PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería 30 de Septiembre de 2020

Señor (a)
JIMMY TORRES BUSTILLO
SUPERVISOR(A) CONTRATO No.1337937 de 2020
Cargo del supervisor: Coordinación académica
Dependencia: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGÍA EL PORVENIR
Ciudad: MONTERÍA

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Septiembre del año 2020

Referencia: NoCO1.PCCNTR.1337937 del año 2020

SOL MARINA ALVEAR SOTELO, identificado con la cédula de ciudadanía No. 50.916.924 de Monteria, en mi calidad de Contratista del SENA, en Programa Ser, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: El Valor total del presente contrato es máximo de VEINTINUEVE MILLONES OCHOCIENTOS CINCUENTA Y OCHO CUATROCIENTOS PESOS MCTE (29.858.400).Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera:a) un primer pago correspondiente al mes de febrero de 2020 por el valor de UN MILLON SETECIENTOS SESENTA Y NUEVE MIL TRESCIENTOS OCHENTA Y SEIS PESOS M/CTE($ 1.769.386.00).b) Ocho pagos iguales correspondientes a los meses de Marzo a octubre de TRES MILLONES TRESCIENTOS DIECISIETE MIL SEISCIENTOS PESOS($3.317.600.00) cada uno.c) Y un último pago correspondiente al mes de Noviembre por valor de UN MILLÓN QUINIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL DOSCIENTOS CATORCE PESOS ($3.317.600.00).
Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la dirección administrativa y financiera de la Dirección General, en la cuenta de ahorros N° 09123344411 de Bancolombia, cuyo titular es el (la) contratista .

Plazo: Será hasta el 14 de Noviembre de 2020.

OBJETO:
Prestar servicios profesionales de carácter temporal de INSTRUCTORES para IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL en el programa de Sena Emprende Rural en el Centro Agropecuario y de Biotecnología el Porvenir Regional Cordoba. En el marco de los lineamientos de (SER).

CLÁUSULA

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Atender la formación de aprendices en el área asignada dentro del programa SER, en las competencias, resultados de aprendizaje y actividades de los proyectos de formación programados dentro de los tiempos que para cada acción se determine por el centro de formación.	Impartí formación profesional integral no presencial. COMPETENCIA . Formular proyectos de produccion biotecnologico de acuerdo con los requerimientos del cliente. Identificar los productos o servicios para la implementación de la U.P., según diagnóstico del entorno y las necesidades del mercado en las siguientes unidades productivas: Ficha 2162728-Emprendedor en Producción de Cultivos Transitorios, Vereda La Bonguita en el Municipio de San Antero. FICHA 2147718 -Emprendedor en Especies Piscicolas, Cispatá , Municipio de San Antero Ficha 2080476- Emprendedor en Desarrollo de Actividades Turisticas en Espacios Naturales, Municipio de San Antero FICHA 2153819 - Emprendedor en procesamiento artesanal de derivados frutas y hortalizas, en la Vereda El Pantano – Puerto Escondido	Archivos cargados al drive: https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing Foto capturas de chat de WhatsApp. Capturas de registro de llamadas. Foto capturas de chat de WhatsApp. Capturas de registro de llamadas Foto Capturas de Chat de Whatsapp Capturas de registro de llamadas Foto Capturas de Chat de Whatsapp, Capturas de registro de llamadas telefónicas.

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
		Ficha 2191305 Mercadeo y Ventas en La vereda La Majagua , San Pelado . Ficha 2153539 Emprendedor en Producción de Plátano y Banano	Foto Capturas de Chat de Whatsapp, capturas de registro llamadas telefónicas a los aprendices. Foto Capturas de Whatsapp , foto capturas de Registro de llamadas telefónicas **(ver anexo 1: capturas de grupo de whasapp, capturas de registro de llamadas telefónicas)** **Archivos Cargados en Drive** **https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing**
2	Establecer la ruta de aprendizaje en Sofía Plus de acuerdo a la programación e intensidad horaria que conoce con la suscripción del contrato.	Se Estableció Ruta de Aprendizaje para la Ficha 2191305	**Ver Anexo 5 (Capturas correo Electronico, capturas de la pagina Sena Sofía) https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing**
3.	Asociar aprendices en el aplicativo Sofía Plus.	Se asoció a los aprendices a la ficha 2191305 en el aplicativo Sofía Plus	**Ver Anexo 5 (Capturas correo Electronico, capturas de la pagina Sena Sofía) https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing**
4	Planear y ejecutar las actividades relacionadas en la guía de aprendizaje	Se elaboró material pedagógico, para las fichas activas en formación: 2162728 2147718 2080476 2153819 2191305	**Pantallazos** **(Ver Anexo 4: Evidencias de Guía de trabajo autonomo del Instructor)** https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
		2153539	
5	Cumplir con los productos asociados al proyecto en actividades de formador del programa de formación	Se realizó acompañamiento no presencial a las fichas asignadas: 2162728 2147718 2080476 2153819 2191305 2153539	-Foto capturas de chat de WhatsApp. **(ver anexo 1: capturas de grupo de whasapp, capturas de registro de llamadas telefónicas)** **Archivos Cargados en Drive:** **https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing**
6	Apoyar la gestión del programa de formación para el posicionamiento Regional de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato.	Participé a las reuniones convocadas por la líder de grupo sobre Estrategia Linkedin. Envié a los diferentes grupos la información para acceder a los diferentes cursos de la Plataforma Likendin Learning.	(**Ver Anexo 2: evidencias de otras otras actividades**) https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing
7	Participar activamente en el cumplimiento de las metas de formación de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato	No Aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro
8	Generar y ejecutar una estrategia que permita la permanencia de los aprendices durante el tiempo total del curso.	Se realizó acompañamiento no presencial charlas motivacionales a las fichas asignadas: 2162728 2147718 2080476 2153819 2191305 2153539	Foto capturas de chat de WhatsApp. (**ver anexo 1 : capturas de grupo de whasapp, capturas de registro de llamadas telefónicas**) **Archivos Cargados en Drive:** **https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing**

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
9	Realizar el seguimiento de cada aprendiz mediante la orientación y acompañamiento a las actividades de aprendizaje y reportar avances o dificultades de manera oportuna a la Coordinación Académica en los formatos y tiempos que se dispongan para ellos.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro
10	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar los informes mensuales de la ejecución del contrato o los productos que se le requiera, además del informe mensual de actividades según la fase en que se encuentre el curso (planear, ejecutar y evaluar) durante el desarrollo del proceso de aprendizaje y de las actividades en general con sus respectivos anexos.	Se presenta informe mensual (Septiembre) de ejecución de actividades.	Documento requeridos cargados a la plataforma SECOP II
11	Gestionar y propiciar recursos en las comunidades objeto de la formación.	No aplica para mes objeto de cobro	No aplica para mes objeto de cobro
12	El instructor contratista se obliga durante el periodo de duración del contrato al proceso de certificación de competencias según normas de competencias que aplican a la función instructor, así como a los procesos, que el SENA adelante, para certificar	No aplica para mes objeto de cobro	No aplica para mes objeto de cobro

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
	Habilidades pedagógicas y capacitarse en el idioma ingles y aplicar al proceso de certificación de las normas de competencia "ORIENTAR FORMACION PRESENCIAL DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TECNICO Y NORMATIVO" y aportar el respectivo certificado aprobado al informe de ejecución contractual.		
13	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato	Se presenta informe mensual (Septiembre) de ejecución de actividades.	Documento requeridos cargados a la plataforma SECOP II
14	Desarrollar las horas de formación que requiera la implementación del programa.	Se Ejecutó FPI a las diferentes formaciones asignadas	**(Ver anexo 6. Horas reportadas en plataforma sofia plus).**
15	prestando con seriedad, responsabilidad, profesionalidad, eficiencia, oportunidad y diligencia estos servicios.	Se Brindó Formación y realizó acompañamiento no presencial Profesional Integral en los programa y Competencias del Área	**(Ver Anexo 3: Evidencia de Envío de reportes semanales)** **https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing** **(Ver anexo 6: Horas reportadas en plataforma sofia plus)**
16	Atender según los requerimientos de la Subdirección de centro, actividades de apoyo a la supervisión de contratos y/o evaluación de propuestas según las competencias que su formación académica le permitan desarrollar.	Se Brindó Formación y realiza acompañamiento no presencial Profesional Integral en los programa y Competencias del Área	**(Ver anexo 6:Horas reportadas en plataforma sofia plus)**

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
17	Apoyar las diferentes acciones definidas por el programa dentro de las líneas de atención (autoconsumo, activos bioculturales, negocios rurales, fortalecimiento y ocupaciones rurales) de acuerdo con los diseños curriculares y la distribución del momento.	Se realizó acompañamiento no presencial a las fichas asignadas: 2162728 2147718 2080476 2153819 2191305 2153539	(**ver anexo 1: ver anexo capturas de grupo de whasapp, capturas de registro de llamadas telefónicas)** **https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing**
18	Planear, ejecutar, realizar seguimiento y evaluar las acciones de formación para el emprendimiento rural de acuerdo al procedimiento y actividades establecidas para el programa SER en el Sistema Integrado de gestión de Calidad del SENA de acuerdo a las orientaciones del Líder de Programa SER de su Centro de formación	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
19	Entrega de informes y resultados parciales mensuales en cada uno de los reportes de cuentas.	Se presenta informe mensual de ejecucion de actividades.	Documento requeridos cargados a la plataforma SECOP II
20	Apoyar la planeación, ejecución y sistematización de las acciones de convocatoria de población objetivo para la conformación de los grupos de formación, ya sean directas o en articulación con entidades públicas o privadas del orden local, regional o nacional, priorizando la participación y	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
	vinculación de la población entre 15 y 28 años.		
21	Ejecutar las acciones de formación haciendo uso de la estrategia pedagógica de "formación por proyectos" para formación complementaria especial, de acuerdo al procedimiento de calidad del programa SER dentro del proceso "Gestión del emprendimiento y empresarismo"	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
22	Formular y orientar los proyectos formativos con carácter empresarial, usando tecnologías adecuadas y adaptadas a las condiciones locales, en aras de su sostenibilidad, la generación de ingresos y empleo, en articulación con los instructores de emprendimiento; debidamente costeados y con actividades definidas en el marco del uso de estrategias didácticas bajo la filosofía de aprender haciendo; priorizando el uso de los materiales de formación.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
23	Reportar y sistematizar las actividades, acciones y resultados realizadas en el marco del objeto contractual, en los diferentes sistemas, plataformas y formatos establecidos por el SENA para el seguimiento de la	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
	información, tales como SOFIA plus, GISENA y otros dispuestos temporalmente para el seguimiento de actividades específicas, entregando informe al supervisor del contrato y al Líder del programa en su centro de formación.		
24	Ejecutar los talleres trasversales de apoyo a la generación de emprendimientos rurales en el marco de las acciones del programa SER, como mínimo: taller de fortalecimiento de competencias para la innovación, taller identificación perfil emprendedor, taller de liderazgo y competencias blandas, taller de educación financiera, taller de ideación y modelo de negocio CANVAS, taller de gestión financiera.	Se elaboró material talleres sobre Costos de Producción y Modelo Canvas	**(Ver Anexo 4: Evidencias de Guía de trabajo autonomo del Instructor)** **Archivos Cargados en Drive:** **https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing**
25	Apoyar la articulación de las acciones del programa SER con las estrategias institucionales tales como SENNOVA, AGROSENA, SIGC; de acuerdo a las orientaciones del Líder del Programa SER	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
26	Crear al menos una unidad productiva rural sostenible resultado de la ejecución del respectivo programa de formación.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
27	De apoyo a la gestión del emprendimiento rural: realizar el diagnóstico	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
	inicial, georeferenciación y caracterización de las unidades productivas asignadas, creadas en la vigencia anterior y diseñar un plan de fortalecimiento de acuerdo al procedimiento y formatos establecidos para esta actividad por el programa SER; así mismo caracterizar y sistematizar los casos exitosos del programa.		
28	Ejecutar las acciones de acompañamiento y asesoría técnica a las unidades productiva en el marco del procedimiento de fortalecimiento empresarial del programa SER, orientadas a los siguientes logros: gestión tecnológica y actualización del sistema productivo, actividades de gestión de recursos (ferias, muestras empresariales, convocatorias, concursos, negociaciones y contrataciones), adopción de esquemas o normas de buenas prácticas y otras orientadas a la producción, refinamiento, diseño y mejora del producto y de los procesos de la unidad productiva.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
29	Entregar oportunamente, con pertinencia y adecuadamente diligenciados los informes de acompañamiento y	Se entregó Oportunamente y con pertinecia el informe mensual contractual .	Informe contractual Plataforma Secop II.

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
	fortalecimiento a unidades productivas al supervisor del contrato en concertación con el Líder del programa SER y las orientaciones del programa.		
30	Participar en las jornadas de actualización y transferencia tecnológica convocadas por el Líder del programa y/o por la coordinación del programa SER de la Dirección General, para su implementación en las acciones del programa.	Se participó en la Reunión convocada por el Coordinador de Formación Ing Eduwin Negrete el día 9 de Septiembre, a través de Microsoft Teams.	**(Ver Anexo 2: evidencias de otras otras actividades)** **https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing**
31	Realizar su afiliación ante la Administradora de Riesgo Laborales que disponga el SENA, bajo la clase de riesgo tipo II relacionada con labores agrícolas.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
32	Programar y reportar a su supervisor de contrato, con una antelación mínima de una semana los ambientes de aprendizaje y unidades productivas a visitar, de manera que se autorice por escrito su movilización previa a la salida, en el marco de su objeto contractual.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
33	Las demás que sean asignadas por el supervisor de contrato en concertación con el Líder del programa SER de acuerdo a los lineamientos del programa SER.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
34	Atender según los requerimientos de la Subdirección de centro, actividades de apoyo a la supervisión de contratos y/o evaluación de propuestas según las competencias que su formación académica le permitan desarrollar.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
35	Apoyar las actividades de investigación e innovación que se desarrollen en el centro de formación.	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.
36	Aplicar los procedimientos correspondientes al instructor para formalizar la deserción de los aprendices que abandonan el proceso formativo de acuerdo con lo establecido en el reglamento del aprendiz SENA vigente	No aplica para mes objeto de cobro.	No aplica para mes objeto de cobro.

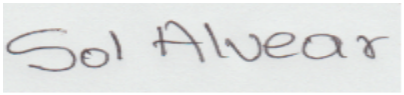
A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.
Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				
2.				

Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el **No. de la planilla 9409733767 , de aportes en línea de mes Agosto del año 2020.** (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en (129) folios
Cordialmente,



SOL MARINA ALVEAR SOTELO
Contratista
C.C. No. 50916924

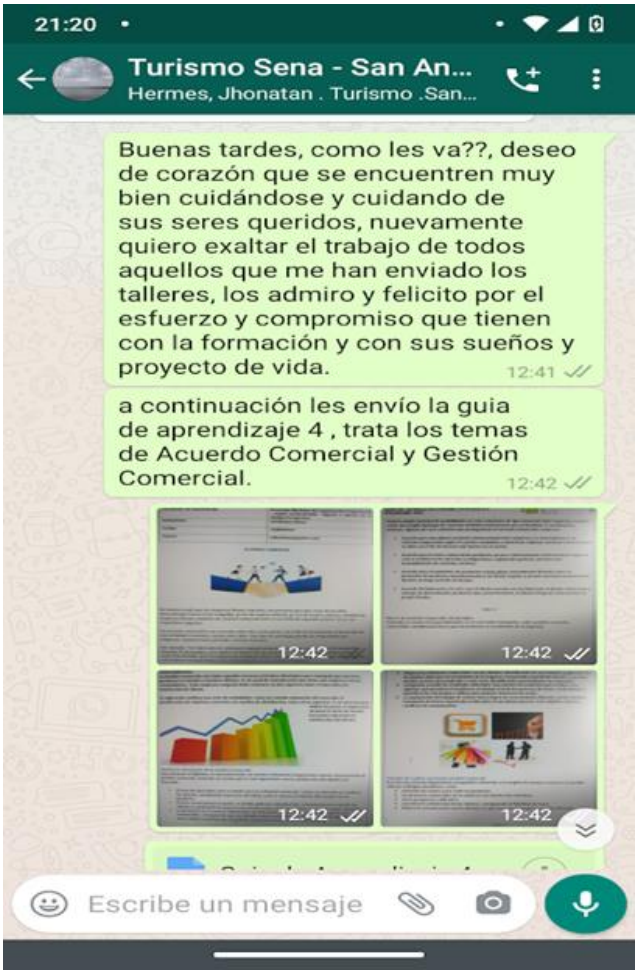
Recibí a satisfacción

Firma
JIMMY TORRES BUSTILLO
Supervisor contrato N°1337937 de 2020
Coordinador Académico
CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGÍA EL PORVENIR

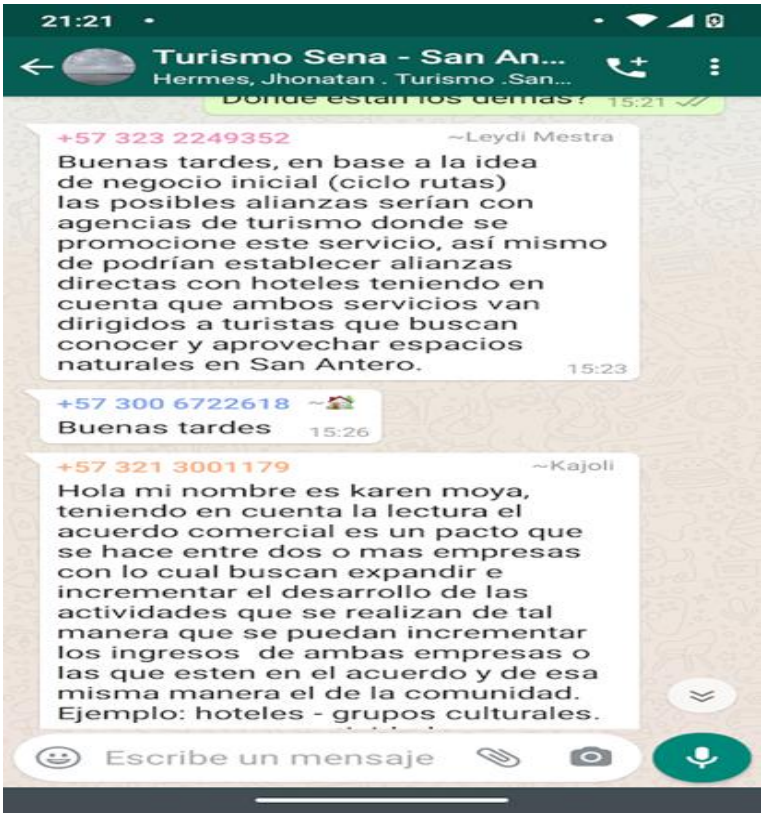
https://drive.google.com/drive/folders/1qfzAL8mzmCVw0T_LIixgTKuReipACRKx?usp=sharing

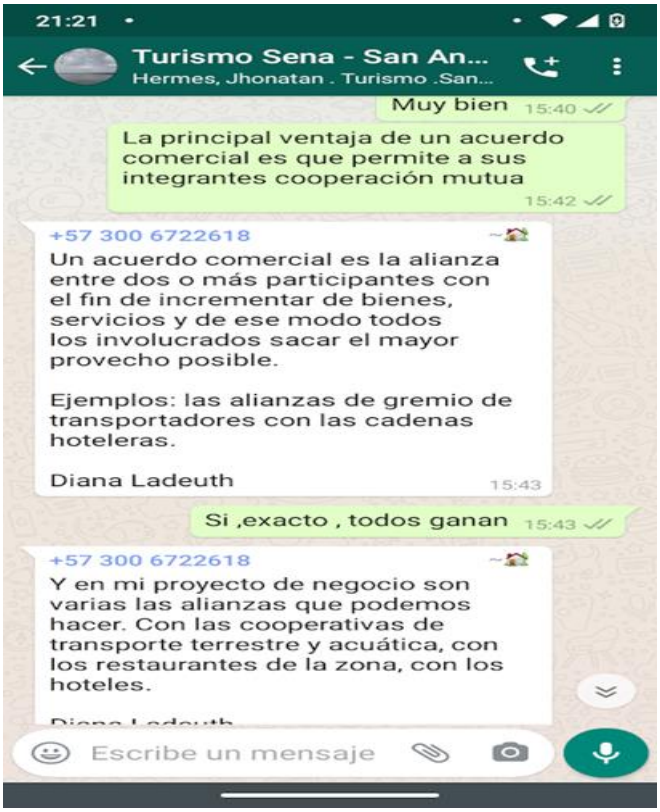
ANEXO 1

Evidencias Semana del 3 de Agosto – 5 de Septiembre.
Ficha 2080476

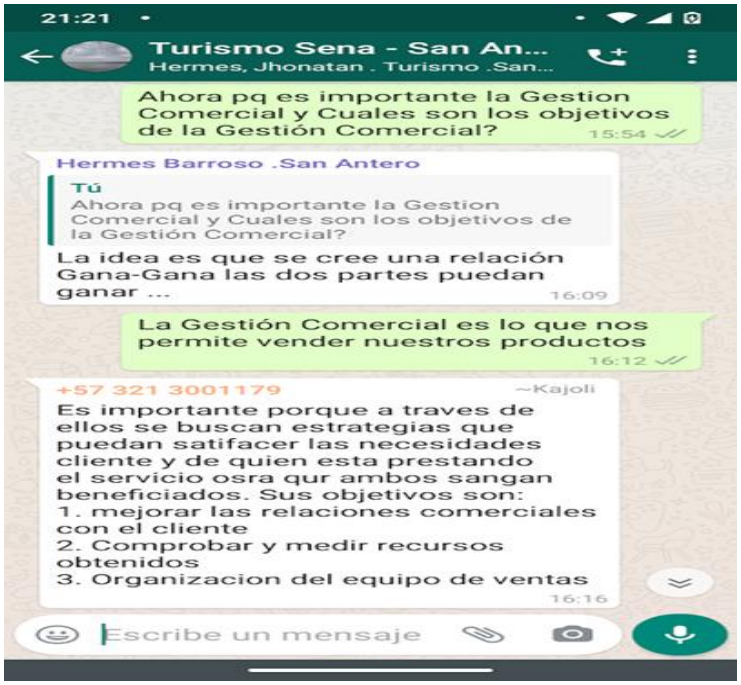



21:21
Turismo Sena - San An...
Hermes, Jhonatan . Turismo .San...
14:48
Hermes Barroso .San Antero
Por aquí 14:48
+57 314 5100637 ~KEY
Desde nuestra actividad, venimos promivendo los acuerdos, dado que los operadores turísticos establecemos alianzas con otros gremios del sector. Acuerdos en los que cada uno se compromete a cumplir algo para impulsar nuestro negocio. 14:48
Còmo decimos coloquialmente un gana gana 14:48
Un ejemplo Agencias- Hoteles 14:50
Muy bien , eso es un ejemplo de Acuerdo Comercial 14:51
Quién más da su aporte 14:51
Hermes Barroso .San Antero
Otro ejemplo.. de un acuerdo comercial son los Tours tu pagas para q te muestren el los sitios turísticos 14:57
El hotel - con los operadores de los
Escribe un mensaje


21:21
Turismo Sena - San An...
Hermes, Jhonatan . Turismo .San...
15:21
+57 323 2249352 ~Leydi Mestra
Buenas tardes, en base a la idea de negocio inicial (ciclo rutas) las posibles alianzas serían con agencias de turismo donde se promocione este servicio, así mismo de podrían establecer alianzas directas con hoteles teniendo en cuenta que ambos servicios van dirigidos a turistas que buscan conocer y aprovechar espacios naturales en San Antero. 15:23
+57 300 6722618 ~
Buenas tardes 15:26
+57 321 3001179 ~Kajoli
Hola mi nombre es karen moya, teniendo en cuenta la lectura el acuerdo comercial es un pacto que se hace entre dos o mas empresas con lo cual buscan expandir e incrementar el desarrollo de las actividades que se realizan de tal manera que se puedan incrementar los ingresos de ambas empresas o las que esten en el acuerdo y de esa misma manera el de la comunidad. Ejemplo: hoteles - grupos culturales.
Escribe un mensaje

