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-12

NOMBRE: Edilberto Machado Cantillo

CEDULA: 9.262.985 mompox Bol.

DIRECCIÓN:

Fredonia Kra 80# 79-74

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Panadería ELG

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Producción de pan

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3145093239

DEBILIDADES: las herramientas que posemos en estos momentos es deficiente, pam eslo en esTos momentos extendemos el horario de trubajo comenzando mas temprano

OPORTUNIDADES: nuestro negocio esta ubicado en un punto estrategico donde hay bastante flujo de gente y contamos alrededor con instituciones educativas

FORTALEZA: Estamos en buen sitio, estamos produciendo material de buena calidad y nuestro clientes se encuentran satisfechos con nuestro desempeño

AMENAZAS: en estos momentos La inseguridad en el sector

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.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: A-12

Nombre de la Idea de Negocio: Panaderia ELG
Razón Social: Panaderia
Nombre Comercial: Panaderia ELG
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Producir y Comercializar alimentos de Calidad, en constante innovación Satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y Consumidores comprometidos de nuestros colaboradors, socios y comunidad
MISION DEL NEGOCIO Ser una panaderia que marque la diferencia en el estatos de las empresas enfocandonos en la calidad y el compromiso con nuestros clientes y nuestra comunidad
OBJETIVOS DEL NEGOCIO elaborar productos de panaderia variados que generen total Satisfacción y beneficio adicionales en la dieta alimenticia de la personas mediante la elaboración personalizada de productos sanos
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Es un negocio familiar el cual se dedica a la elaboración de un producto de alta calidad y al mismo tiempo en generar empleo a la familia

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 negocio se encuentra aliado con locales de venta de comidas rapidas el cual se le suministra pan para perros calientes, pan para hamburguesa, pan tajado.

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)	250
Establecer la cantidad que compran por período	1000
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	40

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

llamar la atención del cliente con el mejoramiento del producto

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

Somos una panadería que a diario renovamos el Producto con el fin de brindar un buen Producto al cliente, con el obsetivo que el consumidor se vuelva un cliente

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 - Un material de buena calidad

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	el precio sem de un valor de 500 a 3000 por unidad
¿Cómo se ha determinado el precio?	el valor del producto se determina por peso y cantidad
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	es un precio de introduccion al mercado para poder estar en competencia
Otra información relevante para la fijación de precios los precios se le hacen modificación dependiendo a los costos de insumo ya sea aun precio bajo ó uno bajo	

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.

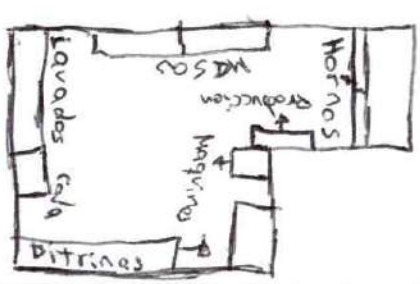
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

- nuestra panaderia se caracteriza con venta directa a los consumidores,
- tambien somos distribuidores a negocios de comidas rapidas

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	crear una carta de precio para nuestros consumidores
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	un aproximado de 150.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos -utilizar domicilianos - repartir targetas	

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
• 280gr de masa • Queso dentro y fuera del pan • Tiempo de coccion 30min	 PAN MOLDE

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)
Cilindrador	1	meza	4
Horno	2	Rodillas	5
batidora	1	latas	50
vitrinas	2	escurilador	2

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos el Corralito

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 - 13

NOMBRE: Aleida Muñoz Rodriguez

CEDULA: 45.504.800.

DIRECCIÓN:

Olaya sector playas blanca. Cll Juan 23.

NOMBRE DEL NEGOCIO:

A.M.R ACCESORIOS, CALZADO Y ROPA.

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: la empresa se dedica a la publicacion de los productos en. Redes sociales.

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3233937335

DEBILIDADES: Poco capital para invertir

OPORTUNIDADES: con el capital que tengo. Compro, vendo e invierto.

FORTALEZA: la capacidad de resistir y mantenerme firme ante. las diferentes. competencia

AMENAZAS: el incomplimiento de la entra. de los pedidos.

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 -13

Nombre de la Idea de Negocio: AMR ACCESORIO, CALZADO y ROPA.
Razón Social: Nos Dedicamos a la Venta virtual De Accesorio, Calzado y Ropa.
Nombre Comercial: A.M.R.
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Verme en un corto Tiempo Posecionada en las Redes sociales como una Pagina De Distribución
MISION DEL NEGOCIO Dame a conocer con buenos Productos y facilidad De pago.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Aumentar la Rentabilidad Del negocio.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Ventas Pequeñas Por Redes sociales.

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

Buscar una alianza con marketPlace para extender mi negocio.

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)	60
Establecer la cantidad que compran por período	Semanal
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	Variedad

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Toda la Población ya que cuento con diversidad de Prendas.

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

Brindando buena calidad De los Productos y una flexibilidad de pago.

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

Ventaja. Excelente producto, calidad, buena atencion al cliente.

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Prenda y Accesorio De Dama.	$ 105.000.
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Analisis Del mercado. introduccion. al mercado.
Otra información relevante para la fijación de precios Verificar como Esta La Venta en Redes Sociales. y Subirle un Porcentaje. Dependiendo el Costo de la prenda.	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

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

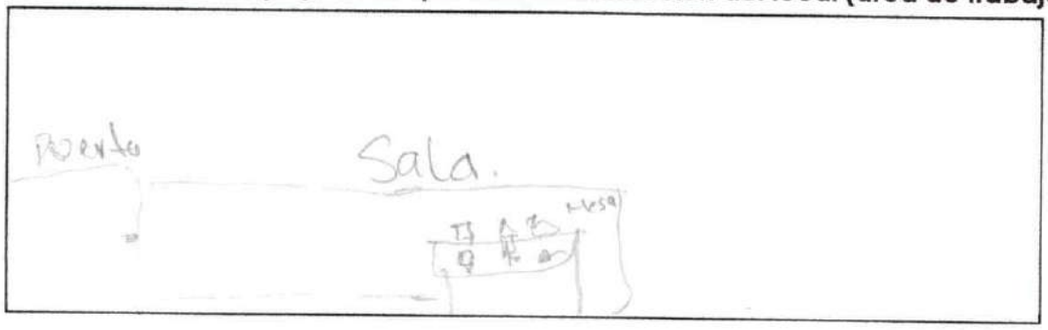
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Utilizando las Redes. Sociales directas.
y Por Catalogos Virtuales.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

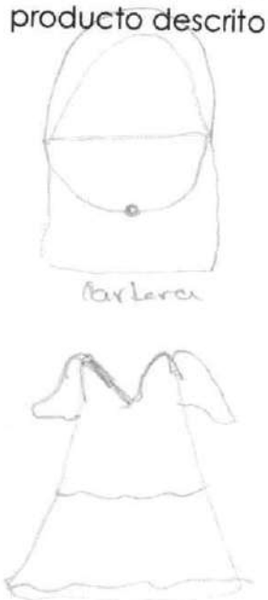
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	$ 200.000
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	Publicidad. en redes sociales
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos entrega de folletos. Pendon. Cruza calles.	

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
* Ofrezco el catalogo por Redes Sociales * El Cliente Pide. * Verifico. Disponibilidad * Realizo el PEDIDO. * Recibo a los 4 Dias. * Distribuyo a mis Cliente. Puerta apuerta.	

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.	1	una Vitrina.	2
celular	1	Stand.	2
		maniqui	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-14

NOMBRE: Olga Melida Ramirez Salazar

CEDULA: 33.336.255

DIRECCIÓN:

@hapacua Manzana V lote 4

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Osmaolwe

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Ventas Papeleria y Variedad

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3107050926

DEBILIDADES:

Carecimientos de recursos economicos

OPORTUNIDADES:

Unica local del sector

FORTALEZA:

una buena atención al Cliente

AMENAZAS:

crecimiento de la competencia

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- 14

Nombre de la Idea de Negocio:

Osmaolwe

Razón Social:

Papelería y Variedades

Nombre Comercial:

Osmaolwe

1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

VISION DEL NEGOCIO

Mantener una mejora continua para crecer como empresa y poder expandir mi negocio a varios puntos de mi ciudad.

MISION DEL NEGOCIO

Satisfacer las necesidades de los clientes con una variación de productos de una buena calidad y un buen precio

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

Ampliar el local a medida que pase el tiempo. manejar mercancía al por mayor.

BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Mini Variedad con surtidos como utiles escolares aretes - piñatería - frascos de analisis etc. entre otros Compuestas por 2 vitrinas de 1 solo piso-

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

instituciones escolares
peluquerias

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	150
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	200
Establecer la cantidad que compran por período Quincenal.	2
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer Variedad.	∞

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

toto tipo de clientes.

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

Los mejores productos y punto estrategico Ya que no hay una variedad Seguna.

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 calidad y buenos precios

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? (APIZ	7.00
¿Cómo se ha determinado el precio?	Segmento 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: Realizando visitas a establecimientos grandes y comparando precios con costo del producto	

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.

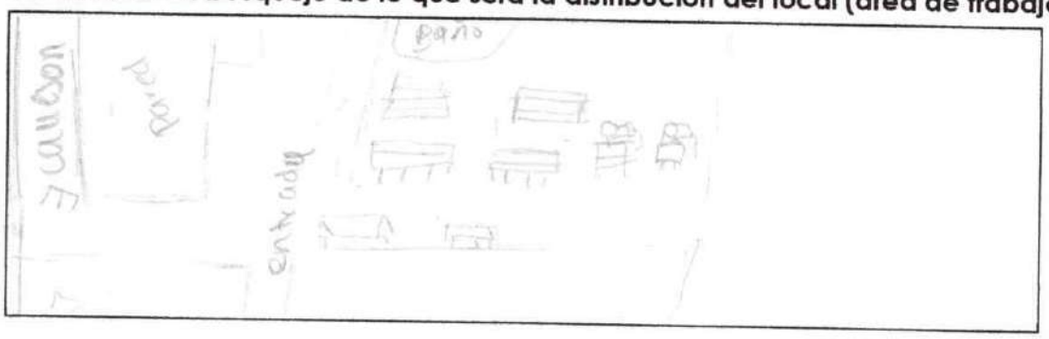
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Ventas directas delivery

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	publicidad impresa
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	100.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos publicidad en redes sociales	

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
Comprar al proveedor.	

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)
Estantería	2	Resma de papel.	3
Vitrina	2	lapiz	4 Docenas
Fotocopiadora	1	Kit escolar	10

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REDENTOR 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:** B-1

NOMBRE: Nilva Escalante Campo

CEDULA: 45565634

DIRECCIÓN:

la quinta Calle 1ra de las flores

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Variedades y Refresqueria la Bendicion

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

a la venta de Productos y alimentos

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3237966678

DEBILIDADES:

no tengo las Herramientas adecuadas Como el enfriador, y busco la ayuda de la alcaldia

OPORTUNIDADES:

ganar un mato de empleo en mi familia

FORTALEZA:

es la venta de gaseosas y Jugos

AMENAZAS:

es que Catalogal el Barrio Peligroso y no quieren ir

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: B-1

Nombre de la Idea de Negocio: Variedades y refrasquería la Bendición
Razón Social: Variedades y refresquería la Bendicion
Nombre Comercial: donde Vilma
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO a largo Plazo Poder extender el espacio de mi Refrasqueria
MISION DEL NEGOCIO es Poder Vender los Productos de gaseosa al xmayor y al detal a diferentes sitios
OBJETIVOS DEL NEGOCIO mantener en Pie mi Proyecto de ventas
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO accesorios, Productos de aseo, bebidas frias, Utiles escolares y mucho mas

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 tiendas y distribuidoras de cuellos en que me hagan publicidad.

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)	170
Establecer la cantidad que compran por período Semanal	3
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Publico a toda la Población en general Por que ofrece Variedad 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

ofresco una boena atencion y los Precios Sujeridos, siempre tengo buena actitud Comfara 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

Una excelente atención y un buen Precio del Producto

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	5000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Cosecha analisis de mercado Precio introducción
Otra información relevante para la fijación de precios Es un Precio Sugerido Por Los suitidores	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

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

1. Ventas Puerta Puerta.
2. Domicilio gratis

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

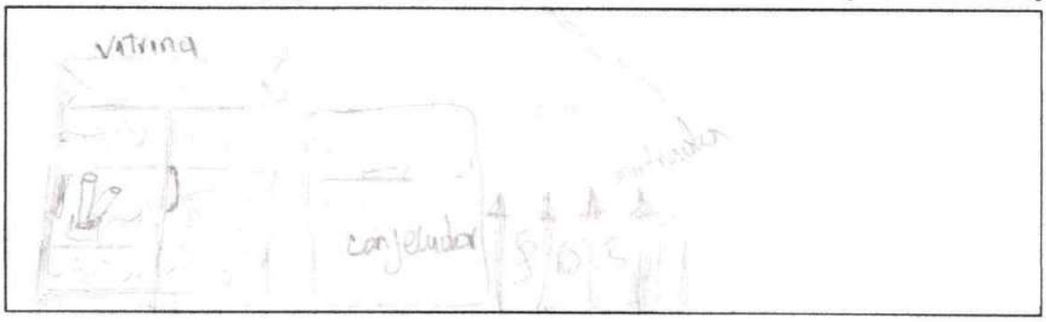
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta Directa y Distribuidores

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Demostracion de Producto en las Calles
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	100 mil Pesos
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos anuncios en mis redes sociales, y Promocionar el 2x1	

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



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:** B-2

NOMBRE: Karen Dada Ruiz Guzman

CEDULA: 1047437311

DIRECCIÓN:

Boston cll las florez N°

NOMBRE DEL NEGOCIO:

trenceña melo 2iur

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Trenzar y Poner Bellas a las clientes.

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3137581900-3003229345.

DEBILIDADES:
- falta de insumos.
- Espacio e implementos

OPORTUNIDADES: Generar empleos.

FORTALEZA:
- Buena atencion a los clientes.
- que el cliente se valla y quede satisfecho.

AMENAZAS: Elementos del entorno Externos a mi trenzeria.

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | Gobierno Juvenil de Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REDIMIO 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: B-2

Nombre de la Idea de Negocio: Trenceria Melo Ziur
Razón Social: Trenceria Melo ziur
Nombre Comercial: Melo Ziur
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Sera la Marca deformacion Trenceria y Belleza con Mayor Prestigio Profesional
MISION DEL NEGOCIO La Mision de tencerias Melo ziur los Clientes en todo los etapa de su vida Para que puedan tener su Cambio de LooK
OBJETIVOS DEL NEGOCIO 1. general ingreso para el Sustento de Mi negosio 2. Ofrecer Precios de Confiansa y factibles para nuestros Clientes
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO Mi negocion de que un dia Enpese a trenzar a mis vecinos y enpese a generar ingreso para mi familia

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

Me quisiera aliar a futuro con trenzas Africa Para que me enseñen sus tenicas en crochet

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
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)	200 Personas
Establecer la cantidad que compran por período	50 Personas.
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	30 Productos.

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

todo tipo de Poblacion

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

Disponer de mejores productos que la Competencia y ofreser mejores costos Atencion y Servicios a nuestros 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

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Maquillaje Trenzas Peinados de niña	10,000 20,000 30,000 40,000 50000 60 000
¿Cómo se ha determinado el precio?	Por medios de los insumos y la mano de obra
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	De Inicio
Otra información relevante para la fijación de precios un cremento del 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.

