

**STDE-3100-0429-2024**  
**INFORME CONTRATISTA N° 6**  
**EVIDENCIAS DE LAS ACTIVIDADES PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 06 DE**  
**AGOSTO DE 2024 AL 06 DE SEPTIEMBRE DE 2024**

**INFORME DE ACTIVIDADES No. 6**  
**PERIODO DE RENDICION**  
**06/08/2024 – 06/09/2024**

**ANDRÉS FELIPE ARISMENDI MONDRAGÓN**  
**C.C 1.115.078.419**

**SECRETARIA DE TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO**  
**ALCALDIA MUNICIPAL DE GUADALAJARA DE BUGA**  
**2024**

**STDE-3100-0429-2024**  
**INFORME CONTRATISTA N° 6**  
**EVIDENCIAS DE LAS ACTIVIDADES PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 06 DE**  
**AGOSTO DE 2024 AL 06 DE SEPTIEMBRE DE 2024**

PRESTACIÓN DE SERVICIOS COMO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS CON  
ESPECIALIZACION EN MERCADEO EN LA SECRETARIA DE TURISMO Y DESARROLLO  
ECONOMICO DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA

**DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD 1:**

1. Apoyar como Administrador de Empresas con Especialización en Mercadeo, indicando como optimizar los procesos de compra de productos y servicios, minimizando costos y maximizando la calidad, la productividad y la seguridad, en mínimo cinco (5) emprendimientos mensuales, entre urbanas y rurales.

**Actividad ejecutada:**

El contratista, ejecutó mentorías a los emprendedores Bugueños indicando como optimizar los procesos de compra de productos y servicios, minimizando costos y maximizando la calidad, la productividad y la seguridad.

**Se dicta taller:** Compras eficientes (Proveedores - costos - calidad)

**Nota:** se anexa evidencia fotográfica del encuentro.

Se dicta el taller y se hace levantamiento de la información con la finalidad de hacer el seguimiento para optimizar los procesos de compra de productos y servicios.

Temática: A través de las bases de la Administración de Empresa; Planear, organizar, dirigir y controlar, se logra concertar con los emprendedores la etapa 3 del proceso: Planear para anticipar requerimientos, de las distintas áreas de la empresa, con políticas de compras claras de medición para el caso de la administración de los inventarios y la rotación de las materias primas.

Se plantea mediante la teoría de los 7 pasos las necesidades prácticas para alcanzar proceso de innovación en la estrategia de compras a proveedores eficiente para la empresa 7 pasos para una estrategia de compras a proveedores eficiente para la empresa

Paso 1: Análisis de necesidades y evaluación de proveedores

Paso 2: Establecimiento de objetivos claros en la estrategia de compras

Paso 3: Negociación y contratación

Paso 4: Monitoreo y evaluación continua en la estrategia de compras

Paso 5: Gestión de riesgos y contingencias

**STDE-3100-0429-2024**  
**INFORME CONTRATISTA N° 6**  
**EVIDENCIAS DE LAS ACTIVIDADES PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 06 DE**  
**AGOSTO DE 2024 AL 06 DE SEPTIEMBRE DE 2024**

Paso 6: Tecnología y automatización

Paso 7: Fomentar en la estrategia de compras una relación de colaboración  
Luego del planteamiento, los empresarios lograrán optimizar los procesos administrativos en las compras y la innovación para lograr ser más competitivos.

Además, en la mentoría se hace hincapié en el uso de la tecnología como los es por ejemplo aplicaciones y software para digitalizar el proceso de compra, entendiendo que la mayoría aún lleva los registros a través de libros físicos.

**DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD 2:**

2. Apoyar como Administrador de Empresas con Especialización en Mercadeo en la coordinación de las políticas y programas de mercadeo, como, por ejemplo, la determinación de la demanda de productos y servicios ofrecidos por una empresa y por sus competidores, y la identificación de potenciales clientes en mínimo cinco (5) emprendimientos mensuales, entre urbanas y rurales.

**Actividad ejecutada:**

El contratista, dirigió mentoría en programas de mercadeo para empresarios del municipio determinando la demanda de productos y servicios ofrecidos, además su valor diferencial para lograr llegar a nuevos segmentos.

**Se dirige taller sobre:** Marketing - TIC's para vender más.

**Nota:** se anexa evidencia fotográfica del encuentro.

Se dicta el taller y se hace levantamiento de la información con la finalidad de hacer el seguimiento para optimizar los procesos de compra de productos y servicios.

Temática: Mediante la propuesta de la herramienta CANVA como pilar de un lienzo adecuado para aterrizar el modelo de negocios de la empresa, se realiza un ejercicio práctico para identificar de manera adecuada el segmento o nicho al que la empresa está dirigido para así encausar la demanda de productos y servicios.

**Ventajas**

Mejor comprensión del mercado: permite entender las necesidades y preferencias de los clientes, así como identificar oportunidades de crecimiento.

Toma de decisiones informadas: proporciona información sólida para la planificación estratégica, el desarrollo de productos y la segmentación de mercado.