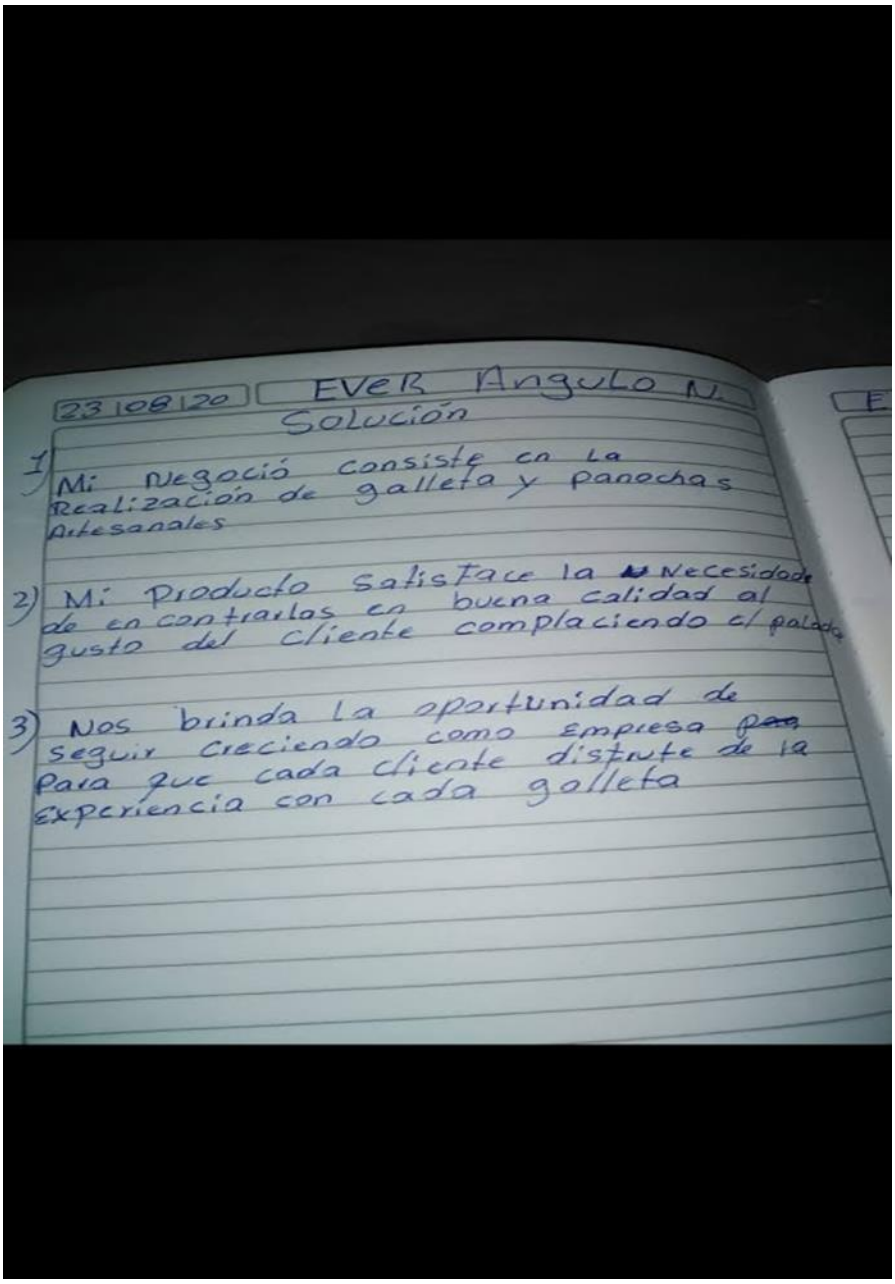

21:21
Turismo Sena - San An...
Hermes, Jhonatan . Turismo .San...
Muy bien 15:40
La principal ventaja de un acuerdo comercial es que permite a sus integrantes cooperación mutua 15:42
+57 300 6722618
Un acuerdo comercial es la alianza entre dos o más participantes con el fin de incrementar de bienes, servicios y de ese modo todos los involucrados sacar el mayor provecho posible.
Ejemplos: las alianzas de gremio de transportadores con las cadenas hoteleras.
Diana Ladeuth 15:43
Si ,exacto , todos ganan 15:43
+57 300 6722618
Y en mi proyecto de negocio son varias las alianzas que podemos hacer. Con las cooperativas de transporte terrestre y acuática, con los restaurantes de la zona, con los hoteles.
Escribe un mensaje

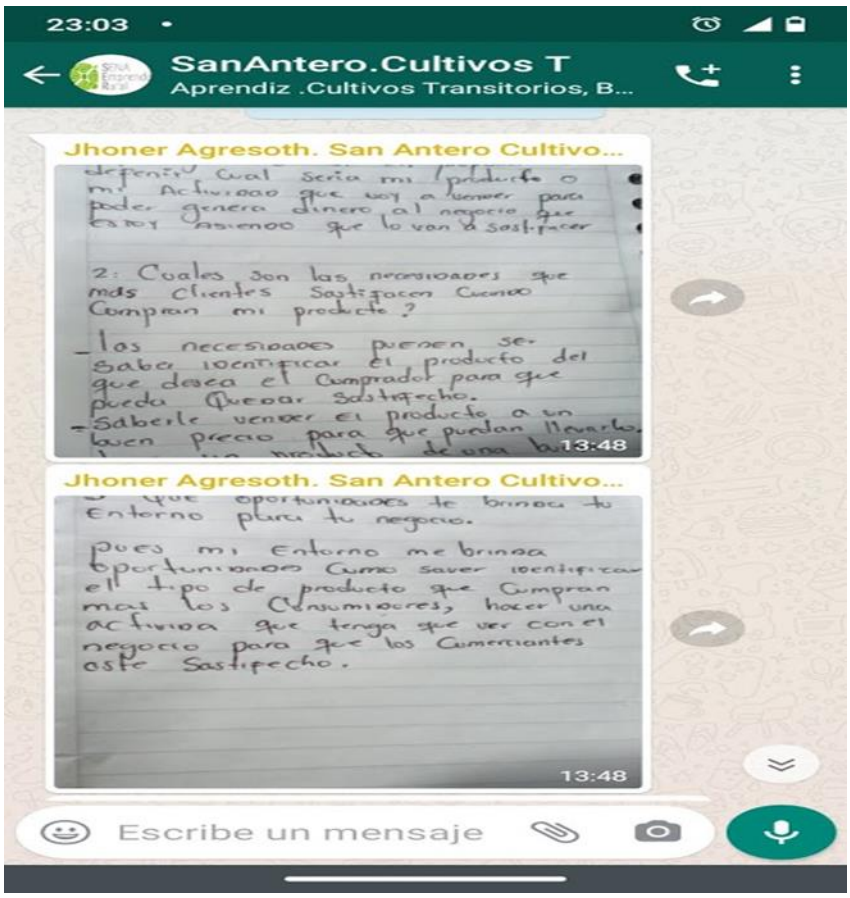

21:21
Turismo Sena - San An...
Hermes, Jhonatan . Turismo .San...
+57 323 2249352 ~Leydi Mestra
Mediante la gestión comercial se puede lograr definir los pasos a seguir para alcanzar las metas que se tiene en cada organización, buscando satisfacer al cliente y mejorar como empresa, a través de este estudio se busca conocer al cliente y el grado de satisfacción con la oferta que se brinda, permitiéndonos afianzar estrategias para ofrecer un mejor servicio. 16:30
Asi es, conocer el mercado y busca la satisfacción del cliente 16:35
quienes más estan por alli? 16:55
Quedo atenta, a que me manden los talleres que tengan pendiente 17:10
a los nuevos que entraron escribanme al interno 17:11
muchas gracias, 17:11
+57 300 5152712 ~Ray
Tú
Quiero recordarles nuestra cita el próximo viernes , los que aún no se han puesto al día con las guías aún están a t...
Escribe un mensaje

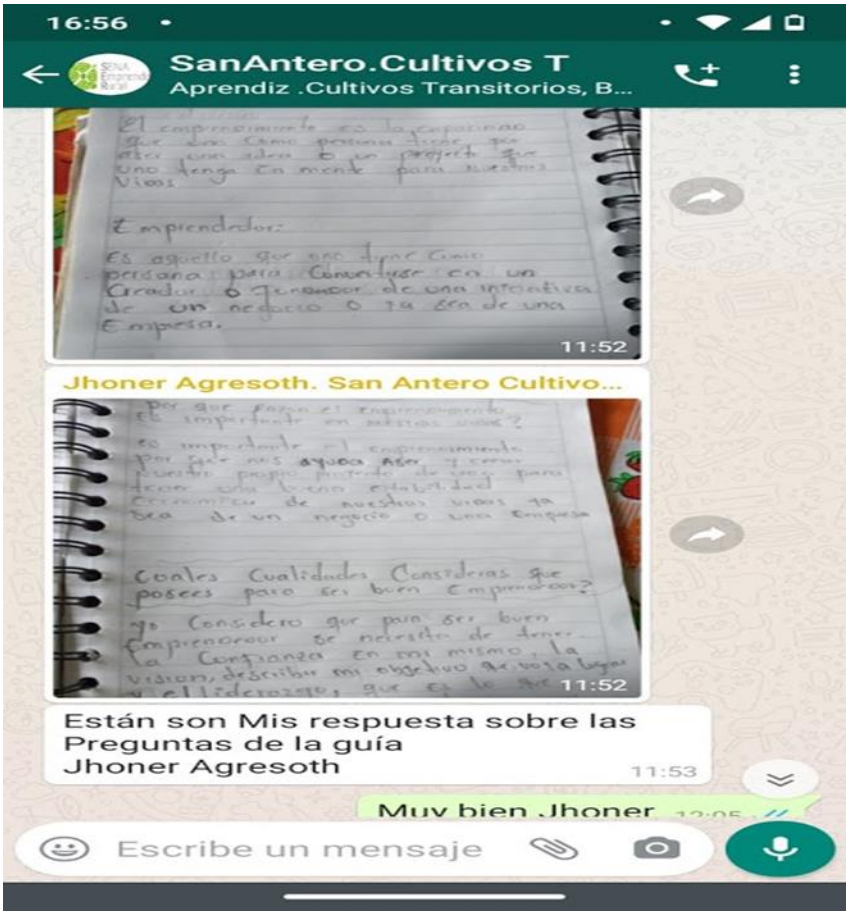

21:21
Turismo Sena - San An...
Hermes, Jhonatan . Turismo .San...
Ahora pq es importante la Gestion Comercial y Cuales son los objetivos de la Gestión Comercial?
15:54
Hermes Barroso .San Antero
Tú
Ahora pq es importante la Gestion Comercial y Cuales son los objetivos de la Gestión Comercial?
La idea es que se cree una relación Gana-Gana las dos partes puedan ganar ...
16:09
La Gestión Comercial es lo que nos permite vender nuestros productos
16:12
+57 321 3001179
~Kajoli
Es importante porque a traves de ellos se buscan estrategias que puedan satifacer las necesidades cliente y de quien esta prestando el servicio osra qur ambos sangan beneficiados. Sus objetivos son:
1. mejorar las relaciones comerciales con el cliente
2. Comprobar y medir recursos obtenidos
3. Organizacion del equipo de ventas
16:16
Escribe un mensaje


21:21
Turismo Sena - San An...
Hermes, Jhonatan . Turismo .San...
+57 314 5100637
~KEY
La gestion comercial, està enfocada a esa acciones que hacemos para crecer como negocio o empresa...por ejemplo conocer lo que el cliente quiere, hacer estrategias para atater nuevos turistas en este caso. Por otro la medición o evaluación de lo que se viene haciendo para ver si está funcionando o no, por ejemplo si hay una promoción sí tuvo o no resultados o hay que cambiar. Y finalmente la reuniones los que están en el área de ventas para qué se logré el crecimiento y sostenibilidad
16:17
*que se logre
16:18
+57 300 6722618
Tú
Ahora pq es importante la Gestion Comercial y Cuales son los objetivos de la Gestión Comercial?
Porque son todas las estrategias que utilizamos Para que nuestro producto o servicio sea llamativo al cliente y así alcanzar nuestros objetivos.
Los objetivos son :
Conocer el mercado.
Escribe un mensaje

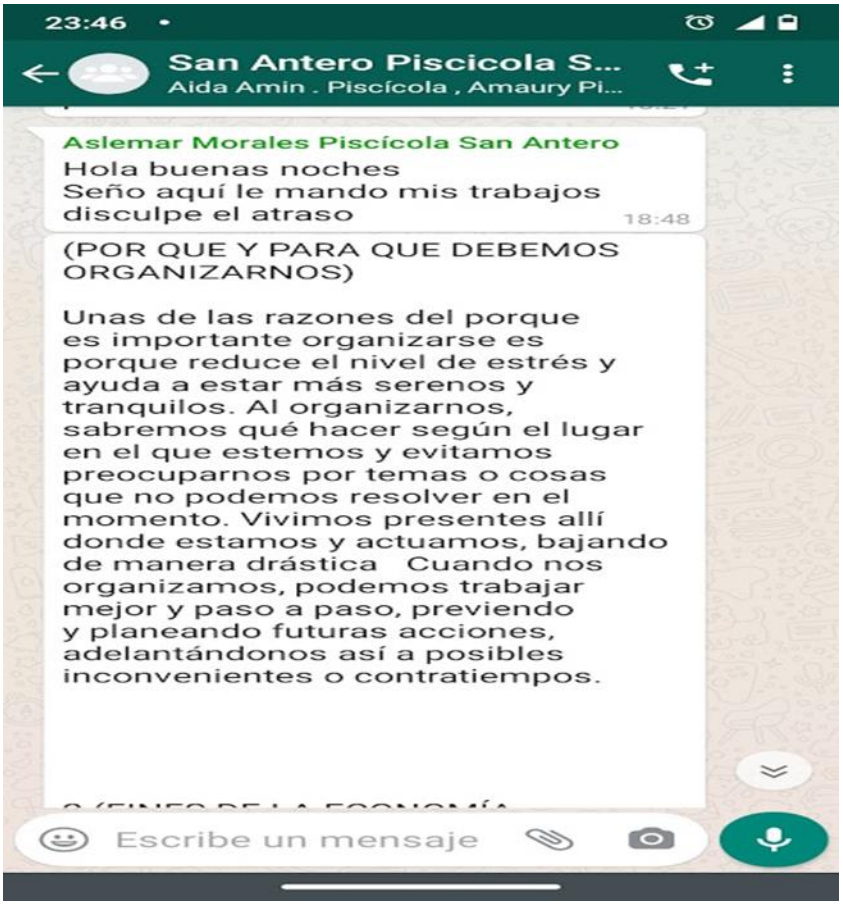
FICHA 20162728

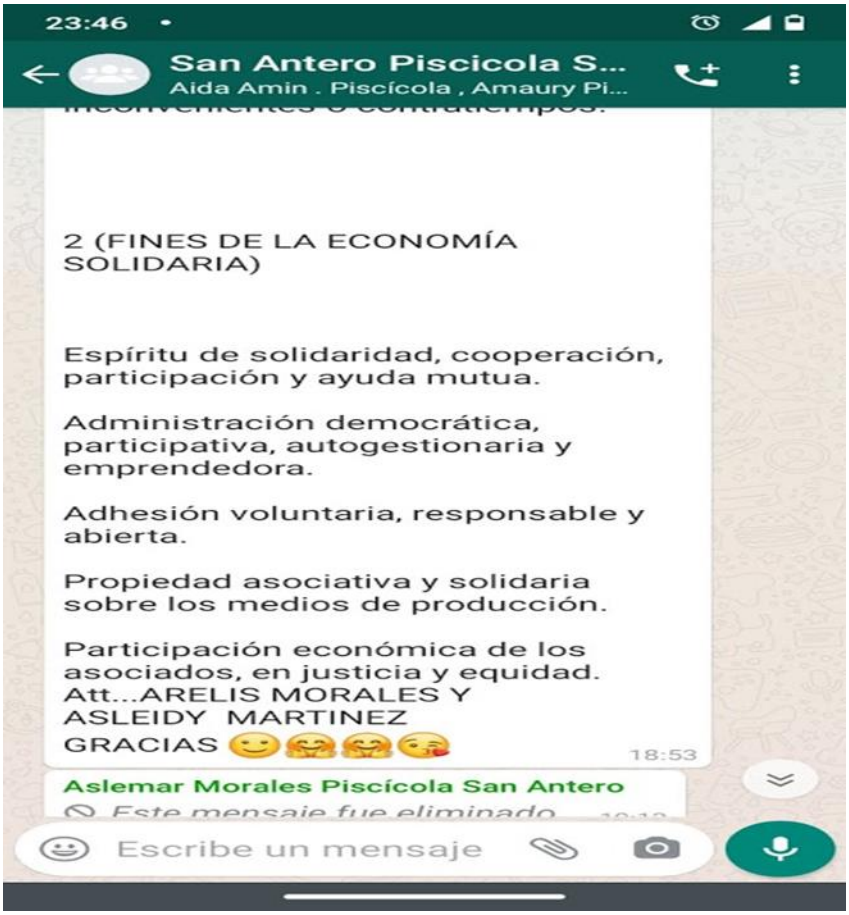


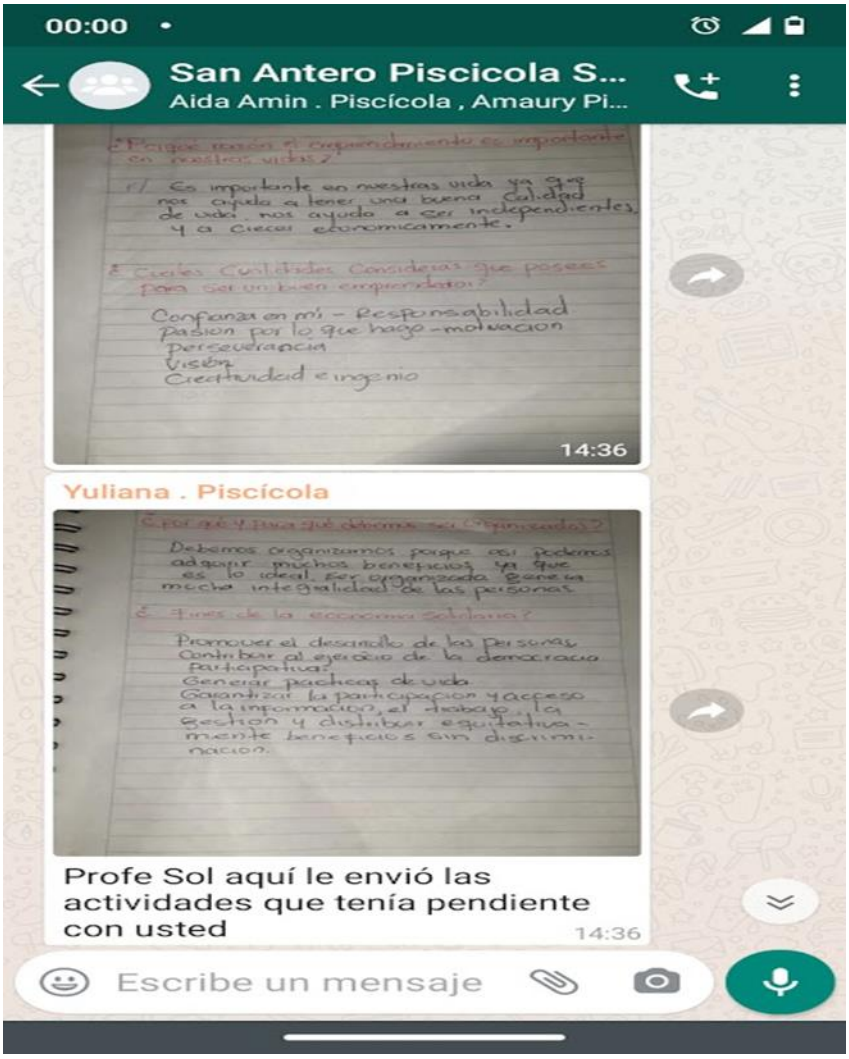

23:03
SanAntero.Cultivos T
Aprendiz .Cultivos Transitorios, B...
Jhoner Agresoth. San Antero Cultivo...
13:48
Jhoner Agresoth. San Antero Cultivo...
13:48
Escribe un mensaje


16:56
SanAntero.Cultivos T
Aprendiz .Cultivos Transitorios, B...
11:52
Jhoner Agresoth. San Antero Cultivo...
11:52
Están son Mis respuesta sobre las Preguntas de la guía
Jhoner Agresoth
11:53
Escribe un mensaje

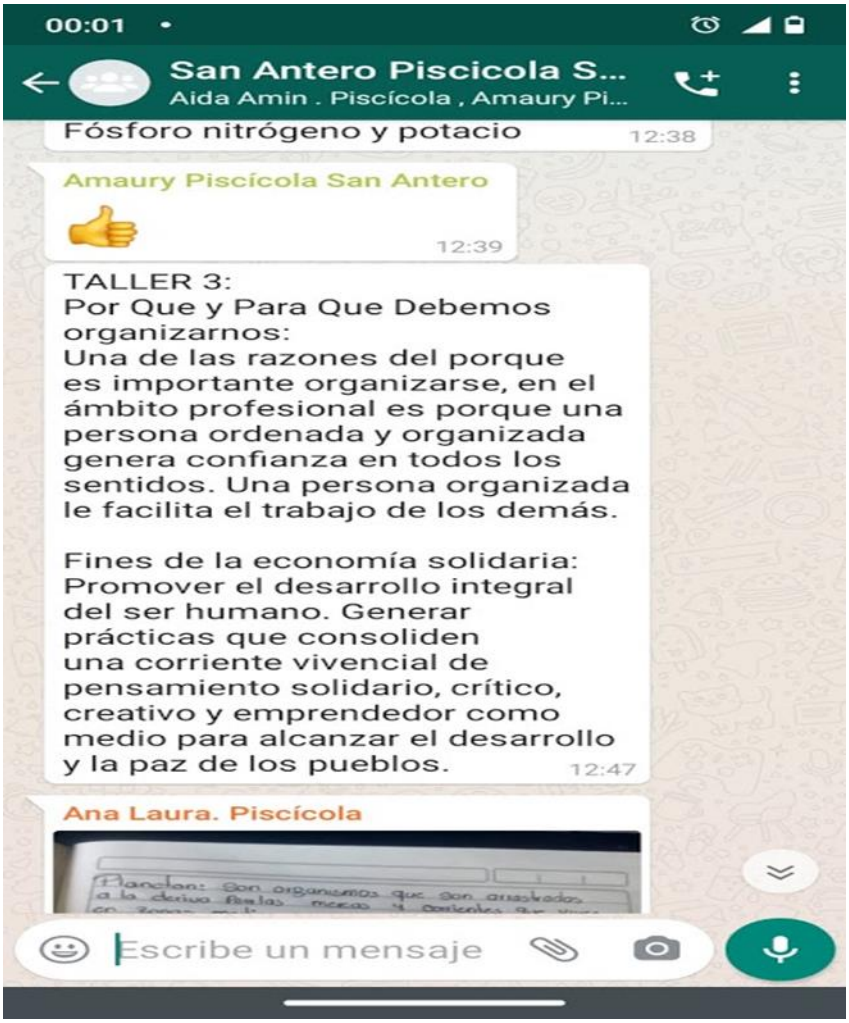
Ficha 2147718



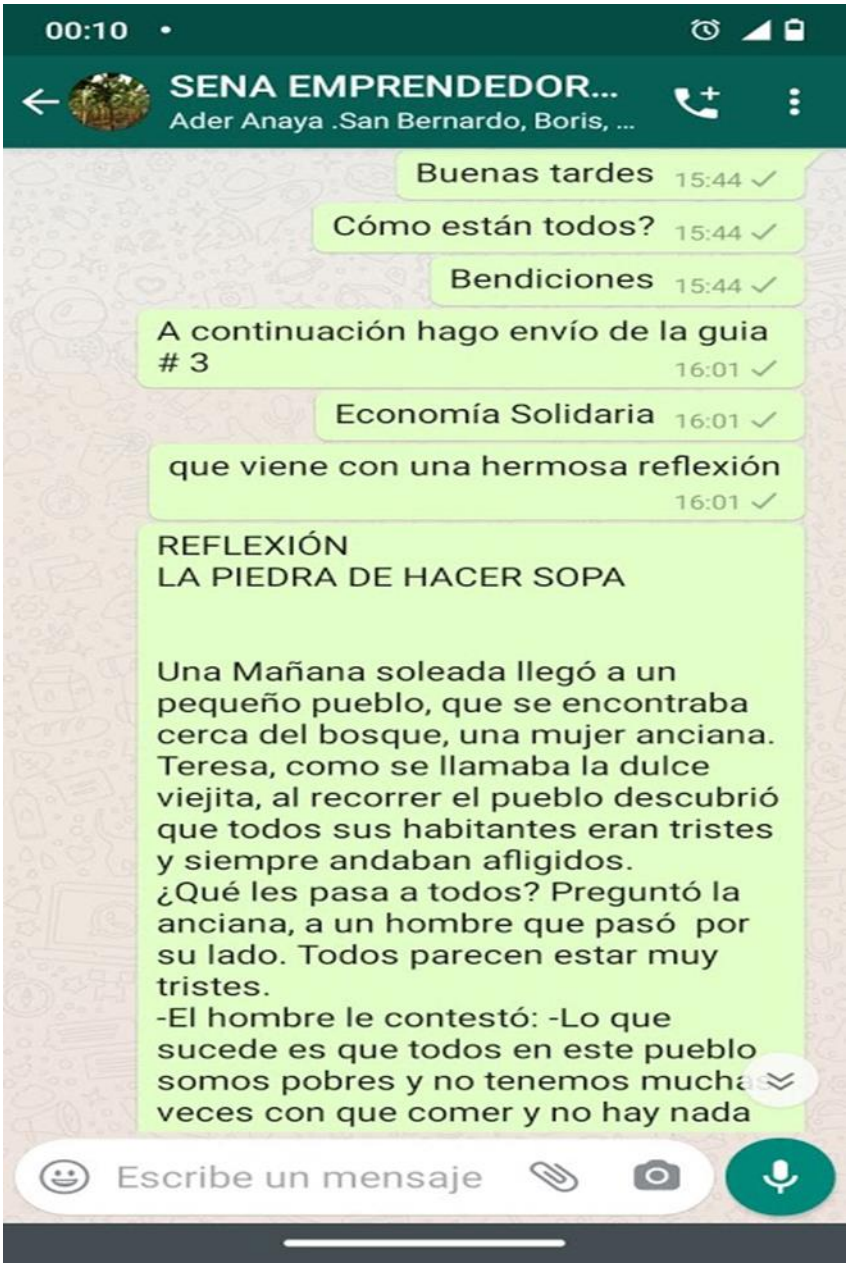

23:46
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
2 (FINES DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA)
Espíritu de solidaridad, cooperación, participación y ayuda mutua.
Administración democrática, participativa, autogestionaria y emprendedora.
Adhesión voluntaria, responsable y abierta.
Propiedad asociativa y solidaria sobre los medios de producción.
Participación económica de los asociados, en justicia y equidad.
Att...ARELIS MORALES Y ASLEIDY MARTINEZ
GRACIAS
18:53
Aslemar Morales Piscícola San Antero
Escribe un mensaje