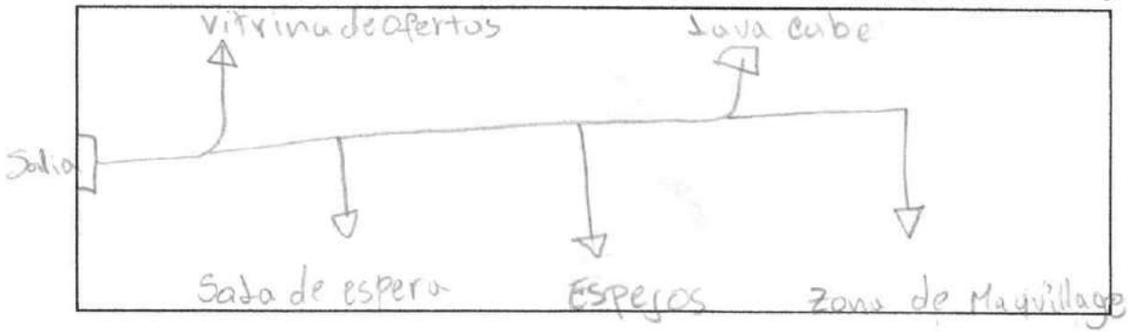
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Hago domicilios y trabajo tambien con Redes Sociales

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Crear Redes Sociales con un Pendon en el negocio
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	Megasto en eso 1000.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Casa Calle y perifoneo en la zona	

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
Trenzas y peinados de moños Mechillages.	

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)
lava cabello	1	gel	12
secador	1	Peinillas	5
Planchas	1	Pelos	2. 12
Pe		Apliques	2. 12 variados

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:** B-3

NOMBRE: Jaider Pagares chirco

CEDULA: 1.143377749

DIRECCIÓN:

la quinta Calle 1ra de las flores

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Comidas Rapidas y fritos J.J.E

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Comidas Rapidas, gaseosas y Jugos naturales

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3226383877

DEBILIDADES:

no Cuento con los materiales necesarios Para realizar la elaboracion de mi Proyecto

OPORTUNIDADES:

Poder generar ingreso Para el Sustento de mi familia

FORTALEZA:

la venta de Comidas

AMENAZAS:

La vecina Cuenta Con el negocio mas visible que yo

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REDENTOR 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: B-3

Nombre de la Idea de Negocio:

fritos y Comidas rapidas J & E

Razón Social:

fritos y Comidas Rapidas J & E

Nombre Comercial:

donde la hija de Edgar

1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

VISION DEL NEGOCIO

agrandar el espacio y ser reconocidos a nivel nacional

MISION DEL NEGOCIO

maximisar a Corto Plazo una gran micro empresa y generar empleo

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

amplificar la venta de Comidas y generar mas Produccion

BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO

arepas de huevo, gaseosas, Jugos naturales, Papa con relleno, salchipapa, perro caliente, hamburguesa, Pollo asado, Carne asada y Ensaladas

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 Personas Cercanas al Sector que Hace el mismo negocio para Unirnos

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	50
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	100
Establecer la cantidad que compran por período mensual.	3
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	10.

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Público a toda la Población en general Por que ofrezco Variedades en Comidas y bebidas

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

manejo la buena actitud ante mis clientes, les ofresco deliciosas comidas con el toque secreto de la familia y la famosa salsa de la casa a un excelente y comodo precio

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 actitud y buena atencion a los clientes

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	15000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Picada establecido por la inversion
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

Domicilio gratis
Publicidad en redes
Paga uno llevados

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
Papa aseite bandeja naranja azucar Pitillo SalsadeTomate mayonesa mostazo Piña	

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	Papa	Varios
Comodapeinos	1	frutas	Varios
		gaseosas	Varias
		Platano	Varios
		masa	1
		aseite	1
		Salchicha	Varios
		chorizo	Varios
		Pollo	Varios
		Maiz	Varios

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:** B-4

NOMBRE: Patricia Alvarez Vivero

CEDULA: 30711757

DIRECCIÓN:

Barrio Bolan #41c70.

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Delicia de Pachi

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Ventas de delicatesi dulcitos Bocas fritas

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3126472754

DEBILIDADES:

No Tener las Maquinarias que se

OPORTUNIDADES: se vende bastante I aprender este t capacitacion

Estar Ubicado en un buen sitio

FORTALEZA:

Ea buena Atencion I sabor I Sazon

AMENAZAS:

No

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos la Cartagena

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: B-4

Nombre de la Idea de Negocio: Delicias de Rachi
Razón Social: Venta de comida rapidas
Nombre Comercial: Delicia de Rachi
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Mi negocio por la necesidad de quedar sin empleo en la pandemia y en los proximos 5 años me veo reconocida a nivel Nacional,
MISION DEL NEGOCIO brindar un excelente producto y servicio con calidad y Marca propia en toda el país
OBJETIVOS DEL NEGOCIO : ser reconocida y surgir creando y aprendiendo cada dia mas a nivel de mi Ciudad y País.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Este negocio surgio por la necesidad de obtener ingresos y haber quedado desempleada. pero mas

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.)

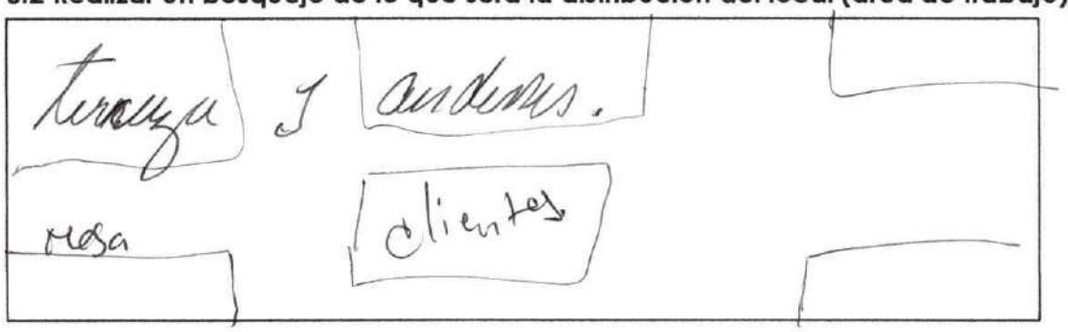
Directa y por redes.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Por medio de flayes y redes
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 60.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos	

Bajar precios periódico.

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 pica la Ceballa queso se preparan las Salsas se sofrie la Ceballita y se mantiene el Pan fresco para dar un buen Sabor del Perro Caliente	Perro Caliente 

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)
parrilla	2	utensilios de	3
mesa de Acero	1	juego de ollas	2 juegos
		Olla de Cocina	2

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:** B-5

NOMBRE: Maria Amparo Guzman Miranda

CEDULA: 45515188

DIRECCIÓN:

Boston Cll las Florez N°47B59.

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Sara Confecciones

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Modisteria

CELULAR O TELÉFONO FIJO:

DEBILIDADES: No adquir materia prima de calidad buen punto. Redes sociales

OPORTUNIDADES: obtener herramientas y maquinaria

FORTALEZA: Tener la capacidad de Compartir Con nuestros clientes sus diferentes gustos, para innovar Cada dia el Producto.

AMENAZAS: hallar una gran Competencia

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: B-5

Nombre de la Idea de Negocio:

Sara Confecciones

Razón Social:

Nombre Comercial:

Sara confecciones

1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

VISION DEL NEGOCIO

es la tienda lider en moda ofreciendo nuestros, nuestros clientes las ultimas Tendencias y la mejor experiencia en Compra.

MISION DEL NEGOCIO

Ofrecer Producto de calidad a Precios accexible fomentando la lealtad y la Confianza de nuestros Clientes

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

1. generar ingresos para el sustento Familiar
2. ofrecer Prendas de Calidad y Tendencia para la satifaccion del Cliente

BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO

aprendi de mi mamma y complemento con cur

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 de los Productos
* Precios accesibles
* Atencion agradable y eficaz al cliente
* Prendas en tendencia y ajustadas al gusto del cliente.

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?	10000 a 250000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Se determina segun el tipo de prenda. Los Precios varian de acuerdo a ciertas Indicaciones
Otra información relevante para la fijación de precios Analicis del mercado	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

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

- Se emplea la Venta directa, ya que los clientes se interesan por llegar al taller de confecciones estos indican sus indicadores sobre las prendas de desean y las recogen cuando este listo

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
Talles Corte Y la confeccion de la prenda de vestir	

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)
Maquinas-Coser	1	Tijeras	2
Filetiadora	1	Hilos, Telas hilazas	Un paquete de hilos telas varias, hilazas varias
Staute de Pasta	2	Correderas botones, Metros	Varios de cada uno
regla de Patro-naje	2	Papel de Molde	Varios de cada uno

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:** B-6

NOMBRE: María dolores zabaleta.

CEDULA: 45561280

DIRECCIÓN:

La Esperanza calle Pablo emilio Bustante 34235

NOMBRE DEL NEGOCIO:

La Bendición de Dios.

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Venta de moñas, juguetes. Papelería en general.

Poner avisO

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 313 5374 158

DEBILIDADES:

Falta de recursos

OPORTUNIDADES:

Que el negocio crezca

FORTALEZA:

Perseverancia

AMENAZAS:

Competencia

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: B-6

Nombre de la Idea de Negocio:
Miselanea la Bendición de Dios.
Razón Social:
Nombre Comercial:
Varieda donde dolores
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO
Satisfacer las necesidades del Cliente siendo lideres en calidad.
MISION DEL NEGOCIO
brindar valor y buen servicio a nuestro Clientes.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO
Brindar un excelente servicio de calidad.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Ventas de ganchos, moñas, cuadernos, etc.

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

A mi alrededor si hay negocios, Extrategicamente vendo diariamente.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
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)	45
Establecer la cantidad que compran por período	100
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	150

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

A la Comunidad.

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

Buena atención.

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?	Precios normales
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Precios justos. Precio de introducción.
Otra información relevante para la fijación de precios los precios varean dependiendo el 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.

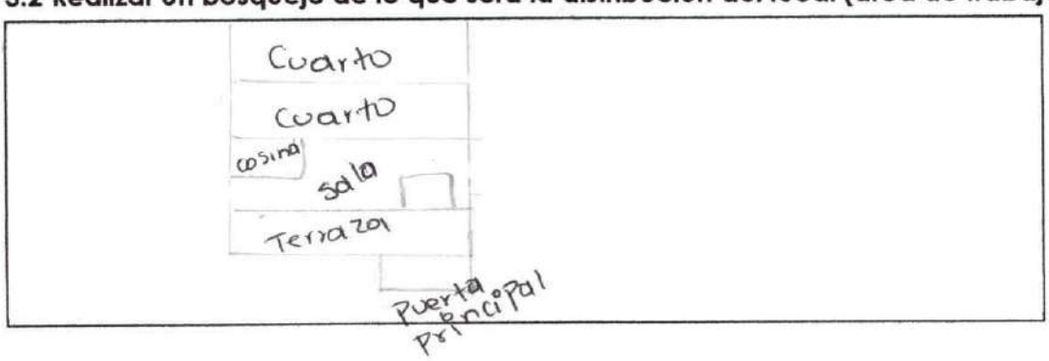
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

ofrecer demostraciones ofrecer ofertas.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

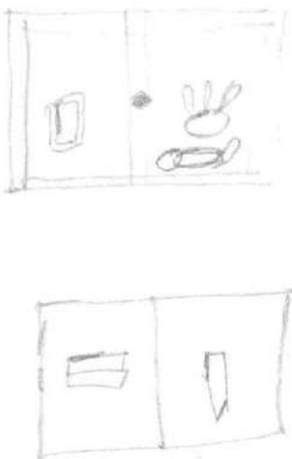
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Tarjetas.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Hacer Propaganda y Promoción.	

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
Vichas Moñas ganchos Hilos aguja cartulina y demas accesorio	

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)
VITRINA	2	Cintas, moñas	docenas
		Vinchas	docenas
		Papeleria en	docenas
		general.	docenas.

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:** B-7

NOMBRE: Yudis Ruz De Gonzales

CEDULA: 45453227

DIRECCIÓN:

La Esperanza calle Pablo Em. 1.6 Restaurante 36-235

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Don Sabor

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Prestacion de servicio - Sector gastronomico

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3014639926

DEBILIDADES: - conflictos internos
- falta de comunicación

OPORTUNIDADES:

- Experiencia en el sector culinario

FORTALEZA:

- Alta demanda gastronomica

AMENAZAS: - Competencia en el mercado
- Subida de precios de insumos y materiales.

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: B-7

Nombre de la Idea de Negocio: Don Sabor
Razón Social: Restaurante Don Sabor
Nombre Comercial: Almuerzo YUDIS
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO generar mas empleo a mujeres cabeza de hogar. - Ofrecer los mejores platos tipicos regionales.
MISION DEL NEGOCIO Ser competitivas y reconocidas en el sector gastronomico de la ciudad
OBJETIVOS DEL NEGOCIO - Brindar un excelente servicio. - Elaborar platos tipicos de la región
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO organizacion de mujeres emprendedoras cabeza de familia del cada a ofrecer comida gastronomica tipica

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

Al nuestro alrededor tenemos otros negocios similares y estratégicamente ofrecemos Su Servicios en las horas laborales y nosotros los Fines de Semana.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
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)	130
Establecer la cantidad que compran por período mensual.	2
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	740

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

toda la comunidad 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

-una buena atención y -ofrecer platos con un toque de autenticidad.

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? Almuerzo	15000
¿Cómo se ha determinado el precio? Segun el mercado ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido? Introducción	llegamos al acuerdo en no vender 3000 de producto. Por etapas SP
Otra información relevante para la fijación de precios los precios varian dependiendo del 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.)

Otras ofertas. -realizando degustaciones. Venta Directa.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Entregar volantes.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	30.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos hacer Propaganda y Promociones en muchos platos	

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
-Nuestro producto dulce un alimento en este caso un plato típico tendra. ✓Arroz de coco ✓Pescado Frito ✓ensalada ✓Patacon	

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)
Estufa de horno.	1	caldero	2
licuadora	2	Estufas	3
Juego de pato.	3	ollas grandes	5
		Cubiertos	5

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | 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:** B-8

NOMBRE: Dayana Carolina Sará Cabeza.

CEDULA: 1007973677

DIRECCIÓN:

Boston Sec-San martin #48c12

NOMBRE DEL NEGOCIO:

PARADICE OF THE Cake

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Repostería y Pastelería

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3122024099 - 6755680

DEBILIDADES:

No tener todos los implementos Para el negocio, Para esto estoy buscando ayuda

OPORTUNIDADES: Prestar un buen servicio

FORTALEZA: Contar con el Conocimiento Sobre La idea de negocio

AMENAZAS: En redes hay que Pagar Para la Publicidad

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | Gobierno 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: B-8

Nombre de la Idea de Negocio: PARADICE OF THE CAKE
Razón Social: Paradice of the Cake
Nombre Comercial: Paradice of the Cake.
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Ser la Pastelería líder y Preferida Por el sabor, calidad y Creatividad de nuestros Productos tambien Por la Exelente atención
MISION DEL NEGOCIO Deleitar a nuestros clientes Con deliciosos Productos elaborados eficientemente Con Insumos de calidad.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Uuestro objetivo es elaborar y Comercializar uuestros Producto Pasteles y Postres Aun exelente Precio.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Somos una Pastelería Casera que realiza Sus Productos con mucho amor y uuestra Atención es Personalizada.

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

Podria aliarme con una distribuidora o Panificador Para consegoir los insumos

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)	50
Establecer la cantidad que compran por período Quincenal	2
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer Varios	

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

toda la Población en General Por que ofresco diversos 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

*Buena Calidad *Buena atención
* Atención Personalizada y agusto Propio

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 *Excelente atención *Atención Personalizada *Descuento * Bonos

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Pasteles o tortas	45.000 m.l
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	*Analisis del mercado *de introducción al mercado
Otra información rèlevante para la fijación de precios los servicios de Gas energia y agua	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

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

*Domicilios
* Entrega en local
* Redes sociales.

