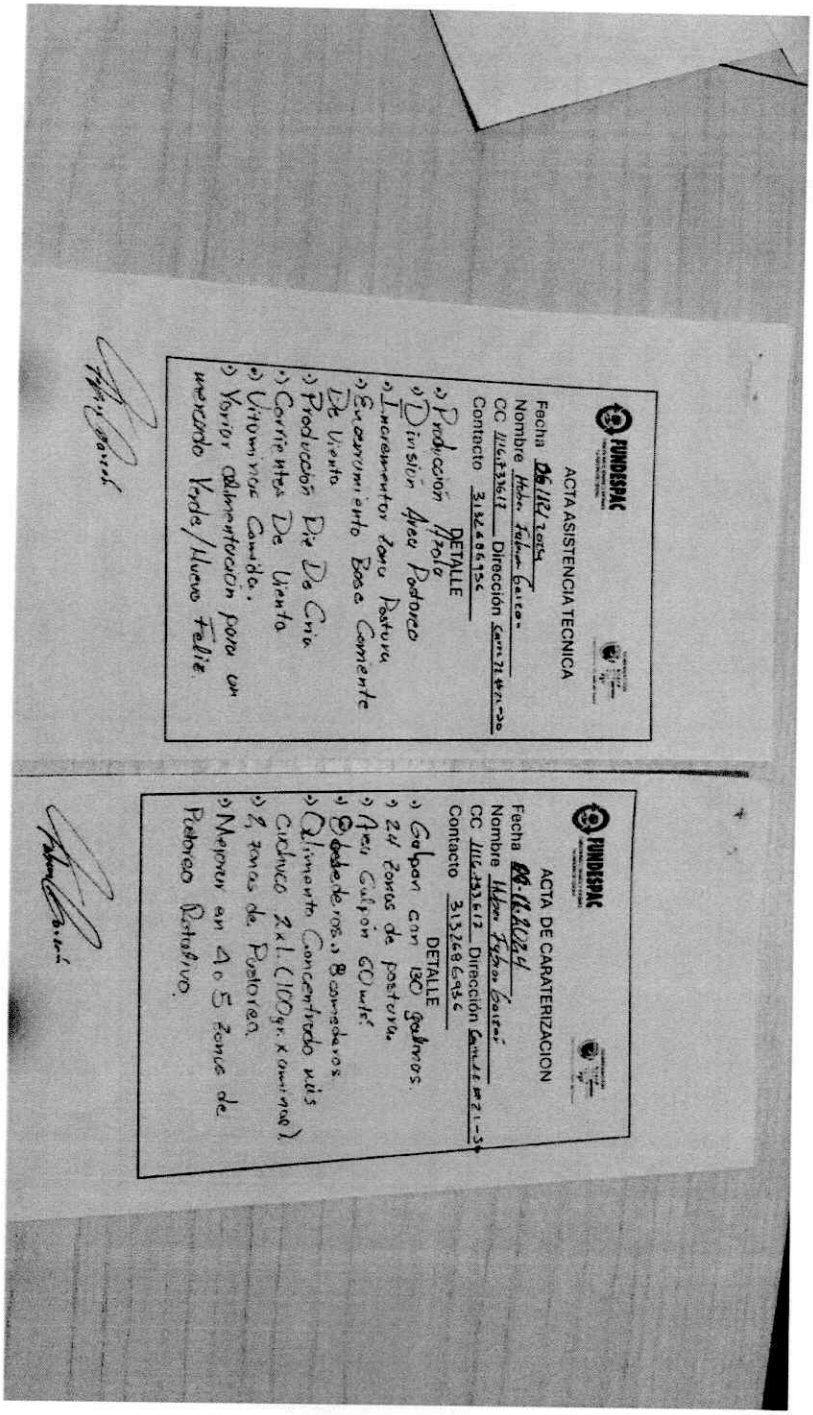
2.1 Visitas técnicas y caracterización Huber Fabian



ACTA ASISTENCIA TECNICA

Fecha 26/02/2024

Nombre Huber Fabian Gaitan

CC 1116238612 Dirección Carrera 9 #21-20

Contacto 3136485956

DETALLE

- Producción Actual
- División Áreas Potrero
- Incrementar Área Pastura
- Encespamiento Base Comente De Viento
- Producción Por Día Cría
- Cerrar Potreros De Viento
- Ubicar Comedero.
- Variar alimentación para un mercado Verde/Nuevo Feliz

ACTA DE CARATERIZACION

Fecha 09-11-2024

Nombre Huber Fabian Gaitan

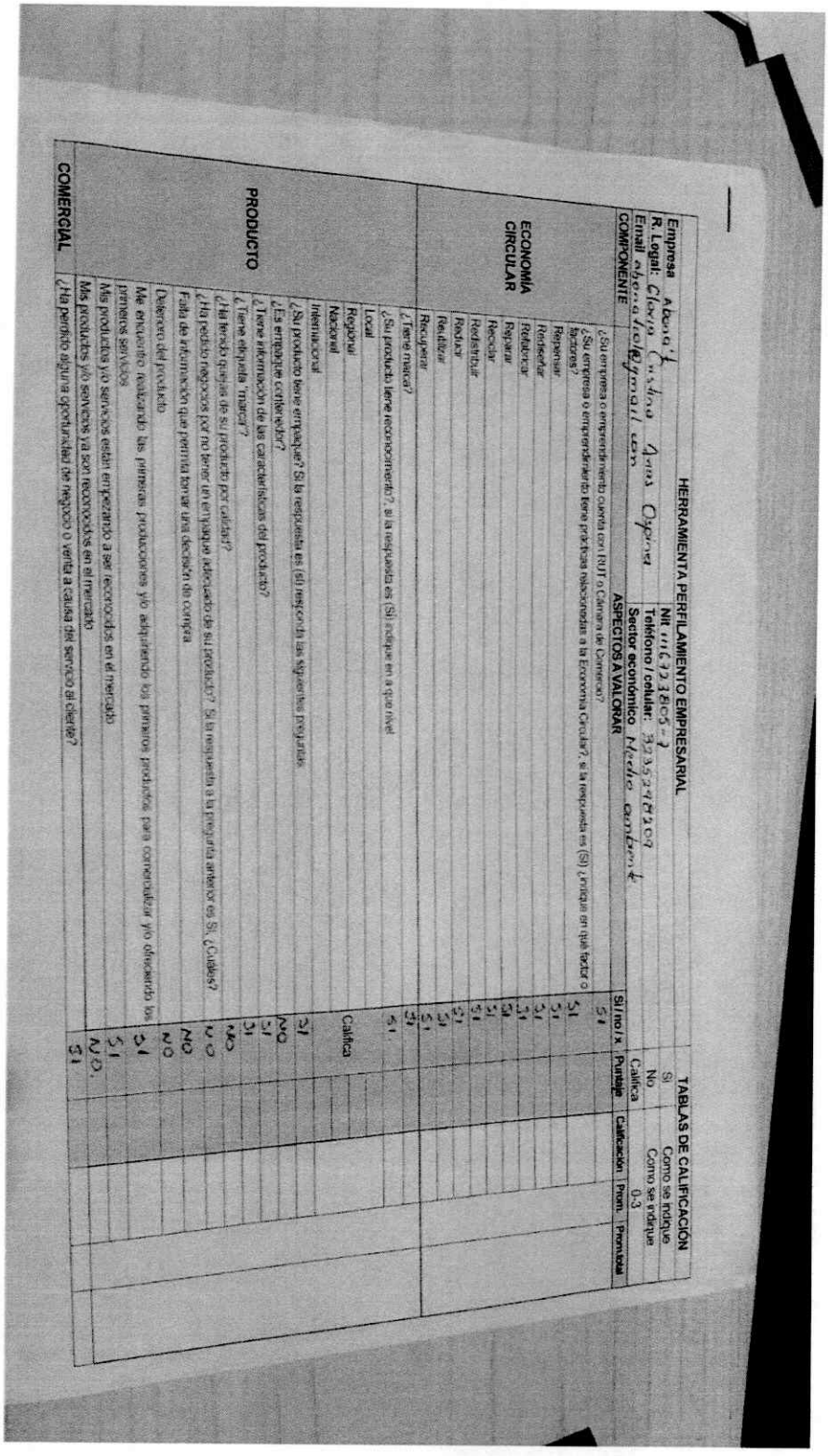
CC 1116238612 Dirección Carrera 9 #21-37

Contacto 3136485956

DETALLE

- Galpon con 180 Galpones.
- 24 Zonas de pastoreo
- Área Galpon 60 mts²
- Bebederos 8 comederos
- Alimento Concentrado Pollo Crecimiento 2x1 (100gr x animal)
- 2 Zonas de Pastoreo.
- Manejo en 4 o 5 Zonas de Pastoreo Rotativo.

3. Formato Caracterización Gloria Cristina Arias Abonat



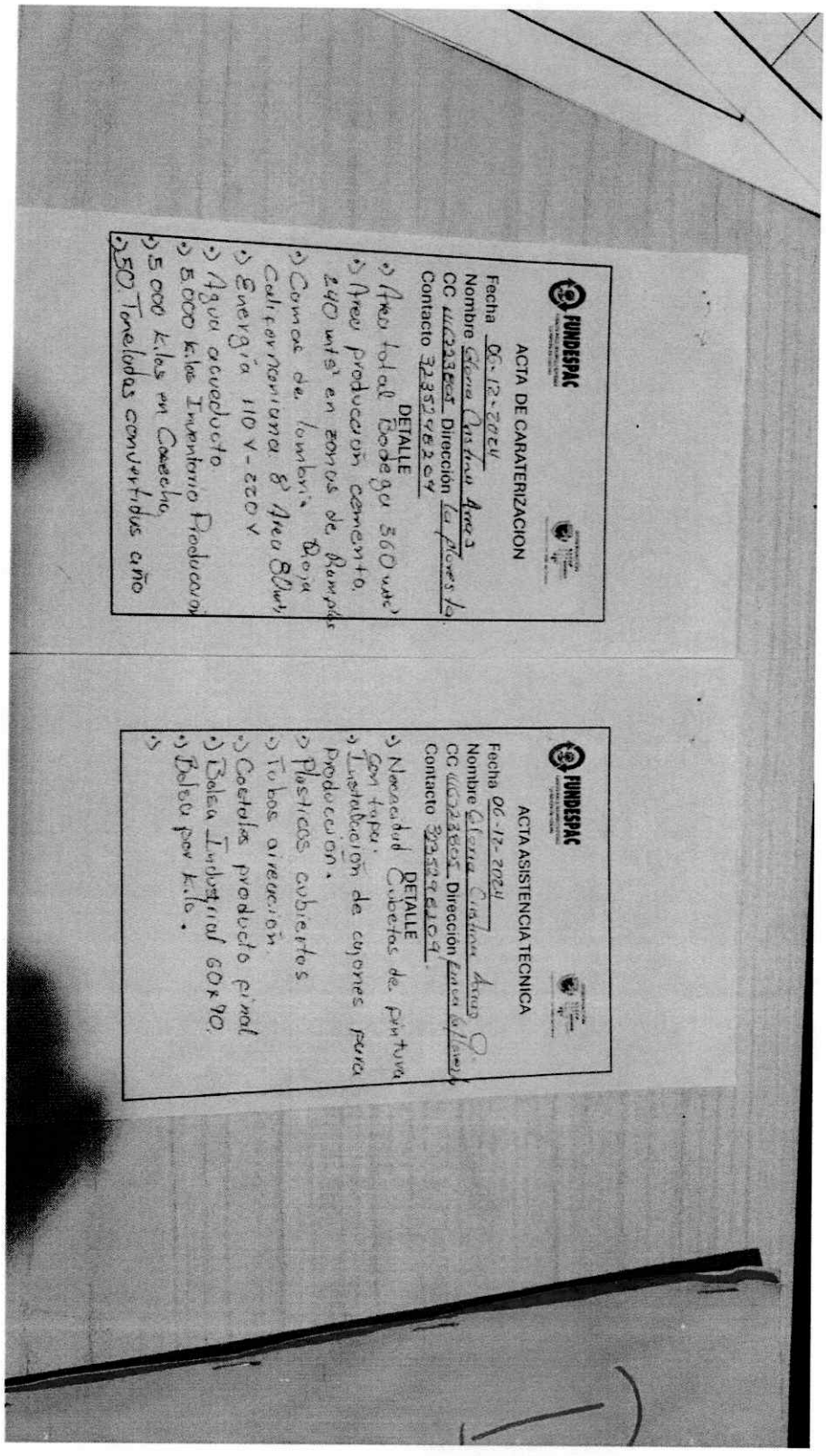
HERRAMIENTA PERFILAMIENTO EMPRESARIAL

Empresa: Abono Orgánico
R. Legal: Gloria Cristina Arias Ospina
Email: abonoorganicolagloria@gmail.com
NIT: 1116233805-2
Teléfono / celular: 3233292820
Sector económico: Medio ambiente