00:00
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
Es importante en nuestras vida ya que nos ayuda a tener una buena calidad de vida, nos ayuda a ser independientes y a crecer económicamente.
Confianza en mí - Responsabilidad
Pasión por lo que hago - motivación
Perseverancia
Visión
Creatividad e ingenio
14:36
Yuliana . Piscícola
Debemos organizarnos porque así podemos adquirir muchos beneficios ya que es lo ideal ser organizada genera mucha integralidad de las personas
Promover el desarrollo de las personas
Contribuir al ejercicio de la democracia participativa
Generar pacheas de vida
Garantizar la participación y acceso a la información, al trabajo, la gestión y distribuir equitativamente beneficios sin discriminación.
Profe Sol aquí le envió las actividades que tenía pendiente con usted
14:36
Escribe un mensaje

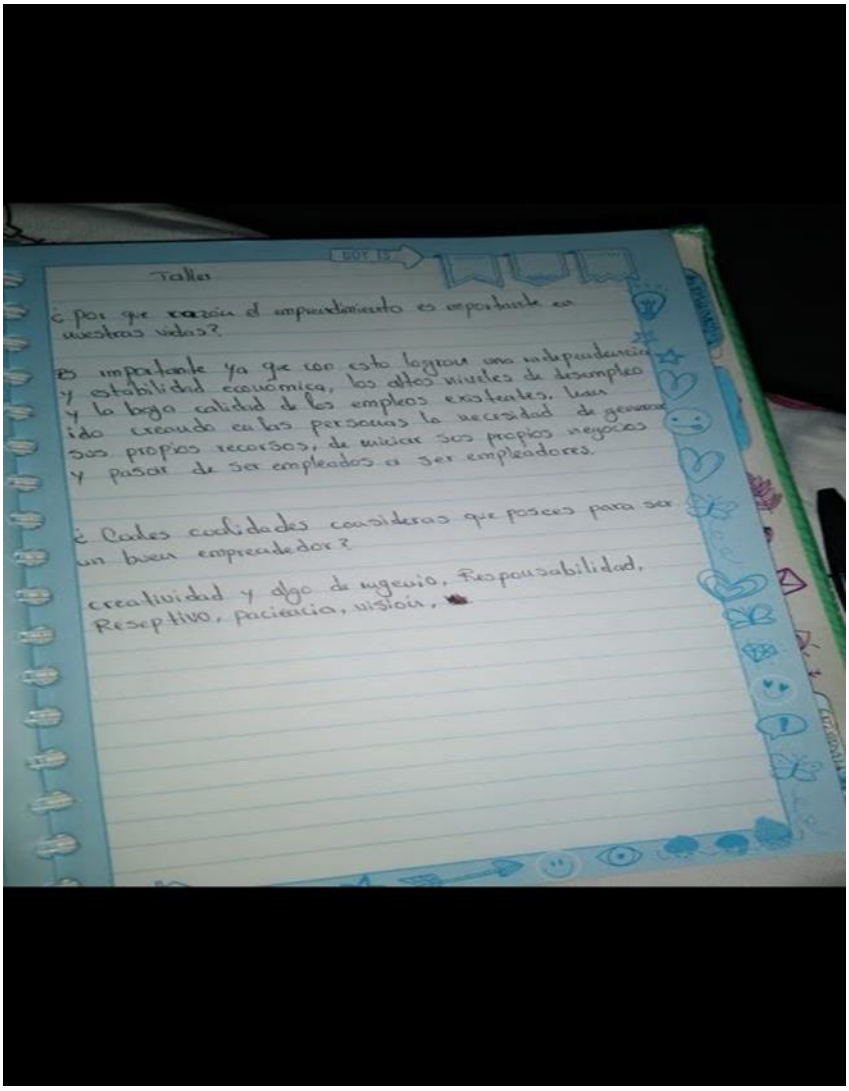

00:01
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
día
sonríe!!
08:48
Flor María . San Antero Cultivos Transito...
1.porque y para que debemos organizarnos
R/ debemos organizarnos por qué la organización es el mejor método para obtener los fines propuestos "la unión hace la fuerza" y si todos en una asociación o cooperativa aportamos un granito de arena podemos obtener muchos beneficios y así aportar a la familia y a la sociedad mejores formas de vida.
2.fines de la economía solidaria
R/ los fines de la economía solidaria son todos los métodos que utilizamos para obtener beneficios para nuestros afiliados y sus familias atraves de las actividades que realicemos.
Grupo: de Luz Dary Martínez Díaz
Germán de los santos Blanquiceth
Nelson Juan Blanquiceth
15:53
Flor María . San Antero Cultivos Transit...
Escribe un mensaje

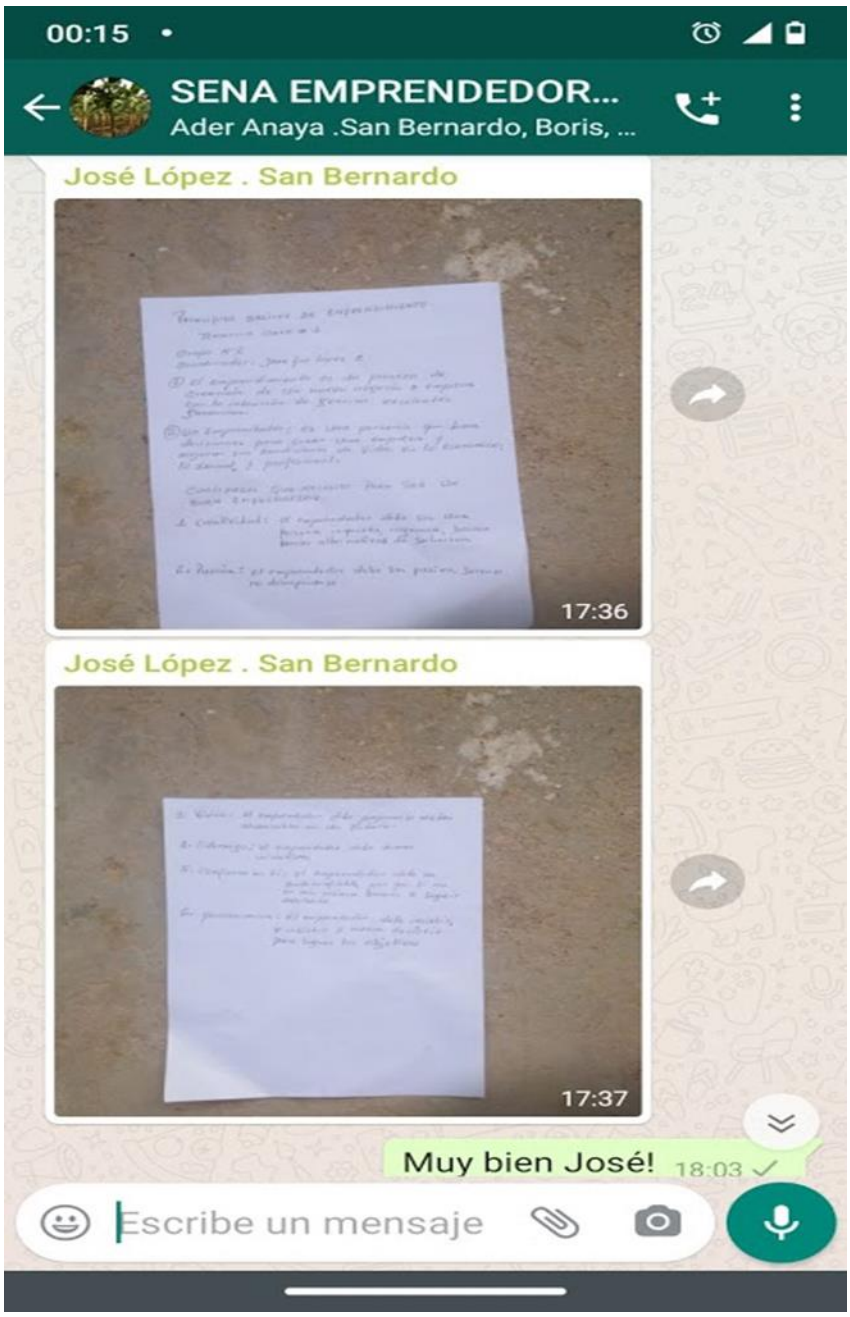

00:01
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
Fósforo nitrógeno y potacio
12:38
Amaury Piscícola San Antero
12:39
TALLER 3:
Por Que y Para Que Debemos organizarnos:
Una de las razones del porque es importante organizarse, en el ámbito profesional es porque una persona ordenada y organizada genera confianza en todos los sentidos. Una persona organizada le facilita el trabajo de los demás.
Fines de la economía solidaria: Promover el desarrollo integral del ser humano. Generar prácticas que consoliden una corriente vivencial de pensamiento solidario, crítico, creativo y emprendedor como medio para alcanzar el desarrollo y la paz de los pueblos.
12:47
Ana Laura. Piscícola
Escribe un mensaje

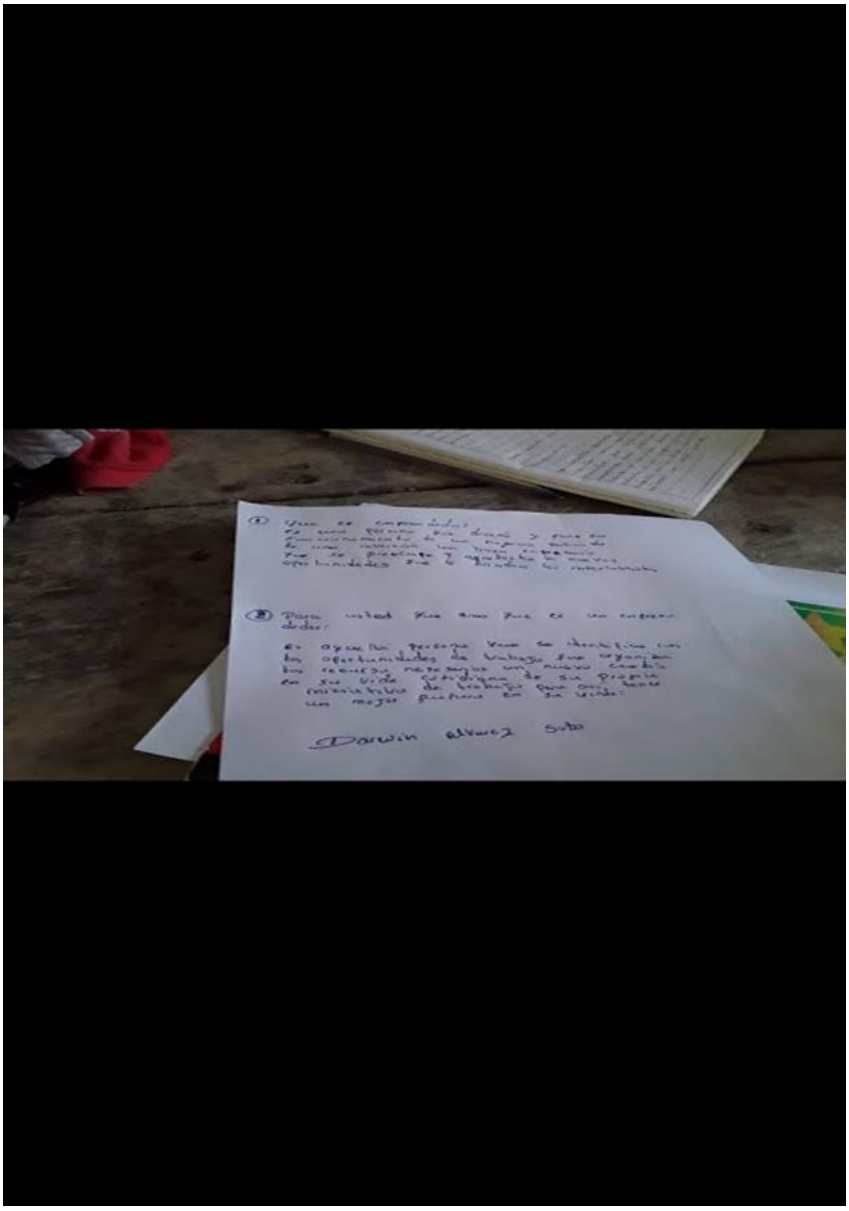
FICHA 2153539




00:10
SENA EMPRENDEDOR...
Ader Anaya .San Bernardo, Boris, ...
y así, lo aceptamos, todos en este pueblo que es la vida que nos tocó vivir.
Teresa se entristeció mucho y siguió caminando sin poder sacar de su mente las palabras de aquel hombre, no creía posible que algu... Leer más
16:02
16:02
16:02
+ 4
16:03
les estaré llamando el viernes a partir de las 2 pm
16:05
gracias 16:05
Boris Salas
Buenas noches, estimados aprendices. Dios los bendiga. Esperó
Escribe un mensaje

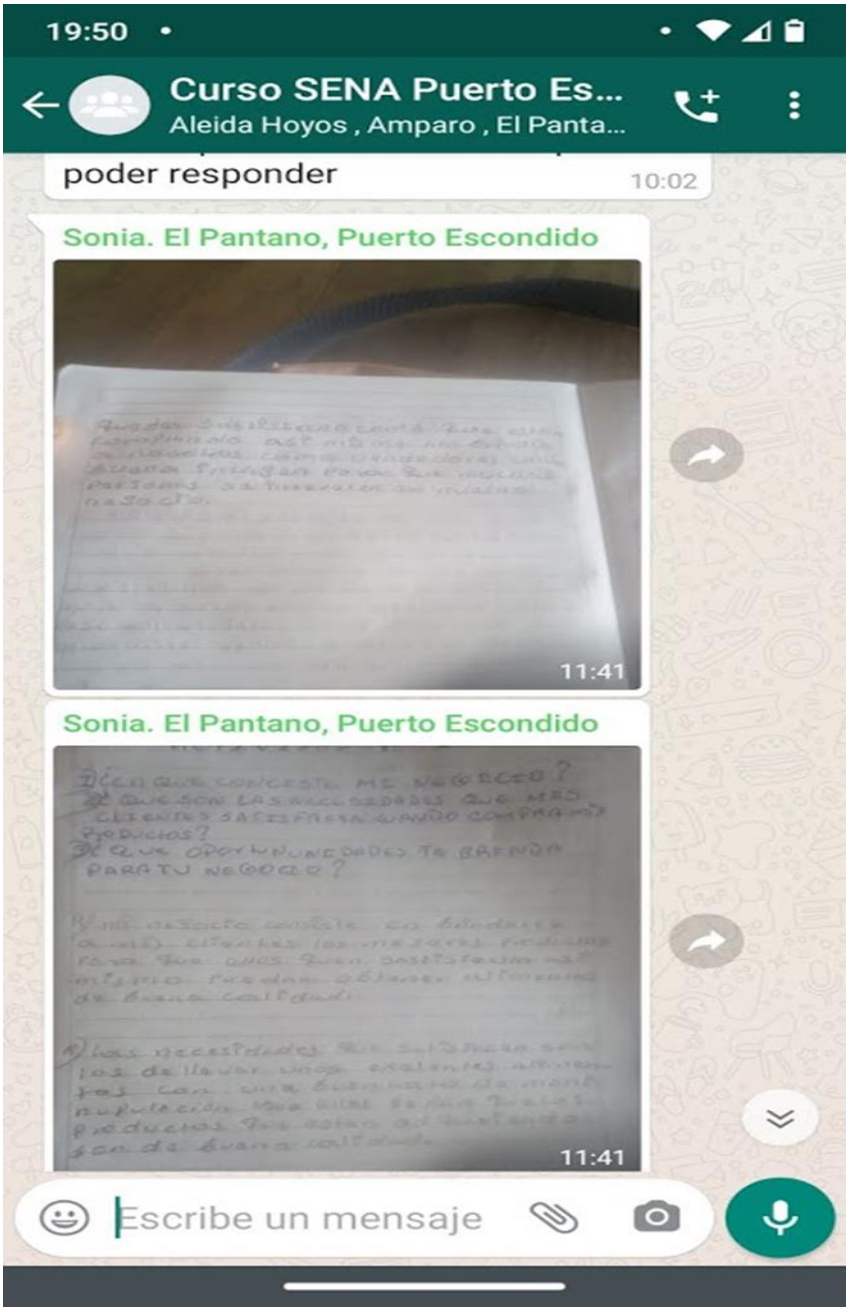

Taller
¿Por qué razón el emprendimiento es importante en nuestras vidas?
Es importante ya que con esto logramos una independencia y estabilidad económica, los altos niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos existentes, han ido creando en las personas la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios y pasar de ser empleados a ser empleadores.
¿Cuales cualidades consideras que posees para ser un buen emprendedor?
creatividad y algo de ingenio, Responsabilidad, Receptivo, paciencia, visión,


00:15
SENA EMPRENDEDOR...
Ader Anaya .San Bernardo, Boris, ...
José López . San Bernardo
17:36
José López . San Bernardo
17:37
Muy bien José! 18:03
Escribe un mensaje

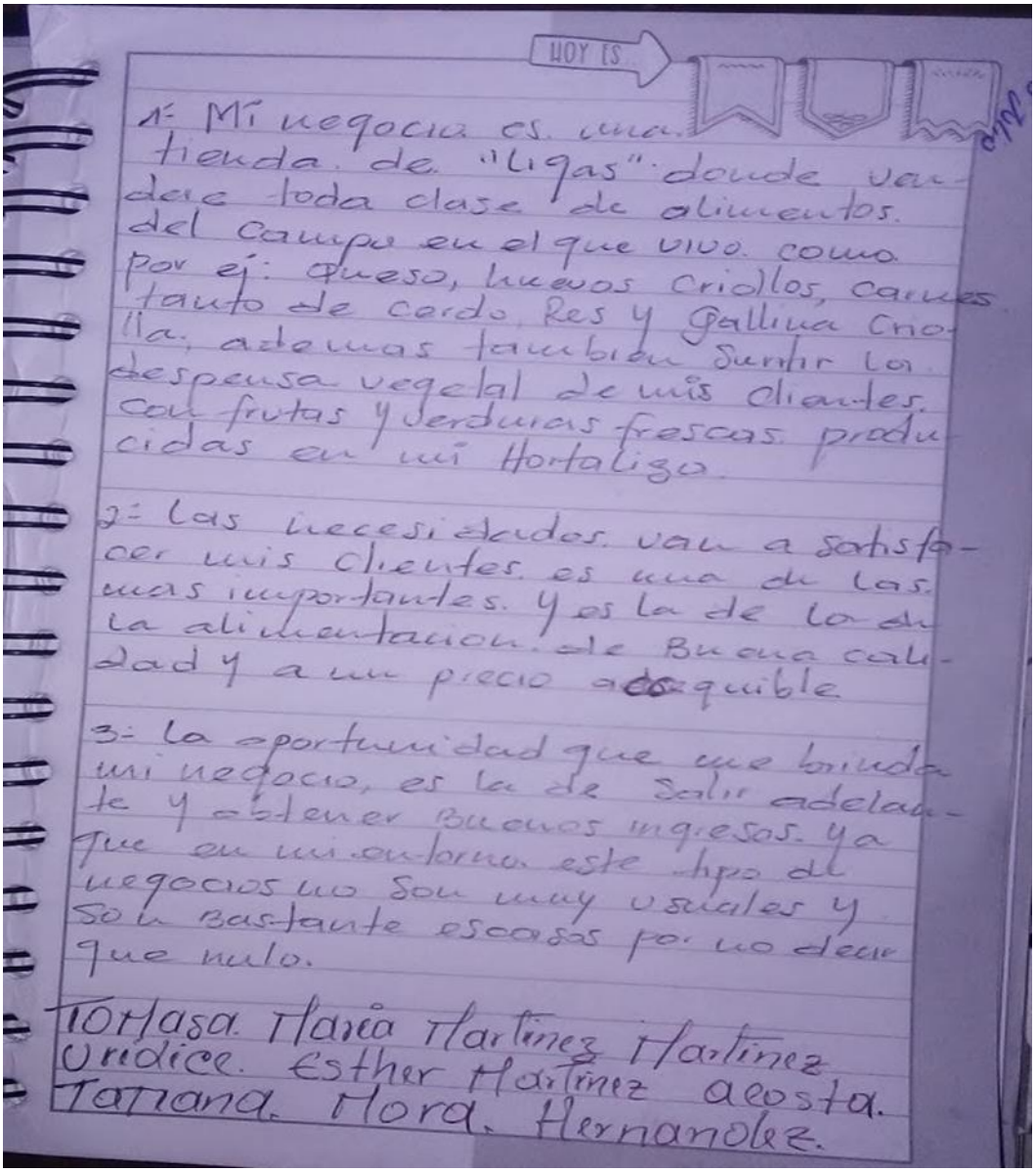


Evidencias Semana 7-12 de Septiembre

FICHA 2153819




19:50
Curso SENA Puerto Es...
Aleida Hoyos , Amparo , El Panta...
FALLAR
es la MEJOR
MANERA
para
APRENDER
Buenos días ! Bendecido día .
No tengan miedo a equivocarse ,
equivocarnos nos enseña! 07:36
Hoy estaré llamando nuevamente
07:37
+57 312 6545004 ~Carlos
Buenos dias profe 07:43
Profe yo estoy interesada 07:44
Martha milena 07:44
Martha no te preocupes yo te llamo
hoy después de 3 pm 07:45
Deseo que estén todos muy bien.
Escribe un mensaje

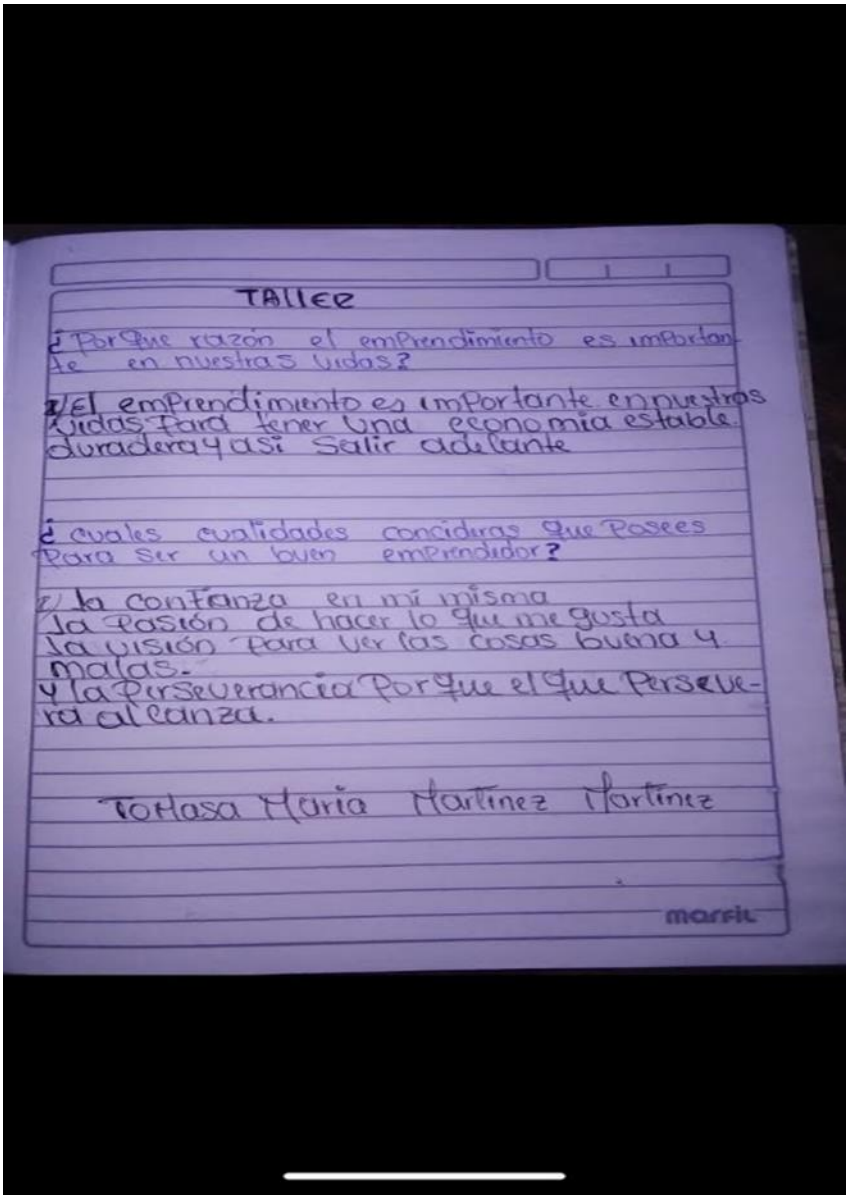


1= Mi negocio es una tienda de "Ligas" donde van dare toda clase de alimentos del campo en el que vivo como por ej: queso, huevos criollos, carnes tanto de cerdo, Res y Gallina criolla, ademas tambien surtir la despensa vegetal de mis clientes con frutas y verduras frescas producidas en mi Hortaliza.

2= Las necesidades van a satisfacer mis clientes es una de las mas importantes. y es la de la alimentacion de Buena calidad y a un precio asequible

3= La oportunidad que me brinda mi negocio, es la de salir adelante y obtener Buenos ingresos. ya que en mi entorno este tipo de negocios no son muy usuales y son bastante escasos por no decir que nulo.

Tomasa María Martinez Martinez
Unidice Esther Martinez acosta.
Tatiana. Mora. Hernandez.



TALLER

¿Por que razón el emprendimiento es importante en nuestras vidas?

