25.000 - 7500 - 30000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Averiguando con la Competencia Analisis Precio introduccion al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios, Estudio el mercado	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

Estudiar el Mercado
Puerta a Puerta

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

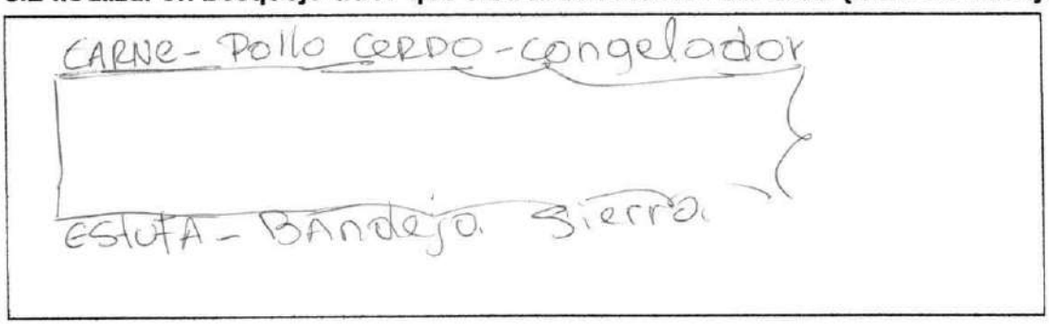
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Redes Sociales, Domicilio etc

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

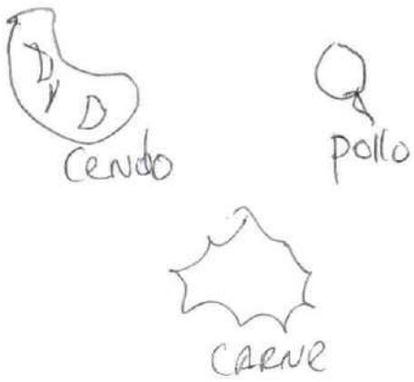
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Publicidad y Hacer Folleto
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	100.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos HACER Perifoneo	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).



GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Congelador	1	Rebanadara	1
AZADOR	1	Sierras	3
ESTUFA	1	TAZAS	3
Peso-balanza	1	BANDEJAS	3

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A - 4

NOMBRE: Luisa Marcela Recuero Hernández

CEDULA: 1047422936

DIRECCIÓN: olaya Sector Ricaurte
calle 34 # 57-53.

NOMBRE DEL NEGOCIO: Luimar- lingerie.

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:
Confección y Comercialización de lencería y Ropa Interior para Dama

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3184504510

DEBILIDADES: falta de Maquinaria Adecuada para confeccionar ropa Interior de mayor calidad.

OPORTUNIDADES: oportunidad de tener una mejor calidad de Vida.
- Generar empleo.

FORTALEZA: Ser lider en la Confección y Comercialización de Ropa Interior en el Sector. (Barrio).

AMENAZAS: El No tener la Maquinaria Necesaria para Confeccionar producto de calidad.

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A-4

Nombre de la Idea de Negocio: Juimar Lingerie.
Razón Social: Confección y Comercialización de lencería y Ropa Interior
Nombre Comercial: Juimar - Lingerie
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Ser una de las mejores marcas de lencería y Ropa Interior para damas a nivel regional en un periodo de 2 años y extendernos a nivel Nacional.
MISION DEL NEGOCIO Satisfacer las Necesidades de Nuestros clientes, proporcionando un amplio catalogo y Variedad de producto para todo tipo de Mujeres.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO - Ser Marca Lider a Nivel Nacional. - Confeccionar Ropa Interior para todo tipo de cuerpo y Tallas. - Ser generador de empleo para mujeres Cabeza de Hogar.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Confección y Comercualización de lencería y Ropa Interior para Damas.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Existen 2 Modistas Conocidas, pero No Confeccionan Ropa Interior, Sino Ropa Exterior y Cojines. De momento no Veo en que me puedan favorecer alguna alianza, Tal Vez Seria la Confección Pero llevando ya el Corte Hecho.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	80
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	45
Establecer la cantidad que compran por período	22
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	4

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Dama Mayor de 18 Años en Adelante sin Importar talla.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

- En mi sector soy la unica que se dedica a Confeccionar Ropa Interior.
- Que ya Tenemos Redes sociales y Estamos Haciendo publicidad.