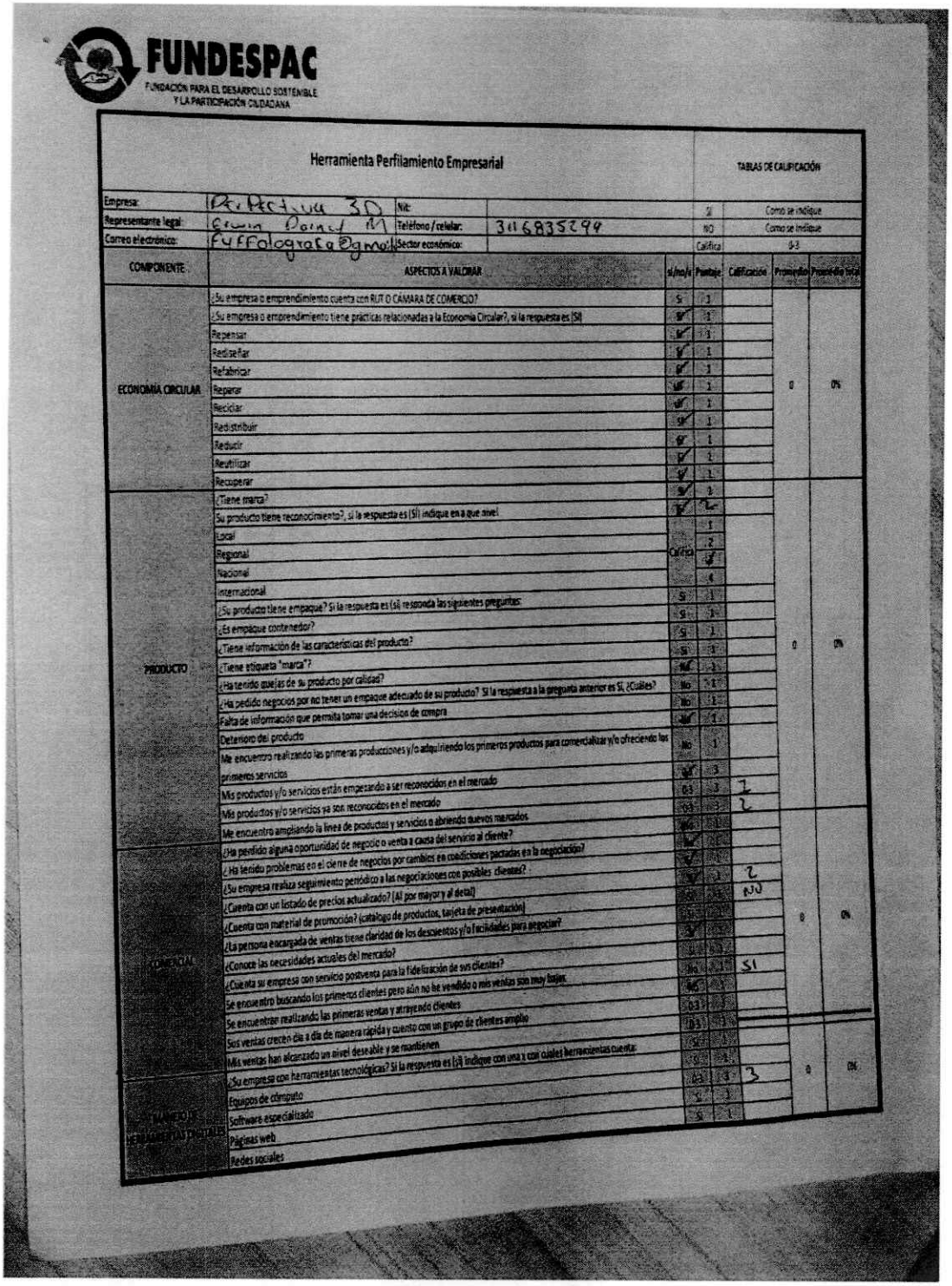
TABLAS DE CALIFICACIÓN
Si — Como se indique
No — Como se indique
Califica — 0-3

COMPONENTE	ASPECTOS A VALORAR	Si/ no/ x	Puntaje	Calificación	Prom.	Promtotal
ECONOMÍA CIRCULAR	¿Su empresa o emprendimiento cuenta con RUT o Cámara de Comercio?	SI				
	¿Su empresa o emprendimiento tiene prácticas relacionadas a la Economía Circular?, si la respuesta es (Si) ¿indique en cuál factor o factores?	SI				
	Rediseñar	SI				
	Reinventar	SI				
	Reformular	SI				
	Reparar	SI				
	Reciclar	SI				
	Redistribuir	SI				
	Reducir	SI				
	Reutilizar	SI				
	Recuperar	SI				
PRODUCTO	¿Tiene marca?	SI				
	¿Su producto tiene reconocimiento?, si la respuesta es (Si) indique en a que nivel	SI				
	Local					
	Regional			Califica		
	Nacional					
	Internacional					
	¿Su producto tiene empaque? Si la respuesta es (Si) responda las siguientes preguntas	SI				
	¿Es empaque contenedor?	NO				
	¿Tiene información de las características del producto?	SI				
	¿Tiene etiqueta "marca"?	SI				
	¿Ha tenido quejas de su producto por calidad?	NO				
	¿Ha perdido negocios por no tener un empaque adecuado de su producto? Si la respuesta a la pregunta anterior es Si, ¿Cuales?	NO				
	Falta de información que permita tomar una decisión de compra	NO				
	Deterioro del producto	NO				
	Me enfrento realizando las primeras producciones y/o adquiriendo los primeros productos para comercializar y/o ofrecerlos los primeros servicios	SI				
	Mis productos y/o servicios están empezando a ser reconocidos en el mercado	SI				
	Mis productos y/o servicios ya son reconocidos en el mercado	NO.				
COMERCIAL	¿Ha perdido alguna oportunidad de negocio o venta a causa del servicio al cliente?	SI				

3.1 Caracterización y Vista técnica



4. Caracterizacion Erwin Murillo



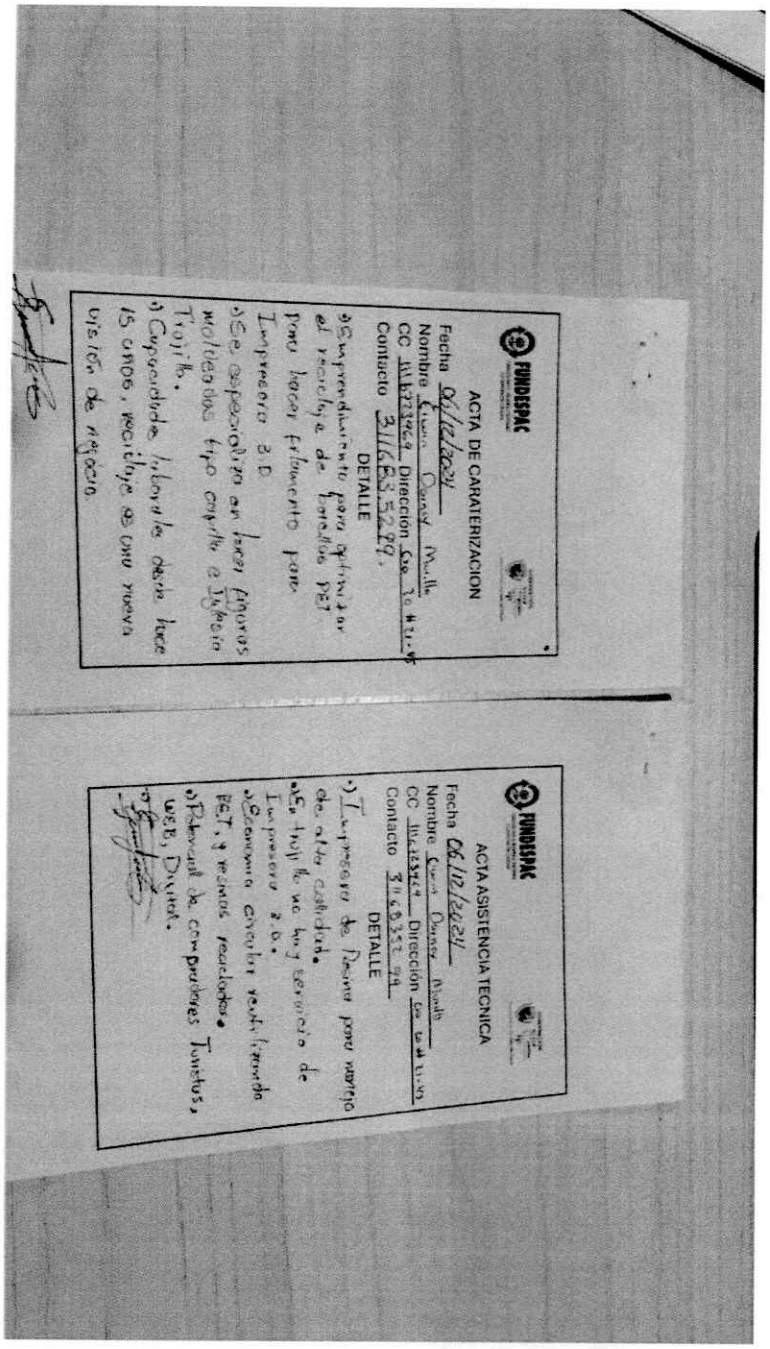
FUNDESPAC
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Herramienta Perfilamiento Empresarial

Empresa:	Perfectum 3D	Nit:		SI	Como se indique
Representante legal:	Erwin Daniel M	Teléfono / celular:	3116835799	NO	Como se indique
Correo electrónico:	Fuffotografia@gmail	Sector económico:		Califica	0-3

COMPONENTE	ASPECTOS A VALORAR	si/no/a	Puntaje	Calificación	Promedio	Promedio total
ECONOMÍA CIRCULAR	¿Su empresa o emprendimiento cuenta con RUT O CÁMARA DE COMERCIO?	S	1		0	0%
	¿Su empresa o emprendimiento tiene prácticas relacionadas a la Economía Circular?, si la respuesta es (SI)					
	Repensar		1			
	Rediseñar		1			
	Refabricar		1			
	Reparar		1			
	Reciclar		1			
	Redistribuir		1			
	Reducir		1			
	Reutilizar		1			
	Recuperar		1			
PRODUCTO	¿Tiene marca?		1		0	0%
	Su producto tiene reconocimiento?, si la respuesta es (SI) indique en a que nivel		1			
	Local		2			
	Regional	Califica	3			
	Nacional		4			
	Internacional					
	¿Su producto tiene empaque? Si la respuesta es (sí) responda las siguientes preguntas:	S	1			
	¿Es empaque contenedor?	S	1			
	¿Tiene información de las características del producto?	S	1			
	¿Tiene etiqueta "marca"?		1			
	¿Ha tenido quejas de su producto por calidad?	No	1			
	¿Ha perdido negocios por no tener un empaque adecuado de su producto? Si la respuesta a la pregunta anterior es SI, ¿Cuáles?	No	1			
	Falta de información que permita tomar una decisión de compra		1			
	Deterioro del producto	No	1			
	Me encuentro realizando las primeras producciones y/o adquiriendo los primeros productos para comercializar y/o ofreciendo los primeros servicios		3			
	Mis productos y/o servicios están empezando a ser reconocidos en el mercado	03	3	2		
	Mis productos y/o servicios ya son reconocidos en el mercado	03	3	2		
COMERCIAL	Me encuentro ampliando la línea de productos y servicios o abriendo nuevos mercados	No	1		0	0%
	¿Ha perdido alguna oportunidad de negocio o venta a causa del servicio al cliente?					
	¿Ha tenido problemas en el cierre de negocios por cambios en condiciones pactadas en la negociación?					
	¿Su empresa realiza seguimiento periódico a las negociaciones con posibles clientes?		1	2		
	¿Cuenta con un listado de precios actualizado? (Al por mayor y al detal)			NO		
	¿Cuenta con material de promoción? (catalogo de productos, tarjeta de presentación)					
	¿La persona encargada de ventas tiene claridad de los descuentos y/o facilidades para negociar?					
	¿Conoce las necesidades actuales del mercado?					
	¿Cuenta su empresa con servicio postventa para la fidelización de sus clientes?	No	1	SI		
	Se encuentro buscando los primeros clientes pero aún no he vendido o mis ventas son muy bajas	No	1			
	Se encuentro realizando las primeras ventas y atrayendo clientes	03	3			
	Sus ventas crecen día a día de manera rápida y cuento con un grupo de clientes amplio	03	3			
	Mis ventas han alcanzado un nivel deseable y se mantienen	03	3			
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	¿Su empresa cpe herramientas tecnológicas? Si la respuesta es (sí) indique con una x cuáles herramientas cuenta:	No	1		0	0%
	Equipos de cómputo	No	1			
	Software especializado	No	1			
	Páginas web	No	1			
	Redes sociales	S	1	3		

4.1 Caraterizacion Vista tecnica



FUNDESPAC

ACTA DE CARATERIZACION

Fecha 06/12/2024

Nombre [illegible] Dirección [illegible]

CC [illegible] Contacto 3116535229

DETALLE

Emprendimiento para optimizar el reciclaje de residuos PET para hacer filamento para Impresora 3D

Se especializa en hacer floreros modelados tipo copia a objeto Trofeo.