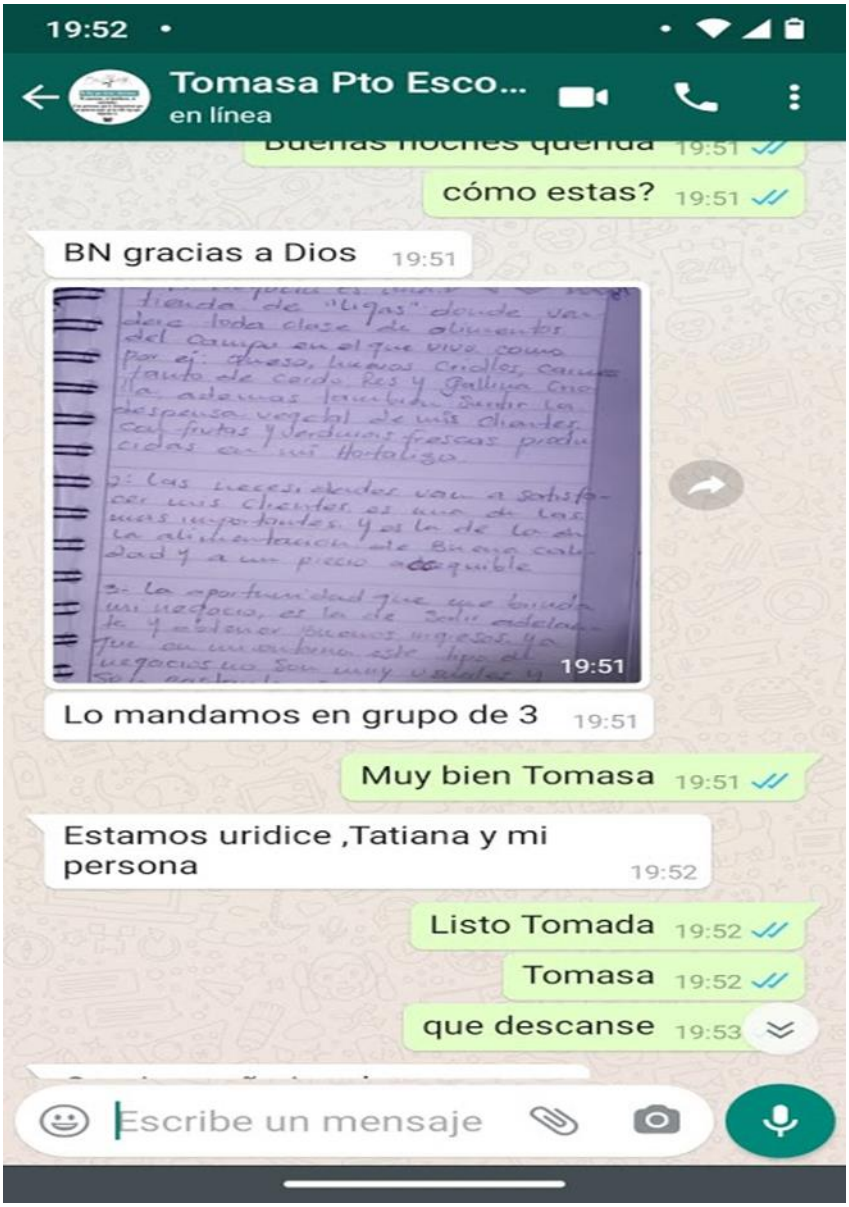
R/ El emprendimiento es importante en nuestras vidas para tener una economia estable duradera y asi salir adelante

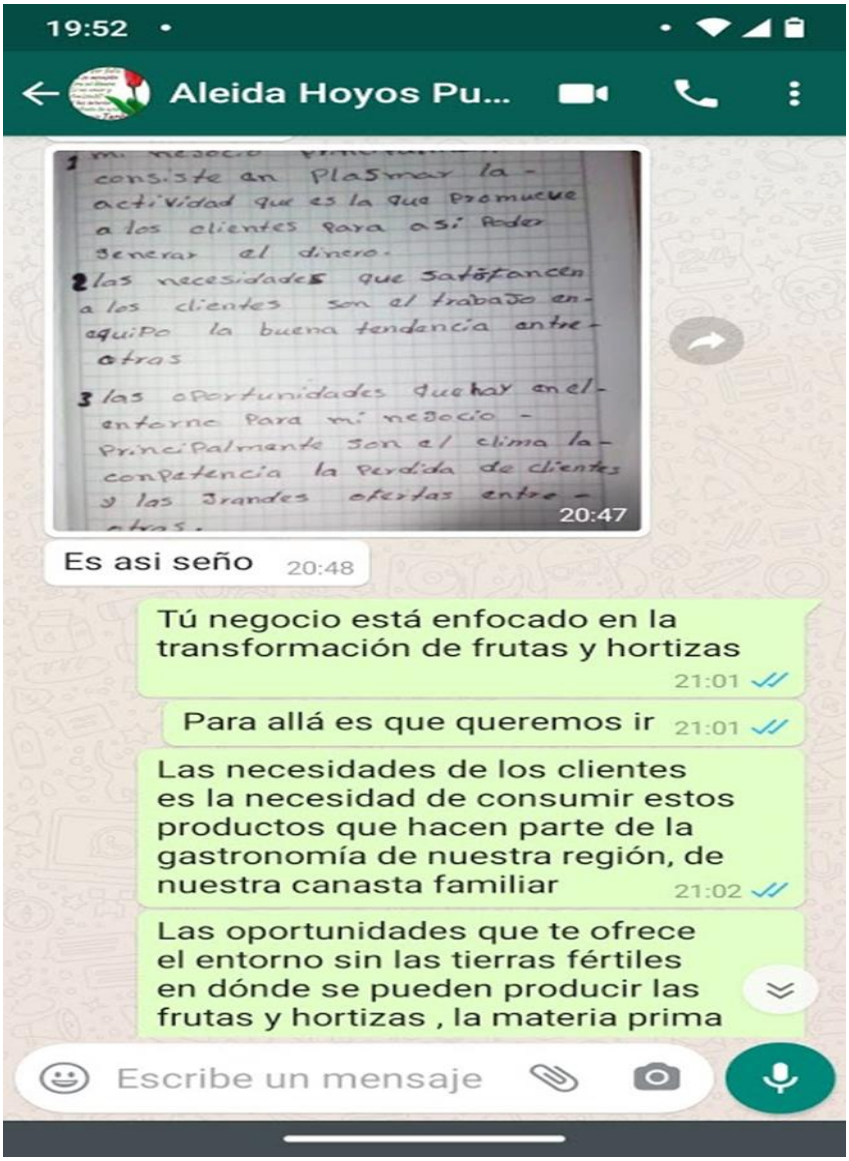
¿ cuales cualidades consideras que posees para ser un buen emprendedor?

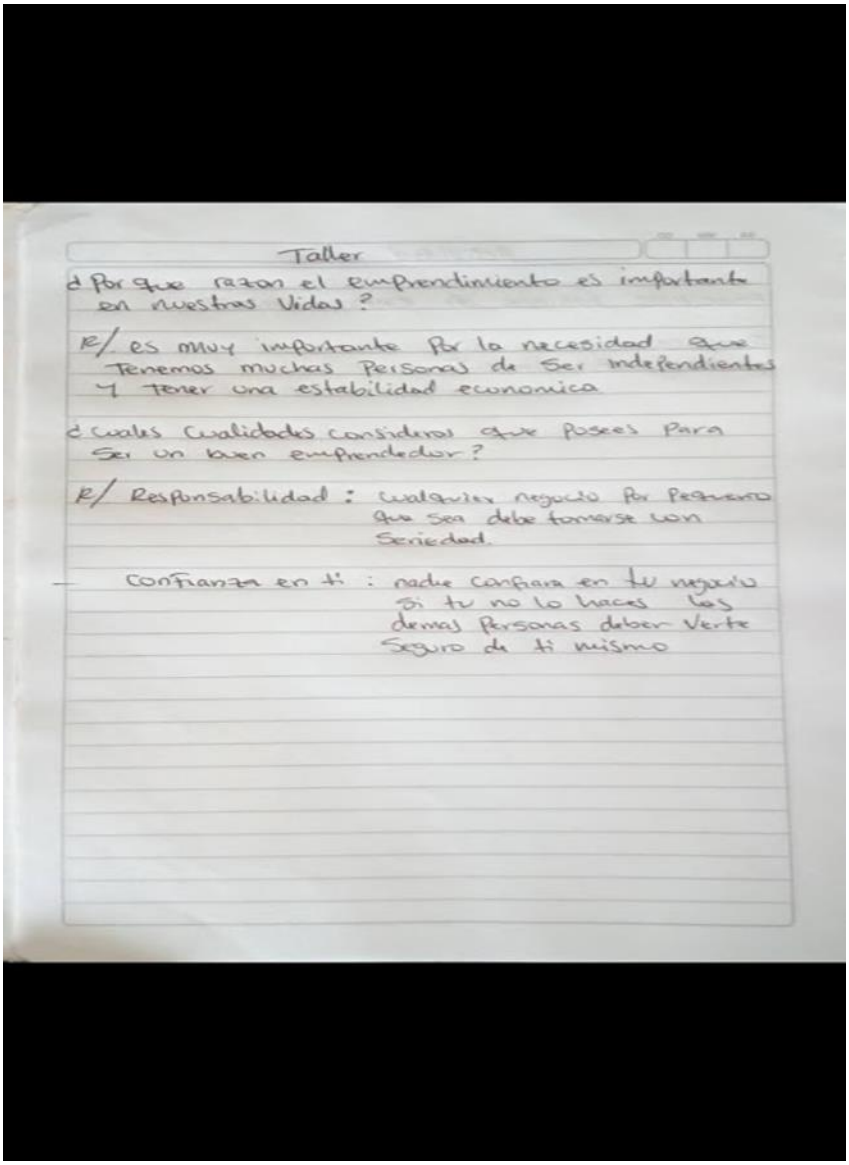
R/ la confianza en mi misma
la pasión de hacer lo que me gusta
la visión para ver las cosas buena y malas.
y la perseverancia porque el que persevera alcanza.

Tomasa Maria Martinez Martinez

marfil


19:52
Tomasa Pto Esco...
en línea
cómo estas? 19:51
BN gracias a Dios 19:51
19:51
Lo mandamos en grupo de 3 19:51
Muy bien Tomasa 19:51
Estamos uridice ,Tatiana y mi persona 19:52
Listo Tomada 19:52
Tomasa 19:52
que descanse 19:53
Escribe un mensaje


19:52
Aleida Hoyos Pu...
consiste en plasmar la actividad que es la que promueve a los clientes para asi poder generar el dinero.
2 las necesidades que satisfancen a los clientes son el trabajo en equipo la buena tendancia entre otras
3 las oportunidades que hay en el entorno para mi negocio principalmente son el clima la competencia la perdida de clientes y las grandes ofertas entre
20:47
Es asi seño 20:48
Tú negocio está enfocado en la transformación de frutas y hortizas 21:01
Para allá es que queremos ir 21:01
Las necesidades de los clientes es la necesidad de consumir estos productos que hacen parte de la gastronomía de nuestra región, de nuestra canasta familiar 21:02
Las oportunidades que te ofrece el entorno sin las tierras fértiles en dónde se pueden producir las frutas y hortizas , la materia prima
Escribe un mensaje



Taller

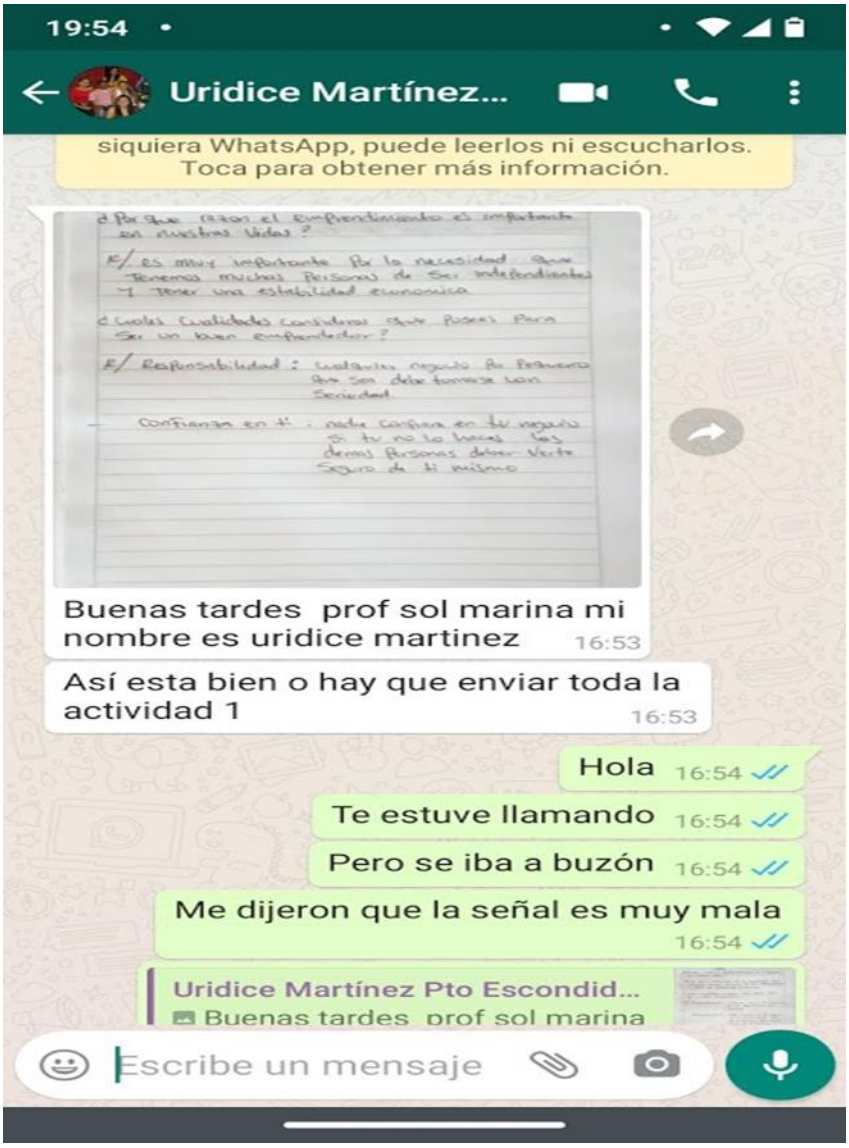
¿Por que razon el emprendimiento es importante en nuestras Vidas?

R/ es muy importante por la necesidad que Tenemos muchas Personas de Ser independientes y tener una estabilidad economica

¿cuales Cualidades consideras que posees para Ser un buen emprendedor?

R/ Responsabilidad: cualquier negocio por pequeño que sea debe tomarse con Seriedad.

Confianza en ti: nadie confiara en tu negocio si tu no lo haces los demas Personas deben Verte Seguro de ti mismo

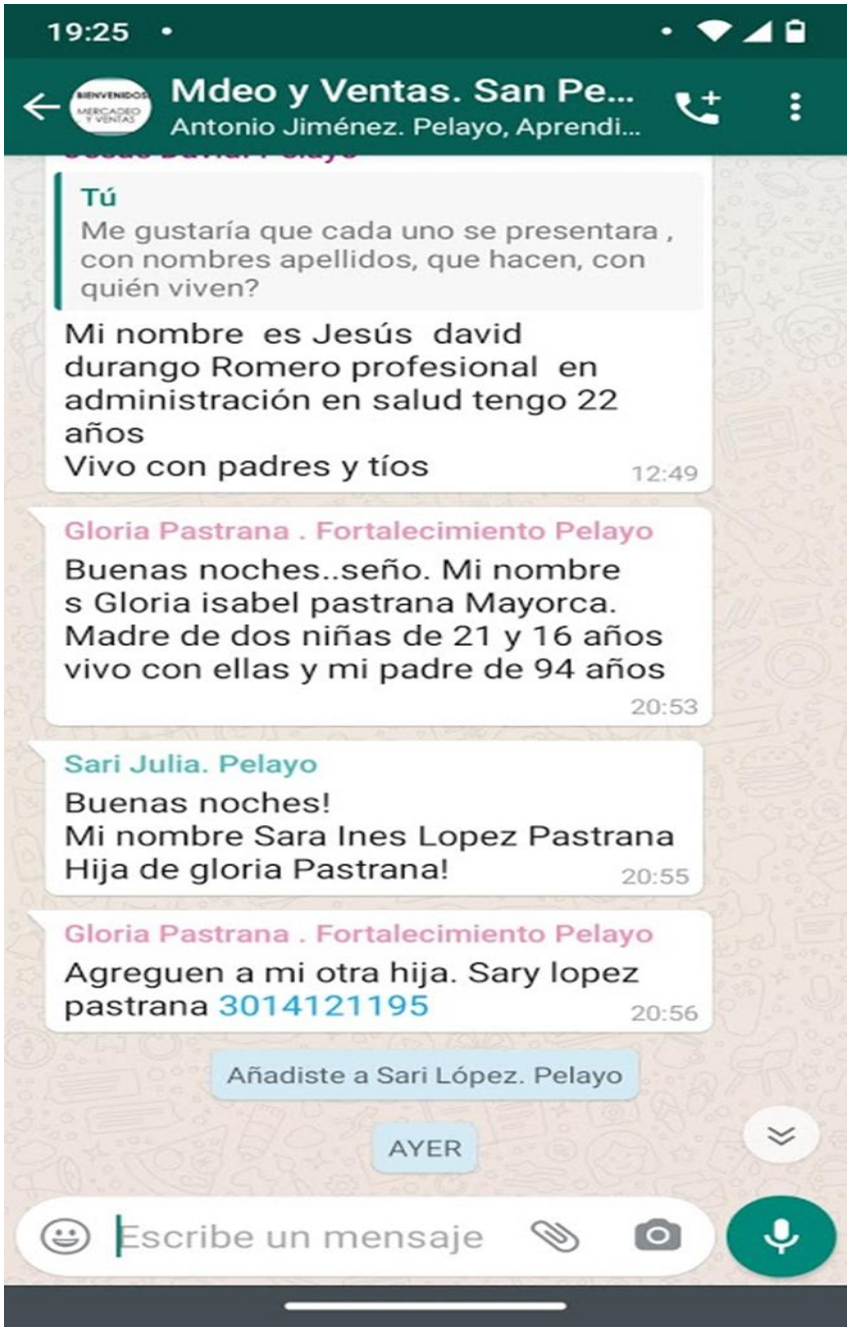

19:54
Uridice Martínez...
siquiera WhatsApp, puede leerlos ni escucharlos.
Toca para obtener más información.
Buenas tardes prof sol marina mi nombre es uridice martinez 16:53
Así esta bien o hay que enviar toda la actividad 1 16:53
Hola 16:54
Te estuve llamando 16:54
Pero se iba a buzón 16:54
Me dijeron que la señal es muy mala 16:54
Uridice Martínez Pto Escondid...
Buenas tardes prof sol marina
Escribe un mensaje


19:48
Curso SENA Puerto Es...
Aleida Hoyos , Amparo , El Panta...
15:05
15:05
15:05
+ 4
Buenas tardes, deseo que estén muy bien
15:08
Les envío la guía muy interesante sobre Economía Solidaria
15:08
Esta guia contiene una hermosa Reflexion
15:10
LA PIEDRA DE HACER SOPA
Una Mañana soleada llegó a un pequeño pueblo, que se encontraba cerca del bosque, una mujer anciana. Teresa, como se llamaba la dulce viejita, al recorrer el pueblo descubrió
Escribe un mensaje

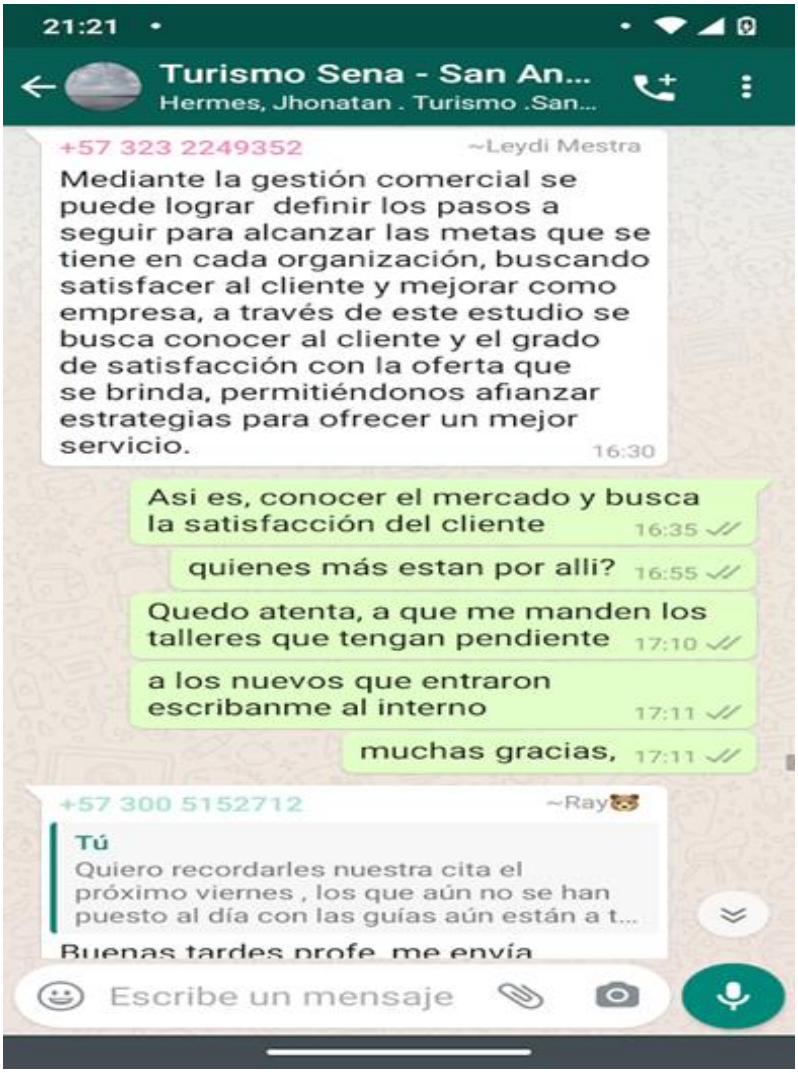
FICHA 2191305



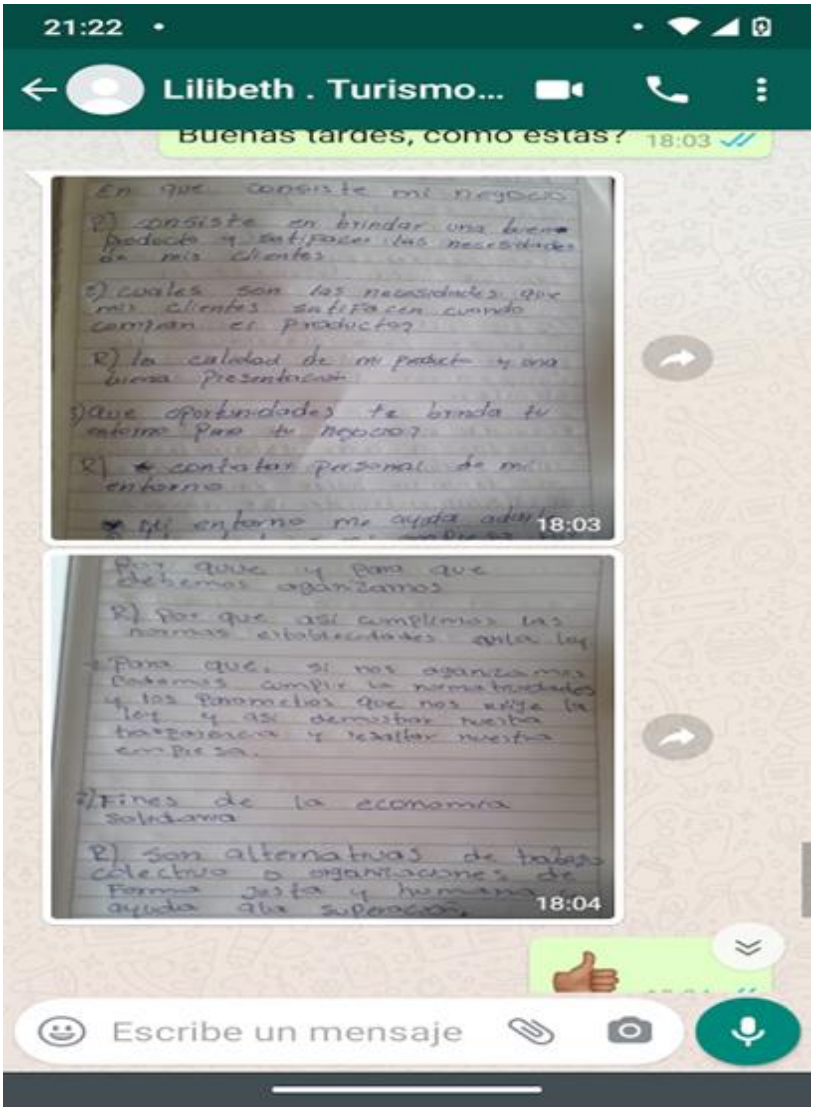

19:25
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Aprendi...
Buenos días sol 11:15
Bienvenidos a nuestro curso de fortalecimiento de Mercadeo y Ventas 11:16
Es un placer para mí poder apoyarles 11:16
Miladys . Pelayo
11:16
Gracias 11:16
En mí tienen a una amiga más, su colaboradora 11:16
Miladys . Pelayo
Gracias profe 11:18
11:18
Antonio Jiménez. Pelayo
Hola mi ticher Dios me la bendiga sienpre 11:23
Antonio cómo está? 11:33
Bendecido día para todos 11:33
Me gustaría que cada uno se
Escribe un mensaje