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Vestido de Baño - Ropa Interior	$ 45.000 - $ 60.000 cop.
¿Cómo se ha determinado el precio?	Analisis del Mercado
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Precio de Introducción al Mercado.
Otra información relevante para la fijación de precios: Teniendo en cuenta los Costos y Gastos de Confección	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

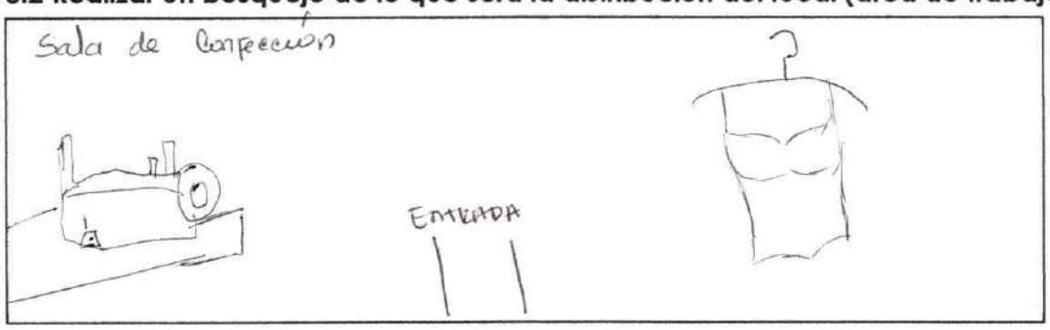
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

- Redes Sociales (Facebook - Instagram). Whatsapp.
- Venta (pago contraentrega).

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Publicidad de pago y Organica por Redes Sociales.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	Depende del Valor del Dolar, una Semana de publicidad sería un valor de 200.000 - 250.000 COP.
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).



GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
Body - Molde en papel mantequilla de Acuerdo a la talla requerida - Se Corta la tela de Acuerdo al Molde Fijado. - Se empieza a confeccionar.	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Collarina	1	Encaje	10 metros /20 cm de Ancho
Maquina de Coser Semi-Industrial	1	Licra algodon	10 metros
Fileteadora Industrial	1	Licra Power	10 metros
Sublimadora	1	Poly- Licra	10 metros

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A -5

NOMBRE: Yeidi Yuliana Valencia Ciro

CEDULA: 1047447175

DIRECCIÓN: Olaya Sector Rafael Nuñez Calle Simon bolivar # 37-79

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Comidas Rapidas B-S A

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Venta de comidas rapidas (perros calientes, Hamburguesa, picadas, Patacon)

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3232843197 - 3004721865

DEBILIDADES:
- Restaurante recien abierto y poco conocido
- Comida Exotica

OPORTUNIDADES:
- Calle muy transitada,
- Precios competitivo

FORTALEZA:
- un producto poco habitual en comidas Rapidas
- cada vez lo consumen mas gente

AMENAZAS:
- competencia
- Limitadas por un Productos, Sin Ofrecer muchas alternativas

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A - 5

Nombre de la Idea de Negocio:
COMIDAS RAPIDAS B S A
Razón Social:
VENTAS DE COMIDAS RAPIDA B S A
Nombre Comercial:
COMIDAS RAPIDAS B S A
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO
La vision que tengo para mi negocio a corto plazo es conseguir un local.
MISION DEL NEGOCIO
Mi mision es inaugurar el negocio lo mas rapido.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO
El objetivo principal de mi negocio es ofrecer un buen servicio para ir creciendo y ayudar con trabajo a las personas
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Mi negocio es de comidas rapidas donde voy a ofrecer a los consumidores todo relacionado en comida rapidas (Perros, hamburguesas, picadas)

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

todos mis productos los voy a comprar en el mercado mientras consigo un distribuidor que me los lleves hasta el local

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	500
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	200
Establecer la cantidad que compran por período	100
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	15

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

a toda la población en general

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Mi negocio tendra domicilio el cual va ser gratis por la compra de cualquier producto.