Capacidad: Labora desde hace 15 años, recibe de una ruta visita de negocio

FUNDESPAC

ACTA ASISTENCIA TECNICA

Fecha 06/12/2024

Nombre [illegible] Dirección [illegible]

CC [illegible] Contacto 3116535229

DETALLE

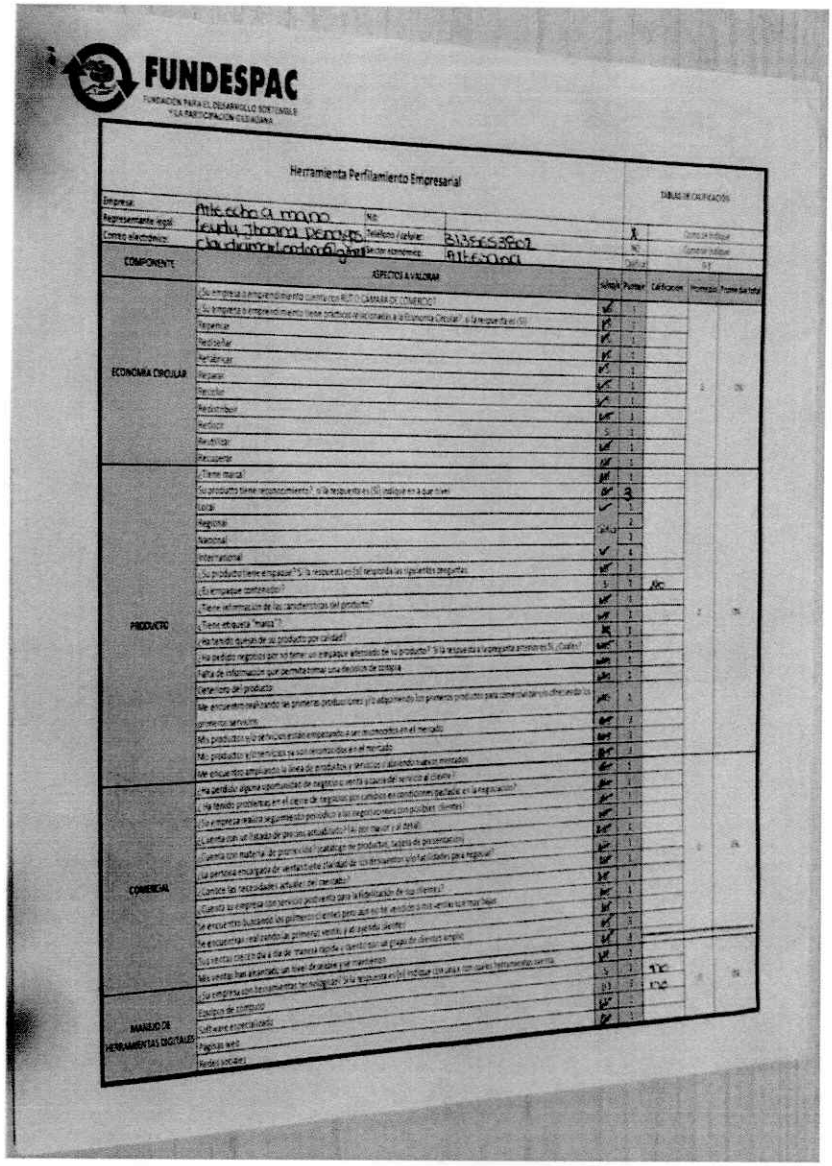
Trabajan de forma para aprovechamiento de otros residuos.

Se trabaja en una empresa de Impresora 3D.

Economía circular reciclaje PET, y varios reciclados.

Pagina de compradores Turistas, Web, Digital.

5. Leidy Penagos Formato caracterización



FUNDESPAC
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Herramienta Perfilamiento Empresarial

Empresa:	Atticocha el mono	Nit:	
Representante legal:	Leidy Johana Penagos	Teléfono / celular:	3135653802
Correo electrónico:	claudiajohana1ceo@gmail.com	Dirección:	Atticocha

TABLA DE CALIFICACIÓN

SI	Cumple
NO	Cumple Inferior
Calificación	0-5

COMPONENTE	ASPECTOS A VALORAR	Marque	Puntaje	Calificación	Promedio	Promedio total
ECONOMÍA CIRCULAR	¿Su empresa o emprendimiento cuenta con RUT O CÁMARA DE COMERCIO?	SI	1			
	¿Su empresa o emprendimiento tiene practicas relacionadas a la Economía Circular? si la respuesta es (SI)	SI	1			
	Reparar	SI	1			
	Rediseñar	SI	1			
	Refabricar	SI	1			
	Reusar	SI	1		2	3%
	Reciclar	SI	1			
	Redistribuir	SI	1			
	Reducir		1			
	Reutilizar	SI	1			
	Recuperar	SI	1			
PRODUCTO	¿Tiene marca?	SI	1			
	¿Su producto tiene reconocimiento? si la respuesta es (SI) indique en a que nivel	SI	3			
	Local	✓	1			
	Regional		2			
	Nacional		3			
	International	✓	4			
	¿Su producto tiene empaque? Si la respuesta es (SI) responda las siguientes preguntas	SI	1			
	¿Es empaque contenedor?		1	Xc		
	¿Tiene información de las características del producto?	SI	1		2	3%
	¿Tiene etiqueta "marca"?	SI	1			
	¿Ha tenido quejas de su producto por calidad?	NO	1			
	¿Ha perdido negocios por no tener un empaque atractivo de su producto? Si la respuesta a cualquiera anteriores Si, ¿Cuáles?	NO	1			
	Falta de información que permita tomar una decisión de compra		1			
	Contenido del producto		1			
	Me encuentro realizando las primeras producciones y/o adquiriendo los primeros productos para comercializar/ofrecer/dar los primeros servicios	SI	1			
	Mis productos y/o servicios están empezando a ser reconocidos en el mercado	SI	1			
	Mis productos y/o servicios ya son reconocidos en el mercado	SI	1			
	Me encuentro ampliando la línea de productos y servicios / atendiendo nuevos mercados	SI	1			
COMERCIAL	¿Ha perdido alguna oportunidad de negocio o venta a causa de servicio al cliente	SI	1			
	¿Ha tenido problemas en el cierre de negocios por cumplos en condiciones pactadas en la negociación?	SI	1			
	¿Su empresa realiza seguimiento post-venta a los negociantes con posibles clientes	SI	1			
	¿Cuenta con un listado de precios actualizado? (Lista con precio y el detal)	SI	1			
	¿Cuenta con material de promoción? (catálogo de productos, tarjeta de presentación)	SI	1		3	3%
	¿La persona encargada de ventas cuenta con el conocimiento y/o habilidades para negociar	SI	1			
	¿Conoce las necesidades actuales del mercado?	SI	1			
	¿Cuenta su empresa con servicio posventa para la fidelización de sus clientes?	SI	1			
	Se encuentra buscando un gran cliente o cliente pero aun no ha vendido a mas ventas sus mas bajas	SI	1			
	Se encuentra realizando la primera venta y el agrado cliente	SI	1			
	Sus ventas crecen día a día de manera rápida y dentro del plazo de clientes amplio	SI	1			
	Mis ventas han aumentado un nivel de estable y se mantienen		1	TC		
MANEJO DE HERRAMIENTAS DIGITALES	¿Su empresa con herramientas tecnológicas? Si la respuesta es (si) indique con cuales herramientas cuenta	SI	2	TC	3	3%
	Equipos de computo	SI	1			
	Software especializado	SI	1			
	Paginas web	SI	1			
	Redes sociales					

5.1 Vista Técnica Caracterización

FUNDESPAC

ACTA ASISTENCIA TECNICA

Fecha 06/12/2024

Nombre Leidy Ocampo Penagos

CC 1116 222 225 Dirección Centro Sevilla Valle

Contacto 3113565380 2

DETALLE

- Asunto de Acero. # 12-15
- Marcano Piedrus: "Sonti Todo"
- Pollo Terpenco Rojo # 15 Negro # 15
- Terpenco # 6 de Colores.
- Juguetevio → 3 a 8 años.
  → Niños = Niñas
-

Leidy Ocampo Penagos

FUNDESPAC

ACTA DE CARATERIZACION

Fecha 06/12/2024

Nombre Leidy Ocampo Penagos

CC 1116 222 225 Dirección Centro Sevilla Valle

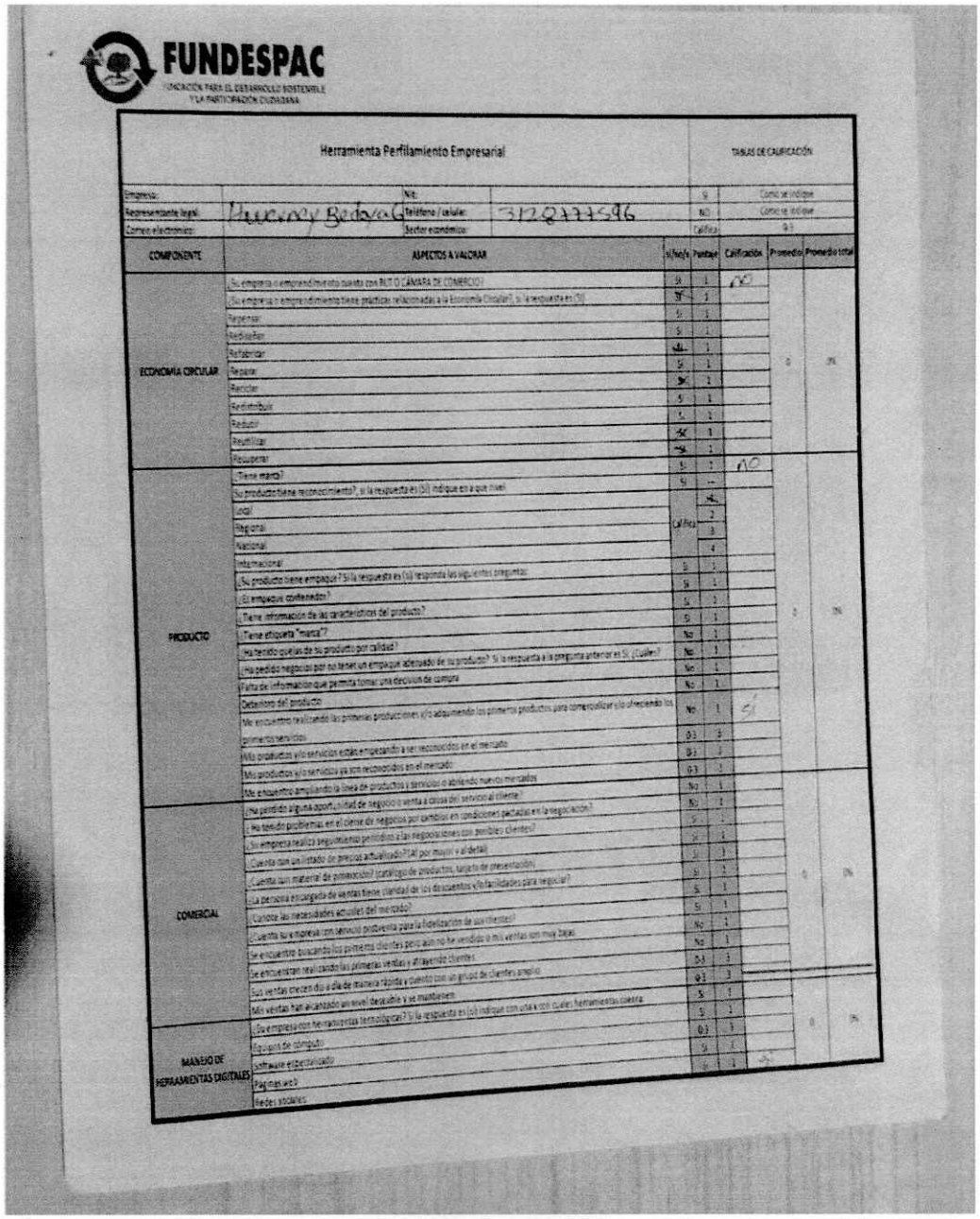
Contacto 3113565380 2

DETALLE

- Emprendimiento de Artesanias, Sombreros, Juguetevios (Comercio)
- Municipios. Llanos. Artes. Bolsos Sombreros
- Emprendimiento con 12 años de Historia. Venta local y en Ferias
- Local Alquilado.
- Genera Recibos para 5 personas.
- Alta presencia y Reconocimiento en Trujillo

Leidy Ocampo Penagos Posso

6 Formato caracterización Uberney Bedoya



FUNDESPAC
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Herramienta Perfilamiento Empresarial

TABLAS DE CALIFICACIÓN

Empresa:	Nit:	SI	Como se indique
Representante legal: Uberney Bedoya G	Teléfono / celular: 3128777596	NO	Como se indique
Correo electrónico:	Sector económico:	Calificación	0-1

