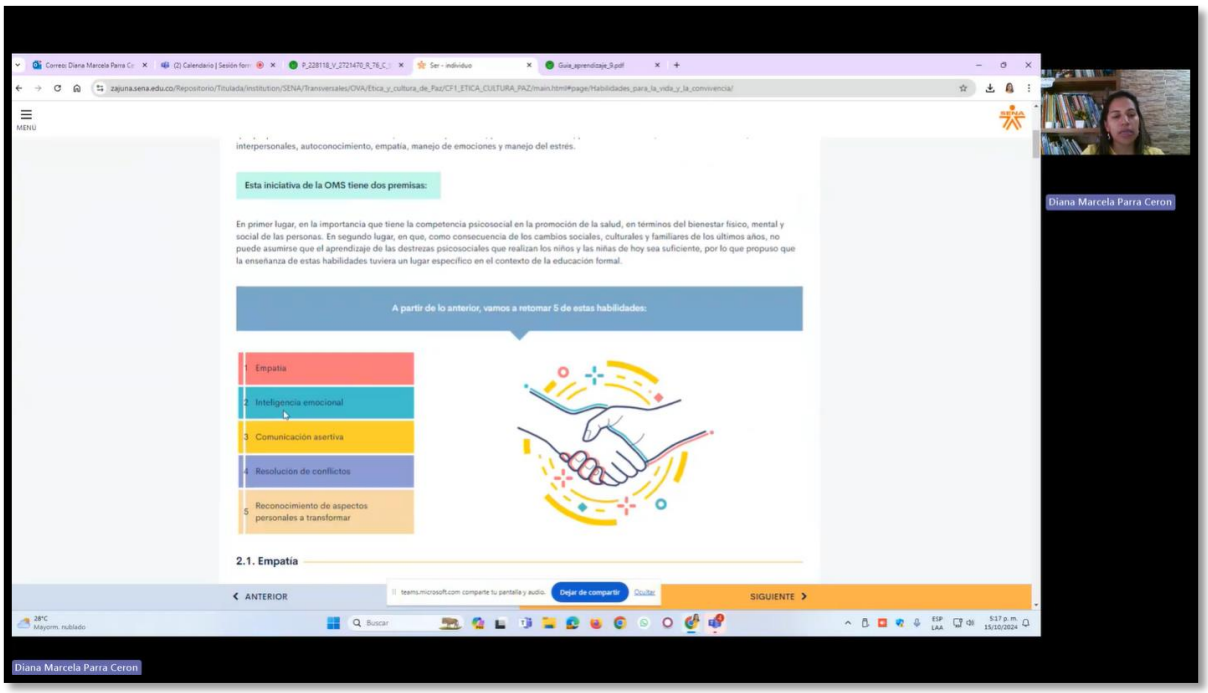
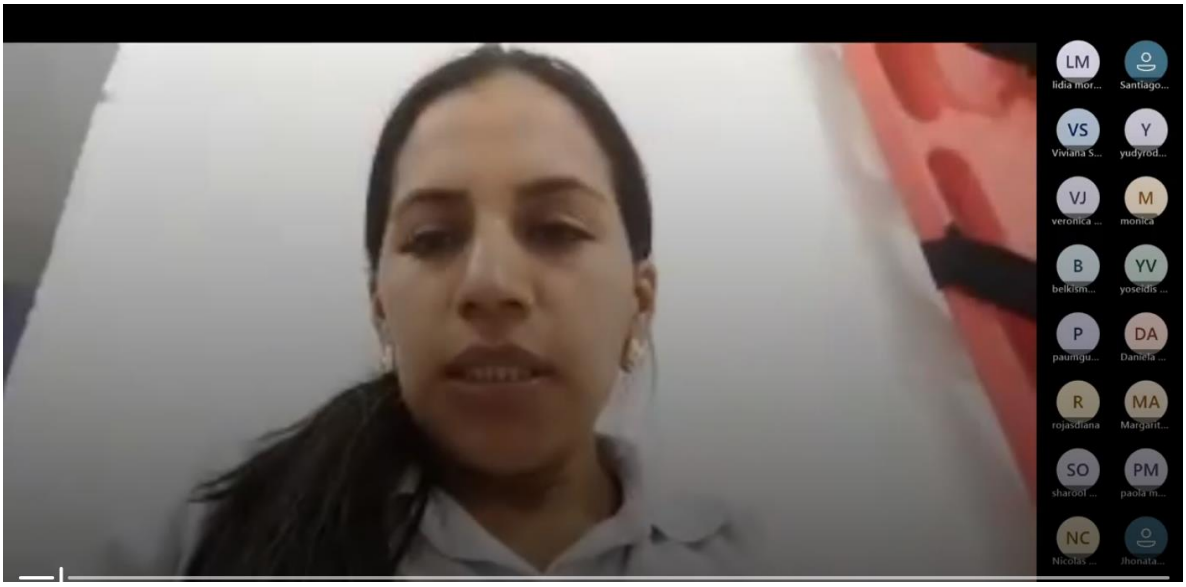
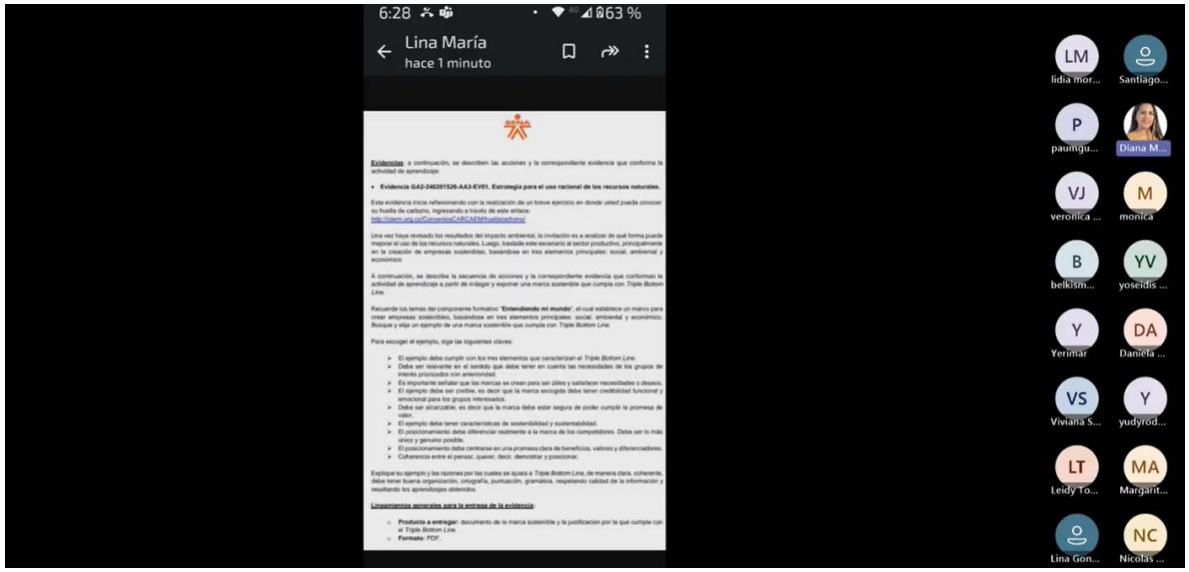
FORMACIÓN VIRTUAL