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO – publicidad

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia

- Comida sana

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	Perro caliente
¿Cómo se ha determinado el precio?	por la Inflacion
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	un precio introducido al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios: tendre en cuenta al precio que se compra los productos y el gasto que trae su Fabricación	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta directa
- Folletos
- Domicilio Gratis
- Promociones

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

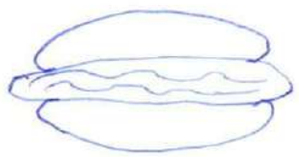
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Publicidad - Folletos Puerta a Puerta
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 500.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos 1. pendon con el nombre del negocio y otro con el listado de precio	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).



GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
Calentar la Salchicha y el Pan en un Sarten o baño maria 2. En la Plancha se Pone a derretir el queso 3. Se Pica la cebolla en Trositos 4 coloca la Salchicha En el Pan 5. agrego la cebolla Picada Sobre la Salchicha 6. se agrega el queso y las Salsas 7. Se agrega Papitas mas salsas	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Carrito de comidas Rapidas	1	1	1
Congelador	1	1	1
Freidora	1	1	1

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A-6

NOMBRE: Claudia Gutierrez Miller

CEDULA: 73.162.048

DIRECCIÓN:

Viejo porvenir Calle 20 de julio # 76-60

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Gut Miller musical

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Comercialización de cuentas acrilicas

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3135434534

DEBILIDADES:

falta de apoyo economico para este me este y capacitado

OPORTUNIDADES:

Hacer que los clientes se sientan bien consentidos.

FORTALEZA:

Amplio conocimiento en este tipo de instrumentos

AMENAZAS:

se han incrementado los costos del producto y envíos.

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A - 6

Nombre de la Idea de Negocio:

Comercialización de guitarras.

Razón Social:

Gut. Miller. musical

Nombre Comercial:

Gut Miller musical

1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

VISION DEL NEGOCIO

En el año 2023 ser líder en comercialización de instrumentos musicales a nivel nacional

MISION DEL NEGOCIO

Vender instrumentos musicales de la mejor calidad y economizados a nivel nacional

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

alcanzar a los clientes adecuados
obtener rentabilidad y sostenibilidad
ofrecer promoción y buen servicio a el cliente

BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO

mi negocio empezo en la pandemia comenze a vender por redes. con una pequeña cantidad y hoy día vendemos mayor numero

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Asociarme con las Tiendas virtuales. miche y vox

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	300
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	30
Establecer la cantidad que compran por período mensual	
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer Varios	

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Ofrezco Variedad de productos es para Toda la población

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

por que ofrecemos los mejores servicios en atención y una excelente calidad junto garantía de nuestros productos.

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia

atención, personalizada, productos de excelente calidad garantía

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? guitarra acustica	$ 195.000
¿Cómo se ha determinado el precio?	la suma de gastos en mercancía y logística, envíos.
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	introducción al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios: Analisis del mercado	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

* Ventas por redes.
* Tienda física.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

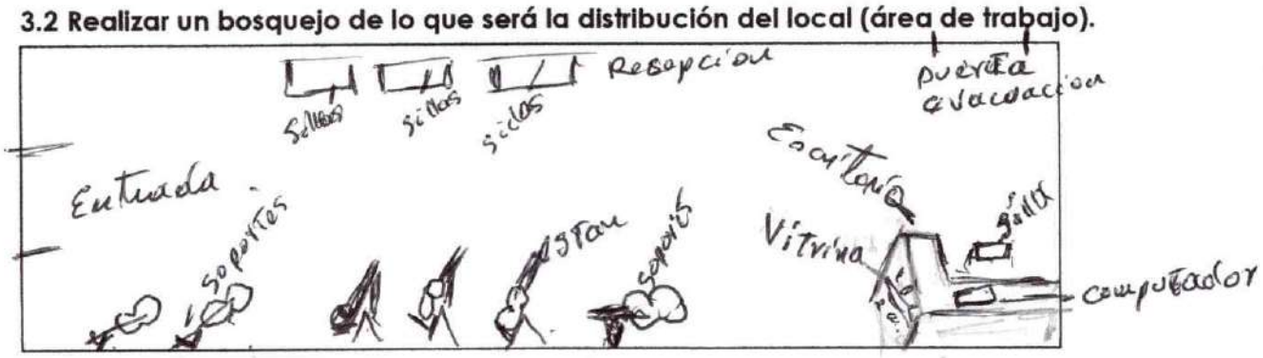
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta directa, domicilios pagos contraentrega ventas digitales.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