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

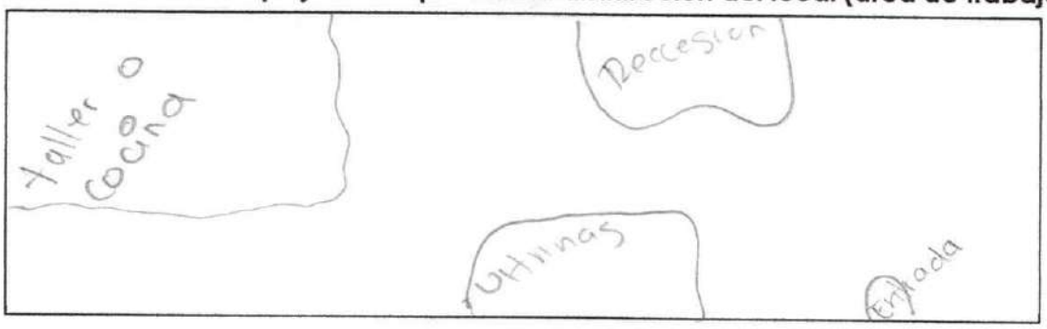
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

*Venta Directa *Distribuidores *Domicilios

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

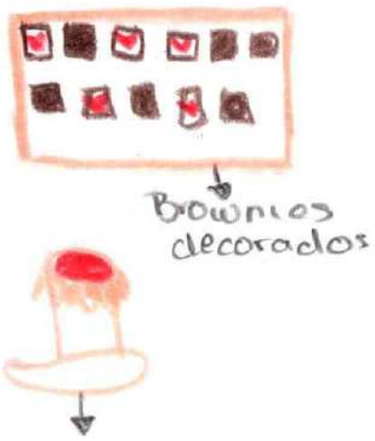
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	PublicidadComo: Flayer Publicidad en redes y targetas
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	200.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Canje de bonos Por cliente	

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
Primero Cogemo la Grasa repostera y la batimos hasta Cremar luego agregamos azucar, esencia, huevos y volvemos a batir, luego agregamos la harina, Cocoa y Polvo Para hornear batimos y metemos a ornear (Proceso delos brownies)	

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	Batidora	1
Ultrinevera (Refrigerante) ← Repostera	1	moldes	3
		Espatulas	2
		materia Prima	

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:** B-9

NOMBRE: BLEIDIS MEDINA NARVAEZ

CEDULA: 45554833

DIRECCIÓN:

LA ESPERANZA CALLE DEL CARMEN CRR36D N°3955

NOMBRE DEL NEGOCIO:

LAVADORAS MILÁN

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

ALQUILER DE LAVADORAS A DOMICILIO POR HORAS

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3044080704

DEBILIDADES:

FALLAS TECNICAS DEL EQUIPO

OPORTUNIDADES: QUE EL NEGOCIO CRESCA A CORTO PLAZO.

FORTALEZA:

PERSEVERANCIA, BUENA ACTITUD.

AMENAZAS:

LA COMPETENCIA

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.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: B-9

Nombre de la Idea de Negocio: LAVADORAS MILÁN
Razón Social: SERVICIO DE LAVADORAS A DOMICILIO POR HORAS
Nombre Comercial: LAVADORAS MILAN
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO QUIERO SER RECONOCIDA POR BRINDAR UN BUEN SERVICIO EN ARRENDAMIENTO DE LAVADORAS A DOMICILIO
MISION DEL NEGOCIO AMPLIAR MI NEGOCIO DE LAVADORAS A CORTO PLAZO Y QUE MIS CLIENTE ESTEN SATISFECHOS CON EL BUEN SERVICIO
OBJETIVOS DEL NEGOCIO OFRECER UNA BUENA ATENCION Y SERVICIO A LOS CLIENTES CON UNAS LAVADORAS EN BUEN ESTADO
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
HACE 3AÑOS TENGO ESTE NEGOCIO Y HE BUSCADO LA AYUDA DEL GOBIERNO PARA AMPLIARLO

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

NO HAY ALIDADOS

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	150P
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	50P
Establecer la cantidad que compran por período	MES
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	2

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

AMPLIAR EL NEGOCIO CON ESTRATEGIAS BRINDANDO UN BUEN SERVICIO Y UNAS MAQUINAS EN BUEN ESTADO

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

OFERTAS, PROMOCIONES, OBSEQUIOS, DOMICILIO GRATIS

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 La unica que Alquila en ese sector y economico

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	1HORA $ 3000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	POR LA LOCALIDAD DONDE VIVIMOS Y LA SITUACIÓN ECONOMICA DE LOS CLIENTES
Otra información relevante para la fijación de precios EL PRESIO VARIA ANUALMENTE	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

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

SERVICIO A DOMICILIO GRATIS

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

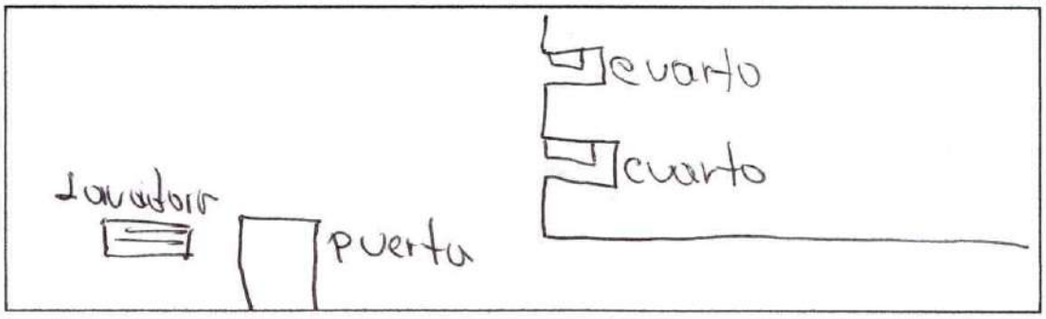
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

VENTA DIRECTA PORQUE ES UN SERVICIO PUERTA A PUERTA

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

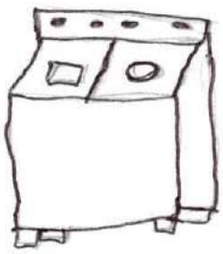
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	AVISOS, FACEBOOK, VOLANTES, PANEARTAS
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	200.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos VOZ A VOZ, INSTAGRAN, EMISORAS, AMISTADES.	

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
MATERIAL: PLASTICO TAMBOR LAVADO SECADORA CICLO DE LAVADO	

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)
LAVADORAS	2	PROVADOR DE CORIENTE	1
EXTENCIONES	2	JUEGO DE DESTORNILLADORES	1
CARRETILLA DE CARGA	1		
JUEGO DE DESTORNILLADORES	1		

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | Salvemos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REDAÑO 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:** B-10

NOMBRE: Kimberly Pineda Gomez

CEDULA: 1128051999

DIRECCIÓN:

Chapacua MULA

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Kim Styl

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Sala de belleza Secado y Corte de Cabello Para dama y Caballero. manicur y Pedicure. maquillaje. Cejas y Pestañas Masajes.

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3015639508

DEBILIDADES: Poco capital y el espacio es muy Pequeño Pero estamos Pensando en un Local comercial

OPORTUNIDADES: Calidad en nuestros Servicios.

FORTALEZA: Uñas acrilicas Diseños esculturales.

AMENAZAS: los Productos estan mas costosos.

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: B-10

Nombre de la Idea de Negocio: Mi idea de negocio es una sala de belleza donde se brinde un exelente servicio
Razón Social: Kim Style sala de belleza
Nombre Comercial: Su nombre sera Kim Style
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Kim style iniciara en la sala de mi casa, despues Alquilare un local.
VISION DEL NEGOCIO Visionamos Vernos posecionados en dos años a nivel nacional con sucursales en todo el Pais.
MISION DEL NEGOCIO Nuestra mision es satisfacer Todas las necesidades de nuestros clientes prestando un exelente servicio con un Personal capasitado.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Nuestro objetivo Principal es hacer Sentir bellos a sus Clientes. Levantando su autoestima y resaltando su belleza.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Se ofreceran los servicios de. Peluqueria barberia maquillaje cejas Pestañas masajes y uñas.

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

Buscar una alianza Con la Competencia y Crear una Pagina wel Para. Ofrecer diversos Servicios que nos ayuden a obtener mas Clientes

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
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)	250
Establecer la cantidad que compran por período Mensual	300
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	20

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

a toda la Poblacion Por que ofrezco Variedad 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

Alta calidad en sus Productos
Personal altamente calificado
exelente Asesoria (para todos, pospuestos)
exelente Servicio

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, un exelente servicio

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	Bowles desde $15000'' hasta 22000'' según los tamaños
¿Cómo se ha determinado el precio?	Analisis del mercado
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Es un precio de introduccion al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios el Precio lo fijamos de acuerdo al estrato social en que nos encontramos mirando los precios de la competencia.	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

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

medio virtual
Domicilios

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

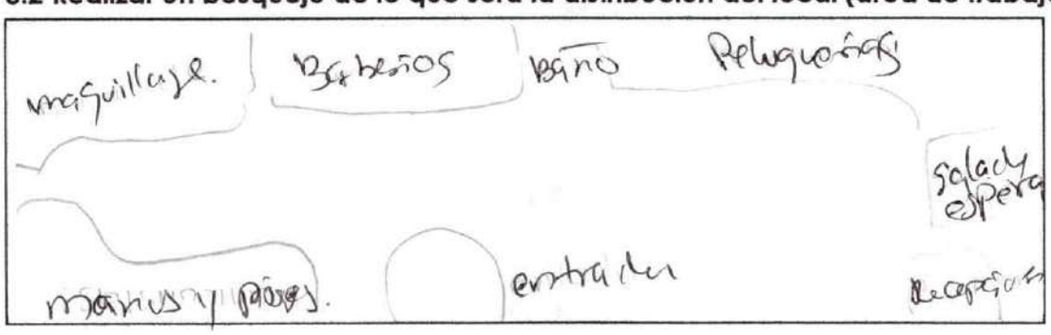
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

nuestro Servicio Se Prestara. Con. Servicio. a Domicilio tambien y Se impulsara Por redes Sociales.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	publicidad como flayer, con promociones, obsequios, 2x1 y entre semanas y pedes.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	250000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Promociones Publicidad ambulante.	

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
* Desinfecto las manos del cliente. * Removuo su cutícula con empujador o paltada naranja. * Limo y abrillanto adherencia * Riego el tips. * Limo * Aplico el acrílico * Limo * Decoro * Seco en la lampara. * Aplico brillo y 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 Se	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Secador.	2	esmaltes.	36.
Plancha.	2	Peines.	61
Lampara	2	Acrilicos.	1kilo.
Drill	2	Keratina	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:** B-11

NOMBRE: Jacinta Vasquez

CEDULA: 45550158

DIRECCIÓN: Chuya Sector Ricaute
Cl. La unión #59-36.

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Refresquería y Carnes Frias.

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Venta de Refrescos y Carnes Frias

CELULAR O TELÉFONO FIJO:

DEBILIDADES: el local esta dentro de mi Casa en la sala.

OPORTUNIDADES: que hay mucha gente que Busca la variedad

FORTALEZA: Producto de calidad y exelentes Precios

AMENAZAS: que al frente de mi casa se forma un Caso una corriente de agua cuando llueve.

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Gobierno 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: B – 11

Nombre de la Idea de Negocio: Refresqueria y Carnes Frias Joshuar
Razón Social:
Nombre Comercial: Refresqueria y carnes frias Joshuar
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO En los proximos 5 Años Ser el numero 1 en el Sector y tener un local amplio. Con distintos Distribut dores.
MISION DEL NEGOCIO Ofrece un servicio con alta Calidad en atención al cliente y unos Productos de exelente. Calidad.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Brindar Productos de exelente calidad. y estar Posecionado en el sector.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
todo comienza por que en el sector no hay Variedad de carne y las personas buscan Variedades. por eso hacemos carne

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 Distribuidores para que les proveedores me den mejores precios y colocar avisos en los diferentes puntos Ara, olímpica, etc

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	180
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	300
Establecer la cantidad que compran por período mensual?	12
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer muchos	+60

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

todo publico en general. las personas cercanas del punto y los barrios cercanos

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

Manejamos los mejores precios al sector.

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 Se llevan un producto de calidad a buen precio

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto? Libreta.	5.000
¿Cómo se ha determinado el precio?	Segmento del mercado.
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	De introducción
Otra información relevante para la fijación de precios: teniendo en cuenta cuanto me costo. Y en cuanto lo venden por el barrio.	

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.

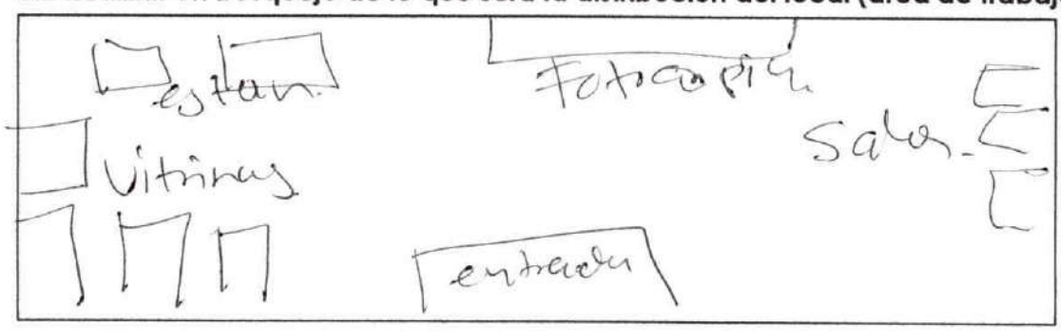
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta directa en un futuro.
Venta por Internet. y distribuidores

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	repartir Folletos
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	50.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos dotar Avisos Publicitario.	

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 compra al Proveedor	

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)
Impresora.	1	botas ng.	2
mesa	2	Kit. escolar.	5
silla.	6	libros, cuadern.	12 Docen.
		Accesorios y morrales	20.

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:** C - 1

Rubys Oviedo Colon

NOMBRE:
Sandra Acosta, Angelica alzate, Eillen callate maley discanfilo

CEDULA:
1143333 632

DIRECCIÓN:

Bicentenario mz 72 lote 302

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Sala de Belleza La Clinica del Caballo

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

belleza integral

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3015200498

DEBILIDADES:

Falta de herramientas para elavorar anun punto Fijo

OPORTUNIDADES:

demanda de clientes en el sector donde vivo

FORTALEZA:

capacitada en servicio al cliente

AMENAZAS:

la economia en alta precio productos aviendos

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REDIMIO 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: C-1

Nombre de la Idea de Negocio: Sala de belleza la clinica del cabello
Razón Social: Presentacion de servicio y producto relacionado con belleza
Nombre Comercial: Sala de belleza la clinica del cabello
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Ser reconocida localmente a corto plazo y general empleo y poder tener mi propia marca y productos
MISION DEL NEGOCIO Prestar un servicio de calida con el que el cliente se sienta satisfecho y siempre innovando
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Brindar un exelente servicio y producto de calidad que agrade a el consumidor.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO Hace un año empece mi negocio de peluqueria adomicilio, estar ubicado Bicentenario Mz 72 lote 302.