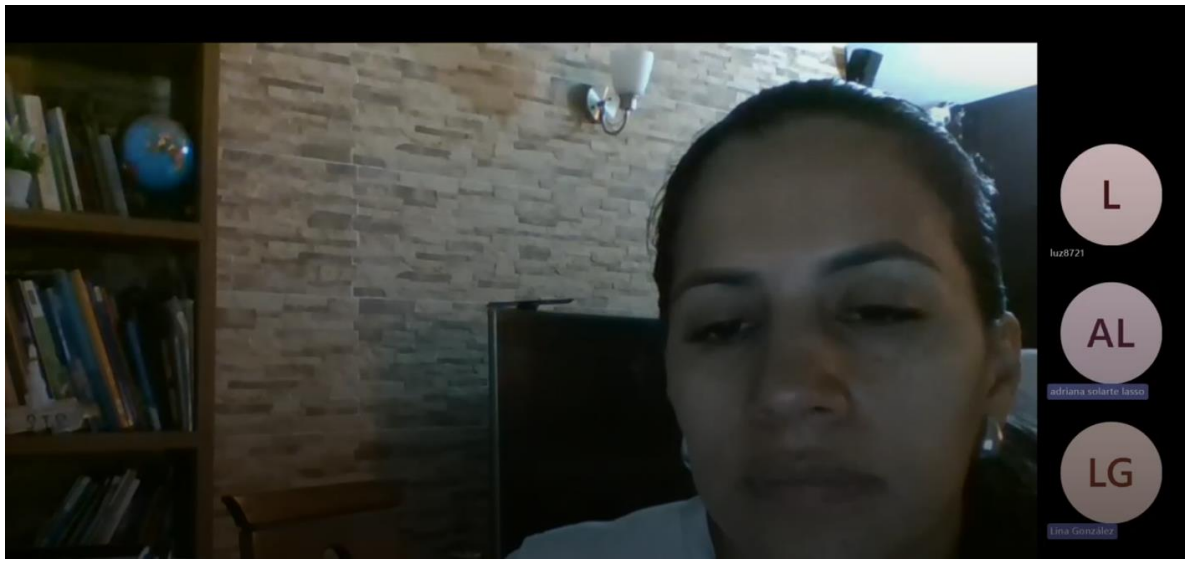
ADSO – 11

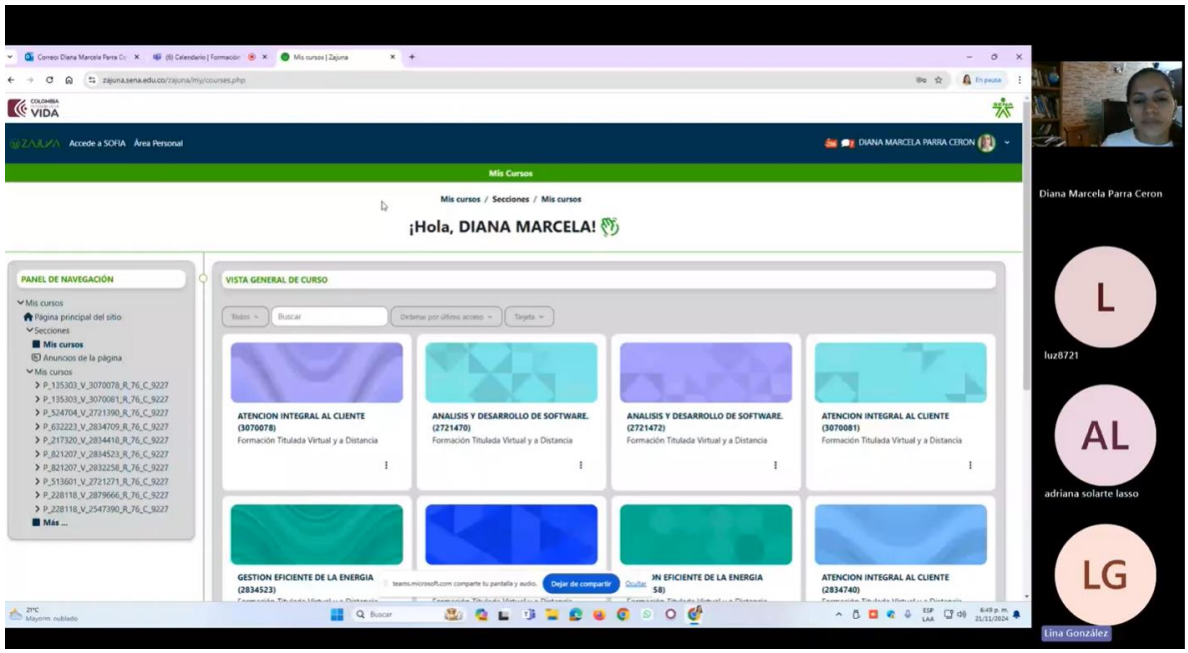


TAIC -6 Y 7




6:28
63 %
Lina María
hace 1 minuto
Evidencias: a continuación, se describen las acciones y la correspondiente evidencia que conforma la actividad de aprendizaje.