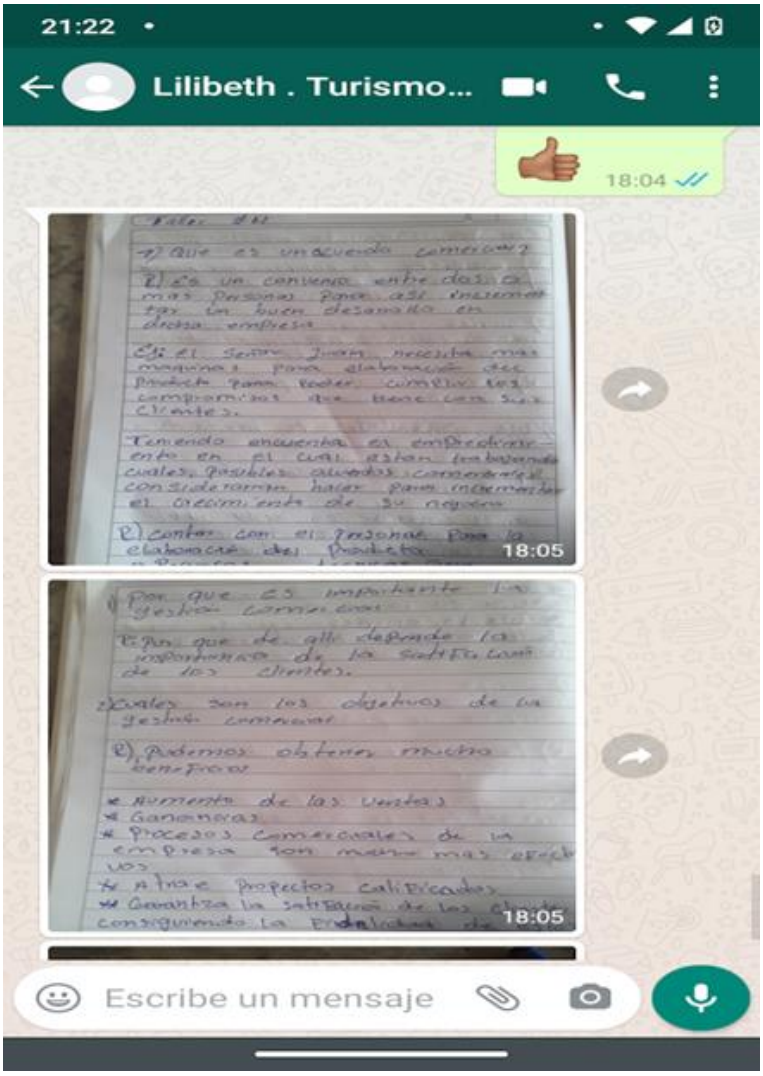

19:25
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Aprendi...
Tú
Me gustaría que cada uno se presentara , con nombres apellidos, que hacen, con quién viven?
Mi nombre es Jesús david durango Romero profesional en administración en salud tengo 22 años
Vivo con padres y tíos
12:49
Gloria Pastrana . Fortalecimiento Pelayo
Buenas noches..seño. Mi nombre s Gloria isabel pastrana Mayorca. Madre de dos niñas de 21 y 16 años vivo con ellas y mi padre de 94 años
20:53
Sari Julia. Pelayo
Buenas noches!
Mi nombre Sara Ines Lopez Pastrana
Hija de gloria Pastrana!
20:55
Gloria Pastrana . Fortalecimiento Pelayo
Agreguen a mi otra hija. Sary lopez pastrana 3014121195
20:56
Añadiste a Sari López. Pelayo
AYER
Escribe un mensaje

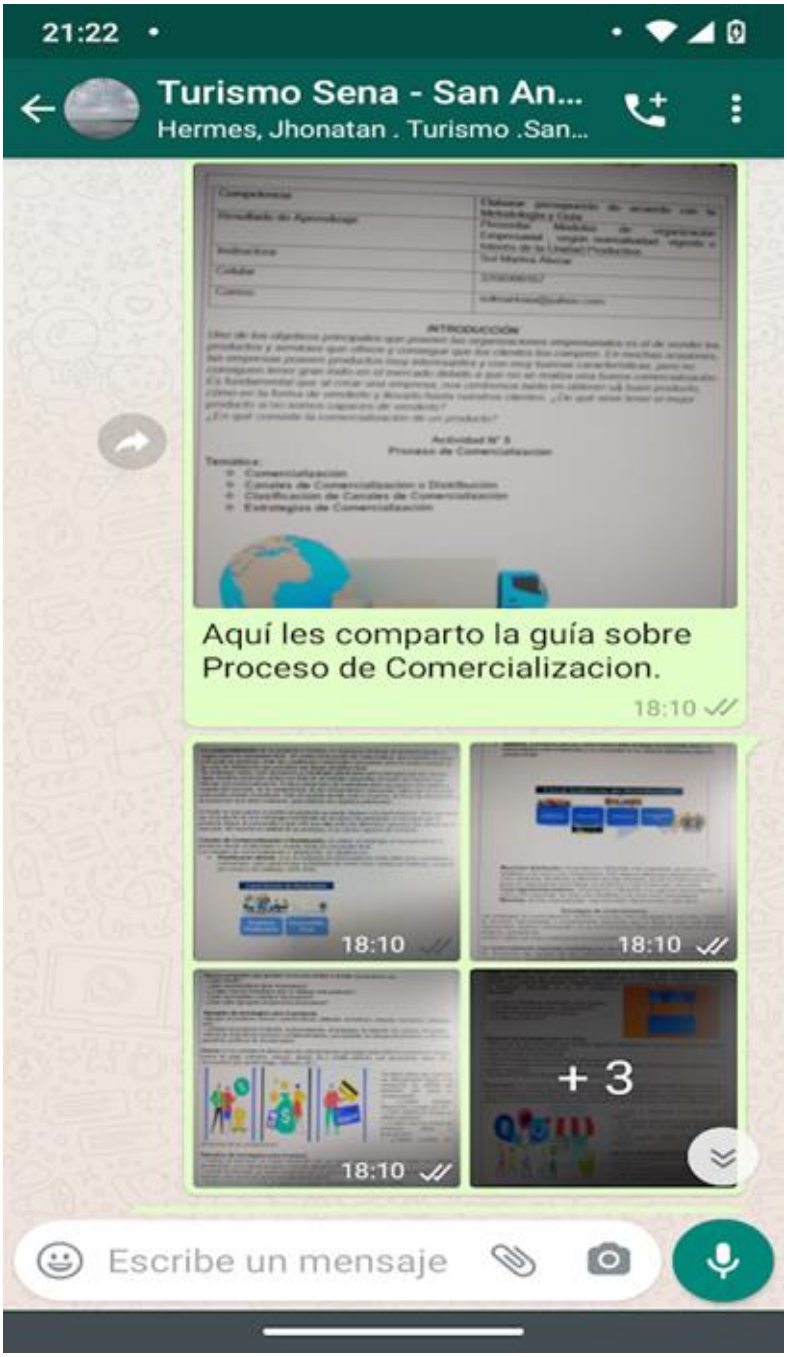
FICHA 2080476




21:21
Turismo Sena - San An...
Hermes, Jhonatan . Turismo .San...
Ahora pq es importante la Gestion Comercial y Cuales son los objetivos de la Gestión Comercial?
15:54
Hermes Barroso .San Antero
Tú
Ahora pq es importante la Gestion Comercial y Cuales son los objetivos de la Gestión Comercial?
La idea es que se cree una relación Gana-Gana las dos partes puedan ganar ...
16:09
La Gestión Comercial es lo que nos permite vender nuestros productos
16:12
+57 321 3001179
~Kajoli
Es importante porque a traves de ellos se buscan estrategias que puedan satifacer las necesidades cliente y de quien esta prestando el servicio osra qur ambos sangan beneficiados. Sus objetivos son:
1. mejorar las relaciones comerciales con el cliente
2. Comprobar y medir recursos obtenidos
3. Organizacion del equipo de ventas
16:16
Escribe un mensaje

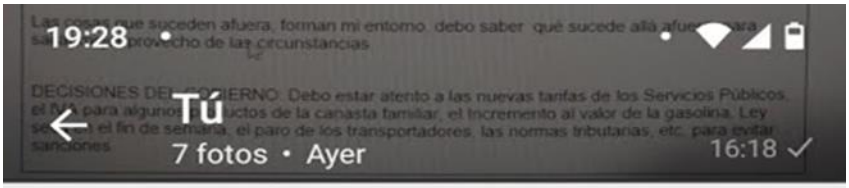

21:22
Lilibeth . Turismo...
Buenas tardes, como estas? 18:03
En que consiste mi negocio
R) consiste en brindar una buena
R) la calidad de mi producto y una
buena presentacion
R) * contactar personal de mi
entorno
18:03
Por que y para que
debemos organizarnos
R) por que asi cumplimos las
normas establecidades ante la ley
Para que, si nos organizamos
podemos cumplir la normatividades
y las promesas que nos exige la
ley y asi demostrar nuestra
transparencia y resaltar nuestra
empresa.
Fines de la economia
solidaria
R) son alternativas de trabajo
colectivo o organizaciones de
Forma justa y humana
ayuda aha superacion
18:04
Escribe un mensaje


21:22
Lilibeth . Turismo...
18:04
18:05
18:05
Escribe un mensaje

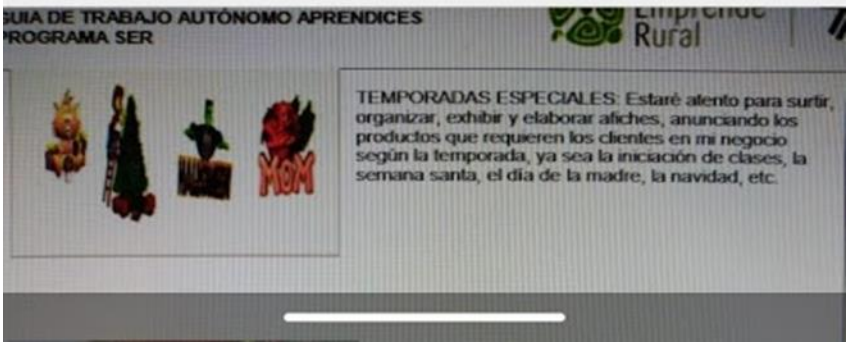

21:22
Turismo Sena - San An...
Hermes, Jhonatan . Turismo .San...
Aquí les comparto la guía sobre Proceso de Comercializacion.
18:10
18:10
18:10
18:10
+ 3
Escribe un mensaje

FICHA 2191305



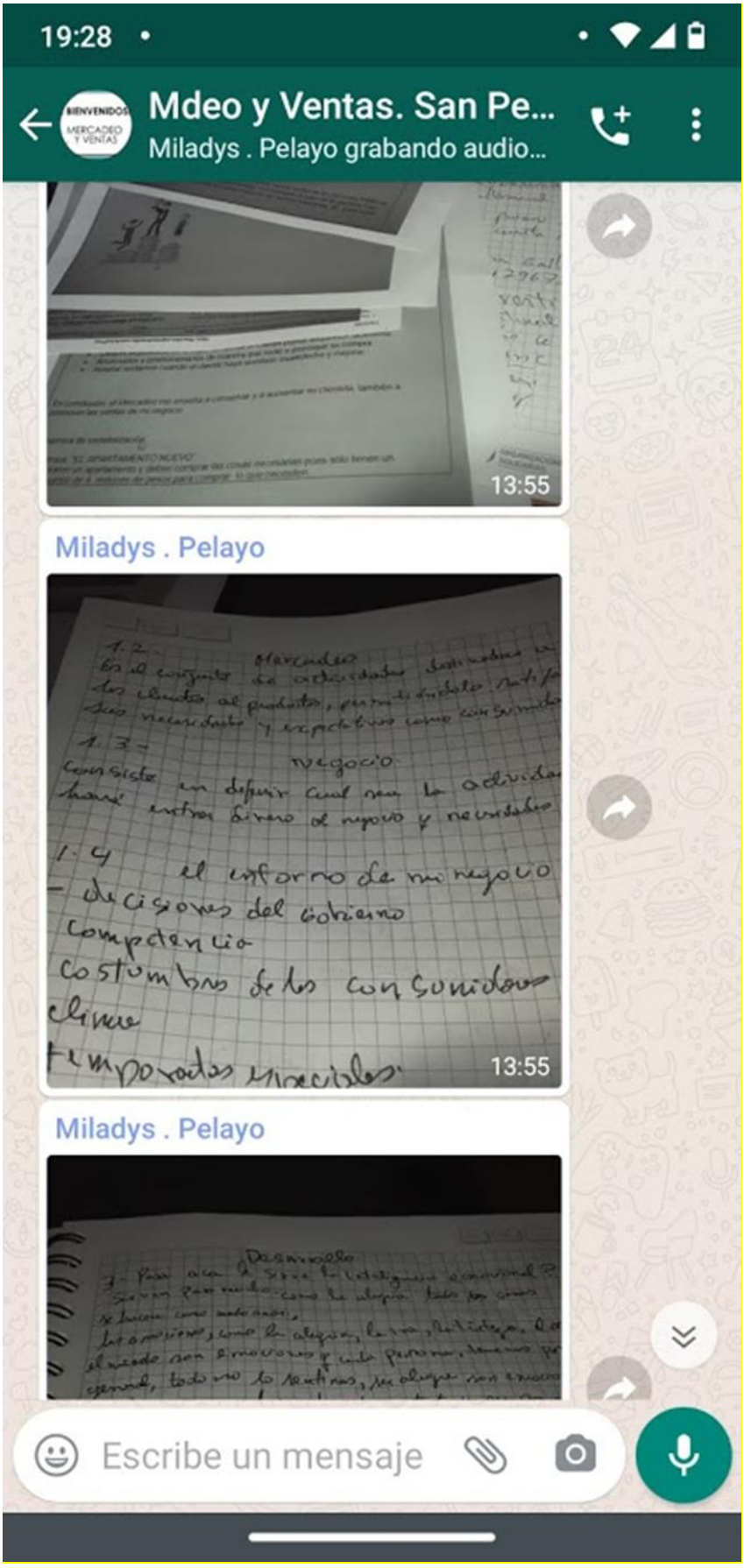

19:28
Tú
7 fotos • Ayer
16:18

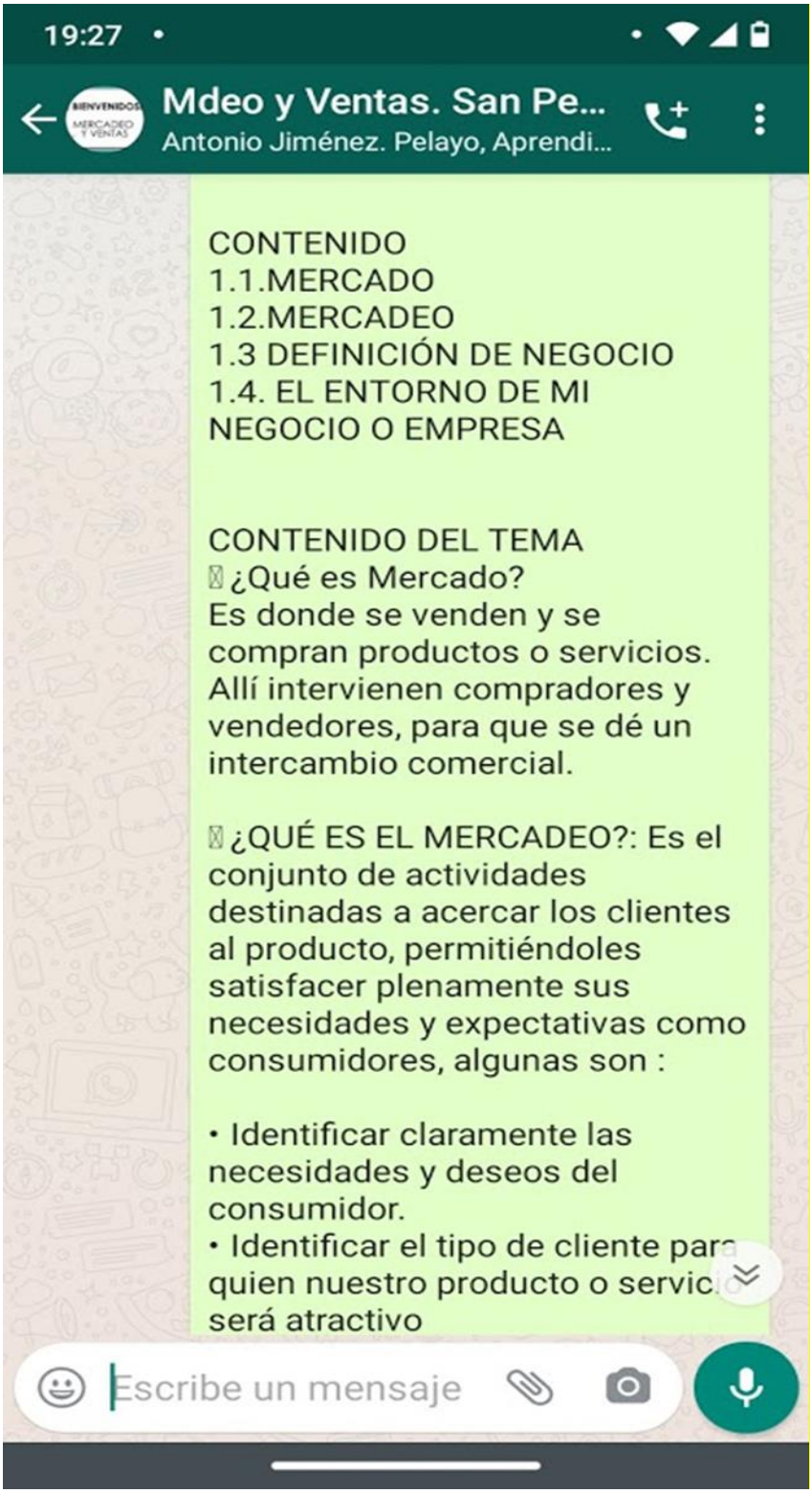

GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER
SENA Emprende Rural
EL CLIMA:
También me preparo para las épocas de muchas lluvias o de intenso calor, porque los clientes cambian sus hábitos de consumo, con productos frescos, suaves, ligeros o abrigados, calientes, impermeables, según el clima en que nos encontremos.
LA COMPETENCIA: Empezaré a averiguar que negocios de mi barrio, pueblo o ciudad venden lo mismo que en mi empresa y me comparo con ellos, y analizo en que me diferencio de ellos.
16:18

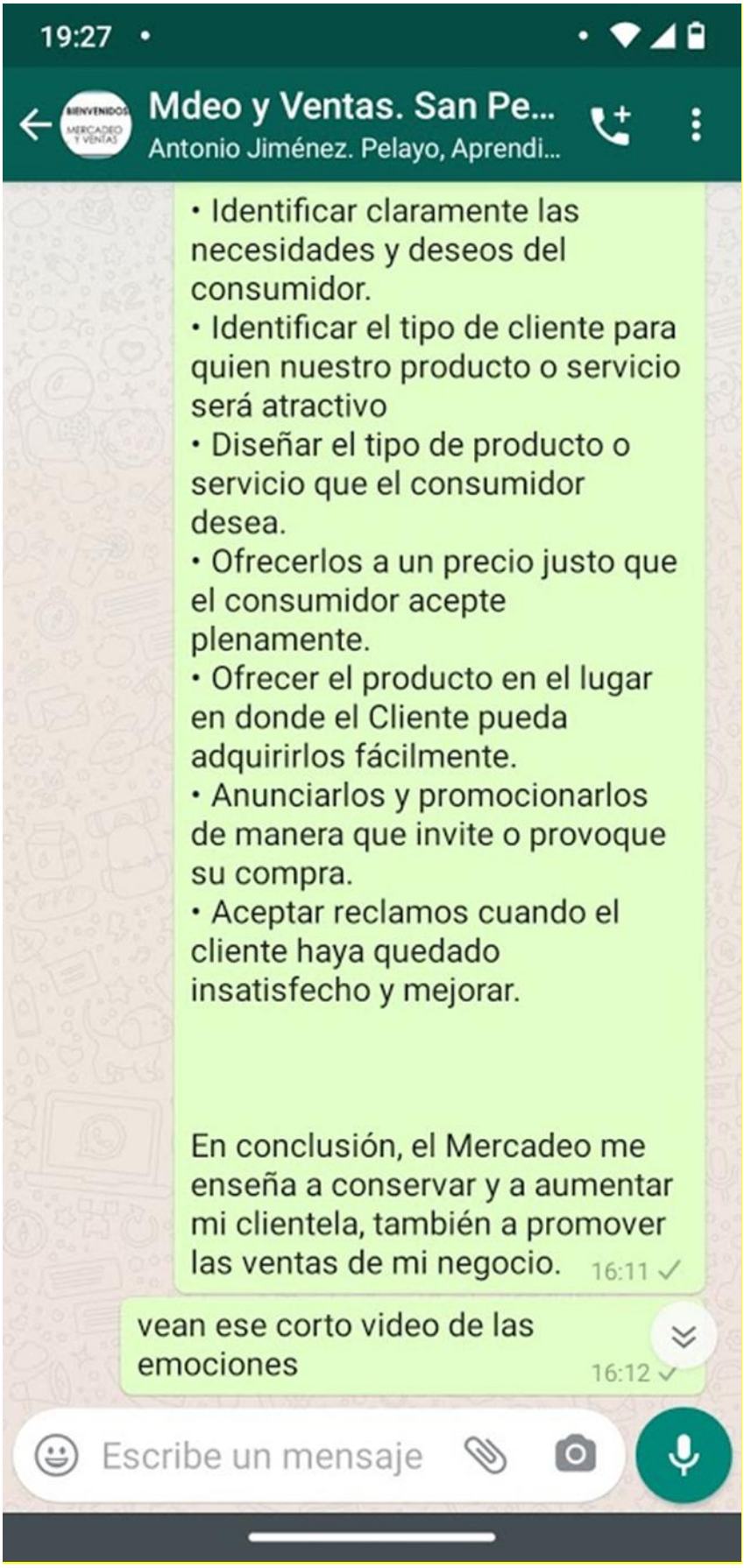

GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER
Rural
TEMPORADAS ESPECIALES: Estaré atento para surtir, organizar, exhibir y elaborar afiches, anunciando los productos que requieren los clientes en mi negocio según la temporada, ya sea la iniciación de clases, la semana santa, el día de la madre, la navidad, etc.


19:28
Tú
Ayer 16:18
GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER
Rural
TEMPORADAS ESPECIALES: Estaré atento para surtir, organizar, exhibir y elaborar afiches, anunciando los productos que requieren los clientes en mi negocio según la temporada, ya sea la iniciación de clases, la semana santa, el día de la madre, la navidad, etc.
COSTUMBRES DE LOS CONSUMIDORES:
Los clientes de mi empresa pueden ser de diversas regiones del país, por lo tanto debo saber sus hábitos de consumo
Por ejemplo:
La gente de Bogotá usa ropa abrigada, consumen productos para el frío y poseen poco tiempo para estar en casa haciendo labores domésticas; en la Costa Caribe se viste con ropa más liviana y fresca. En Medellín la gente se alimenta diferente acostumbran a comer diariamente frijoles y arepas, en la Costa Caribe se acostumbra a comer más sancocho y pescado.
CASO
Doña Juana tiene un negocio de remontadora de zapatos que había heredado de su esposo, pero sólo arreglaban zapatos, pero una cliente fue a preguntar un día si ella podía fabricarle un par de zapatos, debido a que tenía problemas para conseguir su talla, la cual era grande, doña Juana le dijo que sí, y desde ese día empezó hacer zapatos tallas grandes y por encargo en la ciudad con diseños exclusivos.
TALLER
Después de analizar la lectura los aprendices están en capacidad de desarrollar el siguiente taller
1. ¿En qué consiste mi negocio?
2. ¿Cuáles son las necesidades que mis clientes satisfacen cuando compran mi producto?
3. Qué oportunidades te brinda tú entorno para tú negocio?