Minimiza de riesgos: ayuda a anticipar cambios en la demanda y a identificar posibles obstáculos antes de que se conviertan en problemas.

**STDE-3100-0429-2024**  
**INFORME CONTRATISTA N° 6**  
**EVIDENCIAS DE LAS ACTIVIDADES PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 06 DE**  
**AGOSTO DE 2024 AL 06 DE SEPTIEMBRE DE 2024**

Optimización de recursos: permite asignar recursos de manera más eficiente al enfocarse en los segmentos de mercado más prometedores.

Adaptación al mercado: facilita la capacidad de ajustar la estrategia comercial para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado.

En la mentoría se trasmite a través de este análisis aprueba que los equipos comerciales puedan identificar oportunidades en el mercado y ofrecer productos realmente rentables que logren una verdadera satisfacción en el cliente. También es importante para los casos en los que una empresa quiere ingresar a un nuevo nicho y necesita definir cuál será la mejor oferta de lanzamiento.

**DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD 3:**

3. Apoyar como Administrador de Empresas con Especialización en Mercadeo en la gestión y análisis de los recursos financieros (ingresos, gastos, inversión y financiación) para maximizar el valor de emprendimiento y garantizar su estabilidad financiera a largo plazo, en mínimo (5) emprendimientos mensuales, entre urbanas y rurales.

**Actividad ejecutada:**

El contratista, impacta el empresariado local con **el taller** “modelo financiero” demostrándola importancia de llevar de manera ordenada y minuciosa la gestión y análisis de los recursos financieros (ingresos, gastos, inversión y financiación) para maximizar el valor de emprendimiento y garantizar su estabilidad financiera.

**Se dirige taller sobre:** “Análisis y proyección financiera (Ventas, costos, gastos e inversión para ser rentable).

**Nota:** se anexa evidencia fotográfica del encuentro.

Se dicta el taller y se hace levantamiento de la información con la finalidad de hacer el seguimiento para optimizar los procesos de compra de productos y servicios.

Temática: Los retos de la globalización mantienen en constante cambio el mercado, con su oferta y demanda, en la búsqueda de generar conciencia de constante adaptación e innovación, se ejecuta Las 4Ps del marketing mix, dónde explico el significado del Producto, cómo elemento principal, ya que todas las estrategias publicitarias y de ventas giran entorno al mismo, El precio como antagonista de un mercado ultra competitivo y de un mercado hiperconectado, el punto de venta que de manera reiterada nos invita a tener una presencia virtual cada vez más fuerte, y la promoción que son todos aquellos medios canales de distribución y técnicas que van a dar a conocer nuestro producto y por ende la empresa.

**STDE-3100-0429-2024**  
**INFORME CONTRATISTA N° 6**  
**EVIDENCIAS DE LAS ACTIVIDADES PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 06 DE**  
**AGOSTO DE 2024 AL 06 DE SEPTIEMBRE DE 2024**

En esta etapa avanzamos en todo lo referente al producto.

Además, se logra transmitir, sobre la administración de las finanzas, qué son fundamentales para la gestión empresarial y ayudan a garantizar la estabilidad financiera, el crecimiento y la rentabilidad de las compañías.

En la mentoría se trabaja sobre las decisiones financieras estratégicas, como la gestión de flujo de caja, presupuestos, inversión y financiamiento, son cruciales para la salud financiera y la rentabilidad de una empresa.

Se profundiza sobre la pregunta ¿Para qué sirven las finanzas en una empresa?

Los puntos tratados para cada empresa son esenciales para el éxito y crecimiento de cualquier organización y sirven para varios propósitos, entre ellos:

- Administrar los recursos financieros de manera eficiente y eficaz.
- Tomar decisiones estratégicas que mejoren la rentabilidad y el crecimiento de la empresa.
- Evaluar el desempeño financiero de la empresa y hacer ajustes según sea necesario.
- Evaluar los riesgos financieros y desarrollar estrategias para mitigarlos.
- Obtener financiamiento para las operaciones de la empresa y proyectos de inversión.
- Comunicar información financiera relevante a los inversores, accionistas y otras partes interesadas.
- Garantizar el cumplimiento de las regulaciones financieras y fiscales aplicables.

**DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD 4:**

4. Apoyar como Administrador de Empresas con Especialización en Mercadeo, plan de marketing, a través del uso de las tecnologías de la información y comunicación TIC para comercializar sus productos o servicios.) en mínimo cinco (5) emprendimientos mensuales, entre urbanas y rurales.

**Actividad ejecutada:**

El contratista, ejecuta campaña de capacitación sobre el uso de TIC'S funcionales en el marketing híbrido para las microempresas del Municipio de Guadalajara de Buga.

**Taller:** Marketing - TIC's para vender más.

**Nota:** se anexa evidencia fotográfica del encuentro.

Se dicta el taller y se hace levantamiento de la información con la finalidad de hacer el seguimiento para optimizar los procesos de compra de productos y servicios.