Evidencia GA2-240201526-AA3-EV01. Estrategia para el uso racional de los recursos naturales.
Esta evidencia inicia reflexionando con la realización de un breve ejercicio en donde usted pueda conocer su huella de carbono, ingresando a través de este enlace:
http://caem.org.co/ConvenioCARCAEM/huellacarbono/
Una vez haya revisado los resultados del impacto ambiental, la invitación es a analizar de qué forma puede mejorar el uso de los recursos naturales. Luego, traslade este escenario al sector productivo, principalmente en la creación de empresas sostenibles, basándose en tres elementos principales: social, ambiental y económico.
A continuación, se describe la secuencia de acciones y la correspondiente evidencia que conforman la actividad de aprendizaje a partir de indagar y exponer una marca sostenible que cumpla con Triple Bottom Line.
Recuerde los temas del componente formativo "Entendiendo mi mundo", el cual establece un marco para crear empresas sostenibles, basándose en tres elementos principales: social, ambiental y económico. Busque y elija un ejemplo de una marca sostenible que cumpla con Triple Bottom Line.
Para escoger el ejemplo, siga las siguientes claves:
El ejemplo debe cumplir con los tres elementos que caracterizan el Triple Bottom Line.
Debe ser relevante en el sentido que debe tener en cuenta las necesidades de los grupos de interés priorizados con anterioridad.
Es importante señalar que las marcas se crean para ser útiles y satisfacer necesidades o deseos.
El ejemplo debe ser creíble, es decir que la marca escogida debe tener credibilidad funcional y emocional para los grupos interesados.
Debe ser alcanzable, es decir que la marca debe estar segura de poder cumplir la promesa de valor.
El ejemplo debe tener características de sostenibilidad y sustentabilidad.
El posicionamiento debe diferenciar realmente a la marca de los competidores. Debe ser lo más único y genuino posible.
El posicionamiento debe centrarse en una promesa clara de beneficios, valores y diferenciadores.
Coherencia entre el pensar, querer, decir, demostrar y posicionar.
Explique su ejemplo y las razones por las cuales se ajusta a Triple Bottom Line, de manera clara, coherente, debe tener buena organización, ortografía, puntuación, gramática, respetando calidad de la información y resaltando los aprendizajes obtenidos.
Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:
Producto a entregar: documento de la marca sostenible y la justificación por la que cumple con el Triple Bottom Line.
Formato: PDF.
LM
lidia mor...
Santiago...
P
paumgu...
Diana M...
VJ
veronica ...
M
monica
B
belkism...
YV
yoscidis ...
Y
Yerimar
DA
Daniela ...
VS
Viviana S...
Y
yudyrod...
LT
Leidy To...
MA
Margarit...
Lina Gon...
NC
Nicolas ...


L
luz8721
AL
adriana solarte lasso
LG
Lina González


Accede a SOFIA
Área Personal
DIANA MARCELA PARRA CERON
Mis Cursos
Mis cursos / Secciones / Mis cursos
¡Hola, DIANA MARCELA!
PANEL DE NAVEGACIÓN
VISTA GENERAL DE CURSO
ATENCION INTEGRAL AL CLIENTE (3070078)
Formación Titulada Virtual y a Distancia
ANALISIS Y DESARROLLO DE SOFTWARE. (2721470)
Formación Titulada Virtual y a Distancia
ANALISIS Y DESARROLLO DE SOFTWARE. (2721472)
Formación Titulada Virtual y a Distancia
ATENCION INTEGRAL AL CLIENTE (3070081)
Formación Titulada Virtual y a Distancia
GESTION EFICIENTE DE LA ENERGIA (2834523)
ATENCION INTEGRAL AL CLIENTE (2834740)
Diana Marcela Parra Ceron
L
luz8721
AL
adriana solarte lasso
LG
Lina González