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

Ecreado una estrategia con mi competencia más cercana, que ella descanse el

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	306
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	170
Establecer la cantidad que compran por período	semanal
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	5

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Con estas 306 personas yo aspiro que compren y tener el gusto de atenderlos con un buen servicio de calidad y así me multiplique mi clientela

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

crear un valor para tu diente que tu competencia no tenga mejores ofertas competitivas

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?	$ 15. C/U.
¿Cómo se ha determinado el precio?	Estudio del mercado.
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	
Otra información relevante para la fijación de precios los clientes la competencia y los costos	

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.

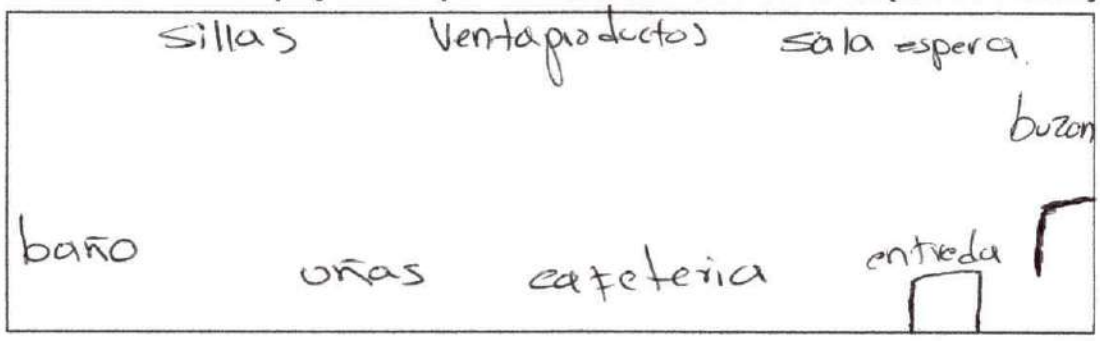
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta directa.
Redes sociales.
Voz a voz. y un Futuro tener distribuidores.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Megafonos, volantes, redes sociales.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 150.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Combos; 2 x 1.	

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
(1) lavar el cabello con un champu para dejar el cabello limpio (2) Eliminar el exceso de agua con una toalla. (3) Aplicar la Terapina por mechones finos con la ayuda de una paletina (4) dispresse cada plancha dejar reposar para lograr horas	

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)
lavacabeza	1	plancha	5
silla	2	Secador	5
Vitrina	2	Rizador	5
espejo	7	terapinaRecar	12

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:** C-2

NOMBRE: Hellen Menazas
Luisa berrio, Mercedes Mejia, Yusdairys Jimenez Ian Menazas

CEDULA: 1047439293

DIRECCIÓN:

Bicentenario Mz 78 Lt 108

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Restaurante y Comida rapida donde Hellen

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Se dedica a la venta de almuerzos y la venta de comida rapida estacional y por domicilios

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 300 2656111

DEBILIDADES: No tener un punto local visible donde los futuros clientes tengan donde llegar

OPORTUNIDADES: por el Sector no hay demanda de restaurante ni de comida rapida por lo tanto es una oportunidad. dad ser los pioneros con este punto de comida rapida.

FORTALEZA: tenemos personal capacidad para brindar la mejor atencion servicio y produccion.

AMENAZAS: la ubicacion donde esperamos poner el negocio no es apropiado para quelle gue todo tipo de clientes.

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: C-2

Nombre de la Idea de Negocio: Restaurante y comidas rapidas donde Hellen.
Razón Social: Ventas de comidas Rapidas
Nombre Comercial: Restaurante y comida rapida donde Hellen.
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO que en los proximos 5 años estemos ubicados en un punto estratégico y demanda empleo y clientela.
MISION DEL NEGOCIO que todos nuestros clientes se sientan satisfechos con nuestro producto.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO brindar un servicio oportuno y productos de excelente calidad.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Nuestro surge de la necesidad del sector tener un Restaurante propio y cada familia.

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

Por el sector no lo encuentra ningun esta. Relacionado con el cual realizar alianzas estrategias convenios que no favorezca.

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)	156
Establecer la cantidad que compran por período	206
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	206

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

El objetivo es ofrecer Comodidad por nuestro y buen Servicio por nuestro buena atencion a todo el producto y por nuestros buen Sabor.

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

La ventaja es que nuestro producto es para el sector donde vive y ofrecemos excelentes precios

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? pero	los 10,000.
¿Cómo se ha determinado el precio?	Segun el mercado.
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Indefinido.
Otra información relevante para la fijación de precios	Por el precio de los insumos y en mano de obra directa.

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.

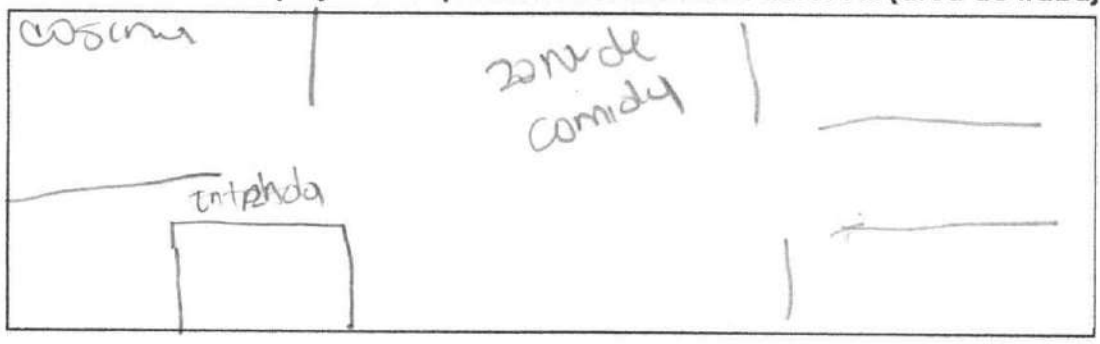
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Directos y a domicilios,

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Imprimir Fuller y colocar AVISOS.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	700 mil.
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos	colocar bolsas publicitarias o pendones con ofertas

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 procesa la carne los vegetales calentar el pan colocar todos los Salsa y sus respectivos ingredientes	 

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 perro	1	juego de cuchillos	2
nevera	1	pinzas	4
juego de sillas	16	cucharones	4
mesa	4	bandejas plasticas	4
			2 cucharas

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:** C-3

NOMBRE:
Josefa fernandez perez

CEDULA:
26136747

DIRECCIÓN:

Villa Arenguez MJA L82

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Doña Jose Bienestar a tu Alcance

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Restaurante

CELULAR O TELÉFONO FIJO:

DEBILIDADES:
Competencia: Negocios de igual actividad que ofrecan la misma actividad gastronomica

OPORTUNIDADES:
actualizar el menú, Crear mas el negocio
expandir a nuevos lugares

FORTALEZA:
Calidad, buen Sazón, flexibilidad en los precios.
buen servicio, variedad en los productos; Decoración memorable.

AMENAZAS:
Aumento en el costo de los alimentos.
Competencia

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: 2-3

Nombre de la Idea de Negocio:

Restaurante Doña Jose

Razón Social:

Ventas de todo tipo de Alimentos

Nombre Comercial:

Restaurante Doña Jose

1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

VISION DEL NEGOCIO

en 5 años tener un buen Restaurante mas agradable donde puedo atender mas 100 persona diaria

MISION DEL NEGOCIO

Presentar buen servicio con calidad humana y con personal capacitado para Innovar todo Relacionado con comida

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

presentar buen servicio con calidad teniendo encuenta el buen sabor en la comida y la tencion humana. que nos lleva aquirir mas clientes

BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Mi negocio fue creado hace 5 años esta ubicado en villa aranjue M 34 L 82 sector caribe

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

crear estrategia para que todos los Restaurante cercano no sean Afectado

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	150
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	150
Establecer la cantidad que compran por período	30 Días
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	mensual

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Yo aspiro que 500 personas que viven en mi sector vender 200 a/mercado Diario

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

Son los dias Jueves son de Promocion y Oferta, para brindarles con mayor procentaje a los Clientes fieles,

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?	Almuerzo precio 10.000 C/U
¿Cómo se ha determinado el precio?	estudio de mercado
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Introducion del mercado
Otra información relevante para la fijación de precios visita varios Restaurante y Socialos varios Amistades	

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.

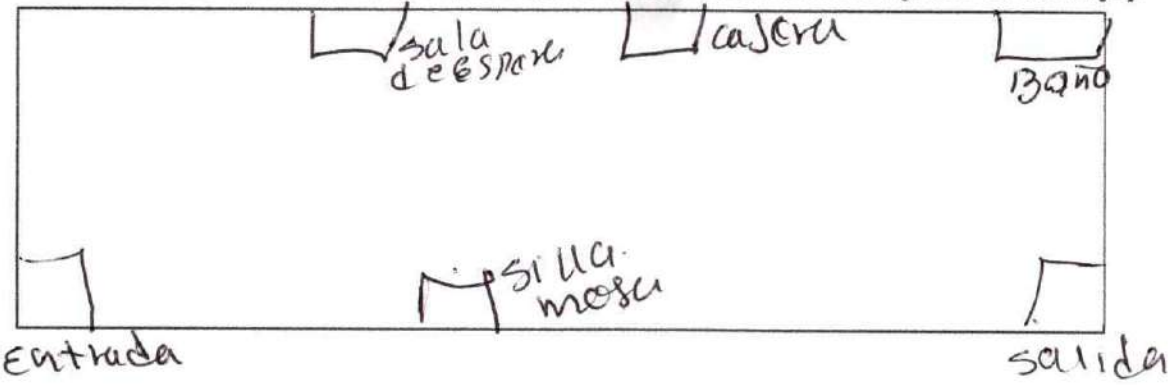
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta Directa, Venta con estrategia en redes sociales y un Futuro tener Distribuidores

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Por medio de Volantes
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	120.000 pesos
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Por la compra de un Almuerzo se le Regala un Refresco	

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
Servicio de Restaurante: actividad relacionado con todo tipo de comidas El servicio deberá ofrecer un menú: - Desayuno - Almuerzos - Corrientazo - seco - jugos Naturales. - Almuerzo ejecutivo - Fritos - Comidas rapidas	

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)
estufas, licuadora	1	cuchillos, tabla plastica	
muebles, mesas	1	Pinzas, bandejas	
molino, sillas.	1	bandejas.	
Congelador	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:** C-4

NOMBRE: Benerilda Zuñiga Sáenz

CEDULA: 45.464.576.

DIRECCIÓN:
Barrio el Pozon M 161 L15
Sector 19 de Febrero, Calle la cuchara.

NOMBRE DEL NEGOCIO:
Confecciones y Lenceria Bene

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:
Fabricación y Venta de Prendas de Vestir

CELULAR O TELÉFONO FIJO: Cel 3116916477

DEBILIDADES:
De que Soy Debil
Tener Poco Personal, necesito mas.

OPORTUNIDADES:
Las q' tengo en mi negocio

FORTALEZA: manejo mejores telas deacuerdo
Deacuerdo al gusto de los clientes

AMENAZAS: El Internet se cae mucho, y Voy a cambiarme a otro.

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | 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.

FORMATO EL PLAN DE NEGOCIO

Grupo: C-4

Nombre de la Idea de Negocio:

Confecciones y Lenceria Bene

Razón Social:

Nombre Comercial:

Confecciones y Lenceria Bene

1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

VISION DEL NEGOCIO

Como yo me veo, como me visualizo. Osea un referente para los Prosimos 10 años En el territorio Nacional e Internacional.

MISION DEL NEGOCIO

Es la razón de Ser, Por la cual estoy Creando Este negocio. Confecciones, diseños que esten en tendencia de la moda. Resaltar y Ofrecer.

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

Prestar un Buen Servicio, una buena atención y Ofreciendo Productos con materiales de muy buena Calidad.

BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Hace dos años comence a fabricar Lenceria y Publicando Por las redes Sociales, y desde mi Viviendo Ubicada en El Pozon.

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 Vecina del Sector, estamos Creando a futuro una Pagina Wed donde nuestros clientes puedan Ver Variedades d Prendas y alianzas de otras modistas.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio 300 Personas	300
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	500
Establecer la cantidad que compran por período	3.000
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	5.000

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Aspiro con las Publicaciones en las redes Sociales y las de mis Familiares y Amistades se multiplique

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

Los dispuestos de un %

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?	$ 20 c/u $20 mil Pesos c/u
¿Cómo se ha determinado el precio?	Realizando Segmento 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 Evaluando el costo de los Insumos y la mano de obra directa.	

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.

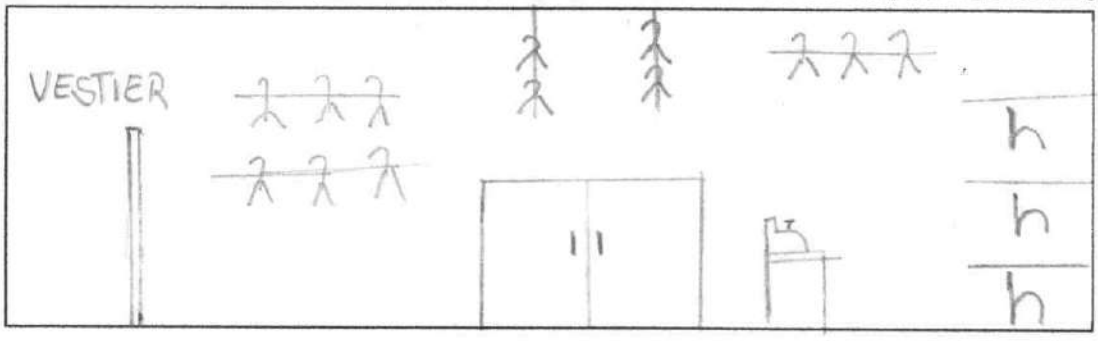
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta directa en punto de venta y pautas publicitarias en redes sociales.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Folletos, Publicaciones
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$2000millones
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos ofreciendo el dos por uno	

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

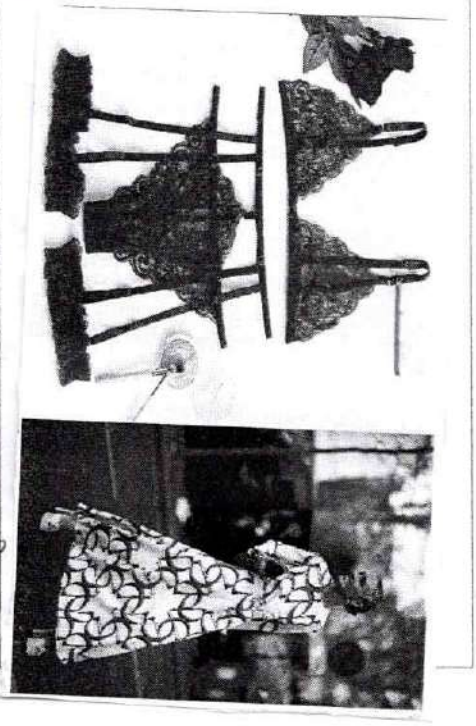


GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS.

3.3 Especificaciones técnicas

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

Talle de espalda T.E=56
Talle Delantero T.D=56
Ancho Espalda A.E=40
Contorno Busto C.B=106
Altura Busto A.B=30
Separacion Busto S.P=22
contorno cintura C.C 94
contorno de Kadera C.K 114
Altura de Cadera A.K 20
Largo de Falda L.F 54
Contorno de cuello C.C041
Talle debajo Busto T d B36



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)
Maquina de Coter	1 Industri	Tijeras	9
Fileteadora	1 Industri	Hilos	8 Docenas
Telas	10 Rollos	Elasticos	20 Rollos elasticos.
Telas Para. la Lenceria	10 Rollos	Asesorios Para Lenceria	60 Variados

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:** D-1

NOMBRE: Milena Eduardo Mercado

CEDULA: CC 45'528'910

DIRECCIÓN:

Pozon Sector 14 Feb M2 I Lt 12.