COMPONENTE	ASPECTOS A VALORAR	SI/NO/%	Puntaje	Calificación	Promedio	Promedio total
ECONOMÍA CIRCULAR	¿Su empresa o emprendimiento cuenta con RUT O CÁMARA DE COMERCIO?	SI	1	NO	0	0%
	¿Su empresa o emprendimiento tiene practicas relacionadas a la Economía Circular? Si la respuesta es (SI)	SI	1			
	Repensar	SI	1			
	Rediseñar	SI	1			
	Refabricar	SI	1			
	Reparar	SI	1			
	Reciclar	SI	1			
	Redistribuir	SI	1			
	Reducir	SI	1			
	Reutilizar	SI	1			
	Recuperar	SI	1	NO		
PRODUCTO	¿Tiene marca?	SI	1		0	0%
	Su producto tiene reconocimiento? si la respuesta es (SI) indique en a que nivel	SI	--			
	Local	Calificación	1			
	Regional		2			
	Nacional		3			
	Internacional		4			
	¿Su producto tiene empaque? Si la respuesta es (SI) responda las siguientes preguntas:	SI	1			
	¿El empaque conviene(n)?	SI	1			
	¿Tiene información de las características del producto?	SI	1			
	¿Tiene etiqueta "marca"?	NO	1			
	¿Ha tenido quejas de su producto por calidad?	NO	1			
	¿Ha perdido negocios por no tener un empaque adecuado de su producto? Si la respuesta a la pregunta anterior es SI, ¿Cuáles?	NO	1			
	Falta de información que permita tomar una decisión de compra	NO	1			
	Detalismo del producto	NO	1	SI		
	Me encuentro realizando las primeras producciones y/o adquiriendo los primeros productos para comercializar y/o ofreciendo los primeros servicios	0-1	1			
	Mis productos y/o servicios están empezando a ser reconocidos en el mercado	0-1	1			
	Mis productos y/o servicios ya son reconocidos en el mercado	0-1	1			
	Me encuentro ampliando la línea de productos y servicios o abriendo nuevos mercados	NO	1			
COMERCIAL	¿Ha perdido alguna oportunidad de negocio o venta a causa del servicio al cliente?	NO	1		0	0%
	¿Ha tenido problemas en el cierre de negocios por cambios en condiciones pactadas en la negociación?	SI	1			
	¿Su empresa realiza seguimiento periódico a las negociaciones con posibles clientes?	SI	1			
	¿Cuenta con un listado de precios actualizado? (al por mayor y al detal)	SI	1			
	¿Cuenta con material de promoción? (catálogo de productos, tarjeta de presentación)	SI	1			
	¿La persona encargada de ventas tiene claridad de los descuentos y/o facilidades para negociar?	SI	1			
	¿Conoce las necesidades actuales del mercado?	SI	1			
	¿Cuenta su empresa con servicio postventa para la fidelización de sus clientes?	NO	1			
	Se encuentra buscando los primeros clientes pero aun no he vendido o mis ventas son muy bajas	NO	1			
	Se encuentran realizando las primeras ventas y afianzando clientes	0-1	1			
	Sus ventas crecen día a día de manera rápida y cuento con un grupo de clientes amplio	0-1	1			
	Mis ventas han avanzado un nivel deseable y se mantienen	0-1	1			
MANEJO DE HERRAMIENTAS DIGITALES	¿Su empresa usa herramientas tecnológicas? Si la respuesta es (SI) indique con una x con cuáles herramientas cuenta	SI	1		0	0%
	Equipos de computo	0-1	1			
	Software especializado	SI	1			
	Paginas web	NO	1			
	Redes sociales					

6.1 Caracterización Visita técnica

FUNDESPAC

ACTA DE CARATERIZACION

Fecha 06-12-2024

Nombre Alvaro Bedoya C

CC 1116222394 Dirección Vereda Trujillo

Contacto 312 8227596

DETALLE

-) Empresa en la parte alta del municipio de trujillo. Vereda Venecia.
-) Restitución de los cegos de tala ocasionados de la producción de camisas deportivas.
-) Se evidencion muestras logradas
-) Dota capacidad técnica & logistica
-) Visión de expansión local & Regional

H B A G.

FUNDESPAC

ACTA ASISTENCIA TECNICA

Fecha 06-12-2024

Nombre Alvaro Bedoya C

CC 1116222394 Dirección Vereda Trujillo

Contacto 312 8227596

DETALLE

-) Capacitación Basica en sistema de contratación
-) Evidencia posibilidad para crecimiento productivo.
-) Instrucción en Buenos practicos y manejos.
-) Importante poseer de la Informalidad a la legalidad
-) Emprendedores con una capacidad de Autoconocimiento se necesita más conocer del Sistema laboral Colombiano.

H V R C

FUNDESPAC
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE
Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Departamento del Valle del Cauca
Gobernación

paraíso de todos

INFORME

2

FUNDESPAC

Santiago de Cali diciembre 16 de 2024

Señores:
Secretaria de AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE
Carrera 6 entre calle 9 y 1
Edificio Palacio de San Francisco
Ciudad
Asunto: REMISION PRIMER INFORME **CONTRATO** *N. 1.330.17.03-13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA-SECRETARIA DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA –" FUNDESPAC".*

Por medio de la presente me permito remitir a su consideración el segundo informe detallado del proyecto arriba detallado cuyo objetivo es *1.OBJETO: "Realizar el fortalecimiento a 4 emprendimientos y negocios vedes o de economía circular en el municipio de Trujillo, en el departamento del Cauca a través de la entrega de insumos para potencializar sus modelos de negocios".*

El informe en medio físico consta de una carpeta para un total de 11 (Once) folios, los cuales contienen la descripción de las actividades ejecutadas en desarrollo del proyecto y se discriminan de la siguiente manera.

Carp.	Folios	Contenido
1	11	Entrega de Insumos, Actas entrega de insumos.

Atentamente

LUIS FELIPE BONILLA ARCOS
R. Legal FUNDESPAC

CONTRATO N. 1.330.17.03-13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA-SECRETARIA DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA –" FUNDESPAC".

1.**OBJETO:** ***"Realizar el fortalecimiento a 4 emprendimientos y negocios vedes o de economía circular en el municipio de Trujillo, en el departamento del Cauca a través de la entrega de insumos para potencializar sus modelos de negocios".***

ACTIVIDAD

3.ENTREGA DE INSUMOS.

El día 11 de diciembre del 2024 se procedió hacer a la entrega de los insumos a los emprendedores beneficiados.

3.1 Ficha entrega de insumos: HUBER FABIAN GARZON / HUEVOS EL CRUCERO/ GALLINAS FELICES.

Producto	Unidad	Cantidad
Maíz semilla	Kilos	10
Espinaca	Gramos	50
Tomates	Gramos	25
Cebolla cabezona (Bulbo)	Gramos	20
Bore	Esqueje	100
Maíz para Forraje	Kilos	20
Ramio	Kilos	20
Lombrices	Kilos	20
Gallinas	Gallina	200

3.2 Ficha entrega de insumos: GLORIA CRISTINA ARIAS / ABONO ORGANICO.

Producto	Unidad	Cantidad
Maíz semilla	Kilos	3
Lechuga	Gramos	50
Espinaca	Gramos	50
Cilantro	Kilos	10
Tomates	Gramos	25
Cebolla cabezona (Bulbo)	Gramos	20
Cebolla Larga (Tallo)	Gramos	50
Semillas Hortalizas	Gramos	50
Bore	Esqueje	50
Semillas plantas forrajeras	Plantas	300
Árboles frutales	Frutal	30
Lombrices	Kilos	20
Ramio	Kilos	20

3.3 Ficha entrega de insumos: ERWIN DARNEY MURILLO / REUTILIZACION PET.

Producto	Unidad	Cantidad
Maíz semilla	Kilos	7
Lechuga	Gramos	40
Espinaca	Gramos	50
Cilantro	Kilos	10
Cebolla cabezona (Bulbo)	Gramos	20
Cebolla Larga (Tallo)	Gramos	30
Semillas Hortalizas	Gramos	50
Bore	Esqueje	50
Maiz para forraje y ensilaje	Kilos	20
Semillas plantas forrajeras	Plantas	300
Arboles frutales	Frutal	10
Ramio	Kilos	20

3.4 Ficha entrega de insumos: LEIDY JOHANA PENAGOS / REUTILIZACION BAMBOO.

Producto	Unidad	Cantidad
Maíz semilla	Kilos	5
Lechuga	Gramos	80
Espinaca	Gramos	50
Tomates	Gramos	25
Cebolla cabezona (Bulbo)	Gramos	20
Cebolla Larga (Tallo)	Gramos	50
Bore	Esqueje	50
Lombrices	Kilos	20
Semillas plantas forrajeras	Plantas	300
Árboles frutales	Frutal	30
Ramio	Kilos	20

3.5 Ficha entrega de insumos: HUVERNEY BEDOYA / EXCEDENTES DE PRODUCCION.

Producto	Unidad	Cantidad
Maiz semilla	Kilos	5
Lechuga	Gramos	30
Cilantro	Kilos	10
Espinaca	Gramos	50
Tomates	Gramos	25
Cebolla cabezona (Bulbo)	Gramos	20
Cebolla Larga (Tallo)	Gramos	50
Bore	Esqueje	50
Lombrices	Kilos	20
Semillas plantas forrajeras	Plantas	600
Arboles frutales	Frutal	30
Ramio	Kilos	20

3.6 ENTREGA DE INSUMOS



El día 11 de diciembre del 2024 se hizo entrega de los insumos a los emprendedores beneficiados en el parque principal de Trujillo. En el valle del cauca.



ANEXOS

Actas entrega de insumos

1. HUBER FABIAN GARZON / HUEVOS EL CRUCERO/ GALLINAS FELICES.
2. GLORIA CRISTINA ARIAS / ABONO ORGANICO.
3. ERWIN DARNEY MURILLO / REUTILIZACION PET.
4. LEIDY JOHANA PENAGOS / REUTILIZACION BAMBOO.
5. HUVERNEY BEDOYA / EXCEDENTES DE PRODUCCION.

Departamento del Valle del Cauca Gobernación · paraíso de todos	**ACTA DE ENTREGA DE INSUMOS** **CONTRATO Nro. 1.330.17.03–13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA–SECRETARIA DE AMBIENTE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA – FUNDESPAC–**	FUNDESPAC FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

LUGAR Y FECHA	Trujillo Valle del Cauca 11-12-2024	
TEMÁTICA:	Entrega De Insumos	
RESPONSABLE:	FUNDESPAC.	
BENEFICIARIO:	Leidy Ivana Penagos.	**CC** 1.116 722 725.

Maiz, Semilla	5 Kilos
Lechuga	80 gramos
Espinaca	50 gramos
Tomates	25 gramos
Cebolla Cabezona (bulbo)	20 gramos
Cebolla larga (tallo)	50 gramos
Bore	50 Esquejes
Ramio	20 kilos
Semillas de Plantas Forrajeras	300 Platulos
Arbolos frutales	30
Lombrices	20 kilos.

Leidy Ivana Ren Pen

FIRMA BENEFICIARIO

FIRMA OPERADOR

Departamento del Valle del Cauca Gobernación · paraíso de todos	**ACTA DE ENTREGA DE INSUMOS** **CONTRATO Nro. 1.330.17.03–13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA–SECRETARIA DE AMBIENTE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA – FUNDESPAC–**	FUNDESPAC FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

LUGAR Y FECHA	Trujillo Valle del Cauca - 11-12-2024.	
TEMÁTICA:	Entrega Insumos.	
RESPONSABLE:	FUNDESPAC	
BENEFICIARIO:	Huber Fabian Cuarzón E.	**CC** 111. 6733.617

Maiz Semilla	10 kilos
Espinaca	50 Gramos
Tomates	25 Gramos
Cebolla Cabezona (bulbo)	20 gramos
Cebolla larga (Tallo)	20 gramos.
Bore Esqueje	100 Esquejes.
Maiz para Forraje y Ensiluje	20 Kilos.
Romio	20 Kilos.
Gallinos	200
Lombrices	20 Kilos.

FIRMA BENEFICIARIO

FIRMA OPERADOR

Departamento del Valle del Cauca Gobernación — paraíso de todos	**ACTA DE ENTREGA DE INSUMOS** **CONTRATO Nro. 1.330.17.03–13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA–SECRETARIA DE AMBIENTE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA – FUNDESPAC–**	FUNDESPAC

LUGAR Y FECHA	Trujillo Valle Del Cauca - 11-12-2024
TEMÁTICA:	Entrega Insumos.
RESPONSABLE:	FUNDESPAC
BENEFICIARIO: Huverney Bedoya C.	**CC** 1116722394.

Maiz, Semilla	5 kilos
lechuga	30 Gramos
Espinaca	50 Gramos
Cilantro.	10 kilos.
Tomates	25 gramos.
Ceballa Cabezona (bulbo)	20 gramos.
Ceballo larga (Tallo)	50 gram
Bore	50 Esquejes.
Romio	20 kilos.
Semillas de plantas forrajeras	600 plantula
Arboles frutales	30
lombrices	20 kilo.

Huverney Bedoya
FIRMA BENEFICIARIO

FIRMA OPERADOR

Departamento del Valle del Cauca Gobernación · paraíso de todos	**ACTA DE ENTREGA DE INSUMOS** **CONTRATO Nro. 1.330.17.03–13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA–SECRETARIA DE AMBIENTE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA – FUNDESPAC–**	FUNDESPAC FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

LUGAR Y FECHA	Trujillo Valle del Cauca 11-12-2024	
TEMÁTICA:	Entrega De Insumos.	
RESPONSABLE:	FUNDESPAC	
BENEFICIARIO:	Gloria Cristina Arias Ospina	**CC** 1116723805

Maiz - Semilla	3 kilos
Lechuga	50 Gramos
Espinaca	50 Gramos
Cilantro	10 Kilo
Tomate	25 Gramos
Cebolla Cabezona (bulbo)	20 Gramos
Cebollo larga (Tallo)	50 Gramos
Semillas Hortalizas	50 Sobre
Bore	50 Esquejes
Ramio	20 Kilos
Semillas Plantas Forrajeras	300 Plantulas
Arboles Frutales	30 Frutal
Lombrices	90 Kilos

FIRMA BENEFICIARIO

FIRMA OPERADOR

Departamento del Valle del Cauca Gobernación · paraíso de todos	**ACTA DE ENTREGA DE INSUMOS** **CONTRATO Nro. 1.330.17.03–13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA–SECRETARIA DE AMBIENTE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA – FUNDESPAC–**	FUNDESPAC FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

LUGAR Y FECHA	Trujillo Valle del Cauca - 11-12-2024	
TEMÁTICA:	Entrega De Insumos	
RESPONSABLE:	FUNDESPAC	
BENEFICIARIO:	Erwin Darney Murillo	**CC** 111.6723969.