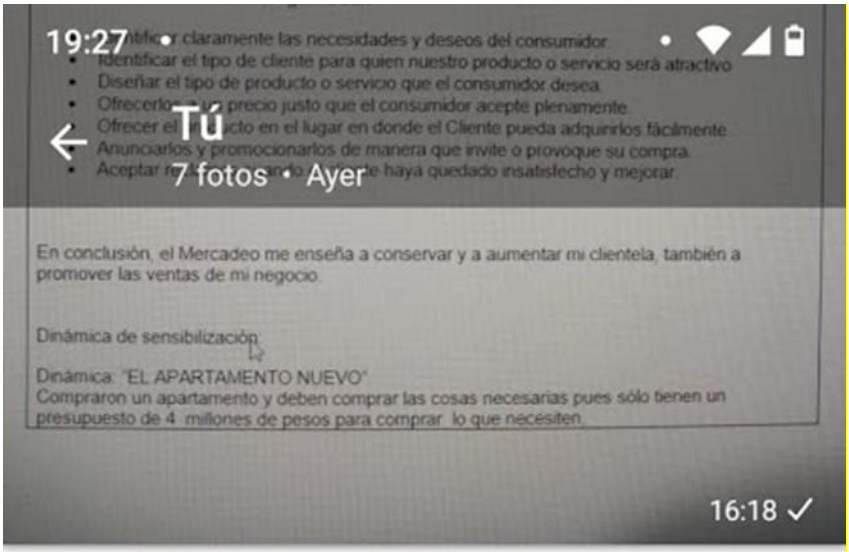

19:28
Mdeo y Ventas. San Pe...
Miladys . Pelayo grabando audio...
se las haga llegar algún correo por favor me dicen 16:18
Y con gusto se los envio 16:18
Antonio Jiménez. Pelayo
Ok mi ticher gracias ese es Todo El taller 16:21
Buenas tardes Antonio 16:21
si esa es la primera guia 16:21
que consta de dos partes 16:21
la primera parte sobre la inteligencia emocional y la otra sobre Mercadeo 16:22
Antonio Jiménez. Pelayo
Ok gracias 16:22
HOY
Miladys . Pelayo
Escribe un mensaje


19:28
Mdeo y Ventas. San Pe...
Miladys . Pelayo grabando audio...
13:55
Miladys . Pelayo
1.2 Mercadeo
1.3 negocio
1.4 el entorno de mi negocio
- decisiones del Gobierno
Competencia
Costumbres de los consumidores
clima
temporadas invernales
13:55
Miladys . Pelayo
Escribe un mensaje

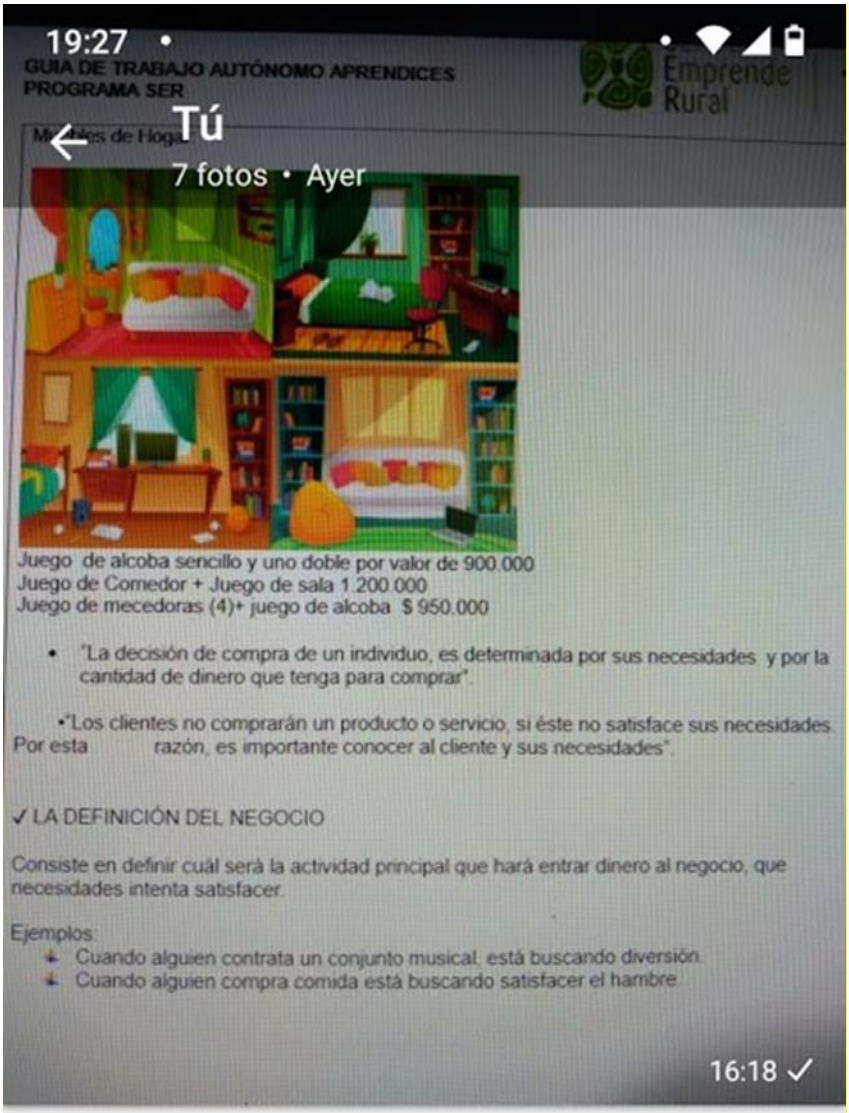

19:27
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Aprendi...
CONTENIDO
1.1.MERCADO
1.2.MERCADEO
1.3 DEFINICIÓN DE NEGOCIO
1.4. EL ENTORNO DE MI NEGOCIO O EMPRESA
CONTENIDO DEL TEMA
¿Qué es Mercado?
Es donde se venden y se compran productos o servicios. Allí intervienen compradores y vendedores, para que se dé un intercambio comercial.
¿QUÉ ES EL MERCADEO?: Es el conjunto de actividades destinadas a acercar los clientes al producto, permitiéndoles satisfacer plenamente sus necesidades y expectativas como consumidores, algunas son :
• Identificar claramente las necesidades y deseos del consumidor.
• Identificar el tipo de cliente para quien nuestro producto o servicio será atractivo
Escribe un mensaje

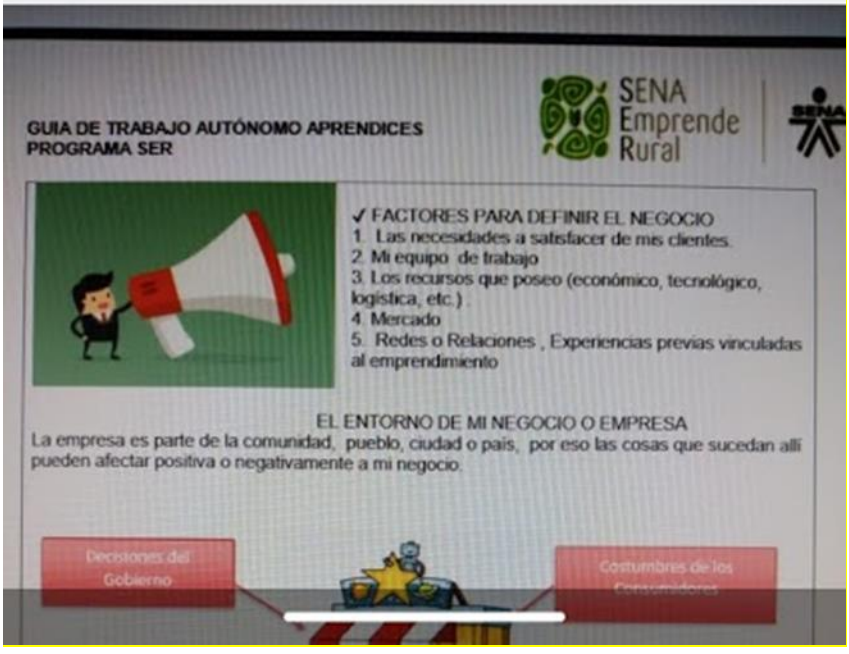

19:27
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Aprendi...
• Identificar claramente las necesidades y deseos del consumidor.
• Identificar el tipo de cliente para quien nuestro producto o servicio será atractivo
• Diseñar el tipo de producto o servicio que el consumidor desea.
• Ofrecerlos a un precio justo que el consumidor acepte plenamente.
• Ofrecer el producto en el lugar en donde el Cliente pueda adquirirlos fácilmente.
• Anunciarlos y promocionarlos de manera que invite o provoque su compra.
• Aceptar reclamos cuando el cliente haya quedado insatisfecho y mejorar.
En conclusión, el Mercadeo me enseña a conservar y a aumentar mi clientela, también a promover las ventas de mi negocio. 16:11
vean ese corto video de las emociones 16:12
Escribe un mensaje

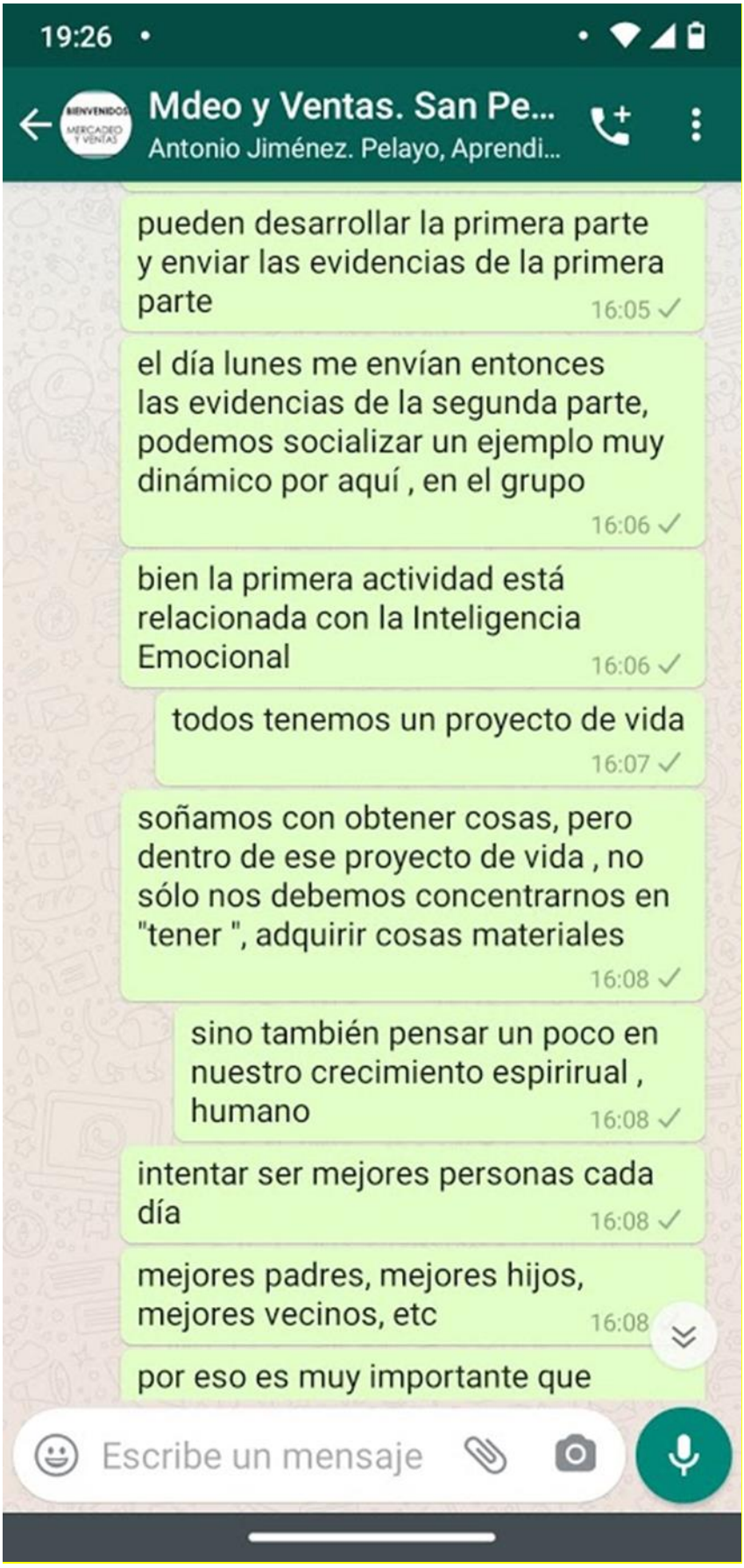

19:27
Tú
7 fotos • Ayer
GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER
SENA Emprende Rural
Competencia
PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
Resultado de Aprendizaje
DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISISDE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEMÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS
Instructora:
Sol Marina Alvear
Celular
3208999167
Correo:
solmarinaa@yahoo.com
Introducción
Tomando como punto de partida que la Inteligencia Emocional , ha sido considerada en los últimos 25 años como un concepto muy relevante del ajuste emocional, el bienestar personal, el éxito en la vida y las relaciones interpersonales en diferentes contextos de la cotidianidad; se puede concluir que si estas son positivas, propician estímulos para alcanzar los objetivos propuestos por sus energías y poderosas fuerzas; pero, si son negativas crean frustraciones profundas que inhiben y bloquean los pensamientos y acciones adecuadas desencadenando en actos erráticos (Bello, Z., Rionda, H. y Rodríguez, M. 2010).
El proceso de establecer relaciones interpersonales e intrapersonales se relaciona estrechamente con la manera de expresar las emociones, los sentimientos y la forma de plantear las ideas. Es así como cuando las personas no actúan sobre la base de la tolerancia, respeto y armonía originan relaciones caracterizadas por la agresividad y frustración, lo que ocasiona discordia, desdenes, amenazas o relaciones sociales conflictivas que casi siempre violentan los derechos de las personas y generan conflictos, convirtiéndose en un gran obstáculo para conseguir nuestras metas y sueños. Los quiero invitar a que vean el siguiente video que habla sobre las emociones.
https://www.youtube.com/watch?v=XU3SlbNAZlo
Para iniciar el recorrido, lo invito a analizar sobre los aspectos relevantes de su proyecto de vida que generen motivación en su que hacer como aprendiz en el sector del Mercado
De manera individual reflexione sobre las siguientes preguntas
1- ¿Cuál es mi Proyecto de vida?
2. ¿Qué estoy haciendo para conseguir mis metas y sueños?
16:18
GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER
SENA Emprende Rural
3- ¿Desde su rol y desde su proyecto de vida personal, para que le sirve la Inteligencia emocional?
CONTENIDO
1.1 MERCADO
1.2 MERCADEO
1.3 DEFINICIÓN DE NEGOCIO
1.4 EL ENTORNO DE MI NE

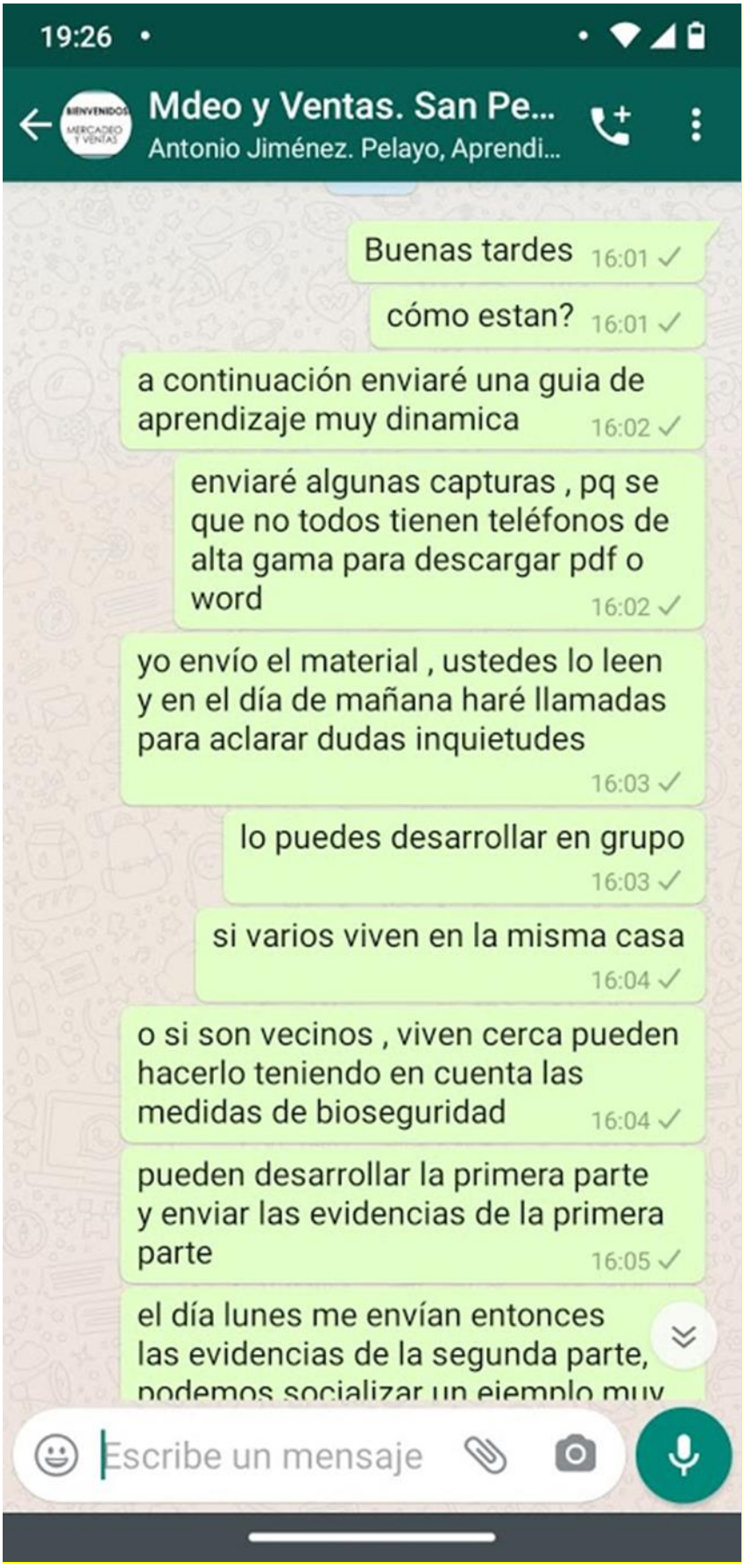

19:27
Tú
7 fotos • Ayer
• Identificar claramente las necesidades y deseos del consumidor.
• Identificar el tipo de cliente para quien nuestro producto o servicio será atractivo
• Diseñar el tipo de producto o servicio que el consumidor desea.
• Ofrecerlo a un precio justo que el consumidor acepte plenamente.
• Ofrecer el producto en el lugar en donde el Cliente pueda adquirirlos fácilmente.
• Anunciarlos y promocionarlos de manera que invite o provoque su compra.
• Aceptar reclamos cuando el cliente haya quedado insatisfecho y mejorar.
En conclusión, el Mercadeo me enseña a conservar y a aumentar mi clientela, también a promover las ventas de mi negocio.
Dinámica de sensibilización:
Dinámica: "EL APARTAMENTO NUEVO"
Compraron un apartamento y deben comprar las cosas necesarias pues sólo tienen un presupuesto de 4 millones de pesos para comprar lo que necesiten.
16:18

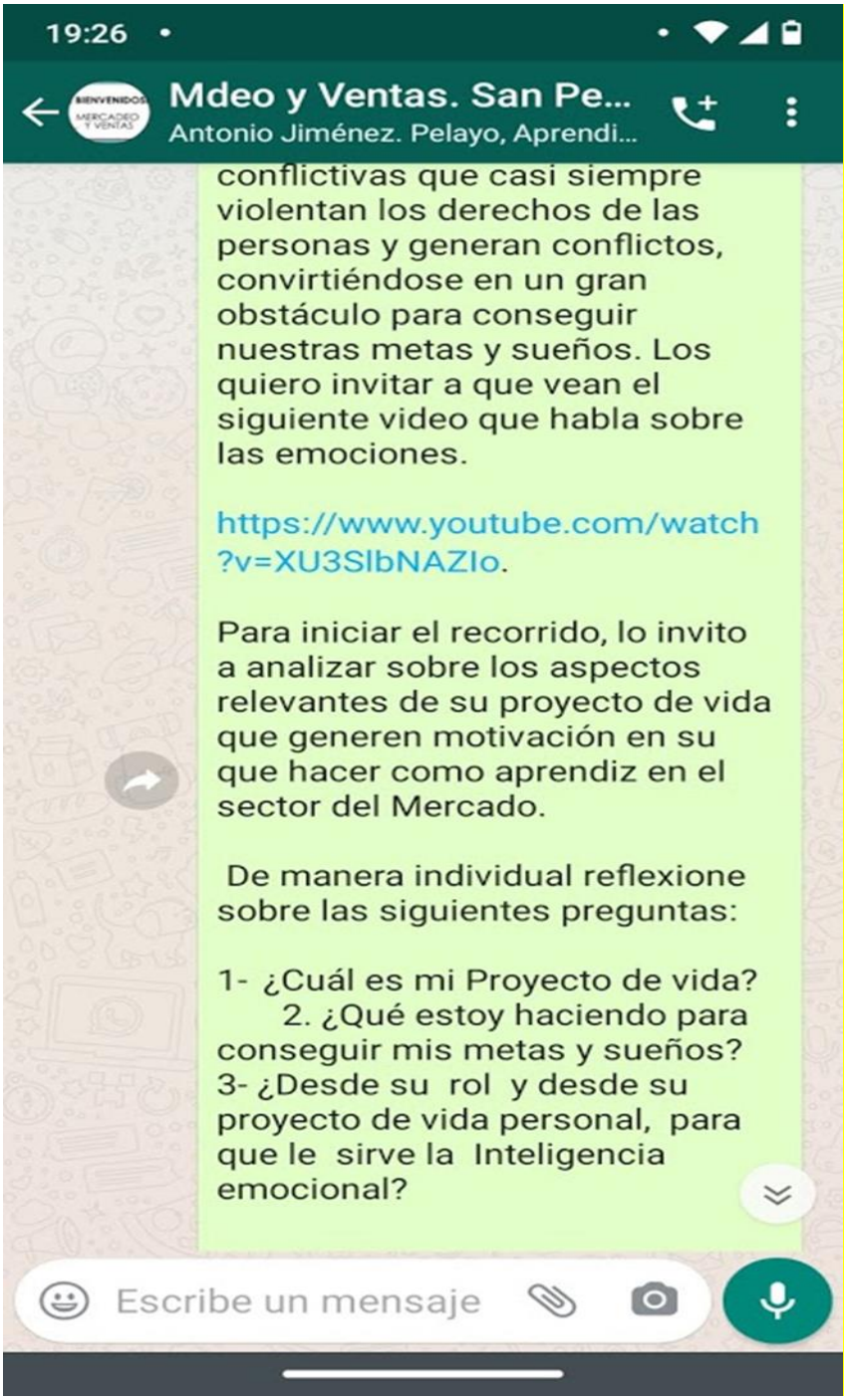

GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER
SENA Emprende Rural
En utensilios de cocina tienen la opción de comprar :
un set de ollas y sartenes , por un valor de $500.000
Batidoras , moldes para tortas, licuadora, utensilios de repostería por un valor de $400.000
Set de toallas de cocina + vajilla Italiana por un valor de $ 600.000
Electrodomésticos :
Un Tv de 42" por valor de $1.000.000
Una Nevera por valor de $1.300.000
Lavadora+ estufa con horno por valor de $1.400.000
Tv + Nevera $1.900.000
Equipo de sonido + Microondas $1.000.000
16:18


19:27
GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER
Emprende Rural
Tú
7 fotos • Ayer
Juego de alcoba sencillo y uno doble por valor de 900.000
Juego de Comedor + Juego de sala 1.200.000
Juego de mecedoras (4)+ juego de alcoba $ 950.000
• "La decisión de compra de un individuo, es determinada por sus necesidades y por la cantidad de dinero que tenga para comprar".
•"Los clientes no comprarán un producto o servicio, si éste no satisface sus necesidades. Por esta razón, es importante conocer al cliente y sus necesidades".
✓ LA DEFINICIÓN DEL NEGOCIO
Consiste en definir cuál será la actividad principal que hará entrar dinero al negocio, que necesidades intenta satisfacer.
Ejemplos:
Cuando alguien contrata un conjunto musical, está buscando diversión.
Cuando alguien compra comida está buscando satisfacer el hambre
16:18 ✓


GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER
SENA Emprende Rural
✓ FACTORES PARA DEFINIR EL NEGOCIO
1. Las necesidades a satisfacer de mis clientes.
2. Mi equipo de trabajo
3. Los recursos que poseo (económico, tecnológico, logística, etc.).
4. Mercado
5. Redes o Relaciones , Experiencias previas vinculadas al emprendimiento
EL ENTORNO DE MI NEGOCIO O EMPRESA
La empresa es parte de la comunidad, pueblo, ciudad o país, por eso las cosas que sucedan allí pueden afectar positiva o negativamente a mi negocio.
Decisiones del Gobierno

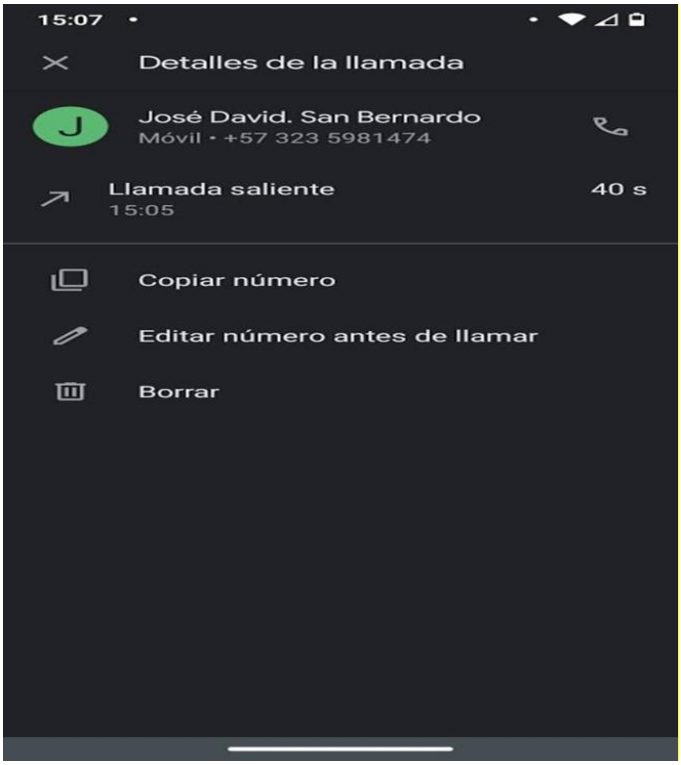

19:26
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Aprendi...
pueden desarrollar la primera parte y enviar las evidencias de la primera parte
16:05
el día lunes me envían entonces las evidencias de la segunda parte, podemos socializar un ejemplo muy dinámico por aquí , en el grupo
16:06
bien la primera actividad está relacionada con la Inteligencia Emocional
16:06
todos tenemos un proyecto de vida
16:07
soñamos con obtener cosas, pero dentro de ese proyecto de vida , no sólo nos debemos concentrarnos en "tener ", adquirir cosas materiales
16:08
sino también pensar un poco en nuestro crecimiento espirirual , humano
16:08
intentar ser mejores personas cada día
16:08
mejores padres, mejores hijos, mejores vecinos, etc
16:08
por eso es muy importante que
Escribe un mensaje