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Tienda Multimarcas y asociación

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Vender Ropa, Perfumeria, Accesorio y Muebles Mas.

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3042560719.

DEBILIDADES:

• Competencia, variacion de Precios, Insatisfacion Del Cliente.

OPORTUNIDADES:

• una Tendencia para niños, jovenes, adulto y contar con acesoria.

FORTALEZA:

• Sastisfacion al cliente para que se vaya contento
• mayor venta y una mejor oferta al cliente.

AMENAZAS:

• Enfrentarse a bajones De ventas
• cuando Por ejemplo se presenta una Pandemia.

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: D-1

Nombre de la Idea de Negocio:
Tienda Multimarcas y asociacion.
Razón Social:
Marcas Multiples Que hallan en el Mercado
Nombre Comercial:
Tienda Multimarcas y asociacion
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO
Esta Compañia dirije de un buen equipo de trabajo donde se Consulta y se discuten los temas antes De llevarlos a cabo
MISION DEL NEGOCIO
Nuestro negocio como tal etiste para Producir bienes y Servicio para un mejor mercado.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO
Nuestro Objetivo es Obtener mayor Productividad Ofrecer Servicio y atraer y retener capital humano y alcanzar los Clientes adecuado
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Somos Un Grupos asociado Dedicado al estudio del comercio en prendas De vestir De diferentes telas, Marcas y modas Con Tendencia De Perfumeria y accesorios.

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

- Solo moda
- Tienda nacional
- U otros.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	150
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	100
Establecer la cantidad que compran por período	15 nal
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	todo clse.

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Nuestra asociacion De Marca es para toda La poblacion Por ejemplo: De 0 a Siempre.

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

- Buena Atencion
- calidad
- Amabilidad
- Buenos precios
- Buenas Ofertas.

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

R/= Beneficio, Buena Atencion, Satisfacion y Buenos Precios.

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	• Sueter $ 32'000 en adelante • Jean $ 80'000 en adelantes
¿Cómo se ha determinado el precio?	• Atraves del precio de Proveedor • Comparando precios de la plaza o competencia
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	R/= es un precio de introducion al Mercado o Plaza.
Otra información relevante para la fijación de precios Mi otra opinion seria por el precio al que el Distribuidor me venda, ya que varea los precios.	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

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

- Publico o busco al cliente.
- le indico punto de referencia o si desea a domicilio.
- la atiendo carismaticamente.
- Me paga ya sea efectivo o otros medio de pago.
- le entrego su prenda o se la envio.
- y la despido un mensaje de agradecimiento o un Detallito por su compra.

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 •Anuncio por redes Sociales •Todo los Mecanismo

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

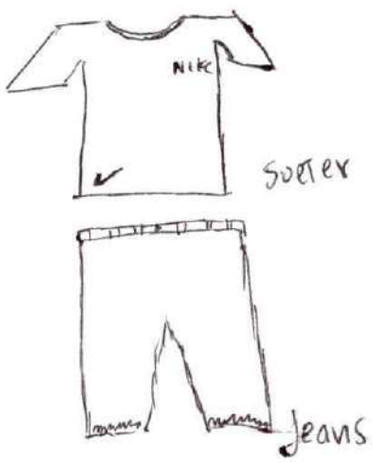
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	• Oferta • Publicidad
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 1'000'000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos hacer un 2x1 O Madrugon y Buscar Proveedores nos vendan con mayor rentabilidad	

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

• Entrada	Comedor • Sala De espera • Abanico.	• Abanico • Estanterias • Vitrinas • Vitrinas • Local	• Baño

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
nos Damos a Conocer con las opiniones De los clientes para asi poder darles a conocer una buena Tela buenos Producto buena calidad buenos precios. y modas E.T.C	

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)
Smartphone	(5)	Vitrinas	(5)
Abanico	(2)	estanterias	(3)
		Cibueta (Apuntes)	(5)

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | 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:** D-2

NOMBRE: Liz Dayana Salcedo Zuñiga

CEDULA: 1.143.353.921

DIRECCIÓN:

Pozon Sector 14 de febrero MZ L18

NOMBRE DEL NEGOCIO:

La Bendición de Dios

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Fabricamos todo lo relacionado con desayunos, y comidas

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3003967438

DEBILIDADES: Nos desanimamos cuando la Producción baja

OPORTUNIDADES: Aprovechar las bendiciones cuando nos llegan

FORTALEZA: Saber enfrentar las situaciones cuando se nos Presentan

AMENAZAS: Cuando nos vemos afectados con la competencia.

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: D-2

Nombre de la Idea de Negocio:
La Bendición de Dios
Razón Social:
Nos dedicamos hacer Fritos refrescos
Nombre Comercial:
La Bendición de Dios
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO
Poder alcanzar los logros deseados en un futuro.
MISION DEL NEGOCIO
Cumplir con las metas y mantener una buena Conducta y Lograr nuestras Metas.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO
Satifacer como empresa con mucha Sabiduria y amor ancestros clientes.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Nos dedicamos hacer dídtos Empanada Arepa de huevo y refrescos

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

En el momento con ninguna no hemos aliado pero si mas adelante se Presenta la oportunidad y estamos de acuerdo lo hacemos.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	360
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	120
Establecer la cantidad que compran por período	30
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	7

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Son Clientes que nesecitan nuestros Productos Calidad Precio y atención.

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

buen producto estrategias de venta y las especialidades del negocio.

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: Los Sabores Son Inigualables y Crocantes Sobre todo la buena Calidad.

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	Arepas de huevo $3000 Papas $1000 Empanadas $1000
¿Cómo se ha determinado el precio?	analizando el mercado
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Es un Precio de introducción al mercado Por que va cambiando.
Otra información relevante para la fijación de precios Nos dedicamos a estar Pendiente cuando los insumos bayan o suben de Precio no manejamos Precios con los demas negocios.	

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 vamos nosotras mismas y Compramos los insumos.

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

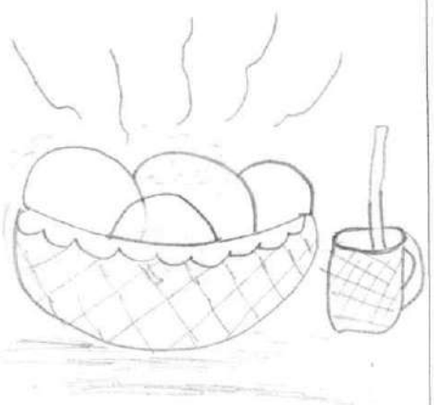
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	tener una buena estrategia y Promosión de venta
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	150 mil diario
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos tener una buena organización un buen local con todo acondicionado hacer Publicidad y hacer domicilios.	

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

Un Local en una esquina, con su cocina bien organizado todo limpio unos baños bien decorado y espacioso para que los clientes se sientan satisfecho.

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
① Se amasa ② hace la arepa ③ Se echa a fritar ④ Se espera a que suba ⑤ una vez lista se le echa huevo, carne y se echa a freir una vez mas. Jugo: La fruta se pone a cocinar luego se enfria se licua y los llenamos en bolsa y los ponemos a enfriar.	

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)
Vitinas	2	Mesas	2
Congelador	1	Sartenes ondo	4
Estufa Industrial	1	Molino	2
Sillas	8	olla Presión	21

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | 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:** D-3

NOMBRE: Yisel Karina Arrechavala Molina

CEDULA: 1.143.345.264

DIRECCIÓN:

Rozon sector 14 de febrero

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Reflejo Belleza Integral

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Reflejo belleza integral es una empresa del sector de la belleza que se especializa en ofrecer servicios y productos para el cuidado personal

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3216506900

DEBILIDADES:

Alta competencia, no tener las herramientas necesarias

OPORTUNIDADES:

Servicios a domicilio, Marqueting digital

FORTALEZA: tecnicas innovadoras, personalizacion del servicio, educacion y capacitacion

AMENAZAS:

competencia intensa de otras peluquerias

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURISTICA | Sonreímos 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: D-3

Nombre de la Idea de Negocio:

Reflejo Belleza integral

Razón Social:

Belleza y peluquería

Nombre Comercial:

Reflejo. Belleza integral

1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

VISION DEL NEGOCIO En reflejo creemos en el poder de las historias auténticas y en la belleza que emerge la adversidad, nos enorgullece ser un espacio donde las mujeres con historias fuertes muchas de ellas madres solteras

MISION DEL NEGOCIO en reflejo creemos que cada mujer tiene el potencial de brillar con luz propia, nos esforzamos por ser líderes en la industria de la belleza destacando por nuestra dedicación a la calidad.

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

nuestro objetivo es ofrecer productos y servicios que contribuyan a la belleza física y emocional de la mujer

BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO

en reflejo belleza integrd ofrecemos servicios de spa de uñas para manos y pies, depil, blower, cortes y productos de belleza

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

Peluqueria Elis Osorno
Peluqueria fifi

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N°
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)	50
Establecer la cantidad que compran por período	25
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	15

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

De 80 Personas hay 50 Personas que son clientes Potenciales y 25 de esas adquieren nuestro Producto

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

Precios Adsequible , ubicacion tecnicas innovadoras

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 presentacion y una buena atencion y la calidad de los productos

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	Keratina 300 000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	se determina con los costos y los gastos del negocio es un precio de introduccion al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios la Popularidad que tenga el negocio	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

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

1. manejar los mismos precios
2. organizar eventos creativos
3. Ayuda mutua

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

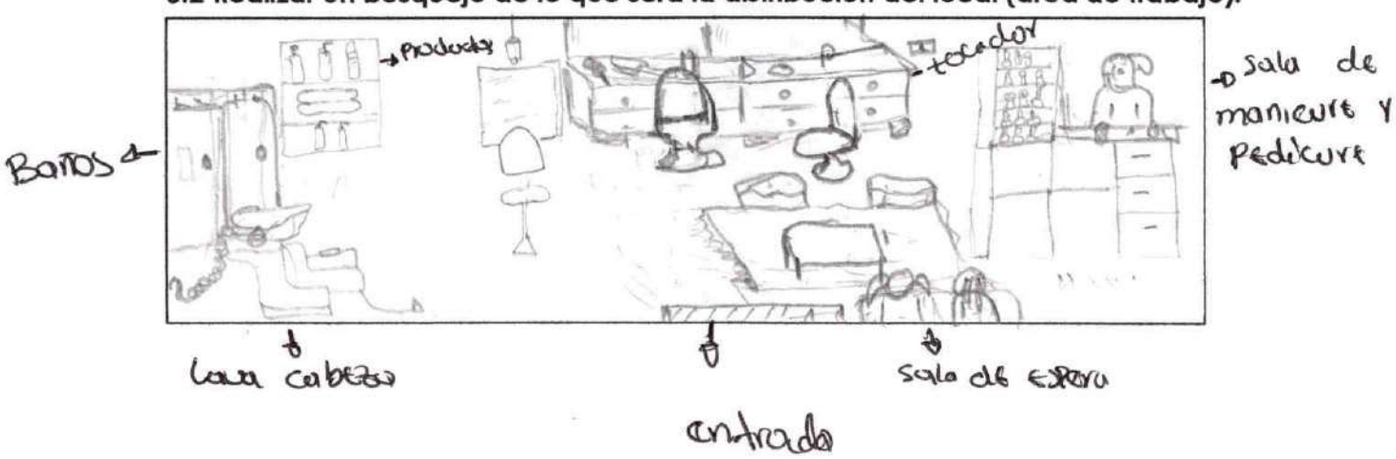
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta directa

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Porcentaje de descuento haciendo publicidad
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 500.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos	Redes sociales - Domicilios

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
1 paso: se lava el cabello solo con shampoo 2. Aplicar la keratina y planchar 3. se saca a los 203 dias y luego se lava otra vez y se plancha	

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)
Secador	5	tijeras	5
Plancha	5	SEPILLOS - Peines	5
maquinas de hombre	5	cremas alizadora	5
DEPL	5	esmaltes	5 docenas

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:** D- 4

NOMBRE: Yasmina Moralez

CEDULA: 33100890 Tel 3016569505_3005009542

DIRECCIÓN:

Barrio el Pozon Sector 14 Febrero

NOMBRE DEL NEGOCIO:

. De todo Un Poco

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Comercial Venta Variedad de Producto

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3016569505

DEBILIDADES:

Falta de capital

OPORTUNIDADES:

Cresimiento del Producto ecologicos y sostenible del Mercado en espancion

FORTALEZA:

Amplia divercidad de Productos Solidad relaciones con Proveedores.

AMENAZAS:

Posible Fluctuaciones de Presios en el mercado

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: D - 4

Nombre de la Idea de Negocio: De todo un Poco
Razón Social: Mujeres Emprendedoras del 14
Nombre Comercial: De todo un Poco
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Ofrecer el Producto . Presio bajo
VISION DEL NEGOCIO Proporcionar Productos en las distribuidora Lider en la región reconocida Por Excelencia en Servicio
MISION DEL NEGOCIO Ofrecer a Nuestro Clientes Productos de Alta Calidad. y Soluciones
OBJETIVOS DEL NEGOCIO implementar un Programa de Fidelizacion de Clientes establecer alianzan Con nuevos Proveedores en los Proximos meses
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
es un negocio que ofrece una amplia Variedad de Productos Con el objetivo de Promover la Sostenibilidad.

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

Impulsar un Producto líder.

Distribuidores Mayorista

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
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)	100
Establecer la cantidad que compran por período	50
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	250

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Publico en general locales Minorista.

e instituciones.

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

Diversidad de Productos de alta calidad. en multiple Categoria. Conosimiento Personal y Como Estrategia y Posecionamiento en el Mercado.

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 atencion al cliente y bajos Presios

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	Precios bajo
¿Cómo se ha determinado el precio?	Haciendo un analizus del Producto
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	De introducion al. mercado
Otra información relevante para la fijación de precios los clientes las competencia y los costos	

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.)

Ofrecer el Producto Por redes Sociales y Demostraciones

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio? Redes Sociales	Redes Sociales.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades? Dependiendo el Sector o 5%	Dependiendo el Sector o el 5%
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Verbal. Publicidad exibición en Puntos de Ventas	

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

- Verificar inventarios de Productos
- Realizar Pedidos de los Productos
- esperar a un cliente.
- trabajar Con Varios Sistema de Pago

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
es un Producto de Buena calidad y Seguro Para el uso y consumo al cliente. y a buen precio	

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	4 unidades	Vitrina	3 Un.
exibidor	2 unidades	Mesas + Sillas	5 Mesa Silla 32
Computador	2 unidad	Estufa industrial	2 un.
fotocopiadora	2 unidad	Abanico.	6. un.

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:** D-5

NOMBRE: Shirly Paola Paternina torres

CEDULA: 1235040888

DIRECCIÓN: Pozon 14 de Febrero Mza K Lote 24

NOMBRE DEL NEGOCIO:

Mis textil

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: Elaboración y Confección de Prendas de Vestir de acuerdo al cliento

CELULAR O TELÉFONO FIJO: 3116088646 - 3016853295

DEBILIDADES: Competencia con otro negocio
No tener el control financiero

OPORTUNIDADES: En el sector la población nos ayuda por que hay demanda para uniformes y prendas de vestir ya que hay bastante población

FORTALEZA: Control de la empresa;
Generar empleos
Saber lo que voy a vender.