* Maiz, Semilla	7 Kilos
lechoga	40 Gramos
Espinaca	50 Gramos
Cilantro	10 Kilos
Cebolla Cabezona (bulbo)	20 Gramos
Cebolla larga (Tallo)	30 Gramos
Semillas hortalizas	50 Sobres
Bore	50 Esquejes
Maiz para Forraje y Ensilaje	20 Kilos
Ramio	20 Kilos
Semillas de Plantas Forrajeras	300 Plantulas
Arboles Frutales	10 Frutal

Erwin Darney Murillo

FIRMA BENEFICIARIO

FIRMA OPERADOR

FUNDESPAC
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE
Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

paraíso de todos
Departamento del Valle del Cauca
Gobernación

INFORME

3

FUNDESPAC

Santiago de Cali diciembre 16 de 2024

Señores:
Secretaria de AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE
Carrera 6 entre calle 9 y 1
Edificio Palacio de San Francisco
Ciudad
Asunto: REMISION PRIMER INFORME **CONTRATO** *N. 1.330.17.03-13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA-SECRETARIA DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA –" FUNDESPAC".*

Por medio de la presente me permito remitir a su consideración el tercer informe detallado del proyecto arriba detallado cuyo objetivo es *1.OBJETO: "Realizar el fortalecimiento a 4 emprendimientos y negocios vedes o de economía circular en el municipio de Trujillo, en el departamento del Cauca a través de la entrega de insumos para potencializar sus modelos de negocios".*

El informe en medio físico consta de una carpeta para un total de (Treinta y tres) folios, los cuales contienen la descripción de las actividades ejecutadas en desarrollo del proyecto y se discriminan de la siguiente manera.

Carp.	Folios	Contenido
1	40	Procesos formativos en Liderazgo y Mentalidad Emprendedora, Estrategias de Negocios , Negocios verdes y economía Circular, Promoción a los Emprendedores.

Atentamente

LUIS FELIPE BONILLA ARCOS
R. Legal FUNDESPAC

CONTRATO N. 1.330.17.03-13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA-SECRETARIA DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA –" FUNDESPAC".

1.**OBJETO:** ***"Realizar el fortalecimiento a 4 emprendimientos y negocios vedes o de economía circular en el municipio de Trujillo, en el departamento del Cauca a través de la entrega de insumos para potencializar sus modelos de negocios".***

ACTIVIDAD

4. FORMACION

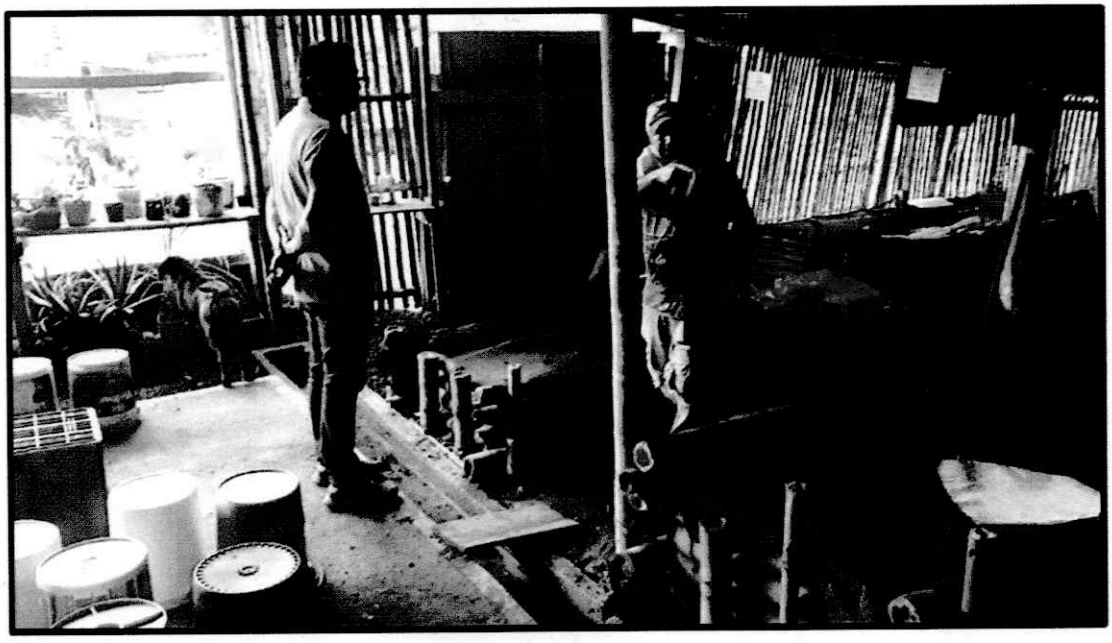
4.1 PROCESO FORMATIVO EN LIDERAZGO Y MENTALIDAD EMPRENDEDORA.



4.2 ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS.

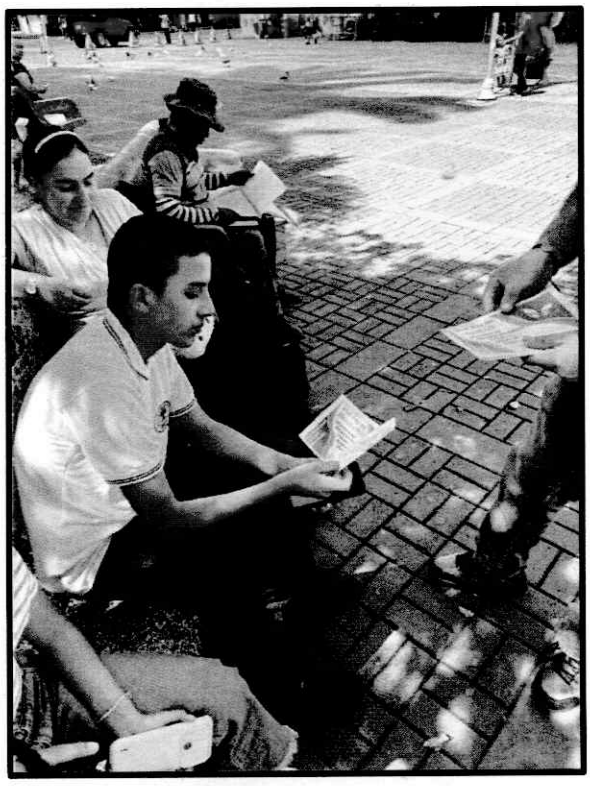


4.3 NEGOCIOS VERDES Y ECONOMIA CIRCULAR



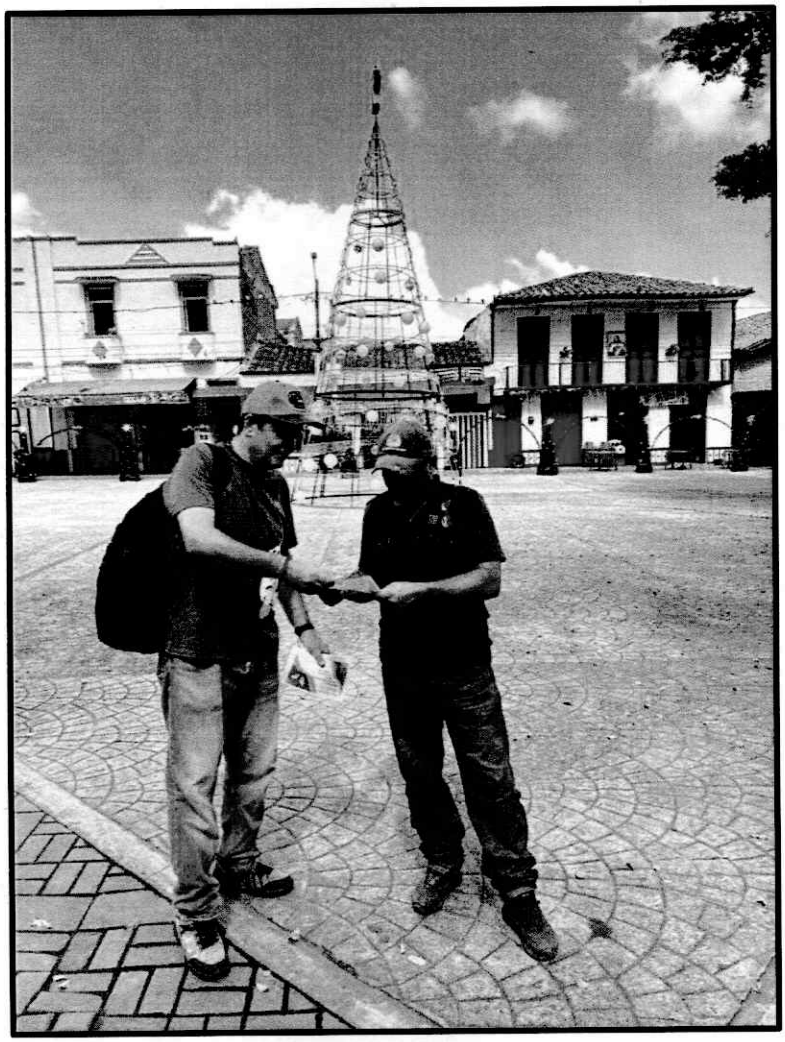
5. PROMOCIÓN A LOS EMPRENDEDORES.

Jornada de promoción comercial con la comunidad del municipio de Trujillo en el Valle del Cauca.



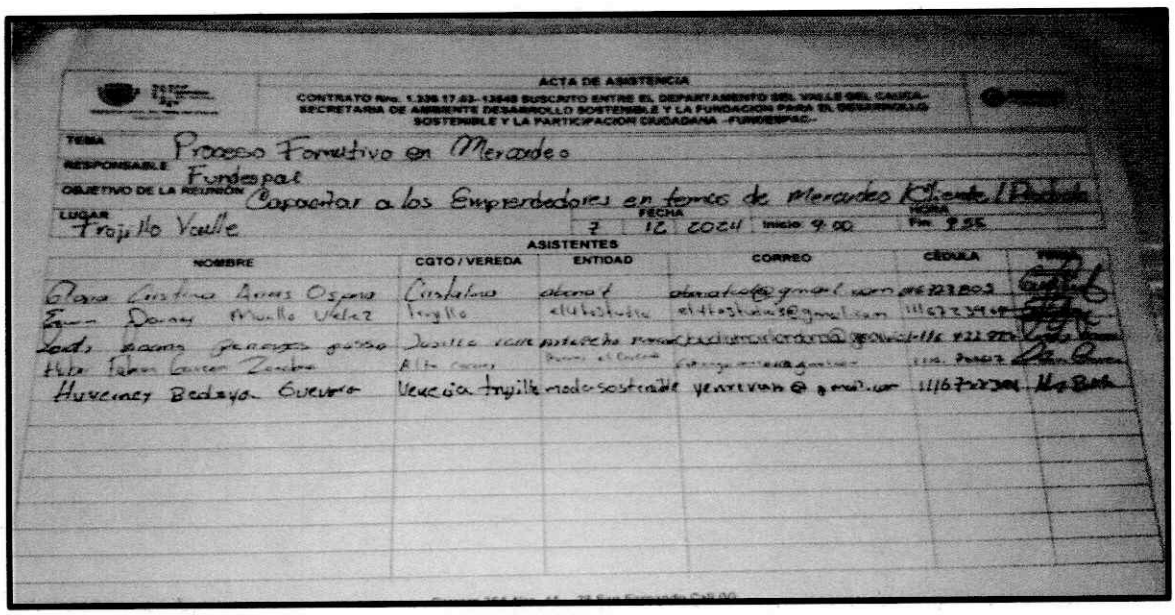


Jornada de promoción comercial con la comunidad del municipio de Trujillo en el Valle del Cauca.



ANEXOS.