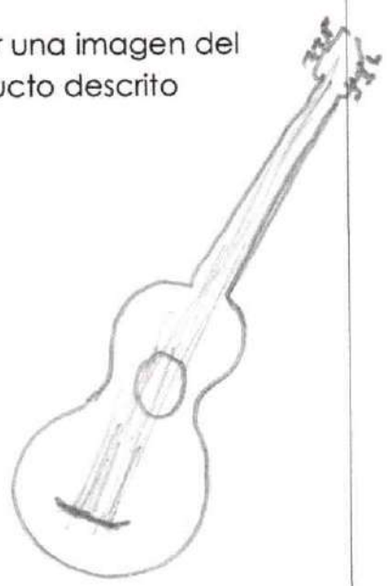
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	publicidad, perifoneo. puerta a puerta. Redes.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 800.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Cuña calles; repartir volantes, combos,	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).



GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
Guitarras acustica tipo Folk, cuerdas en nilon, elaboradas en cedro. de la marca Gotmiller.	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
celular.	1	estuche	10.
computador	1	soporte	10
		Afinador	1
		Material de Limpieza	un paquete

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A-9

NOMBRE: Eva Maria Leon

CEDULA: 52.135.971

DIRECCIÓN:
Nuevo Paraiso calle 9
carrera 82 calle 41A # 82-44

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Fritos y congelados la Bendición de Dios

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Fritos y congelados.

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 301-3446 250 - 320-5969 007

DEBILIDADES:

Materia prima y mano de obra

OPORTUNIDADES:

generar empleo

FORTALEZA:
- Excelente servicio al cliente
- Motivacion y empatia

AMENAZAS:
- Crecimiento de la competencia

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A-7

Nombre de la Idea de Negocio: Fritos y Congelados la Bendición de Dios
Razón Social: Fritos y Congelados la Bendicion de Dios
Nombre Comercial: Fritos y Congelados la Bendición ole Dios
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Convertirse en la mejor empresa de fritos y congelados en Cartagena, ofreciendo a tiempo los mejores productos y brindando un servicio de excelencia.
MISION DEL NEGOCIO Satisfacer las necesidades gastronomicas de nuestros clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la mas alta calidad.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO • Buen Servicio al cliente de forma rapida y eficaz • Tener la mejor calidad en productos.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Es un negocio donde los clientes pueden comprar y consumir alimentos y bebidas, ofreciendo Tambien Servicio Domicilios.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Tiendas
Veanos-

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	1.000 personas
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	200
Establecer la cantidad que compran por período Semanal	4
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer varios	10-18

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Todo la poblacion en General ya que la distribuyo variedades de frutas y verduras congeladas.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

- Tener mejor producto que la competencia
- mejor atención al cliente
- Excelentes precios para nuestros consumidores

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Congelado y pan dor	Por unidad a $ 1.600 bandejas x 10 u. $ 15.000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Segun el valor del insumo. . introducción al mercado.
Otra información relevante para la fijación de precios Segun la Competencia.	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

los congelados. se han distribuido en diferentes barrios de la ciudad.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Lo llamamos proceso de venta porque Fue creado por y para vendedores.
con ventas directas e indirectas

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

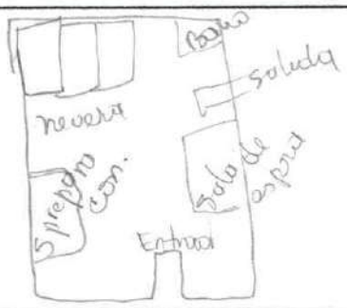
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Promocionarlo en las redes sociales.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 1.000.
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Publicidad, exhibición de punto de venta, precios especiales.	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).

Sitio.

Maquinaria Estufa.