AMENAZAS: Trabajar mas duro y mas horas.
Falta de estabilidad financiera
Miedo a Fracasar

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: D-5

Nombre de la Idea de Negocio: Mis textil
Razón Social: Elaboracion y Confección de Prendas de Vestir de acuerdo al cliente
Nombre Comercial: Mis textil
1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
VISION DEL NEGOCIO Convertirse en la mejor y mas grande empresa detallista del mundo ofreciendo a tiempo los mejores productos y brindando un excelente servicio
MISION DEL NEGOCIO Nuestra empresa se proyecta como una empresa como una alternativa en el mercado ofreciendo productos de excelente calidad, así mismo en 5 años ser una empresa reconocido a nivel nacional internacional.
OBJETIVOS DEL NEGOCIO Confeccionar y distribuir un producto que llegue a cubrir las necesidades propuestas del servicio a nuestros clientes.
BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO
Es una empresa con fin de servir ala comunidad brindando un servicio de excelente calidad.

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 Hisell Medrano se puede hacer alianzas en el sentido qeee ella realiza salidas de baño y confecciona en algun momento podremos hablar sobre una alianza si el trabajo es mucho y compartir el trabajo

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)	50
Establecer la cantidad que compran por período	15
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	20

2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

Todo tipo de cliente ya que somos una empresa multifuncional

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 y una excelente trato con los 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

Puntualidad en entrega del producto.

2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	Con mano de obra y tela 100.000 Sin la tela que la ponga el cliente 50.000
¿Cómo se ha determinado el precio? ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	De acuerdo a los costos de los insumos y la mano de obra dependiendo del diseño al elaborar y la calidad de la tela Un precio de introducción
Otra información relevante para la fijación de precios El diseño que el cliente desea y la calidad de la tela	

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.

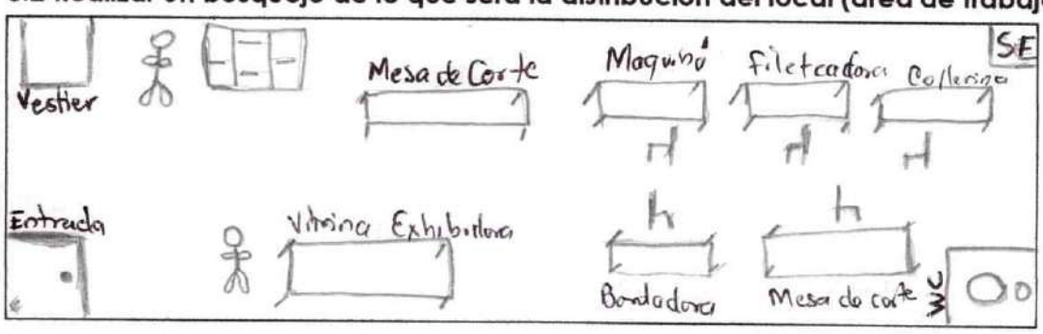
Mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Voz a Voz Venta por Página Exhibición del Producto

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Crear una página, flayer Publicaciones
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$200.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Crear un catalogo y distribuirlo por los diferentes medios para que asi llegue a 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
-Toma de Medidas del cliente -Compra de lo tela y los accesorios - Mesa para hacer el molde -Corte de la Tela - Confección de la mismaprenda - Prueba de prenda -Entrega	

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)
Maquina Plana	1	Vitrina	2
Fileteadora	1	Estantes	2
Collerina	1	Sillas	3
Maquina de Bordar	1	Mesas de Corte	1

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REDAÑO DE PAZ

PROGRAMA DE GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA

CARTAGENA DE INDIAS

2023

CLAUSURA Y ENTREGA DE UNIDADES PRODUCTIVAS
























PARA CONTRIBUIR A LA
CREACIÓN DE ESPACIOS SEGUROS
PARA TODOS Y TODAS!
CARTAGENA DE INDIAS
2023.






¡UNIDOS PARA CONTRUIR A LA
CREACION DE ESPACIOS SEGUROS
PARA TODOS Y TODAS!
CAPTACELIA DE INDIAS
2023


Sala


UNIDOS PARA CONTRIBUIR A LA
CREACIÓN DE ESPACIOS SEGUROS
PARA TODOS Y TODAS!
CARTAGENA DE INDIAS
2023




EMPRENDIMIENTO Y
CARTAGENA DE INDIAS"


Sala
De Belleza
La Chanca del
Caballo


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





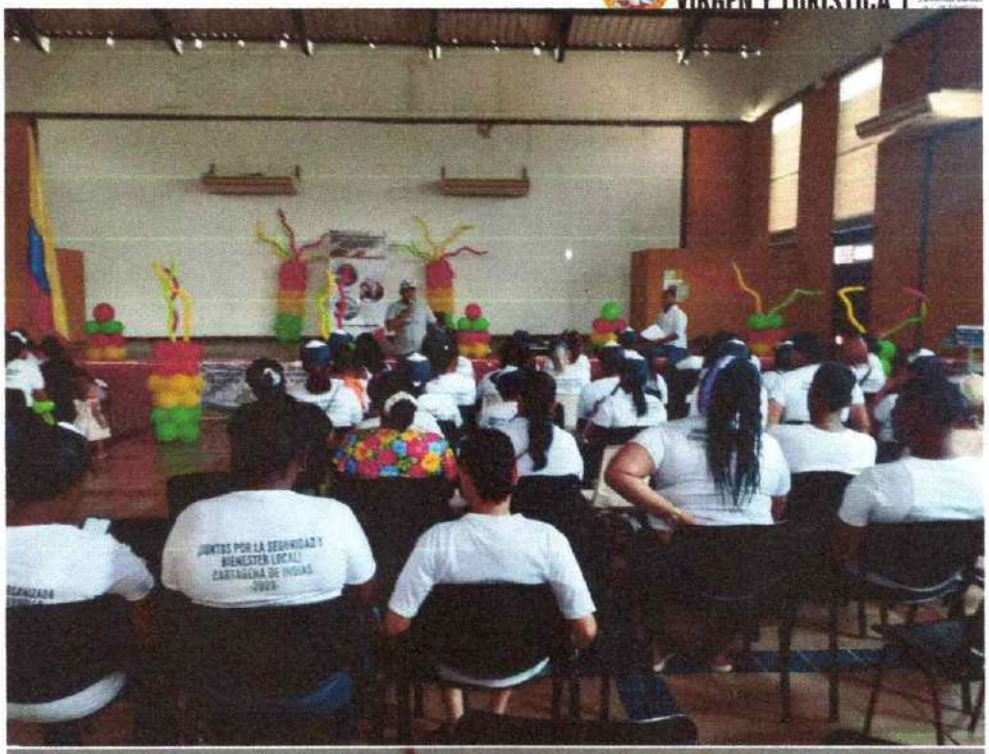











JUNTOS POR LA SEGURIDAD Y
BIENESTER LOCAL!
CARTAGENA DE INDIAS
2023


UNIDOS PARA EMPRENDER Y
ROMPER BARRERAS SOCIALES!



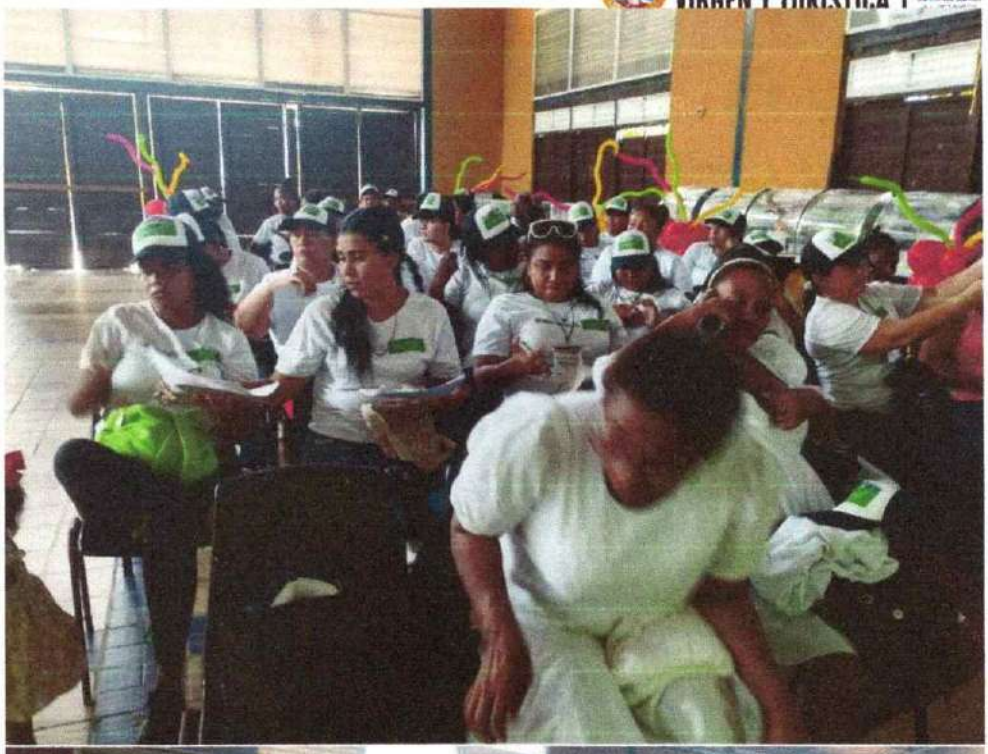















UNIDOS PARA EMPRENDER Y
SUPER BARRERAS SOCIALES!
CARTAGENA DE INDIAS
-2022-












CERTIFICADO
Miscelánea
La Bendición
de Dios








CARNES FRIAS
LA TERMINAL
JOSHUAR
REFRESQUERIA Y CARNES FRIAS


CERTIFICADO
PASTELERIA Y REPOSTERIA
PARADISE OF THE CAKE


CERTIFICADO


CERTIFICADO
Comidas Rápidas J y E












CERTIFICADO
VARIEDADES
OSMAOLWE
PAPELERIA


CERTIFICADO
Miscelánea
La Bendición
de Dios





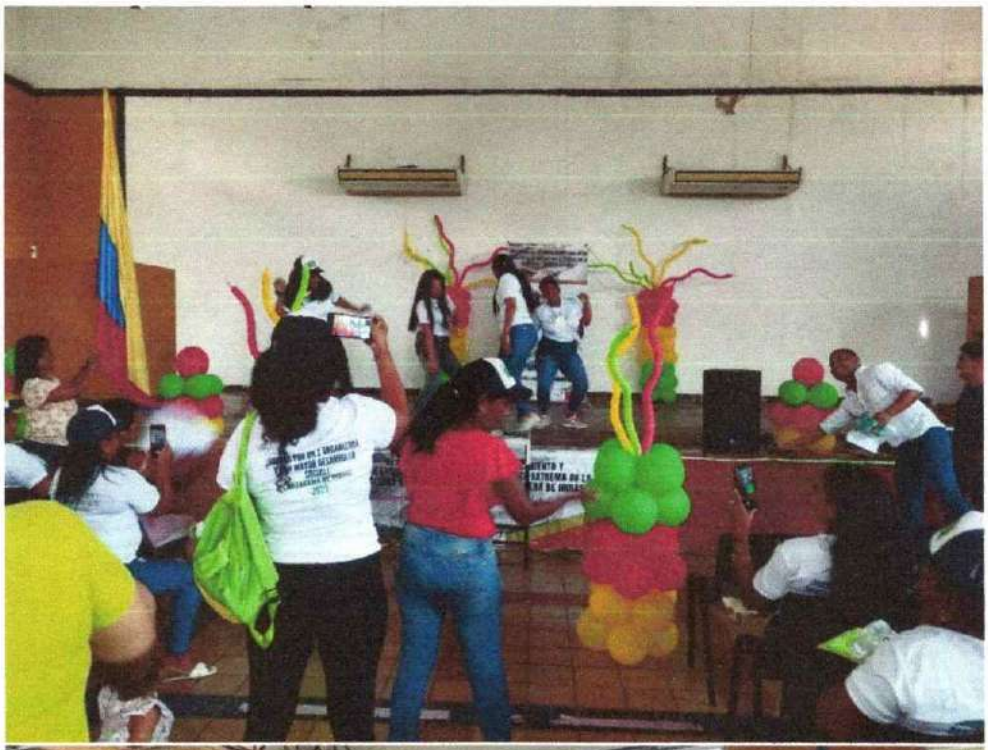















Report
Report
Report





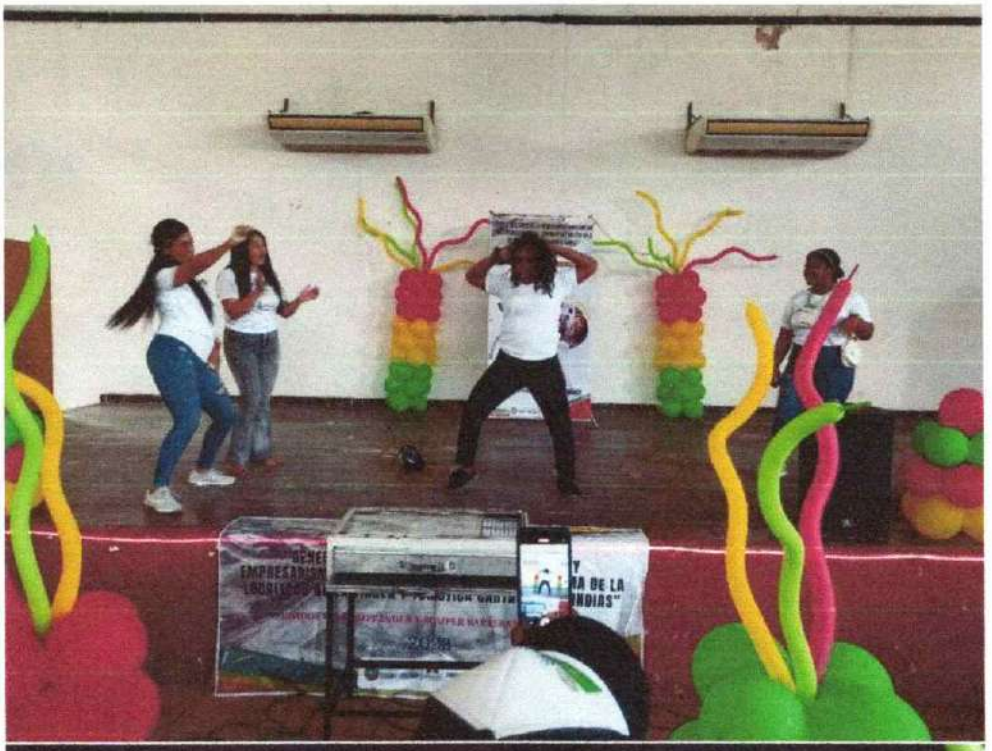

Report
Report


CERTIFICADO
CERTIFICADO
Comidas Rápidas J y E

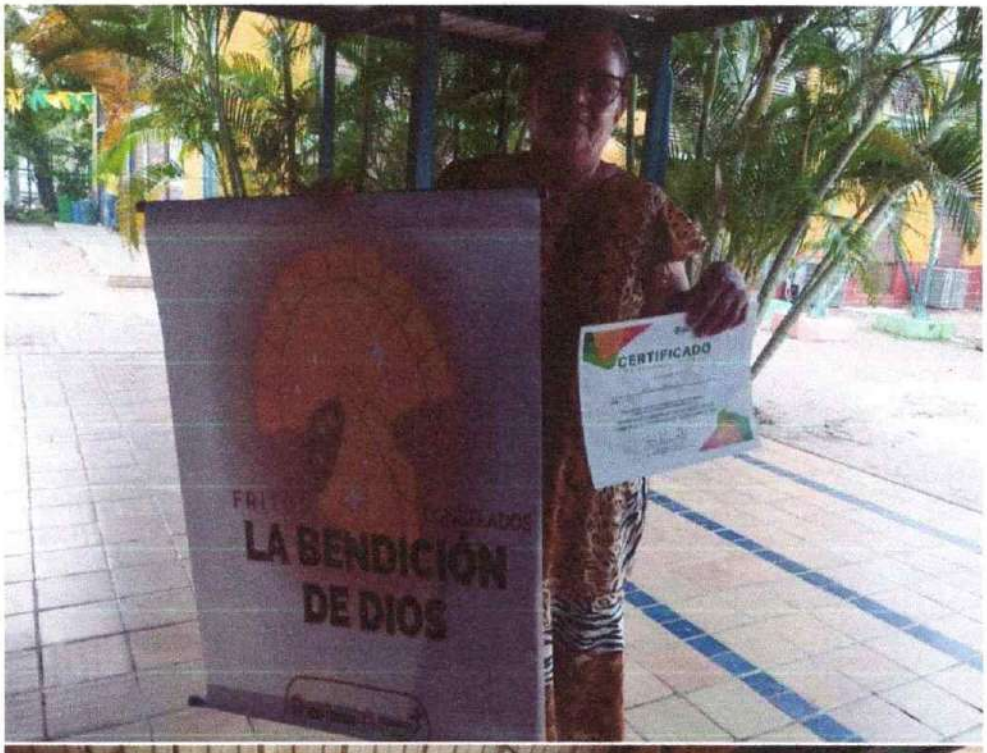



FRITOS
CONGELADOS
LA BENDICIÓN
DE DIOS


ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA
CERTIFICADO
DE RECONOCIMIENTO
OTORGADO A:
Claudia Gutierrez Hoyos
C.C. 73762047
POR HABER PARTICIPADO Y CULMINADO SATISFACTORIAMENTE
TODAS LAS ACTIVIDADES DEL PROGRAMA PARA LA
GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN
POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA, CARTAGENA DE INDIAS
DIANA ROSA JIMENEZ JULIO
REPRESENTANTE LEGAL
FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JRP