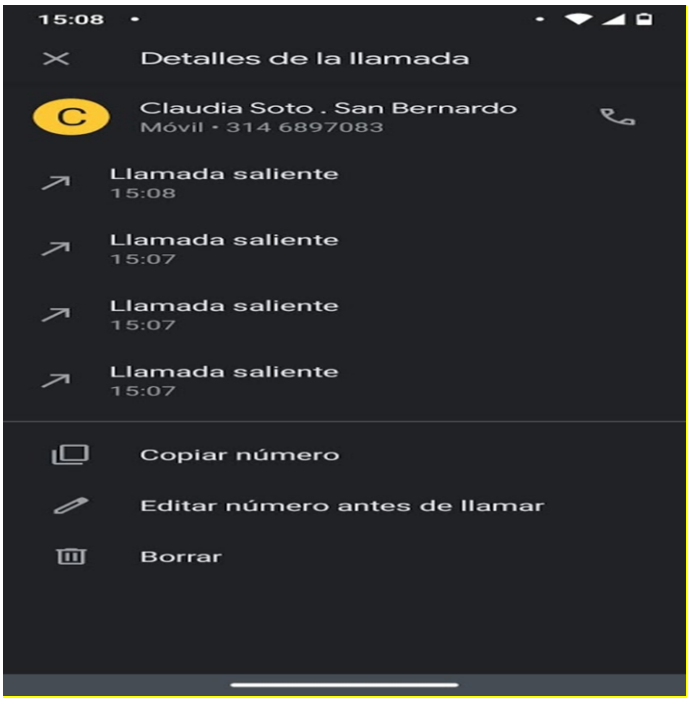

19:26
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Aprendi...
Buenas tardes 16:01
cómo estan? 16:01
a continuación enviaré una guia de aprendizaje muy dinamica 16:02
enviaré algunas capturas , pq se que no todos tienen teléfonos de alta gama para descargar pdf o word 16:02
yo envío el material , ustedes lo leen y en el día de mañana haré llamadas para aclarar dudas inquietudes 16:03
lo puedes desarrollar en grupo 16:03
si varios viven en la misma casa 16:04
o si son vecinos , viven cerca pueden hacerlo teniendo en cuenta las medidas de bioseguridad 16:04
pueden desarrollar la primera parte y enviar las evidencias de la primera parte 16:05
el día lunes me envían entonces las evidencias de la segunda parte,
Escribe un mensaje

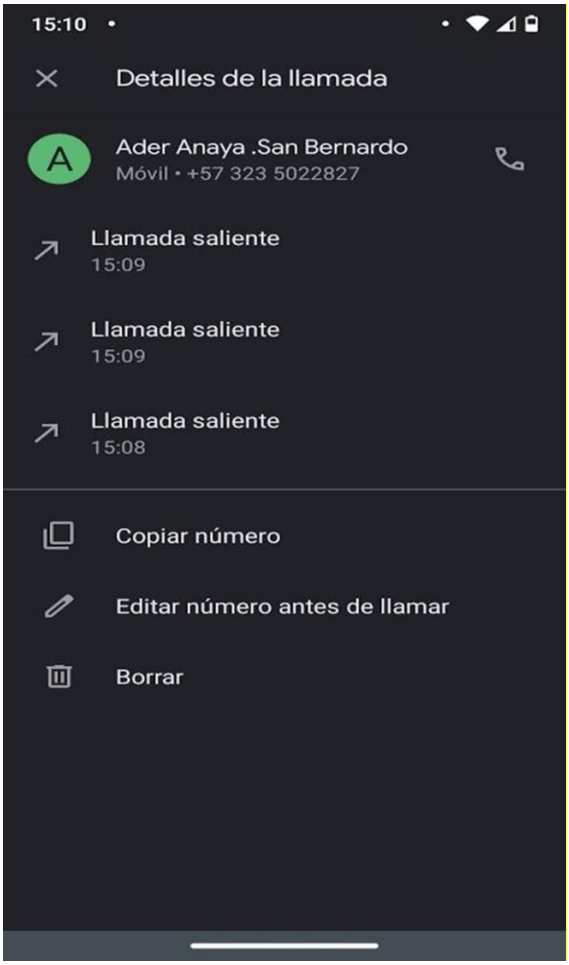

19:26
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Aprendi...
conflictivas que casi siempre violentan los derechos de las personas y generan conflictos, convirtiéndose en un gran obstáculo para conseguir nuestras metas y sueños. Los quiero invitar a que vean el siguiente video que habla sobre las emociones.
https://www.youtube.com/watch?v=XU3SlbNAZIo.
Para iniciar el recorrido, lo invito a analizar sobre los aspectos relevantes de su proyecto de vida que generen motivación en su que hacer como aprendiz en el sector del Mercado.
De manera individual reflexione sobre las siguientes preguntas:
1- ¿Cuál es mi Proyecto de vida?
2. ¿Qué estoy haciendo para conseguir mis metas y sueños?
3- ¿Desde su rol y desde su proyecto de vida personal, para que le sirve la Inteligencia emocional?
Escribe un mensaje

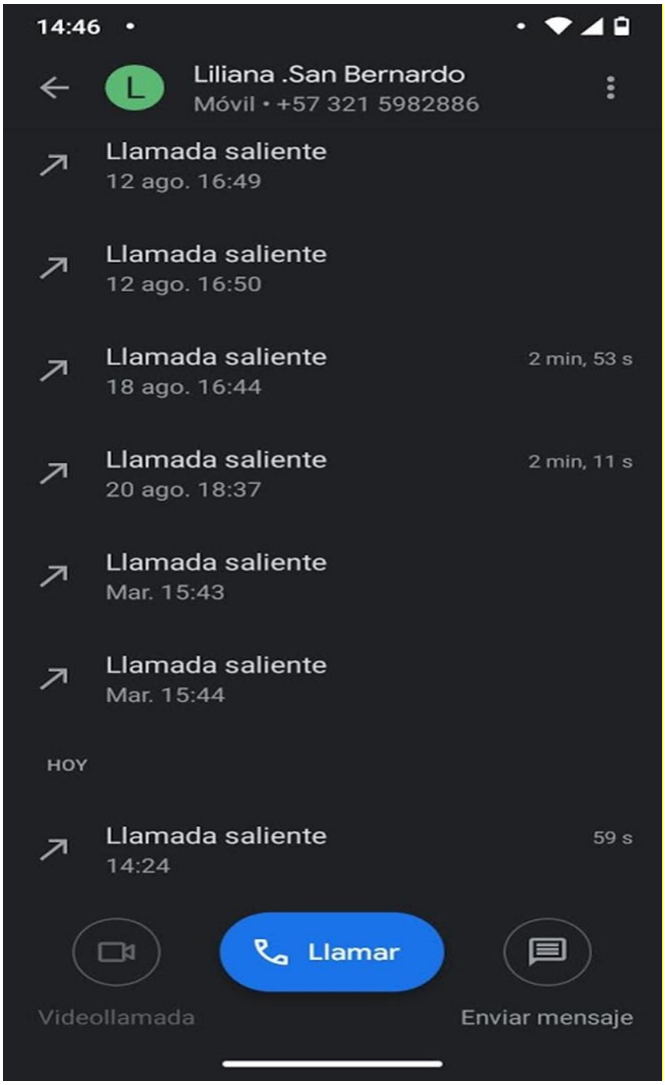

19:26
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Aprendi...
tocar este tema 16:11
YouTube
Los sentimientos y las emociones. De la pelicula "del reves"
Dirigir nuestro mundo emocional no ...
www.youtube.com
Introducción
Tomando como punto de partida que la Inteligencia Emocional , ha sido considerada en los últimos 25 años como un concepto muy relevante del ajuste emocional, el bienestar personal, el éxito en la vida y las relaciones interpersonales en diferentes contextos de la cotidianidad; se puede concluir que si estas son positivas, propician estímulos para alcanzar los objetivos propuestos por sus energías y poderosas fuerzas; pero, si son negativas
Escribe un mensaje

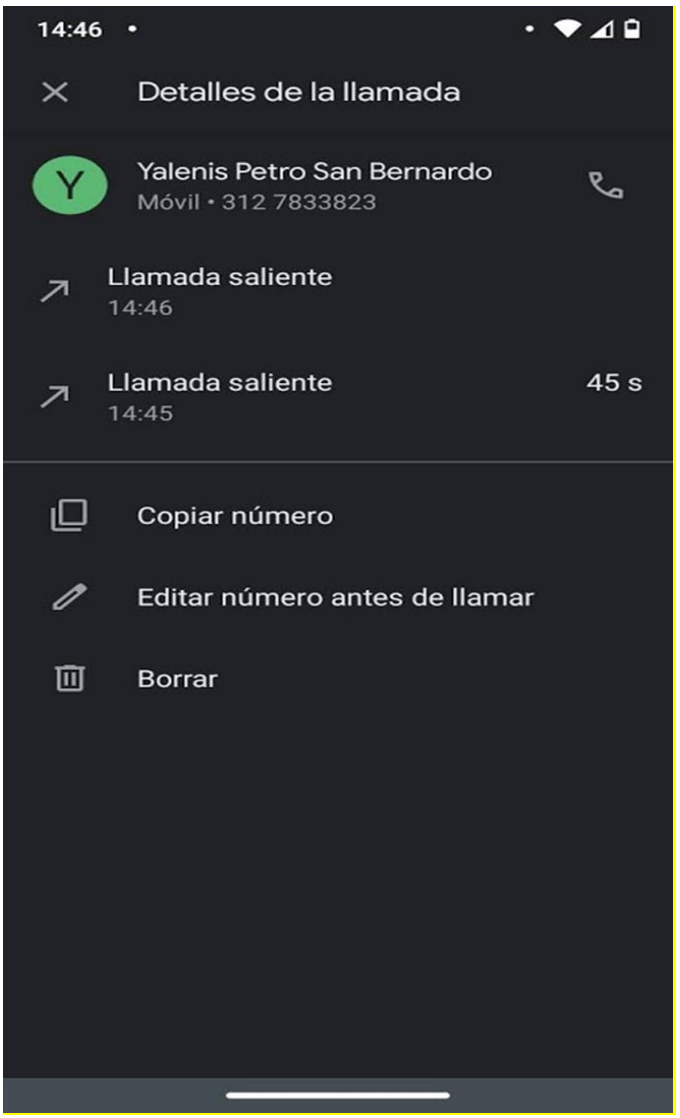
FICHA 2153539

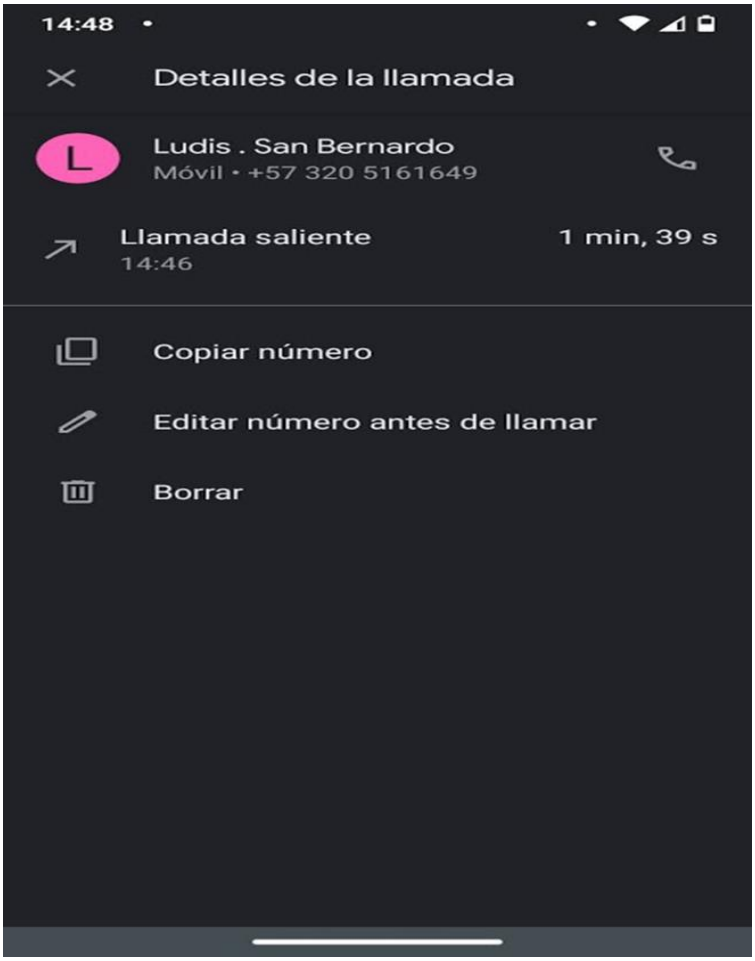


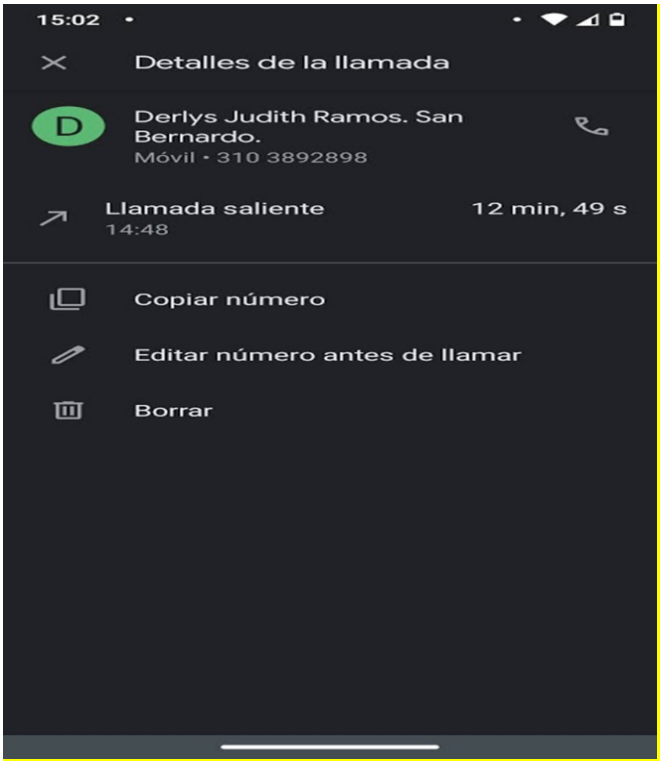


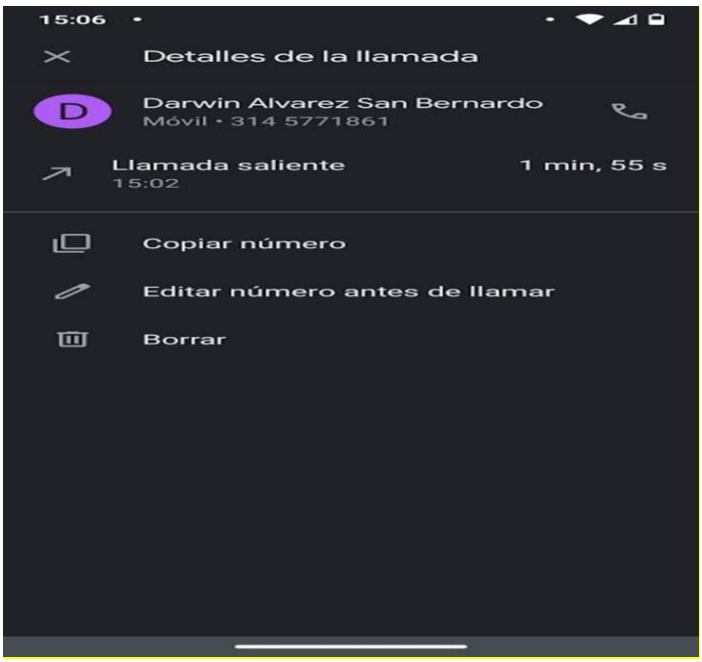

15:10
Detalles de la llamada
A
Ader Anaya .San Bernardo
Móvil • +57 323 5022827
Llamada saliente
15:09
Llamada saliente
15:09
Llamada saliente
15:08
Copiar número
Editar número antes de llamar
Borrar


14:46
Liliana .San Bernardo
Móvil • +57 321 5982886
Llamada saliente
12 ago. 16:49
Llamada saliente
12 ago. 16:50
Llamada saliente
2 min, 53 s
18 ago. 16:44
Llamada saliente
2 min, 11 s
20 ago. 18:37
Llamada saliente
Mar. 15:43
Llamada saliente
Mar. 15:44
HOY
Llamada saliente
59 s
14:24
Llamar
Videollamada
Enviar mensaje


14:46
Detalles de la llamada
Y
Yalenis Petro San Bernardo
Móvil • 312 7833823
Llamada saliente
14:46
Llamada saliente
14:45
45 s
Copiar número
Editar número antes de llamar
Borrar

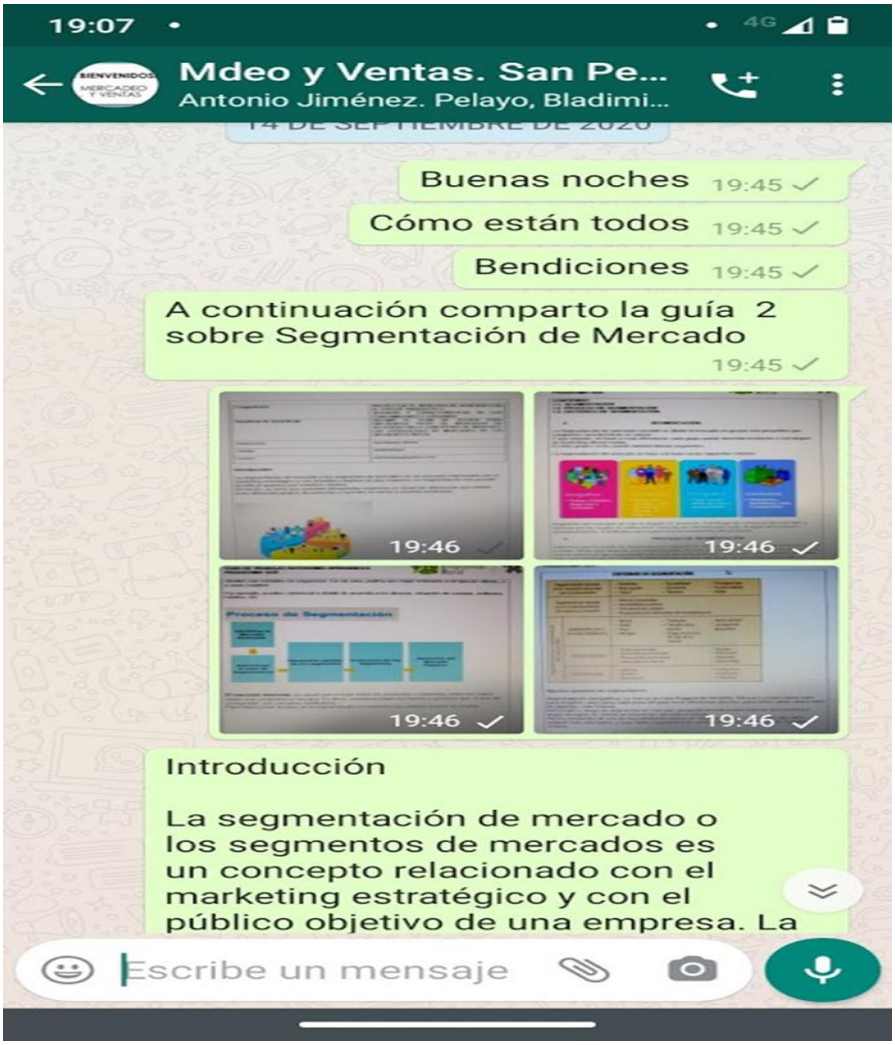

14:48
Detalles de la llamada
L
Ludis . San Bernardo
Móvil • +57 320 5161649
Llamada saliente
14:46
1 min, 39 s
Copiar número
Editar número antes de llamar
Borrar

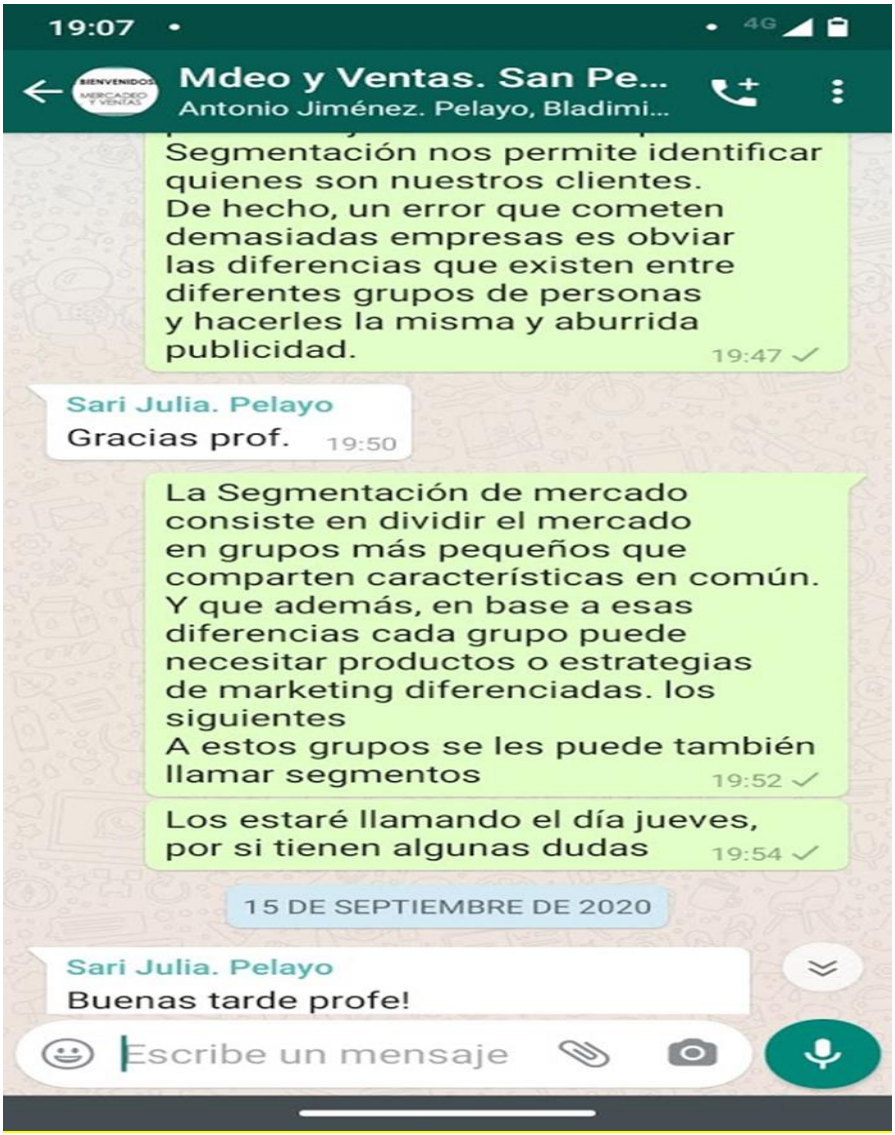

15:02
Detalles de la llamada
D
Derlys Judith Ramos. San Bernardo.
Móvil • 310 3892898
Llamada saliente
14:48
12 min, 49 s
Copiar número
Editar número antes de llamar
Borrar


15:06
Detalles de la llamada
D
Darwin Alvarez San Bernardo
Móvil • 314 5771861
Llamada saliente
15:02
1 min, 55 s
Copiar número
Editar número antes de llamar
Borrar