Entrada



GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
• Congelados. harina, vitina, azucar, sal polvo de hornear, bandejas. • Fritos -arepas con huevos. maiz, huevo, sal, aceite carne. - Empanadas. maiz, carne, queso, verduras	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Freidora	1	Cucharon escurridor	1
Congelador	1	pinzas para fritos	2
vitrina	1	para sol	1
mesa	1	colador escurridor	1

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A -8

Nombre de la Idea de Negocio:	Laira Cartagena.
Razón Social:	Ventas de Comida Rapida
Nombre Comercial:	Laira Cartagena
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	
VISION DEL NEGOCIO	Consolidarnos a nivel local y regional en comidas rapidas ofreciendo un excelente servicio con los mejores sabores diferente a lo tradicional.
MISION DEL NEGOCIO	Brindar Alimentos de alta calidad con un sabor diferente, Ser una Empresa Lider a nivel local y regional ofreciendo altos estandares de calidad a nuestros clientes.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO	Adaptarse a las necesidades de mis clientes para mejorar la calidad de los productos y estandares de calidad a si mismo la presentación de los alimentos e Incrementar los puntos de ventas.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO	

Aproximadamente 10 años este negocio surgio del emprendimiento de venta de comidas rapidas de mi hermana (Blanca Cabeza), negocio que tuvo un buen auge en el sector, por razones economicas no siguio.

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A - 8

NOMBRE: Ilsen Maria Cabeza Cabeza

CEDULA: 22.807.567

DIRECCIÓN: Olaya Herrera Sector pontilla
Cr 69 Nº 35-70.

NOMBRE DEL NEGOCIO: Jairu Cartagena.

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Venta de comida Rapida a nivel local ofreciendo productos de calidad.

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3106773878

DEBILIDADES: falta de apoyo Economico
Asi mismo hacer gestiones, solicitando ayuda al Gobierno Distrital

OPORTUNIDADES: Solicitar Prestamo
Brindar un buen servicio a mis clientes.

FORTALEZA: Constancia en el negocio
Perros y hamburguesas con un sabor diferente.

AMENAZAS: Competencias, malos olores

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Pensamos aliarnos en otro emprendimiento ubicado diagonal a mi negocio, con el fin de rotarnos los horarios de venta, así mismo con la tienda que vende productos de empaque, para que nos ofrezcan ofertas y buenos precios.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	2500
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	180
Establecer la cantidad que compran por período semanal	200
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	20

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Ampliación de negocio para generar empleos a personas de bajos recursos y menos favorecidos, así mismo la atención a todo público

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Mejores producto de calidad con un sabor diferente a lo tradicional.

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia productos elaborados con champiñones, con un sabor diferente.

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Perro caliente	8.000
¿Cómo se ha determinado el precio?	Analis de mercado
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	precio de Introduccion al mercado.
Otra información relevante para la fijación de precios Productos de calidad que se vean reflejado en el precio, Acuerdo analisis de mercado	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Catalopos Domicilios Redes Sociales (facebook, wahtSapp, Enstagram)

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

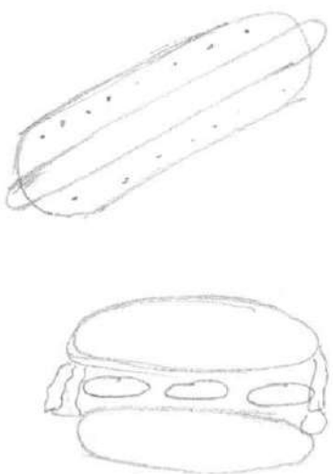
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	por la compra del perro Se obsequia la gaseosa
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	62.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos por la compra de 2 hamburguesa se regala un 1 perro personal.	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).

Baños Sala de Espera Estantes Maquinaria Entrada Ruta de evacuación

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
Pan Salchicha Salsas queso Lechuga Cebolla Tomate Champiñones Maiz desgranado Tocineta Pan hamburguesa Carne molida papitas fritas. papas Aceite	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Carro de perro	1	cuchillos	2
horno Hierro	1	palas	2
		pinzas	2
		vitrina	1

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A-9

NOMBRE: Kathia Isabel Rodriguez G

CEDULA: 1143335853

DIRECCIÓN: Palmeras Mz 48 L2

NOMBRE DEL NEGOCIO: Chuzos y Asados el sazon de Kathia

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Venta de chuzos y Asados comidas rapidas.