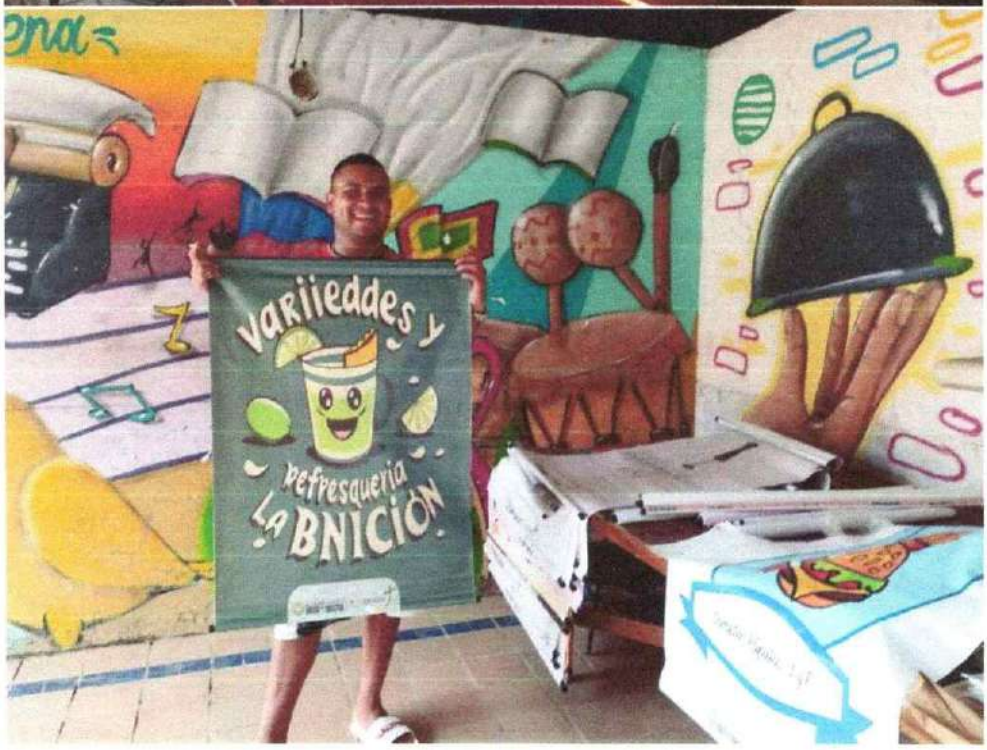

CERTIFICADO
LA BENDICIÓN
DE DIOS


CERTIFICADO
CARNES FRIAS
LA TERMINAL


Trenzería
Mello Zuri
CONFECCIONES


LA SAZÓN
DE KATIA




variiedades y
refresqueria
LA BNICIÓN




CERTIFICADO
PASTELERIA Y REPOSTERIA
PARADISE OF THE CAKE


CERTIFICADO
LAS DELICIAS
DE PACHI
Ven y descubre nuestra
deliciosa comida rápida.


Comidas Rápidas J y E


2023
CAPACITACIÓN


CERTIFICADO
EMPRENDIMIENTO Y
N POBREZA EXTREMA DE LA
CA CARTAGENA DE INDIAS"


GENERACION DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023


CAPACITACIÓN


2023
Miscelanea
La Bendición
de Dios


2023


2023


2023


GENERACION DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA
2023
CAPACITACIÓN


GENERACION DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA


2023
CAPACITACIÓN


2023
CAPACITACIÓN


2023


2023


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


GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023


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


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








GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN
EDUCACIÓN FINANCIERA






CAPACITACION




2023


2023


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
2
Mis textil


2023


GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
2023




ENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS
2023
CAPACITACIÓN
EDUCACIÓN FINANCIERA
¡UNIDOS PARA EMPRENDER Y ROMPER BARRERAS SOCIALES!




DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
EDUCACIÓN FINANCIERA


DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
EDUCACIÓN FINANCIERA


VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023


2023


INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS
2023
SALA
DE BELLEZA


INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURISTICA CARTAGENA DE INDIAS
2023


SALA
DE BELLEZA


SALA
DE BELLEZA






CAPACITACIÓN




GENERACION DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
2023
CAPACITACIÓN


EMPRENDIMIENTO
ACIÓN FINANCIERA




2023
CAPACITACIÓN


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN


GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN


GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN




"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN


2023


2023


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN
EMPRENDIMIENTO


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
CAPACITACIÓN


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN
PANADERIA
ELG


VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN
EDUCACIÓN FINANCIERA


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN
EDUCACIÓN FINANCIERA
PANADERIA
EL6
ELG


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
CAPACITACIÓN
PANADERIA
EL6
ELG


2023
CAPACITACIÓN
PARADISE
OF THE
LA KE


PARADISE
OF THE
LA KE


CAPACITACION


PARADISE
OF THE


2023
CAPACITACIÓN








"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
2023
Report


EMPRESARISMO EN LAS FA
LOCALIDAD DE LA VIRGEN
ENDIMIENTO Y
REZA EXTREMA DE LA
ARTAGENA DE INDIAS"


CERTIFICADO
"GENERACIÓN
MPRESARISMO EN LA
RENDIMIENTO Y
OBREZA EXTREMA DE LA
CORTAGENA DE INDIAS"


EMPRESARISMO EN LAS FAMILIAS EN
LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA
UNIDOS PARA EMPRENDER Y ROMPER
2023


EMPRESARISMO EN LAS FAMI
LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y T
INDIAS"


CERTIFICADO
CERTIFICADO


CERTIFICADO


CERTIFICADO
2023


CERTIFICADO
2023


"GENERACIÓN DE INGRESOS, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
EN LAS FAMILIAS EN POBREZA EXTREMA DE LA LOCALIDAD DE LA
VIRGEN Y TURÍSTICA CARTAGENA DE INDIAS"
CAPACITACIÓN


CERTIFICADO


CERTIFICADO
CERTIFICADO
CERTIFICADO


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


CERTIFICADO


CERTIFICADO
CERTIFICADO

GRUPO A - B

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO TÉCNICO Y LOGÍSTICO DE LAS ORGANIZACIONES COMUNALES DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA. CARTAGENA DE INDIAS

2023

FECHA: _____ **TALLER:** _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Dayana Carolina Sará	1007973677	Dayana Sará
2.	Ana Elvira Barrios Causil	32.906.552	Ana Elvira B C
3.	Kuberly Pineda Gamez	1128051999	Kuberly P G
4.	Jennyree Guillén	22448751	Jennyree G.
5.	Vilma Correa M.	45536051	
6.	Ana Toro	22804780	
7.	Edilsa Reyes	1143327458	Edilsa
8.	Edilberto Machado Cantillo	9262985	
9.	Jackelyn Machado Cuao	1047369148	Jackelyn Machado
10.	Yudi Ruiz	45453327	Yudi Ruiz
11.	Jules Alberto Caviria	45.689.529	Jules Alberto
12	Jaider Payares Chipco	1.143.377.749	Jaider Payares
13	Edlin Cardina Hoyos C.	1.048435173	Edlin C. Hoyos C.
14	Vilma Escalante Campo	45565634	Vilma E. Campo

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA | Sembremos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

12.	Judeth Bettson	53144074	JUDITH BELTRAN
13.	María Isabel Acosta	45480284.	María Isabel Acosta
14.	Glenis Cabreras Jimenez	1052752301	Glenis C J
15.	Bleidis Medina narvaez	45554833	Bleidis M
16.	MARIA ZABALETA		
17.	Guillermo Carrosquilla	7047411499	Guillermo C
18.	Yeidi Valencia Cruz	1047447175	Yuliana Valencia
19.	Luisa Marcela Revero Hdz	1047422936	Luisa Hdz
20.	Julia Hernandez Woodbine	45441955	Julia Hdz.
21.	Katiria Rodrigues Gonzalez	1143335853	Katiria
22.	Eva Maria Leon	52 135971	Eva Maria León
23.	Berenice Bernal	45454994	Berenice Bernal
24.	Lina Cabrera	22.807.867	Lina Cabrera
25.	Pedro Barceló	73.162.019	
26.	Yuranis Moreno Agudelo	1022378789	Yuranis Moreno

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

27.	María Augusta Guzmán M.	45.515.188	María Augusta G
28.	Karen Paola Ruiz Guzmán	1047437377	Karen Ruiz G.
29.	Aleida muñoz Rodriguez	45 504800	Aleida Muñoz R.
30.	Magola Vega Cuadrado	45.439.482.	Magola C Vega cuadrado
31.	Betilda Los Llanos	45430669	Betilda Los Llanos
32.	Yimara Mendez Muñoz	1001832828	Yimara M. M.
33.	Isaura Mendez M.	1001832827	Isaura M M.
34.	Patricia Abrams Villero	30771757	Patricia Abrams V
35.	Eliana Moreno Aguilar	1047427623	Eliana Moreno

36 Juan Valdelamar Nuñez — 3162444240 cc.73.071.033 — Juan Valdelamar n.

37 Geraldine Valdelamar Perez — 1002242205 — Geraldine V.P.

38 Darlene M Valdelamar Perez — 1002242223 — Darlene V.P.

39 Yolis P. Valdelamar Rodriguez — 1007344352

40. yennis maldonado Ramirez — 30838557 — Yenis maldonado

41. Karen Ruizguzman — 1047437311 — Karen Ruiz G.

GRUPO - A B.

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURISTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

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

2013

FECHA: _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Aleida Muñoz Rodriguez	45504800	Aleida Muñoz
2.	Magola Vega	45.43948.	
3.	Sara Mendez	45 436669.	
4.	Yimara Mendez	1067828823.	
5.	Belkis escallon	10.018328	
6.	Kathia Rodriguez Gonzalez	1143358853	
7.	Vanessa Bridd	[illegible]	
8.	Magdalena Gonzalez	1007345452.	
9.	Yolanda Tejada	73.162.043	
10.	Luis H. Montero	73071033	
11.			

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURISTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

12.	Orlando Valdez O		Orlando
13.	Elvia maría Leon	52135971	
14.	Berenice Bernal	45245494	
15.	Kelly Cardenas		
16.	jose julio Millan	33110089	
17.	Yadira Cortes	1001899873	
18.	Inés M.	.	
19.	Olga Milena Ramos	33.336.255	
20.	Nivian martinez	45.754635	
21.	Candelaria Suarez	30.647830	
22.	Rocio Verena Yepes	45.646.891	
23.	Edilberto Machado c	9262985	
24.	Jackelyn Machado Curo	1.047369148	
25.	Isabel Curo Rocha	33.213.574	
26.	Daniela Montero Machado	1.002.191817.	

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Gobierno Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

27.	Yandis Vanessa Montiel Cerda	1235038842	
28.	Alvaro Javier Bubilonia Machado.	1047489092	
29.	Glenis Casseres Jimenes	1052 432 301	Glenis C
30.	Yudis Ruiz	45 453 227	yudis
31.	Judith Beltran	33 144074	Judith
32.	Bleydis medina	45 554 833	Bleydis
33.	Maria isabel	45 480 284	Maria
34.	AIDA LUZ RAMIREZ	33 066781	AIDA
35.	MARINEZ	45561290	MARINEZ
36.	MIERELIS		ME.RUS.
37.	YURIOSGU		
38.	Evelin Julio Navarro	1047447731	Evelin Julio N
39.	Ludis Silgado Lan	1047416081	Ludis silgado
40.	KETIS	45493179	

Grupo A B

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACION BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

27.	Aleida muñoz Rodrigues	45504.800	3233937335
28.	Magola Vega Guardiola	45.439482	3173737228
29.	Betilda Costellon Flores	45 430669	3213220379
30.	asaeno Mendez Muñoz	1001832827	3044657909
31.	Yimara mendez Muñoz	1001832828	3108697237
32.	Lina Maria Cubeza C.	22.807567	3106775878
33.	pedro joaquin Balcein M	73162014	3104820503.
34.	Olga Melida Ramirez S.	33.336.255	3107050926
35.	Nivian Martinez Garcia	45.754635	3013759781
36.	Yenis Maldonado	30838557	3006835160
37.	Geraldine Valdelamar P	1002242205	3243474209
38.	Juli Valdelamar Rodrigues	1007344352	3214416949
39.	Juan Valdelamar Nuñez	73078033	3162444240
40.	Darline Valdelamar perez	1002242223	304 333 4624

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

27.	Kuberly Pineda Gomez	1178051999	3015639508
28.	Ingrid marimon poyares	22.804.894	3043123702
29.	Jennyree Guillén	22448751	3023966959
30.	Velma correa Hurtado	45536051	3161932109
31.	Yeidi Yuliana valencia cio	1047447075	3232843197
32.	Guillermo carastilla Lara	1047411999	3004721865
33.	Anai Tow Argo	22804780	3164321792
34.	EDILSA BURGOS R	1143327458	3024290555
35.	Kathia Rodriguez Gonzalez	1143335853	3115672463
36.	Eva Maria Leon	52135971	3013446250
37.	Karen Zambrano Monsalvo	1143 355.000	
38.	Rosa Maury ortega	33335187	Eva Juan
39.	Ines Alicia Monsalvo Arlador	45503020	
40.	Claudia Cortes Miller	73.162.048	

Centro cultural las Palmeras

C A
6. B

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

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

2013

FECHA: _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Ana elvira Barrios cavsiè	32.906.552	Ana Elvira B C
2.	Jennyree M Guilén F.	38 62742	JennyreeGF.
3.	Kimberly Pineda Gomez	1128051999	Kimberley PG
4.	Ingrid Maimon payares	22.804.894	Ingrid maimonp
5.	Yuris Paola Valdelamar Rodriguez	1007344.352	Yuris Paola Valdelamar
6.	Yenis Maldonado Ramirez	30833857	Yenis Maldonado
7.	Darlene M. Valdelamar Perez	1002242223	Darlene V.P.
8.	Geraldine Valdelamar Perez	1002242205	Geraldine V.P.
9.	Juan Valdelamar Nuñez	73 071033	Juan Valdelamar
10.	Yeidi Xoriana Valencia ciro	1047447175.	Yeidi V.
11.	Guillermo carrasquilla Lora	1047411999	Guillermo C.