1.Lista de asistencia a las capacitaciones en Liderazgo y Capacidad Emprendedora



ACTA DE ASISTENCIA

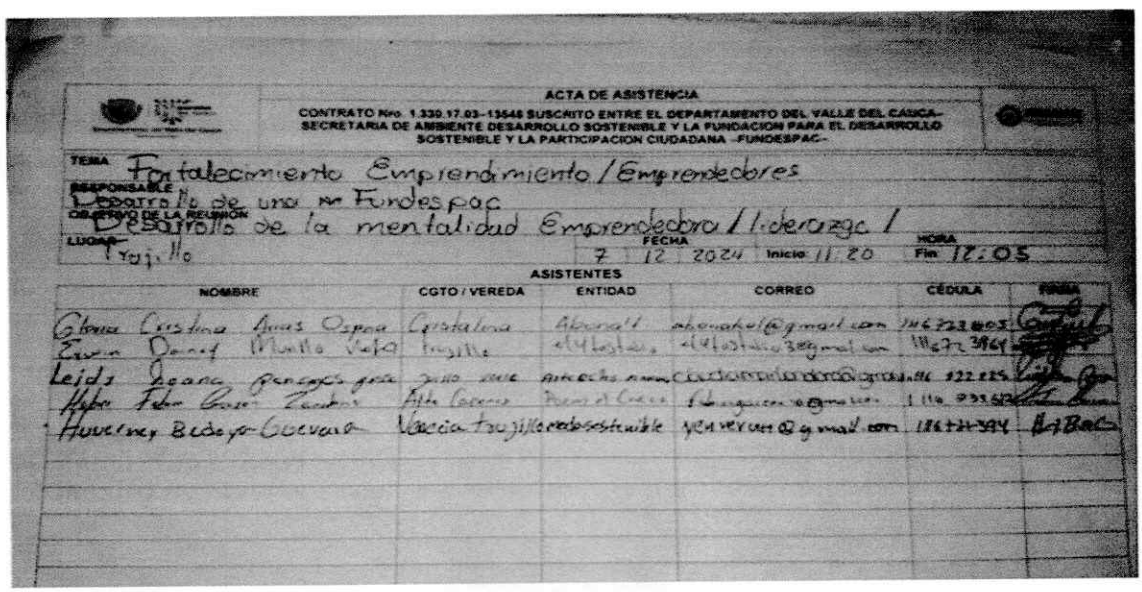
CONTRATO Nro. 1.330.17.03-13648 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA-SECRETARIA DE AMBIENTE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA -FUNDESPAC-

TEMA: Proceso Formativo en Mercadeo
RESPONSABLE: Fundespac
OBJETIVO DE LA REUNIÓN: Capacitar a los Emprendedores en temas de Mercadeo Cliente / Producto
LUGAR: Trujillo Valle
FECHA: 7 12 2024 HORA: Inicio 9:00 Fin 2:55

ASISTENTES

NOMBRE	CGTO / VEREDA	ENTIDAD	CORREO	CÉDULA	FIRMA
Gloria Cristina Arias Ospina	Cristalina	Abonarte	abonarte@gmail.com	1116723803	
Erwin Danny Murillo Velez	Trujillo	el4tostadas	el4tostadas3@gmail.com	1116723969	
Leidy Joana Arenas gaviria	Trujillo	[illegible]	[illegible]	1122	
Hebe Fabian Cuervo Zambrano	Alto Cauca	[illegible]	[illegible]	1116	
Hanneiny Bedoya Guevara	Veracia Trujillo	modesostenible	yeanveran@gmail.com	1116721384	

2.Lista de asistencia a las capacitaciones en Estrategias de Negocios.



ACTA DE ASISTENCIA

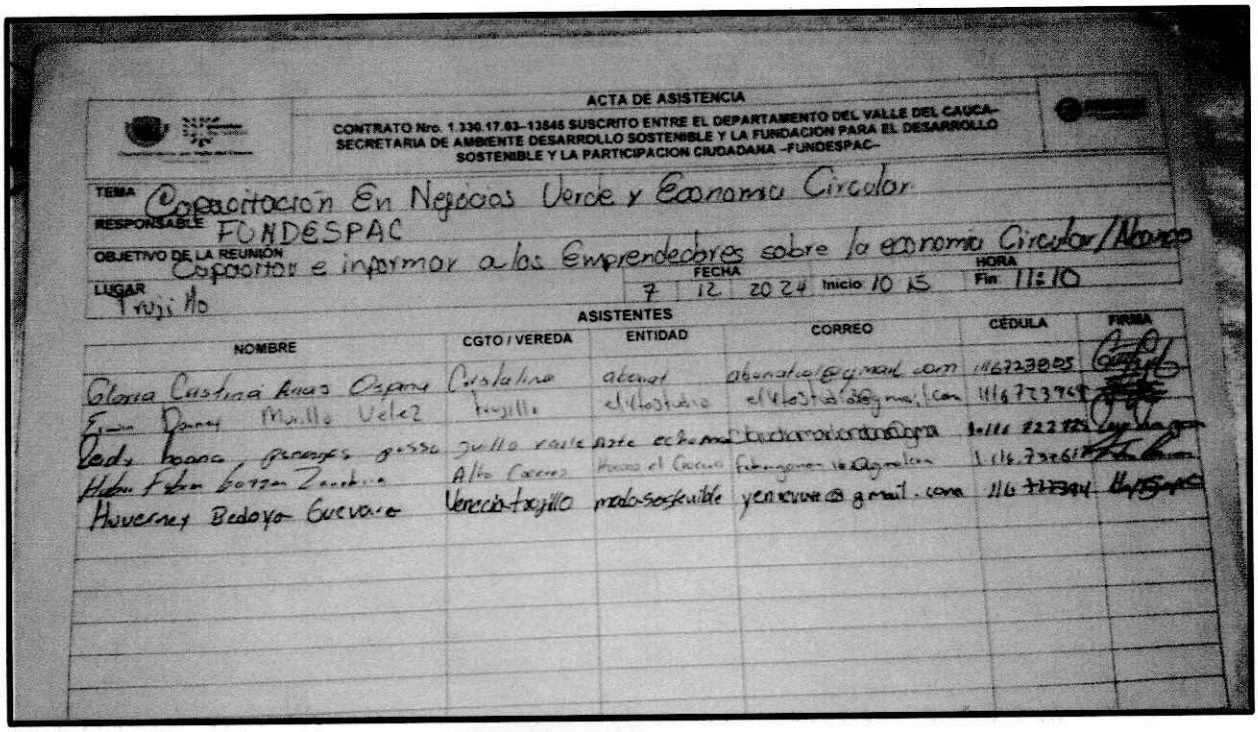
CONTRATO Nro. 1.330.17.03-13648 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA-SECRETARIA DE AMBIENTE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA -FUNDESPAC-

TEMA: Fortalecimiento Emprendimiento / Emprendedores
RESPONSABLE: Capacitación de una ONG Fundespac
OBJETIVO DE LA REUNIÓN: Desarrollo de la mentalidad Emprendedora / Liderazgo /
LUGAR: Trujillo
FECHA: 7 12 2024 HORA: Inicio 11:20 Fin 12:05

ASISTENTES

NOMBRE	CGTO / VEREDA	ENTIDAD	CORREO	CÉDULA	FIRMA
Gloria Cristina Arias Ospina	Cristalina	Abonarte	abonarte@gmail.com	1116723803	
Erwin Danny Murillo Velez	Trujillo	el4tostadas	el4tostadas3@gmail.com	1116723969	
Leidy Joana Arenas gaviria	Trujillo	[illegible]	[illegible]	1122	
Hebe Fabian Cuervo Zambrano	Alto Cauca	[illegible]	[illegible]	1116	
Hanneiny Bedoya Guevara	Veracia Trujillo	modesostenible	yeanveran@gmail.com	1116721384	

3.Lista de asistencia a las capacitaciones en Estrategias de Negocios.



ACTA DE ASISTENCIA

CONTRATO Nro. 1.330.17.03-13545 SUSCRITO ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA-SECRETARIA DE AMBIENTE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACION CIUDADANA -FUNDESPAC-

TEMA: Capacitación En Negocios Verde y Economia Circular

RESPONSABLE: FUNDESPAC

OBJETIVO DE LA REUNIÓN: Capacitar e informar a los Emprendedores sobre la economia Circular/Abonos

LUGAR: Trujillo

FECHA: 7 12 2024 HORA Inicio 10 15 Fin 11:10

ASISTENTES

NOMBRE	CGTO / VEREDA	ENTIDAD	CORREO	CÉDULA	FIRMA
Gloria Cristina Arias Ospina	Cristalina	abonal	abonal@gmail.com	1116723805	
Erin Danny Murillo Velez	Trujillo	el Rastrojo	el4rastrojo@gmail.com	1116723969	
Yeidy Joana Arango Gasso	Trujillo Valle	este echo	[illegible]	[illegible]	
Hebert Fabian Garzon Zambrano	Alto Cacique	Hacia el Cacique	[illegible]	[illegible]	
Anderney Bedoya Guevara	Vereda-Trujillo	medio-sostenible	yeanderson@gmail.com	116[illegible]	

4. PLANTILLAS DE LAS FORMACIONES EFECTUADAS EN :

4.1 PROCESO FORMATIVO EN LIDERAZGO Y MENTALIDAD EMPRENDEDORA.

4.2 ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS.

4.3 NEGOCIOS VERDES Y ECONOMIA CIRCULAR

Eje 1

Gestión del conocimiento
¿Qué es la Economía Circular?

Eje 2

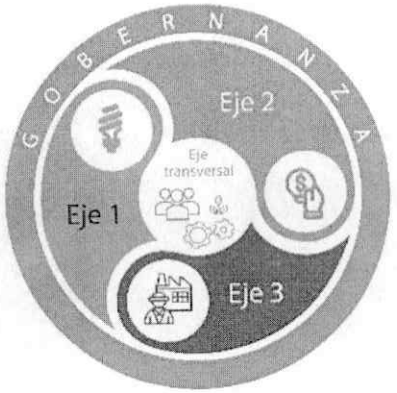
Desarrollo Empresarial y
Sofisticación de Productos Circulares

Eje 3

Adopción de nuevas
tecnologías y modelos de
innovación social

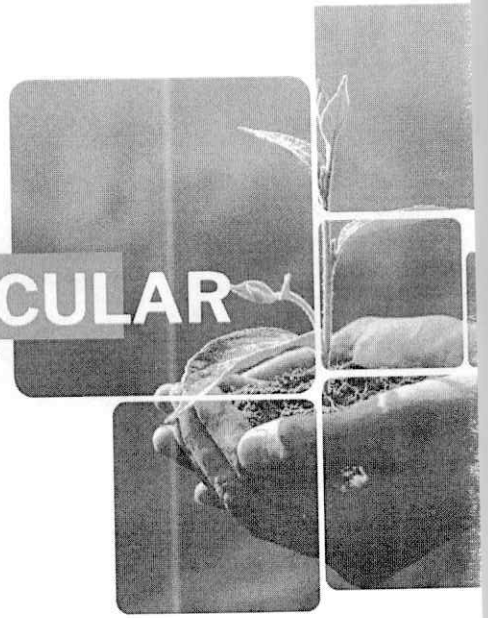
Eje transversal

Gobernanza: Generación de sinergias entre Gobierno Local,
Academia, Empresa y Comunidades.



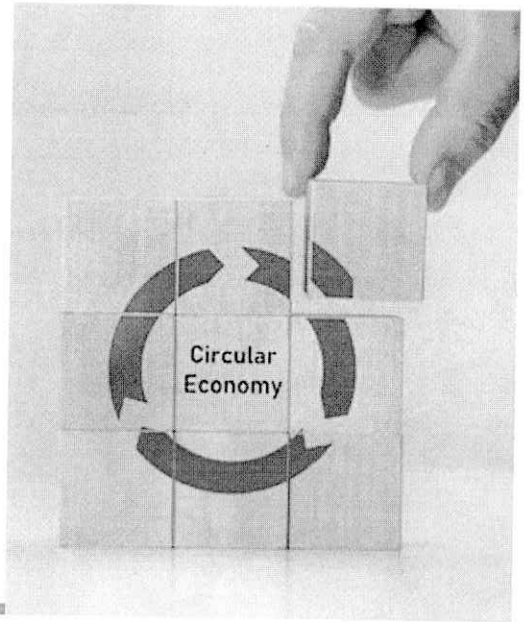
ECONOMÍA CIRCULAR

Subsecretaría de Cadenas de Valor

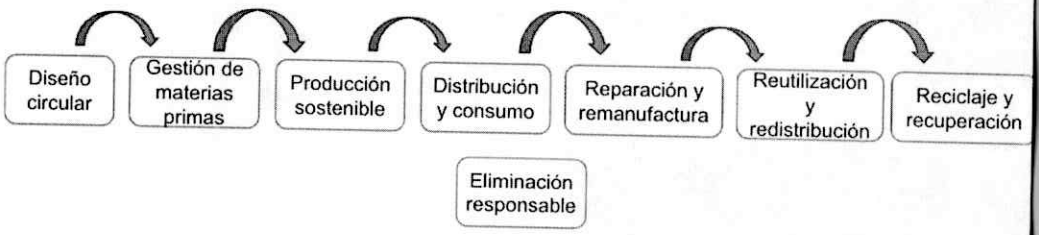


Qué es Ecosistema de Economía Circular?

Se refiere a un un grupo de actores: Estado, Empresa, Academia y Comunidades y grupos de interés con los que se busca posicionar prácticas que apunten a la producción limpia, el consumo responsable y la promoción de empresas y emprendimientos en el tránsito de un modelo urbano de desarrollo lineal a uno de desarrollo sostenible. Lo anterior en el marco de los ODS.