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3115672463

DEBILIDADES: Herramientas adecuadas buscando ayudas

OPORTUNIDADES: buen punto y precio un buen servicio

FORTALEZA: Mi fortaleza son Asados de chuleta y pinchos de pechuga

AMENAZAS: como estoy ubicada en el anden puede tropesarme el gun Vehiculo

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REGALO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A-9

Nombre de la Idea de Negocio: Chuzos y Asados El sazon de Kathia
Razón Social: Chuzos y Asados El sazon de Kathia
Nombre Comercial: Chuzos y Asados el sazon de Kathia
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Ser el mejor puesto de comidas rapidos y asados de la zona y posicionarme en el mercado nacional con los mejores Chuzos, asados y comidas rapidos de la zona
MISION DEL NEGOCIO Satisfacer el gusto de nuestros clientes ofreciendo ofreciendo los mejores alimentos de calidad y variedad y comodos precios
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Mantener y acrecentar la rentabilidad del negocio • obtener mayor Productividad ofrecer un excelente servicio al cliente
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Es un negocio donde los clientes podran disfrutar de deliciosos asados de chuletas y pinchos de chorizo lutfeina y pechugas

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Con una sala de evento que hay serian para brindar tambien mis servicios y productos

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	400
Establecer la cantidad que compran por período semanal	50
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer varios	

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Toda la poblacion en general porque ofresco Variedad y servicio

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Recetas unicas

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Chuzo de butifarra y chuzo pechuga	$ 3.500
¿Cómo se ha determinado el precio?	Analisis del mercado
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Introducción al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios: Analisis del mercado	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

ofreciendolos en mi punto de venta y por watsa

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

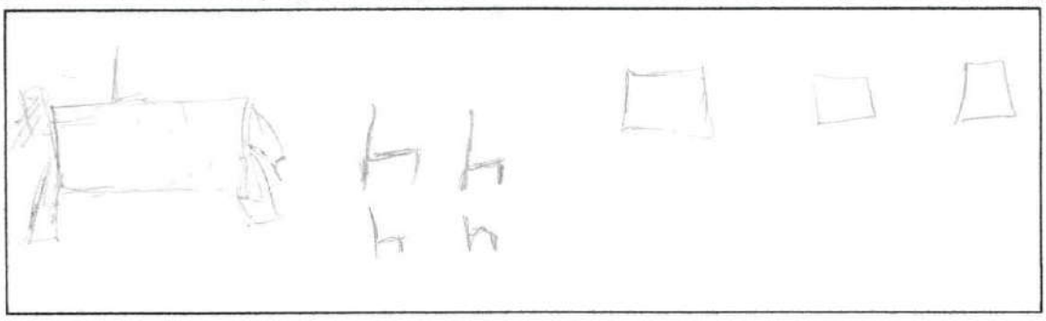
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Ventas directas al cliente

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

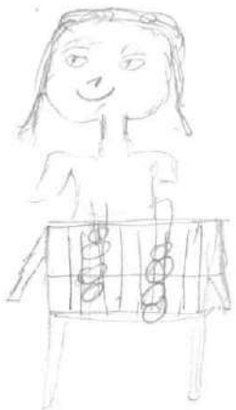
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Flayer, puerta a puerta
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$100.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Perifones, afiches, Promociones con los clientes	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).



GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
. chorizo, butifarra cebolla, blanca pimenton . chuleta, papá tomate, cebolla, zanahoria lechuga.	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Carbón	2 bulto	Anafe	
Parrilla	2	Pinzas	6
.		bandejas	10
		tazas.	5

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REDIMO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A-10

NOMBRE: Eliana Paola Moreno Aguilar

CEDULA: 1047427623

DIRECCIÓN:

Olaya Sector Rafael Nuñez Cll santa M.