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURISTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

12.	Ana Tono Anzo 22804780	3164328792	
13.	Karen Ruiz g.	1.047437341	
14.	Maria Amparo guzman M.	45515188	
15.	Dayana sara Cabeza	1007973677	
16.	Vilma correa Hurtado	45536051	
17.	Hilda Hurtado Herrera	1049377384.	
18.	Brayan Perea Correa	1.335827.	
19.	Bleidis orozo	45544783	
20.	Luis madera	45938271.	
21.	Pedro Barceiro	73162019	
22.	Lina cabeza	22807567	
23.	Lina Barceiro	1001834238	
24.	Yeris Cabeza	45.765.047	
25.	Maria Cabeza	45431412	
26.			

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACION BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

27.	Joisa Marcela Rewero Hernández	1047422936	
28.	Amaury Rewero Hernández		
29.	Julia Hernandez		
30.	Jeremy Altamar		
31.	Mariana Villar		
32.			
33.			
34.			
35.			
36.			
37.			
38.			
39.			
40.			

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

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

2013

Grupo C. Bicentenario

FECHA: _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Rudy Ouida	1143 383 682	
2.	Sandra Acosta	1047393398	Sandra D.
3.	Angelica paola Alzate	1128049620	Angelica Alzate
4.	maleydis castillo	1072524354	maleydis castillo
5.	Eillen cañate Heredia	1047376619	Eillen cañate
6.	Harles pedroza Bruno	45518735	
7.	Benailda Zuniga Saenz	45.469.576	Benailda Z.S.
8.	Dennys Luz Pacheco	30521142	Dennys Pacheco
9.	Josefa Fernades Perez	26736747	Josefa
10.	nesira moyu lava	35897019	nesira moyu lava
11.	Ludys Pacheco cardenas	30571074	Ludys pacheco

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos a La Candelaria

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

	Eceón Suarez Julio	33133589	
12.	Elegio Primera	8975379	Elegio Primera
13.	Orlando Balbosa		Orlando
14.	Hellen Menaris	1047439793	
15.	Luisa Berno	45522189	Luisa Berno
16.	Mercedes Mejas	45.586.185	Mercedes.
17.	Jonlus Menaris	1047 475 904	Jonlus
18.	Yosdairys Jimenez	1083693396	Yosdairys
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

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

GRUPO: C Bicentenario 2013

FECHA: _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Maleydis cantillo	1072 524 354	Maleydis Cantillo
2.	Eillen Canate Herrera	1047376619	Eillen Canate
3.	Sandra Acosta	1047393398	Sandra Acosta
4.	Ruby Ovido Colon	1143 333 632	Ruby Ovido Colon
5.	Mercedes N6	45 586 085	Mercedes N6
6.	Luisa Berio Urango	45 522 189	Luisa Berio
7.	Yesdarys Jimenez Martinez	1083693396	Yesdarys J
8.	Jan Luis Berrocal Berrio	1047475904	Jan Luis
9.	Hellen Menazuz Berrio	1047439893	Hellen M B
10.	Josefa fernandez	26136747	Josefa Fernandez
11.	Judeys pacheco	3057107	Judeys Pacheco

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
IESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

12.	Evelin Scarpez Julio	3213335289	Josefa
13.	CARINA P. RHENALS CASTILLO	22804619	JOSEFA
14.	Olgrudo Barboza Vasquez	9287837	
15.	Eliecer Primera Sarmiento	8975319	
16.	Hades Pedroza Balsein	45518735	
17.	Benerilda Zuñiga Saenz	45.464.576	Benerilda Z.S
18.	Josefina Madrid Barza	33217718	Josefina M
19.	Dennis Luz Pacheco	30571147	Dennis Pacheco
20.	Jesicca Ortiz perez	45527877	Jesicca O.
21.	Kelly del Rosario Endra	64.573776	Kelly
22.	Silvia Berrio Julio	1101450865	Silvia
23.	Paola alzate	1128049620	Paola Alzate
24.			
25.			
26.			

GRUC

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO TÉCNICO Y LOGÍSTICO DE LAS ORGANIZACIONES COMUNALES DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA. CARTAGENA DE INDIAS

2023

FECHA: _____ **TALLER:** _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Rudys. Quintero Dom.	1143333632	Roby. Qu.
2.	Maleydis Cantillo Barrio.	1107525435	Maleydis
3.	Ellen Cantillo Hernandez	1.043.746.19	Ellen C.
4.	Angelica P. Arias	1128049620	angela P.
5.	Sandra milena Ag	1047393378	Sand. M-T C.
6.	Yesenia Ortiz Perez	4556 88 77	Yes P1.
7.	Nerlis Pedroza Pj	4558.735	
8.	Benitis Pacheco	30574477	Perros Benitis
9.	Benedith. Z-S.	45.464.576	Benedith. Z-S.
10.	Josefina Hadins.	33277778	Cristina Vergara
11.	Kethyde Rosario. enf.	64523776.	Kethy Rosario

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA
Salvemos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

	Yesenia Yaz Bohor.	3587719	Yesenia Yaz.
12.	Gabriela Jurado. B.	9287857.	
13.	Estefa. Fernandez P.	26136747	Estefa Fernandez
14.	Helen Mendoza. Barrio.	1044335253	Helen Mendoza.
15.	Luisa Fernanda Cuentas.	45522787.	
16.	Yesenia Hernandez.	1083533356	
17.	Mercedes Mejia	4558785	Mercedes
18.	Jan Luis Berrio.	1047475904	Jan. Luis B.
19.	Yenny Pacheco.	3057074	Yenny Pacheco
20.	Elisa. Primera	cc. 8175319	Elisa. Primera
21.	Evelis Suarez Julio	33.335289	Evelis Suarez
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			

GRUPO 2

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO TÉCNICO Y LOGÍSTICO DE LAS ORGANIZACIONES COMUNALES DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA. CARTAGENA DE INDIAS

2023

FECHA: _____ **TALLER:** _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Rudys Oviedo Colon	1143333632	Rudys. Ov.
2.	Maleydis Cantillo Ramos	1'072.524.354	Maleydis Cantillo.
3.	Ellen Canate Heredia	1.047.3.766.19.	Ellen. C..
4.	Angelica Paco. Alzate.	1'128049620	angelica. Paco.
5.	Sandra milena Acosta. C	1047353358	Sandra.
6.	Jesicco. Ortiz Perez.	45567877	Jesicco. Or.
7.	Arles Pedroza B	45518.735	
8.	Bernis Pacheco	30571147	Bernis pacheco
9.	Benedith Z. S.	45.464.576	Benedith. Z. S..
10.	Josefina Madrid B.	33217718	Josefina. Madrid B
11.	Kitty del Rosario. Edm R.	64523776	Kitty Pa

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURISTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

	nestor mayo lara.	35897 Nestor. mayo.	
12.	Orlando Julio. B.	9287837	Orlando julio.
13.	Josefa Fernandez Perez.	26136747	Josefa fernandez.
14.	Hellen Mendoza. Barrio.	1047437293	Hellen. Mendoza. B.
15.	Luisa. ferreira lizarazo.	45522789	LUISA. barrio. U.
16.	Yis. darrys Moreno.	1083693396	Yis darrys. L.
17.	Mercedes Mejia.	45586785	Mercedes.
18.	Jon. Luis. Bermo.	1047473904	Jon. luis Bermo
19.	Linda. Pacheco.	30571074	Linda. Pacheco.
20.	Elipio. Primera.	cc. 89753 PI	Elipio Primera.
21.	Evelin Suarez Julio.	33.335289	Evelin. Suarez
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURISTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GRUPO D.

PLANILLA DE ASISTENCIA

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO TÉCNICO Y LOGÍSTICO DE LAS ORGANIZACIONES COMUNALES DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA. CARTAGENA DE INDIAS

2023

FECHA: _____ **TALLER:** _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Sulley Sanchez Polano	1137221692	Sulley SP
2.	Rosario Hoyos Sandoval.	45499911	Rosario Hoyos.
3.	Johanny sandon Luna	45540498	Johanis sandon.
4.	Vanessa Carolina Arroyo Canedo	1001900314	Vanessa Arroyo
5.	Liz Dayana Salcedo Zuñiga	1143353921	Liz Dayana Salcedo
6.	Edilsa Zuñiga Cabrera	45573614	Edilsa Zuñiga C.
7.	Carmen Sugey Sampayo S.	45756378.	Carmen Sugey Sampayo S.
8.	Edelay Polanco Beltran.	33334909	Edel PB
9.	Yiset Yanna Arrieta Molina	1.143.345264	Yiset AM
10.	Isabel del Castillo Vega	45.529.601	Isabel del Castillo
11.	Ingrid Flores C	1072256463	Ingrid P Flores C

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos a Candelaria

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

	Shirly Paola Paternina t	1235040888	Shirly P t
12.	Inés Sepúlveda Rios	63'353-835	
13.	Victoria Cassiani	1047390	victoria cassiani
14.	ARIANA RAMOS	1192920292	ARIANA RAMOS
15.	EMA ZULAY OVIEDO	1710335226	EMA ZULAY
16.	Rosalba Vanga ortega	22810670	Rosalba Vanga
17.	Milena Guarda V	45528910	Milena
18.	Yorfanis Erismath Mango	1235041767	Yorfanis Erismath
19.	Yasmina Morales M	33100690	Yasmina M
20.	Neila Martinez R.	39023872	Neila Martinez
21.	Yanett Torres de Pers	39088705	Yanett Torres de P.
22.	Aleira Doria de Campo	33116766	Aleira Doria
23.	Diana serpa martinez	1001805031	Diana serpa
24.			
25.			
26.			

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

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

Grupo. D. Pozón 2013 Emprendimiento.

FECHA: _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Rosalba Vanga Ortega	22810670	Rosalba Vanga
2.	Neila Martinez Rojas	39023872	Neila Martinez R.
3.	Edelcy Polanco Beltran	33.334 909	Edelcy
4.	Diana p Serpa m	1001805031	Diana Serpa
5.	Yiset Marina Urrochurto Molino	1.143.345.264	Yiset UM
6.	Edilce Zuñiga Cabrera	45 513 614	Edilce Z C
7.	Zuley Oviedo Verbel	1143332216	Zuley Oviedo
8.	Milena Guardo M	45 528 910	Milena
9.	Shirly Paola Patrimonio Torres	1235040888	Shirly P.T.
10.	Ingrid Paola Flores C	1072256163	Ingrid Flores C
11.			

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

12.	Inés Sepulveda Rios	63353.835	
13.	JOHONNY Sandon L	1364044980	Holanis Sandon
14.	Rosario Hoyos Sandoval	45499911	Rosario Hoyos S.
15.	ARIANA RAMOS YEPES	1792920292	ARIANA RAMOS
16.	Yolanis Cisneros Ramos	1235040767	Yolanis
17.	Yanett Flores	39.088705-	Yanett Flores.
18.	Aleira Doria de Campo	33116466	Aleira Doria de C
19.	Yasmira morales M	33 100 890	Yasmira morales
20.	Carmen Segey Sampayo Salcedo	45756378	Segey Sampayo S.
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			

ALCALDÍA LOCAL 2
VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL
JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

PLANILLA DE ASISTENCIA

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

GRUPO D
Pozon.

2013

FECHA: _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Shirly Paternino torres	1235040888	Shirly P t
2.	Ingrid flores C	1072256463	Ingrid flores
3.	Vanessa Carolina Acuña Canedo	1001900314	
4.	Ariana Saray Ramos yepes	1192920292	
5.	Edelay Polanco Beltran	33334909	Edelay P
6.	Yonfanis Ismael Manyoma	1235040767	
7.	JHOFANIS sandon luna	45540498	JHOFANIS sandon
8.	Milena Granado L	45528910	
9.	Zeday HOYLEDO M	1143332716	
10.	Rosalba Vargas Ortiz	22810670	Rosalba Vargas
11.			

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

12.	Surley Sanchez polanco.	1137221892	Surley S
13.	Edelcy polano Beltran.	9834909	Edelcy Beltrán
14.	Yanetto Torres.	39.088705	Yanett torres.
15.	Aleina Dania de C	33116766	Aleina Dania de C
16.	Yasmira Morales M	33 100 890	Yasmira morales
17.	Neila Martinez R.	39.023 872	Neila Martinez
18.	Diana Serpa	1001805031	Diana
19.	Yiset Karina Orochuto Molina	1.143.345264	Yiset OM
20.	Isabel del Carmen Castillo Y	45.529.601	Isabel C
21.	Carmen Sugey Sampayo Salcedo	45756378	Carmen Sugey Sampayo.
22.	Edilsa del C Zuñiga C	45513614	Edilsa Z C
23.	Liz Dayana Salcedo Zuñiga	1143353921	Liz Dayana Salcedo.
24.	Rosario Hoyos S.	45499911	Rosario
25.	victoria cossio	1047390257	
26.			

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos a Cartagena

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

GRUPO D.

PLANILLA DE ASISTENCIA

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO TÉCNICO Y LOGÍSTICO DE LAS ORGANIZACIONES COMUNALES DE LA LOCALIDAD DE LA VIRGEN Y TURÍSTICA. CARTAGENA DE INDIAS

2023

FECHA: _____ **TALLER:** _____

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA DEL BENEFICIARIO
1.	Sorley Sanchez Polanco	1137221692	Sorley S.P
2.	Rosario Hoyos Sandoval.	45499911	Rosario Hoyos
3.	Johanny Sandon Luna.	45540498	Johanny Sandon.
4.	Vanessa Carolina Acuña Cuello	1001900314	Vanessa Acuña.
5.	Liz Dayana Salcedo Zuñiga	1143353921	Liz Dayana Salcedo
6.	Edilsa Zuñiga Cabrera	45513614	Edilsa Zuñiga C
7.	Carmen Suyey Sampayo Salcedo	45756378	Carmen Suyey Sampayo.
8.	Edulay Polanco Beltran	33334909	EdelyPB
9.	Yisel Karina Urueta Molina	1.143.345264	Yisel UM
10.	Isabel del Carmen Cantillo Vega	45.529.601	
11.	Ingrid Flores C	1072256463	Ingrid P Flores C

ALCALDÍA LOCAL 2 VIRGEN Y TURÍSTICA | Salvemos Juntos

FUNDACIÓN BIOPSICOSOCIAL JESUCRISTO REBAÑO DE PAZ

	Shirly Paola Paternina	1235040888	Shirly P
12.	Inés Sepúlveda Reg	63353.835	
13.	Victoria Cassiani	1047390	victoria cassiani
14.	ARIANA RAMOS	1792920292	ARIANA RAMOS
15.	EMPERATRIZ Oviedo	1143332216	EMPERATRIZ
16.	Rosalba Vargas Ortega	22840670	Rosalba Vargas
17.	Helena Gerardo M	45528910	Helena
18.	Yoryanis Orsomatt Marrugo	1235040767	Yoryanis
19.	Yasmina Morales Parimoro	33100890	Yasmina Morales
20.	Neila Martinez Rojas.	39.023872	Neila Martinez
21.	Yanett Toro de Tejeda	39.088705	Yanett Toro de T.
22.	Aleira Doria de Campo	33116766	Aleira Doria
23.	Diana P Serpa martinez	1001805031	Diana Serpa
24.			
25.			
26.			