Cadena de Valor



Definiciones

Procesos:
Extracción
Producción
Consumo
Posconsumo
Transformación

Factores:
Repensar
Rediseñar
Refabricar
Reparar
Redistribuir
Reducir
Reutilizar
Reciclar
Recupera

Agentes:
Hogares
Empresas
Emprendedores
Instituciones educativas
Gobiernos
Bancos

Grupos de interés:
Recicladores de oficio
Negocios verdes
Productores rurales



Factores

Las 9R´s de la Economía Circular



CONTRATO NO. 4171.010.26.1.269

Factores

Las 9R´s de la Economía Circular

Problemáticas locales en el desarrollo del ecosistema de **economía circular**

- Eficiencia en el uso de recursos
- Innovación en productos y servicios
- Colaboración con otros actores en la cadena de valor
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Sostenibilidad financiera

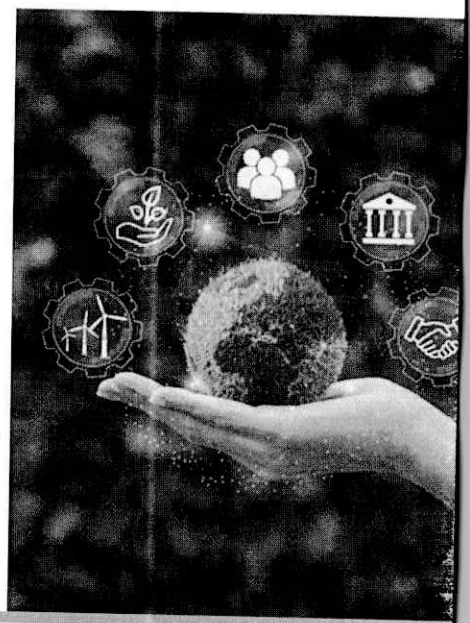
ONTRATO NO. 4171.010.26.1.269

Qué es Ecosistema de Economía Circular?

Marco conceptual:

1.Ecosistema : Articulación de **agentes** y **factores** en función de **procesos** de economía circular.
2.Innovación social: Forma creativa de **resolver un problema** recurrente con **participación de la comunidad**
3. La economía circular se basa en tres principios, todos impulsados por el diseño:

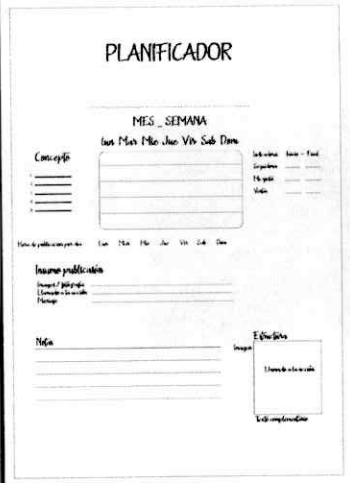
- Eliminar **los residuos** y la contaminación
- Circular los productos y materiales (**en su valor más alto**)
- Regenerar la **naturaleza**




Marketing Digital
Fortalecimiento

Temas a tratar

Introducción al Marketing
El Marketing digital
Las redes sociales y su importancia en el mundo actual
Sacando el mejor provecho de mi celular
Proyectando mi negocio desde las redes sociales
Mi primera campaña
Seguimiento y resultados de mi prim era campaña
Repaso general.



Marca



Producto



Recuerde que estamos ubicados en la Plaza de Mercado Tal en el local Tal....



Recuerde que estamos ubicados en la Plaza de Mercado Tal en el local Tal....

¿Que es Marketing?



Marketing?

El marketing es el proceso de planificar y ejecutar estrategias para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y lograr los objetivos de nuestro negocio. El Marketing **identifica necesidades** y deseos no realizados. **Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado**

Piezas gráficas
Imagen + Titulo + Mensaje complementario



Recuerde que estamos ubicados en la Plaza de Mercado Tal en el local Tal.....



Recuerde que estamos ubicados en la Plaza de Mercado Tal en el local Tal.....



Campaña
Lonchera Saludale
Todo septiembre

Piezas gráficas
Imagen + Titulo + Mensaje complementario



Regreso al colegio con lonchera saludable

Un niño bien alimentado, tiene mejor rendimiento académico



Las 4 Ps?

1. Producto

Definición: Se refiere al bien o servicio que una empresa ofrece a sus clientes.
Elementos clave: Diseño, calidad, características, marca y empaque.

2. Precio
Definición: El valor monetario asignado al producto o servicio.
Consideraciones: Estrategias de fijación de precios, descuentos, precios competitivos, etc.

3. Plaza (Distribución)
Definición: La forma en que el producto llega al cliente final.
Canal de distribución: Ruta que sigue el producto desde el fabricante hasta el consumidor.

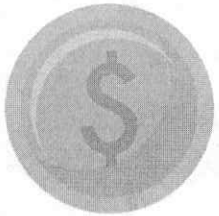
4. Promoción
Definición: Las actividades para informar, persuadir y recordar a los clientes sobre el producto.
Herramientas de promoción: Publicidad, relaciones públicas, ventas personales, marketing en redes sociales, promociones, etc.

Las 4 Ps?

1. Producto



2. Precio



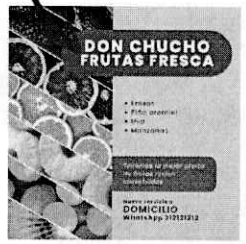


3. Distribución



3. Promoción

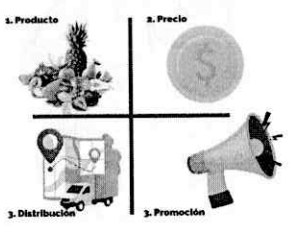
Piezas gráficas
Imagen + Titulo + Mensaje complementario



Una ves creada
nuestra campaña

1. Enfoque: Darme a conocer en redes sociales ✓
2. Objetivo: Reconocimiento ✓
3. Público: Jóvenes, Adultos ✓
4. Presupuesto: Orgánico / pauta paga ✓
5. Mensaje: Ahora nuestro negocio en redes sociales ✓
6. Gráficos: Fotos de mi negocio Y/o Don Chucho ✓
7. Métricas: Medir el impacto de mi campaña

Las 4 Ps?

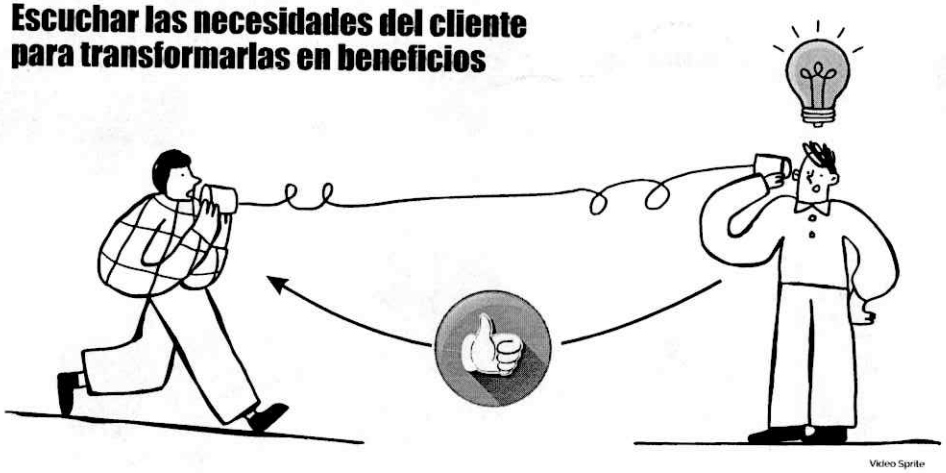


El 5to P: Personas
Definición: Enfocarse en las necesidades y deseos de los clientes, comprendiendo sus comportamientos y preferencias.



Marketing?

Escuchar las necesidades del cliente para transformarlas en beneficios



Video Sprite

Pauta Paga

La pauto paga, consiste en **pagar para que tus anuncios le aparezcan a los usuarios** de una red social.

¿Y por qué pagar si puede ser gratis?

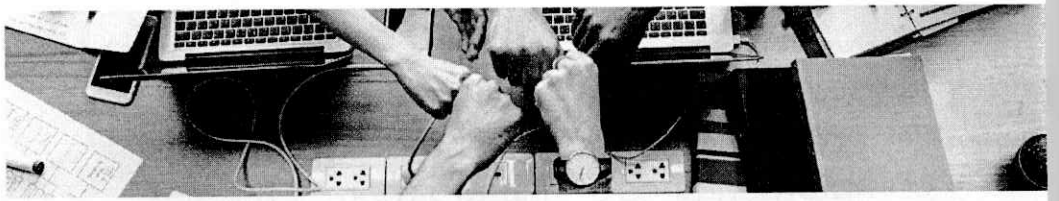
1. Alcanzas mayor visibilidad en menos tiempo
2. Te permite llegar a tu cliente ideal a través de la segmentación:
3. Es económico y efectivo
4. Información detallada del alcance de la campaña



Pauta Paga

La pauto paga, consiste en **pagar para que tus anuncios le aparezcan a los usuarios** de una red social.





Conceptos **CLAVE**

Mercado

El marketing cuantifica y valora el mercado con la intenciones de medir el potencial de crecimiento de una marca.

Conceptos **CLAVE**

Categoría

Grupos de productos formados por ítems complementarios o sustitutos para satisfacer las necesidades del consumidor.
Por ejemplo...

Alimentos

Verduras _ Frutas _ Cárnicos _ Grano

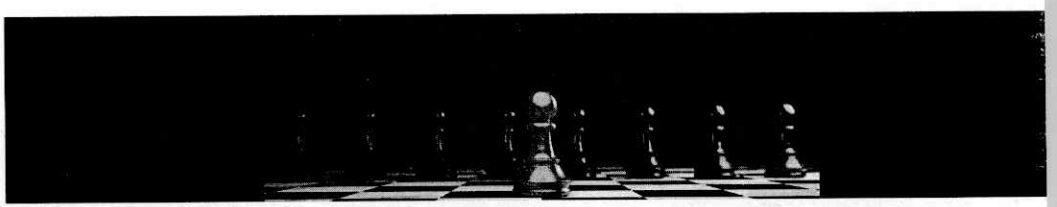
Pauta Orgánica

Son aquellos anuncios o contenidos que visualizamos a través de medios digitales en los que **no hay un pago por posicionar tu marca**



Una ves creada nuestra campaña

1. Enfoque: Darme a conocer en redes sociales ✓
2. Objetivo: Reconocimiento ✓
3. Público: Jóvenes, Adultos ✓
4. Presupuesto: Orgánico / pauta paga
5. Mensaje: Ahora nuestro negocio en redes sociales
6. Gráficos: Fotos de mi negocio Y/o Don Chucho
7. Métricas: Medir el impacto de mi campaña



Conceptos **CLAVE**

Competencia

Permite identificar los competidores directos y reales de mi marca o negocio.



Conceptos **CLAVE**

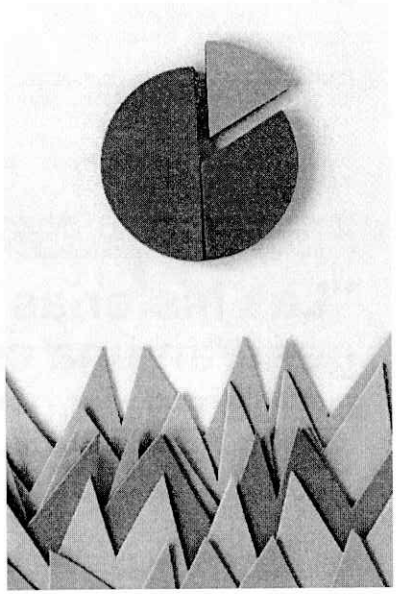
Cliente

Es quien adquiere los productos o servicios de un negocio

Seguimiento y resultados de nuestra primera campaña

5. Mide resultados

Por último, necesitamos una retroalimentación constante de la evolución de nuestra campaña para saber qué estrategias seguir implementando y cuáles no dieron los resultados esperados, analiza los comentarios y reacciones de tus clientes



Propuesta de valor



Lo que transmite nuestro producto y hace que los clientes nos prefieran. Video Cocacola



Conceptos **CLAVE**

Marca

es Lo que nos representa

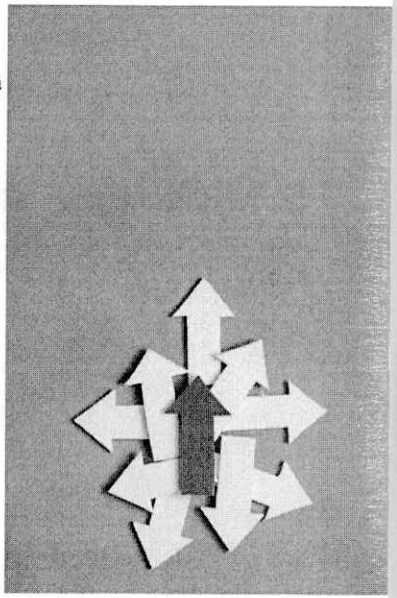
Valor _ beneficios _ diferenciación

Promesa que me haga diferente

Una de las estrategias más efectivas en el mundo digital es la de la narrativa *transmedia*, la cual consiste en producir una historia o una temática única pero en diferentes redes o medios. Esto con la finalidad de que tu audiencia identifique tu campaña desde cualquier aplicación en la que esté y lograr un posicionamiento mayor.

Recuerda que sea la estrategia que elijas, deberás implementarla una vez que estés seguro y conforme su desarrollo podrás ir seleccionando las acciones efectivas y las que deberán ser modificadas.