NOMBRE DEL NEGOCIO:

El Rincón del Sabor

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Calidad y buena atención

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3012954552

DEBILIDADES:

Deficiencias en el inventario

OPORTUNIDADES:

El flujo de Gente

FORTALEZA:

Motivación y empatia con el personal

AMENAZAS:

Falta de innovación

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A-10

Nombre de la Idea de Negocio: Para crecer en el mercado y obtener rentabilidad
Razón Social: Donde "NiÑi"
Nombre Comercial: El rincón del sabor donde "NiÑi"
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Nuestra visión es conseguir el sitio donde quisiera encontraime a futuro
MISION DEL NEGOCIO Nuestra misión es mejorar cada dia mas para la satisfación de nuestros clientes.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Hantener los valores fundamentales de la empresa para tener un crecimiento sostenible
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO toda es la idea nace por la necesidad de desempleo y la gran demanda que tiene la comida rapido,

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Salsamentarias
Coca-cola
Districarnes

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	60
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	30
Establecer la cantidad que compran por período Semanal	5
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	Varios

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

A Toda la población de servicio

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Calidad, Buena Atención y Economía

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia Garantía y Buena Atención

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Perros Caliente	$ 10.000
¿Cómo se ha determinado el precio? Analisis del Mercado ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Introduccion Al Mercado
Otra información relevante para la fijación de precios	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

Domicilio
Redes social

Marketing

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

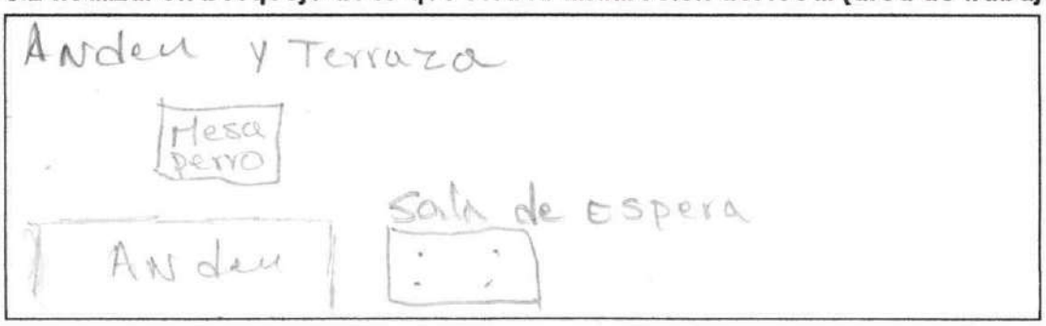
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Todas: Puerta A puerta Redes social domicilio

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

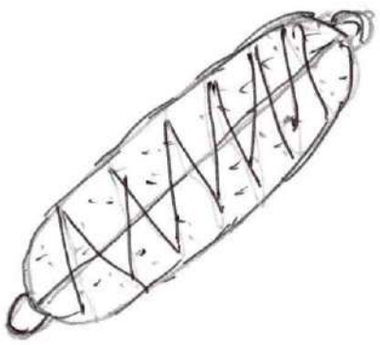
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Redes sociales y folletos
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 100.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Combos Perro + coca-cola Hamburguesa + coca-cola	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).



GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
Se toma el pan perro y se raja por el centro luego se le introduce la salchicha cebolla Abusto, queso papa Ripios y Salsas A Gusto.	

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
		Tarros salsas	6
Cilindro	7	Mesas y sillas	4 Juegos
		Cuchillo de pan	1
		Espatula	1

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA **Grupo:** A-11

NOMBRE: Ana Toro.

CEDULA: 22804780

DIRECCIÓN:

olaya 2do callejon de Ricaurte K59 #37/76.

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Toro ponaderia

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Panaderia

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3164328792 - 6756249

DEBILIDADES: falta de calidad del producto, Investigacion Inadecuada de mercado, poco capital

OPORTUNIDADES: El crecimiento rapido en el mercado, capacidad de compras de nuestros clientes, posibilidad del desarrollo de nuevo producto

FORTALEZA:

calidad de mis productos, Recetas unicas, Buen servicio al cliente

AMENAZAS: falta de calidad del producto, el costo de los Ingredientes, aumento de los costos de servicios (energia, Agua y gas)

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A-11

Nombre de la Idea de Negocio: Toro panaderia
Razón Social: Toro panaderia
Nombre Comercial: Toro panaderia
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO en el 2024 ser una empresa referente a nivel nacional, reconocido por sus productos de calidad reflejando de los avances y brindando un servicio Integral
MISION DEL NEGOCIO producir y comercializar alimentos de calidad en constante innovación, satfaciendo las necesidades de nuestros clientes y consumidores. comprometido con el bienestar de nuestro colabores y socios y comunidad.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Elaborar productos de panaderia variados que generen Total satifacion y beneficios adicionales en la dieta alimenticia de las personas consumidoras.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
mi negocio fue creado con un conocimiento adquirido el cual quiero que a futuro se me de. mi plande negocio donde are panes y tambien reposteria