**STDE-3100-0429-2024**  
**INFORME CONTRATISTA N° 6**  
**EVIDENCIAS DE LAS ACTIVIDADES PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 06 DE**  
**AGOSTO DE 2024 AL 06 DE SEPTIEMBRE DE 2024**

Temática: En el apogeo de la IA como base para impulsar el sector empresarial, pero en específico lograr resultados más rápidos, se involucra el uso de esta herramienta tecnológica de manera híbrida con la creatividad de los colaboradores de la empresa, alcanzando campañas estratégicas clave para un permanente posicionamiento en redes sociales virtuales y personales.

Teniendo como primacía el mejoramiento del relacionamiento de los clientes con la empresa. Tan importante es contar con una red diversificada de vías para contactar con el cliente como el hecho de seleccionar bien estas vías y darle el uso adecuado a cada uno. Sin duda, una buena estrategia nos permitirá una comunicación mejorada respecto a lo que realizábamos hace pocos años.

#### Ventajas del marketing digital

La red es, ante todo, una oportunidad para el crecimiento, el posicionamiento y la difusión de una marca. Recuerda que la gran mayoría de los clientes potenciales están ahora en internet; es cuestión de ganarnos su confianza y de captarlos.

Entre las principales ventajas del marketing digital se encuentran:

1. Es medible
2. Es ajustable
3. Aporta flexibilidad
4. Asegura la rentabilidad
5. Facilita la segmentación
6. Contribuye al branding
7. Crea comunidad
8. Impulsa la proyección
9. Permite generar demanda
10. Ayuda a la fidelización de los clientes

En la mentoría se trabaja la relación entre el marketing y las TIC's enfocadas en mejorar la imagen de una marca, además de sus productos y servicios. Por tal motivo, en el mundo digital estas estrategias deben estar adaptadas a este mercado. Es aquí donde las TICs son de provecho porque facilitan el alcance de los objetivos.

Con ayuda de los sistemas de información que procesan, almacenan y distribuyen información nos hacen más fácil la recolección, ordenamiento y agrupación de los datos y posteriormente nos facilitan el análisis de estos. Dentro de una investigación existen diferentes métodos de recolección de datos. Tales como: cuestionarios, encuestas y sondeos. Que, si bien la empresa no cuenta con estos recursos para contratar entrevistados, la empresa puede utilizar herramientas de TIC marketing, como por ejemplo las bases de datos de Google.

Se logra, en conclusión, el TIC marketing es una herramienta que nos puede impulsar como una empresa altamente competitiva posicionándonos en la mente del consumidor. Y con las nuevas tecnologías como el internet, las redes sociales, las aplicaciones y los teléfonos

**STDE-3100-0429-2024**  
**INFORME CONTRATISTA N° 6**  
**EVIDENCIAS DE LAS ACTIVIDADES PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 06 DE**  
**AGOSTO DE 2024 AL 06 DE SEPTIEMBRE DE 2024**

inteligentes y otras, esta labor es mucho más fácil. Porque el consumidor tendrá acceso a los productos con un solo clic.

**DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD 5:**

5. Apoyar en la realización de los eventos de promoción Turística de acuerdo con la programación de la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico y cuando sea el caso desde los puntos de información turística del Municipio de Guadalajara de Buga.

**Actividad ejecutada:**

El contratista apoyó la realización del evento de promoción turística a través del acompañamiento en la jornada de Beneficios de la formalización y fuentes de financiación para emprendedores.

Se asistió a las reuniones convocadas por la secretaria de turismo para planear las ferias de empleo y eventos de promoción turística.

Evidencia fotográfica actividad 1

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón.



21/08/2024



23/08/2024

**Lugar: Antigua Estación del ferrocarril, sede de los empresarios.  
Emprendedores en etapa de inicio y avanzados.**

Evidencia fotográfica actividad 1

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón.

Evidencia fotográfica actividad 2

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón.



23/08/2024

**Lugar: Antigua Estación del ferrocarril  
Empresarios avanzados**

Evidencia fotográfica actividad 2

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón.

Evidencia fotográfica actividad 3

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón.



**Lugar: Antigua Estación del ferrocarril.**  
**23/08/2024**



**Lugar: Empresa Salón de belleza Beatriz Giraldo.**  
**30/08/2024**  
**Empresarios avanzados**

Evidencia fotográfica actividad 3

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón

Evidencia fotográfica actividad 4

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón.



23/08/2024

**Lugar: Inder  
Empresarios Avanzados**

Evidencia fotográfica actividad 4

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón.

### **Evidencia fotográfica actividad 5**

El contratista apoyó la realización del evento de promoción turística a través del acompañamiento en la jornada de Beneficios de la formalización y fuentes de financiación para emprendedores.



Se asistió a las reuniones convocadas por la secretaria de turismo para planear eventos de promoción turística.

**26/08/2024**



**23/08/2024**

Contratista: Andrés Felipe Arismendi Mondragón.

### **Evidencia fotográfica actividad 5**