"Las historias que generan una conexión emocional con el cliente son las mas efectiva¨



4. Define la estrategia

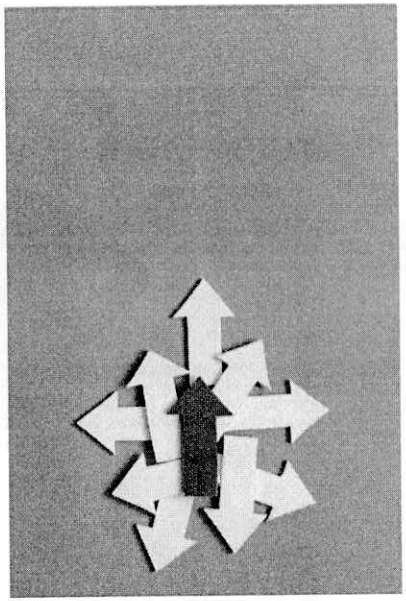
Ahora sí, ha llegado el momento de escoger la manera más adecuada para desarrollar tu campaña digital.

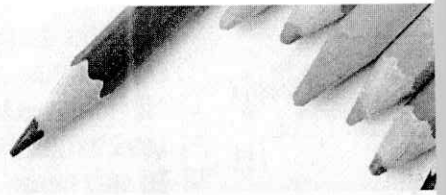
Es importante definir los canales de comercialización (redes sociales)

Ya sabemos que cada red social tiene un publico definido

A la hora de pensar en el tipo de contenido a desarrollar, **se recomienda que esté enfocado en dar valor**, un buen *copy* e imágenes impactantes para que logre llamar la atención de tus usuarios.

Debe ser contenido interesante, que la gente pueda identificar y desee compartir con otros usuarios. Se sugiere que se redes maneje un contenido 80% propio y 20% generado por tus propios seguidores.



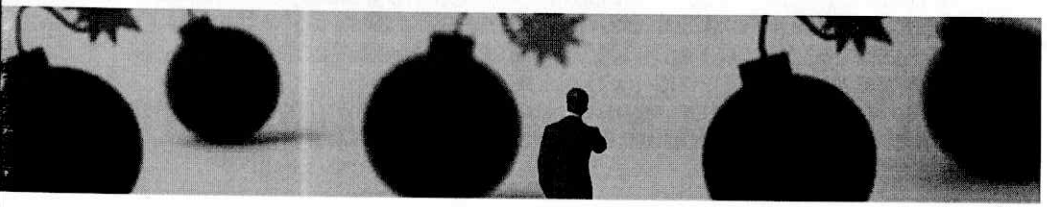


Conclusiones

- El marketing es esencial para el éxito de **cualquier negocio**.
- Comprender y **satisfacer las necesidades del cliente** es crucial.
- Las estrategias de **marketing evolucionan** con el tiempo y la tecnología, como los mismos clientes
- Todo es cuestión de **creatividad y conocimiento del mercado**
- **Diferenciarnos con una propuesta de valor**

Mitos del marketing

EL marketing es cuestión de grandes empresas
El marketing no se aplica a mi negocio
Mis clientes tienen más de 70 años, no están en internet
Los buenos productos se venden solos
Es muy caro
Yo vendo así y punto...



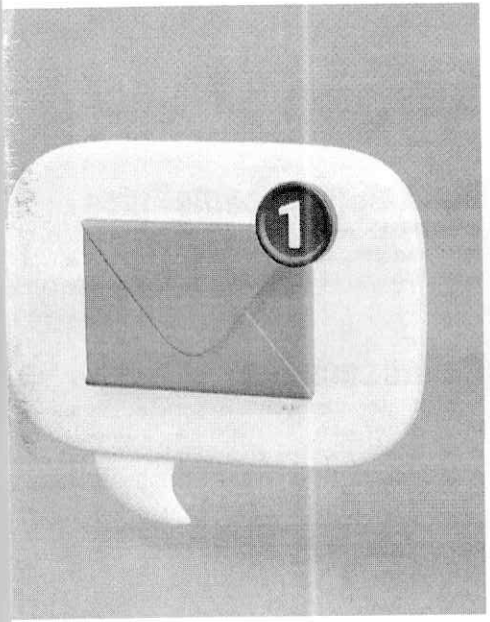
.3. Punto de referencia

Cuando estemos planeando nuestra campaña digital, debemos que tener en cuenta que probablemente ya haya gente haciendo algo parecido, por lo que es muy importante que investigues y nos informemos de qué estrategias son las que maneja nuestra competencia para ver cómo diferenciarnos

A eso se le llama benchmarking,

Tantear el terreno que estás apunto de pisar y ver la mejor forma de pisarlo.
Revisar a nuestros competidores y descubrir lo que les ha funcionado y en lo que han fallado.





Las principales características del marketing digital

Publicidad en linea

Incluye anuncios en redes sociales, motores de búsqueda, sitios web y otras plataformas en linea. Puede ser altamente dirigida y medible

Email Marketing

Implica el envio de correos electrónicos a una lista de suscriptores para promocionar productos, compartir contenido y mantener a los clientes informados.

Propósitos:

Informativo.
Educativo.
Divulgativo.
Publicitario.
Mercadeo.
Entretenimiento.

Desarrollan un tema de interés general **para un amplio sector del público que no tiene conocimientos previos sobre el tema..**



Propósitos:

Informativo.
Educativo.
Divulgativo.
Publicitario.
Mercadeo.
Entretenimiento.

Busca **estimular la demanda** o aceptación del bien, servicio o idea que se promueve y, en general, **modificar las opiniones,** actitudes, deseos y comportamientos de los consumidores.





Las principales características del marketing digital

Marketing de contenidos

Consiste en crear y compartir contenido valioso y relevante para atraer, involucrar y retener a una audiencia, con el objetivo de generar confianza y lealtad.

Redes sociales

Las plataformas de redes sociales permiten interactuar con los clientes, promocionar productos/servicios y crear una comunidad en línea alrededor de la marca.

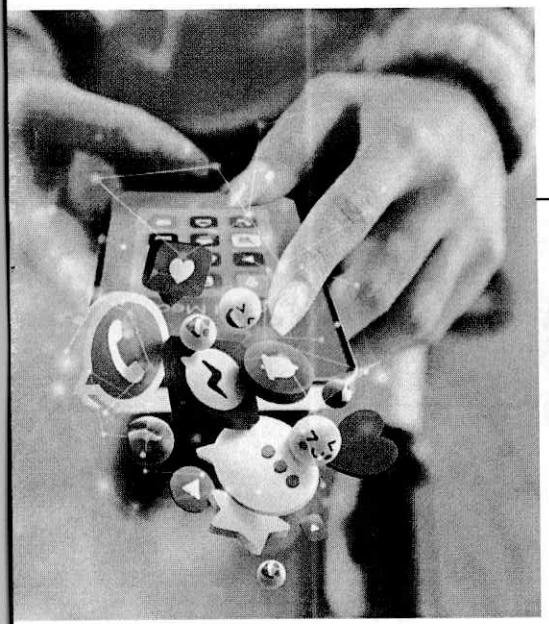
Marketing?

Escuchar las necesidades del cliente para transformarlas en beneficios





MARKETING



¿Por qué Marketing Digital?

- Genera reconocimiento de marca
- Lealtad de los clientes
- Captación de clientes potenciales
- Mejora el servicio al cliente
- Aumenta ventas
- Reduce costos
- Competitividad
- Mejora el posicionamiento

Técnicas de cierre de ventas: los tipos más recomendados

Cierre de escasez

En esta técnica, también conocida como el "cierre de ahora o nunca", se explota el clásico "miedo a perderse algo, para convencer a un prospecto de que compre el producto que se le ofrece.

Haz lucir el trato aún más atractivo ofreciéndole un descuento o un beneficio adicional al cliente potencial, pero dile que **solo podrás ofrecerlo si él actúa inmediatamente y realiza la compra.** Esto funciona especialmente cuando el prospecto está genuinamente interesado en comprar, pero necesita un pequeño empujón para llegar al "sí".

Técnicas de cierre de ventas:
los tipos más recomendados

Cierre por exclusión
En esta técnica se aplica lo que se conoce como psicología inversa. Teniendo en cuenta que **las personas suelen desear cosas que no pueden tener,** diles a los prospectos que tu solución "podría no ser adecuada" para ellos o que tu empresa "puede no calificar para la solución como lo podrían hacer otras empresas".

El cierre por exclusión es efectivo justamente porque haces lo contrario de lo que normalmente hace un vendedor, tomando al prospecto por sorpresa.



Marca

es Lo que nos representa

Valor _ beneficios _ diferenciación

Promesa que me haga diferente

Propuesta de valor



Lo que transmite nuestro producto y hace que los clientes nos prefieran. Video Cocacola

Técnicas de cierre de ventas: los tipos más recomendados

Cierre con resumen

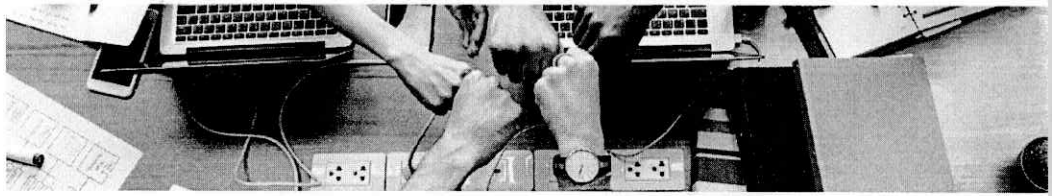
Los ciclos de ventas pueden ser largos, especialmente en el caso de vetas corporativas.





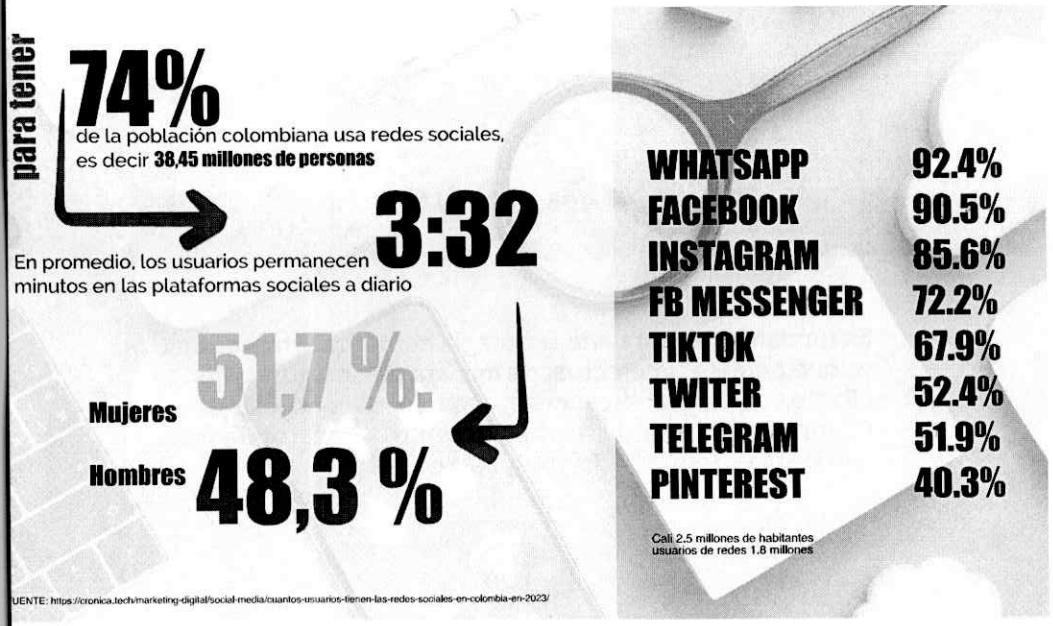
Cómo cerrar una venta: tips para mejorar

Conoce al cliente
Descubre las principales objeciones
Conoce al tomador de decisiones
Comprende cuándo es el momento de rendirse
No olvides que formas parte de un equipo



Conceptos **CLAVE**

Mercado
Competencia
Cliente
Marca



Técnicas de cierre de ventas: los tipos más recomendados

Técnica de cierre del cachorro

Esta técnica de cierre de ventas se inspira en la idea de que si una tienda de mascotas te invita a que "pruebes a llevarte un cachorro" a tu casa por unos días, te enamorarás del animalito y nunca lo devolverás.

La técnica de *cierre del cachorro* consiste en **ofrecer una prueba gratuita de tu producto sin compromiso.** La idea es que el cliente lo encuentre tan indispensable que, después de esa pequeña prueba, no quiera prescindir de tu producto nunca más.

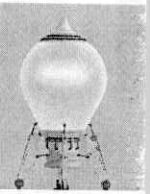
Técnicas de cierre de ventas:
los tipos más recomendados

Cierre de escala
La propuesta de esta técnica es "medir la intención de compra" de un cliente potencial preguntándole qué tan interesado está en tu producto.

En una *escala del 1 al 10*, siendo 1 " no lo compro" y 10 'me lo llevo", ¿cuál es la probabilidad de que siga adelante con la compra?").

El cierre de escala tiene dos grandes ventajas: **permite saber si se esta comunicando de forma efectiva el valor de tu producto** y te **da la oportunidad de responder a cualquier objeción que el cliente pueda tener**

el marketing digital



Es fundamental para una estrategia comercial empresarial, ya que permite , interactuar de manera personalizada con el cliente, medir el alcance e impacto de una estrategia (campaña) y adaptarse rápidamente a las tendencias cambiantes del mercado a muy bajo costo.