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede Realizar alianzasEstratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Bueno con este sector trabajan las tiendas. esto podría ser una de nuestras alianzas. también podríamos hacer publicaciones donde se puedan prestar servicios para fiestas, eventos y cosas especiales familiares.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	100
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	150
Establecer la cantidad que compran por período Semanal.	250.
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer Semanal.	100

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Constribuín a mostrar a los clientes que comprende-mos sus problemas centrales, y demostrarle que Tenemos una solucion Ej: Quienes consumen nuestros productos, y nuestros proveedores. Buzon de sugerencias

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

2.4 VENTAJA COMPETITIVA

* Resetas unicas, Realizar obsequios, buena ubicacion, suprestar el servicio de entrega diaria a varias tiendas, tener buenas relaciones con proveedores, y ante todo tener un buen carisma como panadero

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia Buena calidad del producto, Buena atencion

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Bolso de panes	2.5DU por paquetes
¿Cómo se ha determinado el precio?	Dependiendo la cantidad de materia prima q se invierta
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Un precio definitivo o puede variar. dependo. el uso de material
Otra información relevante para la fijación de precios - Que no me aumenti la materia prima - es la unica forma que varie el precio del producto - Analisis del mercado	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los

* tiendas surcanas por encargos
* Ventas en casas puerta a puerta
* Bicicletas con canasto
* Supermercados.

GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

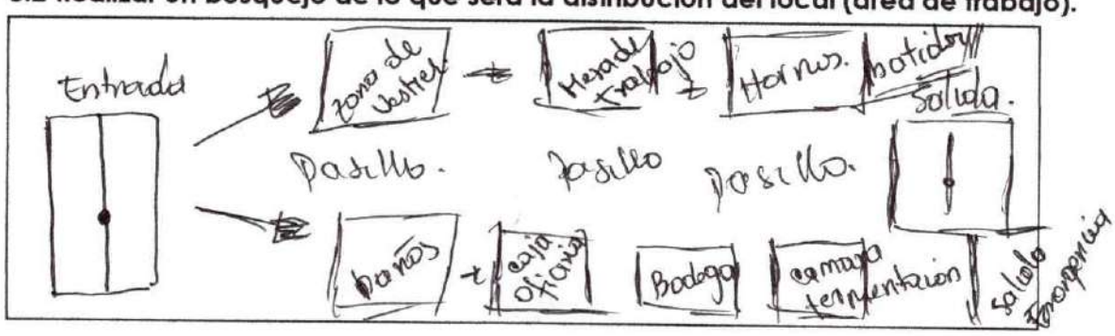
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Ofrecer mis productos para eventos especiales
Regalaria muestras para personas que pasen x mi panaderia
crear un sitio web. y paginas en mi redes sociales
Ofrecer clases de horneado ofrecer lo mayor calidad

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

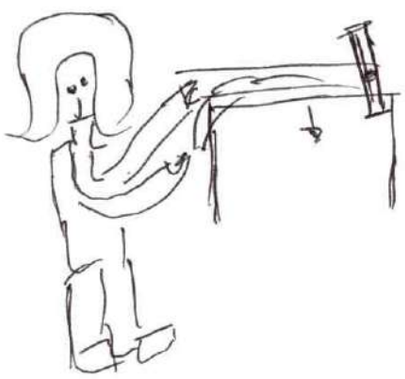
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Degustaciones, pago 2 y lleva 3, promocionar premios por buen comprador.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades? 200	Se invierte poco ya que se hacen con productos de la panaderia
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Dar un producto de buena calidad., hacer promociones minolas talleres.	

3.2 Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).



GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto	Incluir una imagen del producto descrito
	Yo que soy la panadera pasando mi masa por el amasadora de pan. dandole la consistencia a la masa para luego poder empezar a realizar el pan. como objetivo final.

3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Horno	1	mesa trabajo	1
Amasadora de pan	1	Vitrina	1
Batidora	1	Bandejas	10
Refrigerador	1	Estantes	2 ó 3