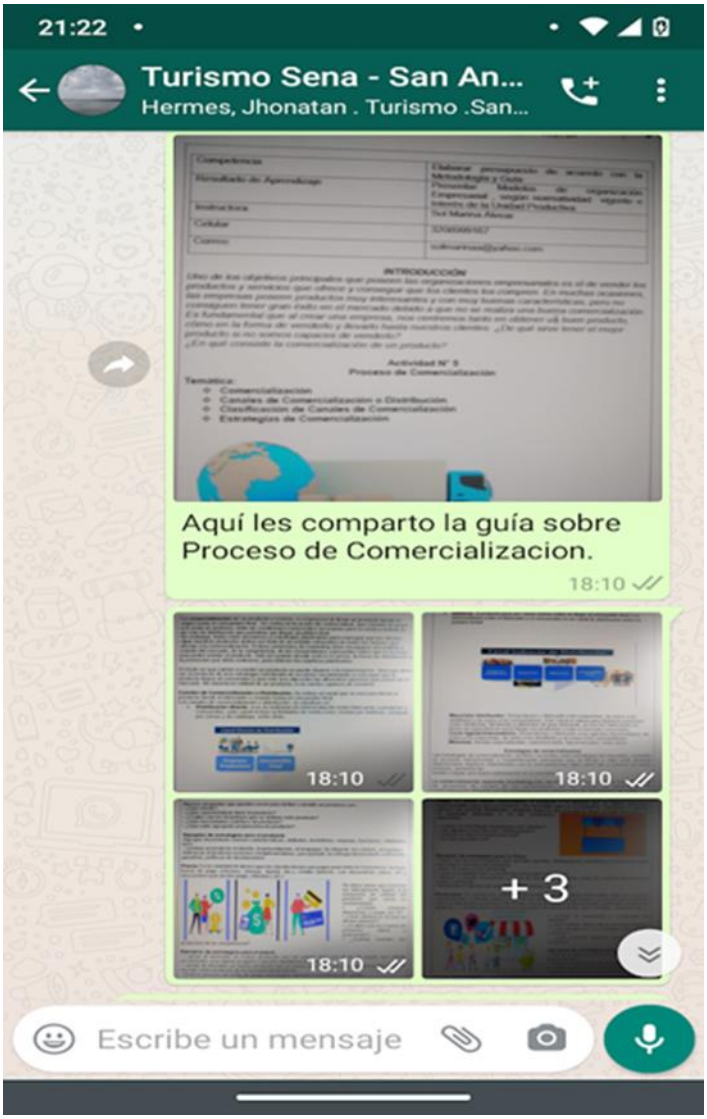
Evidencias Semana 14-19 de Septiembre

FICHA 2191305



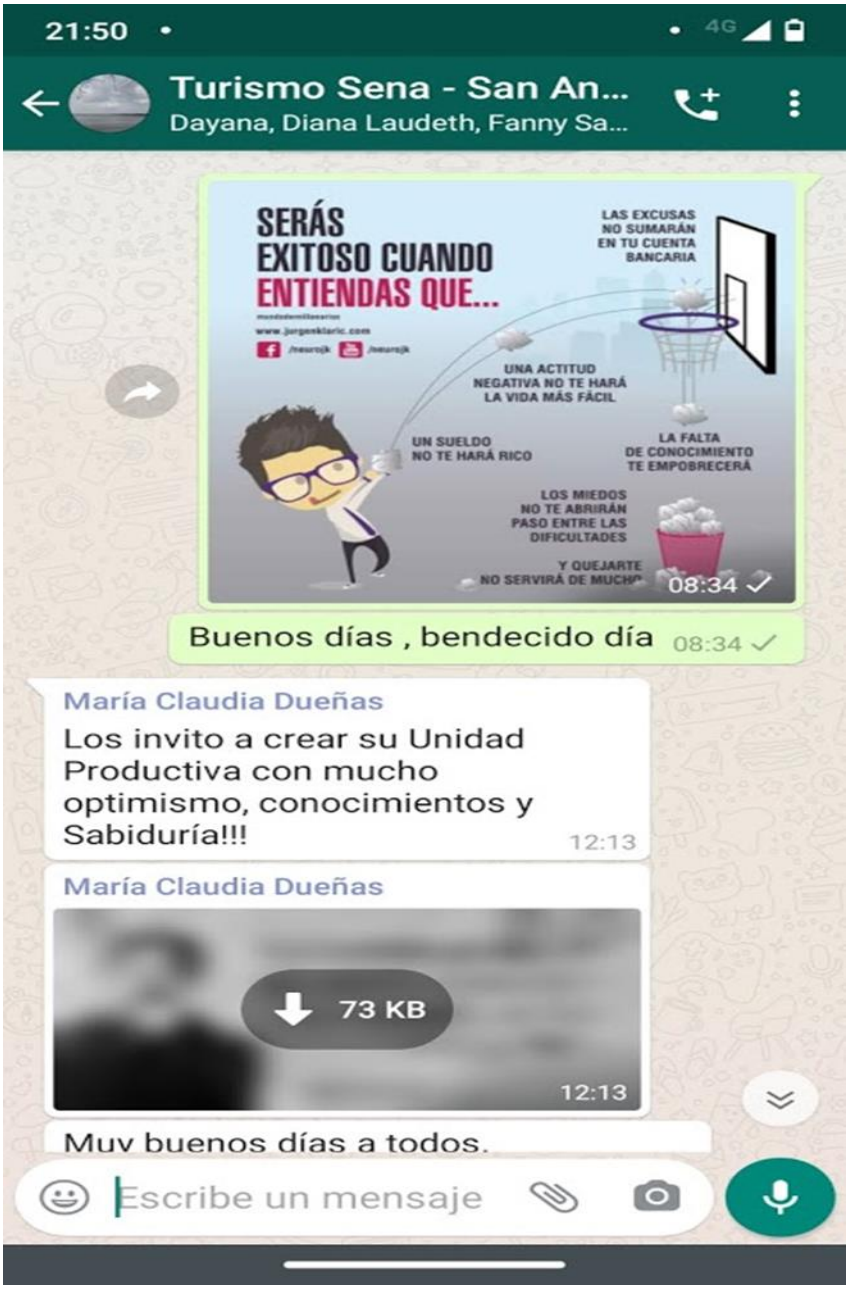

19:07
Mdeo y Ventas. San Pe...
Antonio Jiménez. Pelayo, Bladimi...
Segmentación nos permite identificar quienes son nuestros clientes.
De hecho, un error que cometen demasiadas empresas es obviar las diferencias que existen entre diferentes grupos de personas y hacerles la misma y aburrida publicidad.
19:47
Sari Julia. Pelayo
Gracias prof. 19:50
La Segmentación de mercado consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños que comparten características en común.
Y que además, en base a esas diferencias cada grupo puede necesitar productos o estrategias de marketing diferenciadas. los siguientes
A estos grupos se les puede también llamar segmentos
19:52
Los estaré llamando el día jueves, por si tienen algunas dudas
19:54
15 DE SEPTIEMBRE DE 2020
Sari Julia. Pelayo
Buenas tarde profe!
Escribe un mensaje

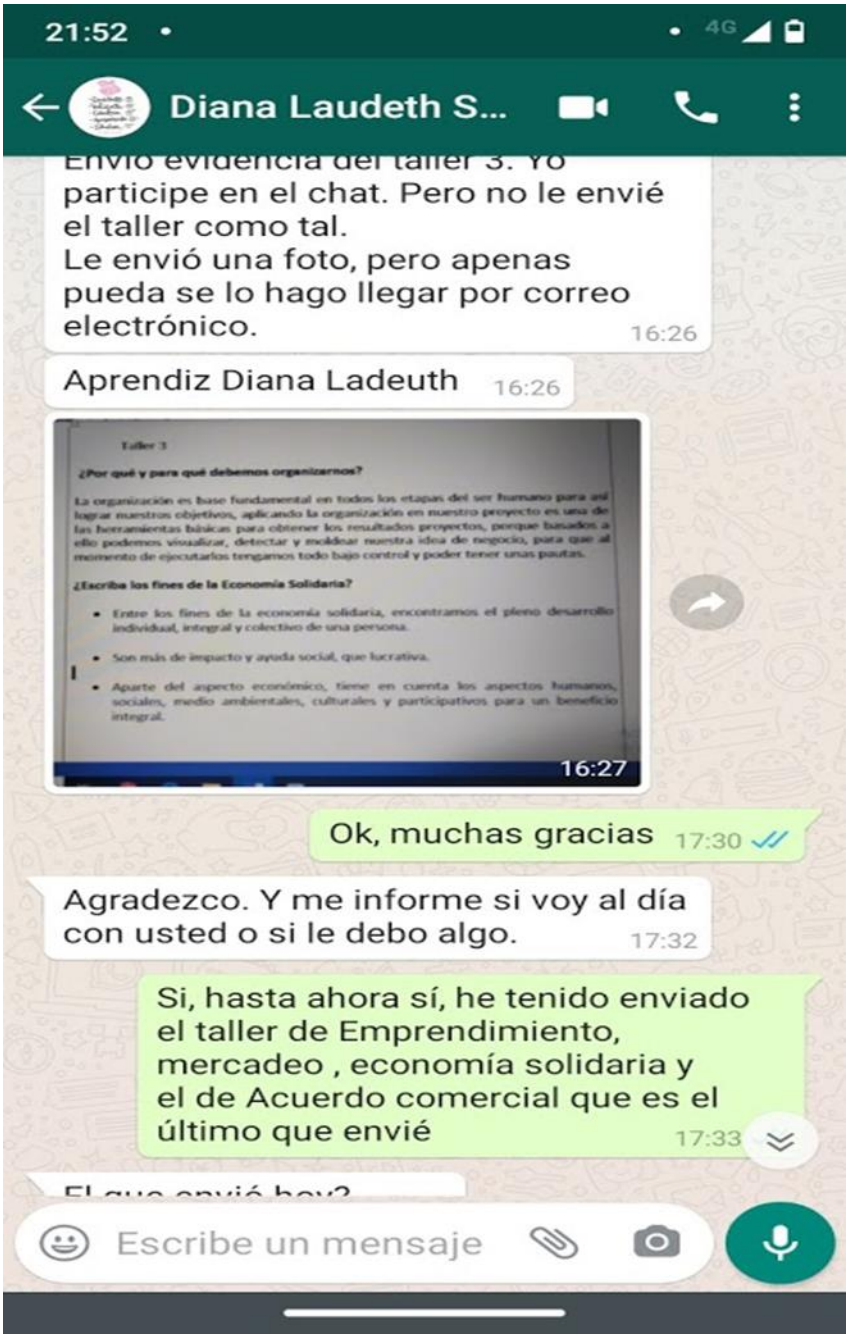
FICHA 2080476

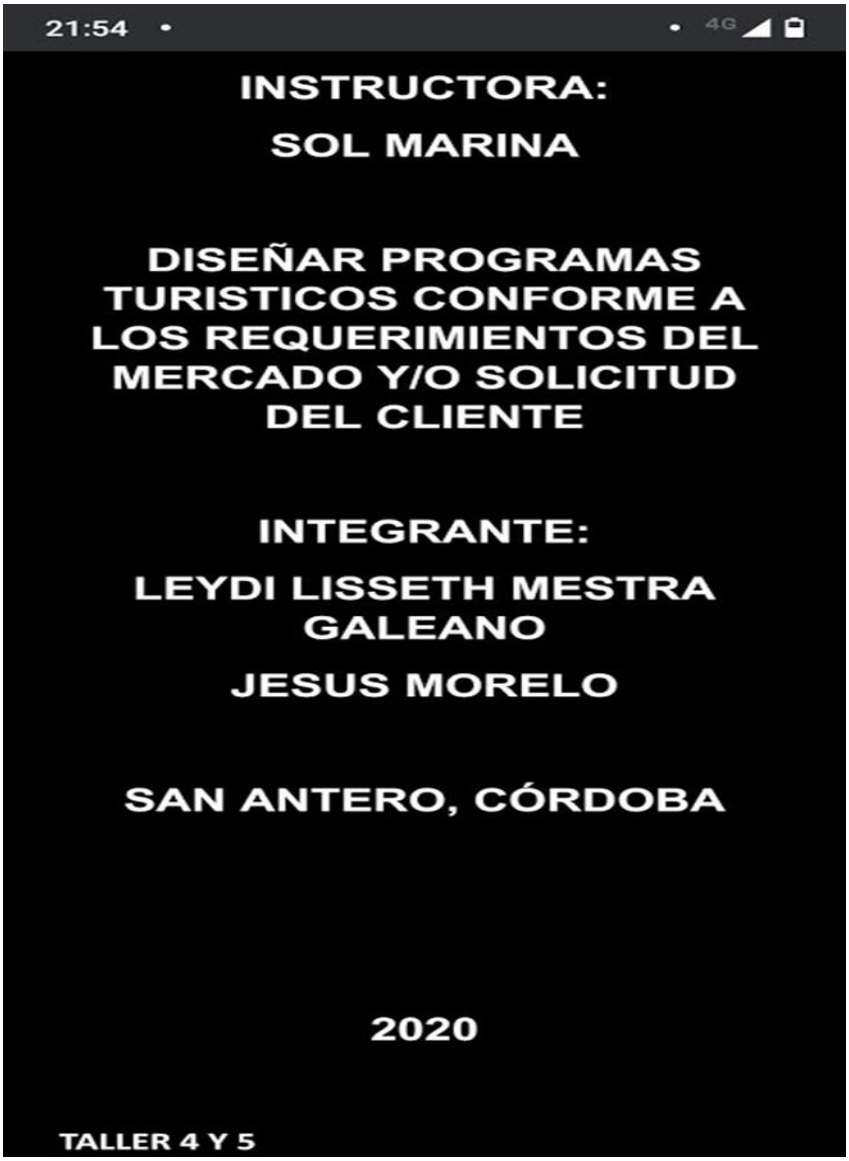


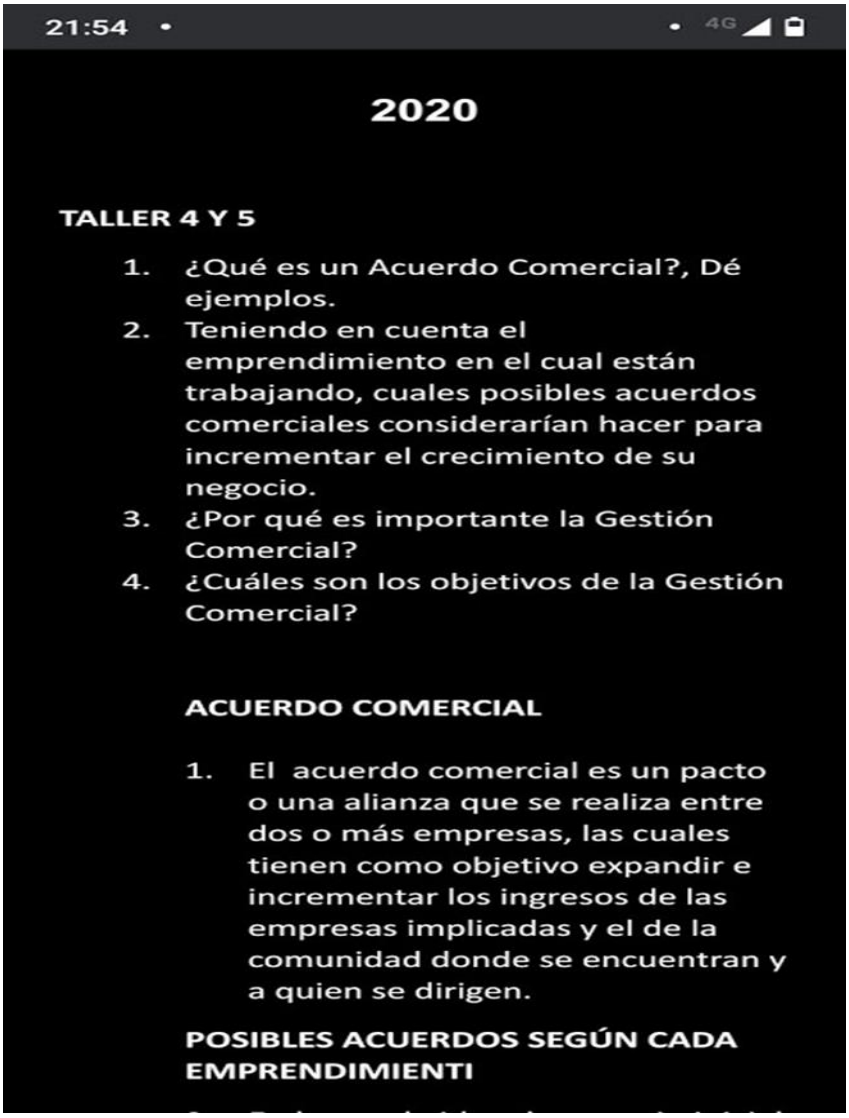

21:49
Turismo Sena - San An...
Dayana, Diana Laudeth, Fanny Sa...
0:10
17:30
Chicos cuentenme que les pasa. Porqyw no participan!
17:49
Les agradezco que hablen. Uno hablando es que se entiende
17:53
EL QUE QUIERE SUPERARSE, NO VE OBSTACULOS, VE SUEÑOS
17:54
Buenas tardes
17:54
Cómo están todos?
17:54
Dónde están los pilosos del grupo
17:54
Ustedes son un excelente grupo, tienen mucha madera para alcanzar
Escribe un mensaje

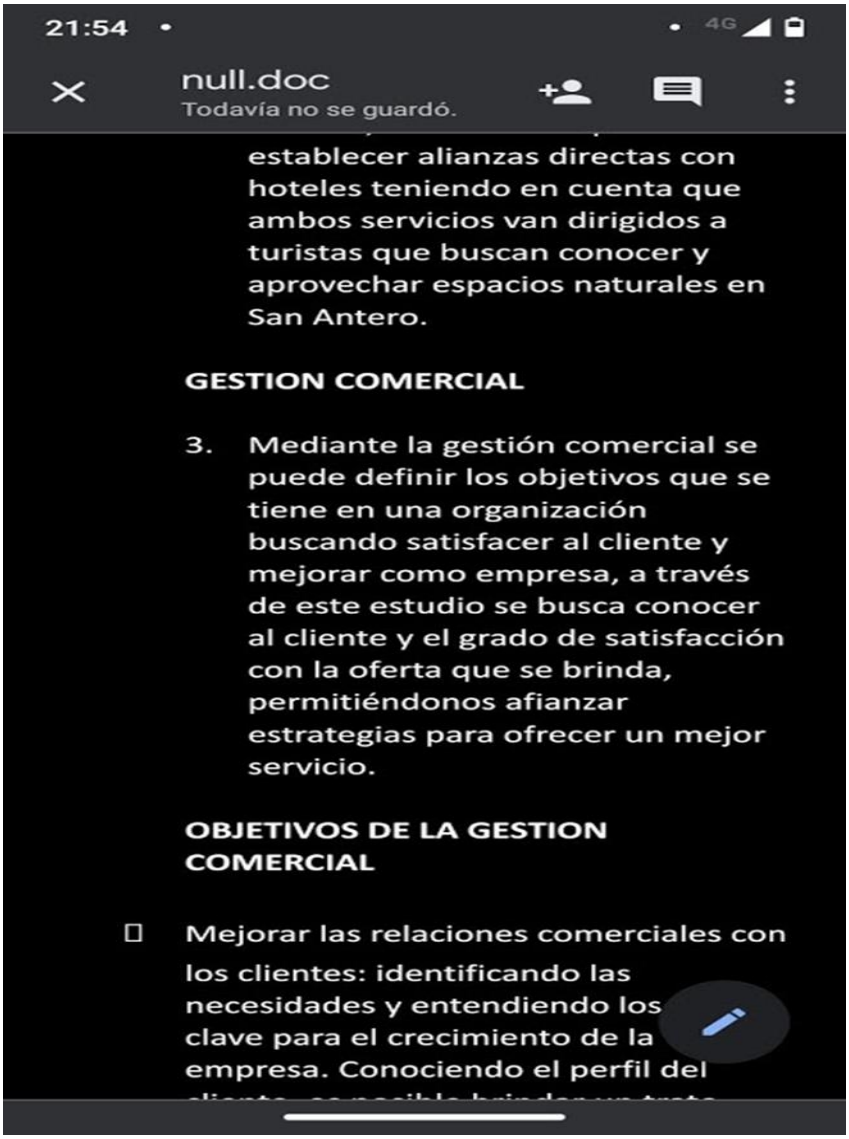

21:50
Turismo Sena - San An...
Dayana, Diana Laudeth, Fanny Sa...
para ustedes.
08:29
El código de seguridad de +57 301 2671402 cambió. Toca para más información.
Muchas gracias 13:30
María Claudia Dueñas
Jhonatan . Turismo .San Antero
Feliz dia Dios los Bendiga
Mil gracias jhonatan.
13:32
Mismo árbol en diferente estación.
Recuerda, todo es temporal.
17:01
Jhonatan . Turismo .San Antero
Tú
Foto
Amen
19:52
Escribe un mensaje

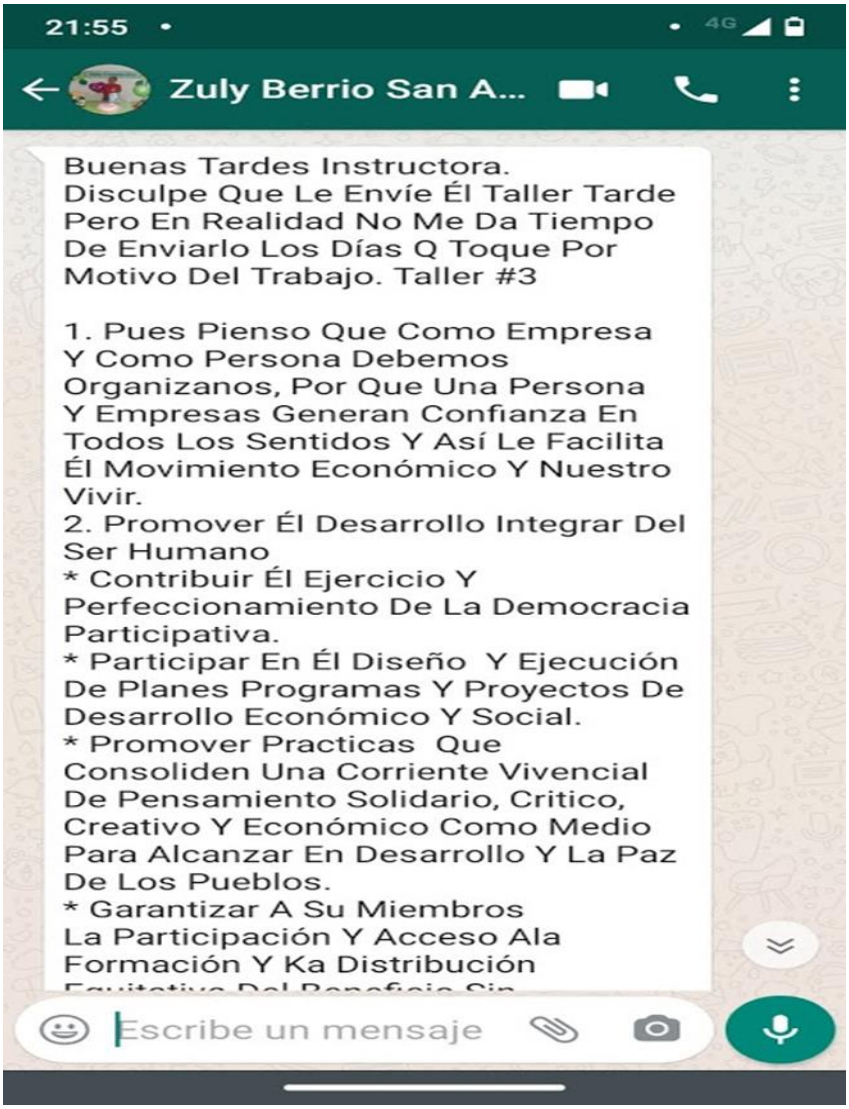

21:50
Turismo Sena - San An...
Dayana, Diana Laudeth, Fanny Sa...
SERÁS EXITOSO CUANDO ENTIENDAS QUE...
LAS EXCUSAS NO SUMARÁN EN TU CUENTA BANCARIA
UNA ACTITUD NEGATIVA NO TE HARÁ LA VIDA MÁS FÁCIL
UN SUELDO NO TE HARÁ RICO
LA FALTA DE CONOCIMIENTO TE EMPOBRECERÁ
LOS MIEDOS NO TE ABRIRÁN PASO ENTRE LAS DIFICULTADES
08:34
Buenos días , bendecido día 08:34
María Claudia Dueñas
Los invito a crear su Unidad Productiva con mucho optimismo, conocimientos y Sabiduría!!! 12:13
María Claudia Dueñas
73 KB
12:13
Muy buenos días a todos.
Escribe un mensaje

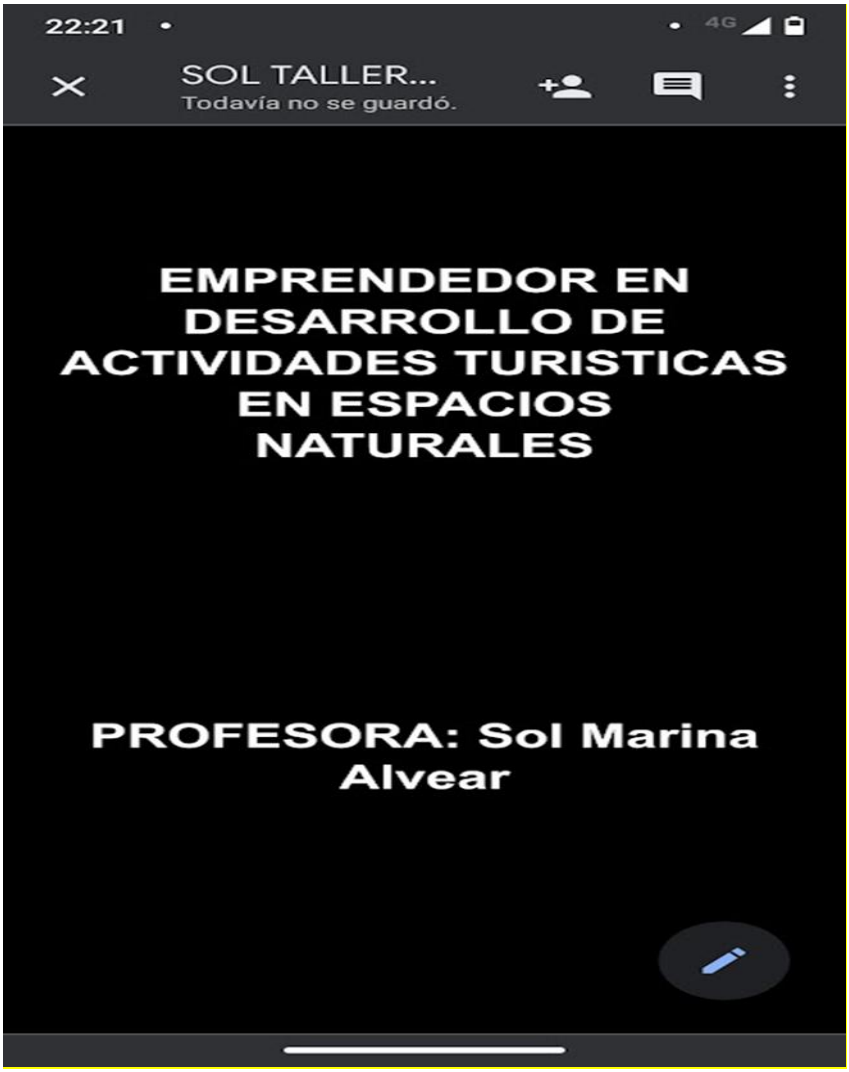

21:52
Diana Laudeth S...
participe en el chat. Pero no le envié el taller como tal.
Le envió una foto, pero apenas pueda se lo hago llegar por correo electrónico.
16:26
Aprendiz Diana Ladeuth 16:26
Taller 3
¿Por qué y para qué debemos organizarnos?
¿Escriba los fines de la Economía Solidaria?
16:27
Ok, muchas gracias 17:30
Agradezco. Y me informe si voy al día con usted o si le debo algo. 17:32
Si, hasta ahora sí, he tenido enviado el taller de Emprendimiento, mercadeo , economía solidaria y el de Acuerdo comercial que es el último que envié 17:33
Escribe un mensaje


21:54
INSTRUCTORA:
SOL MARINA
DISEÑAR PROGRAMAS TURISTICOS CONFORME A LOS REQUERIMIENTOS DEL MERCADO Y/O SOLICITUD DEL CLIENTE
INTEGRANTE:
LEYDI LISSETH MESTRA GALEANO
JESUS MORELO
SAN ANTERO, CÓRDOBA
2020
TALLER 4 Y 5

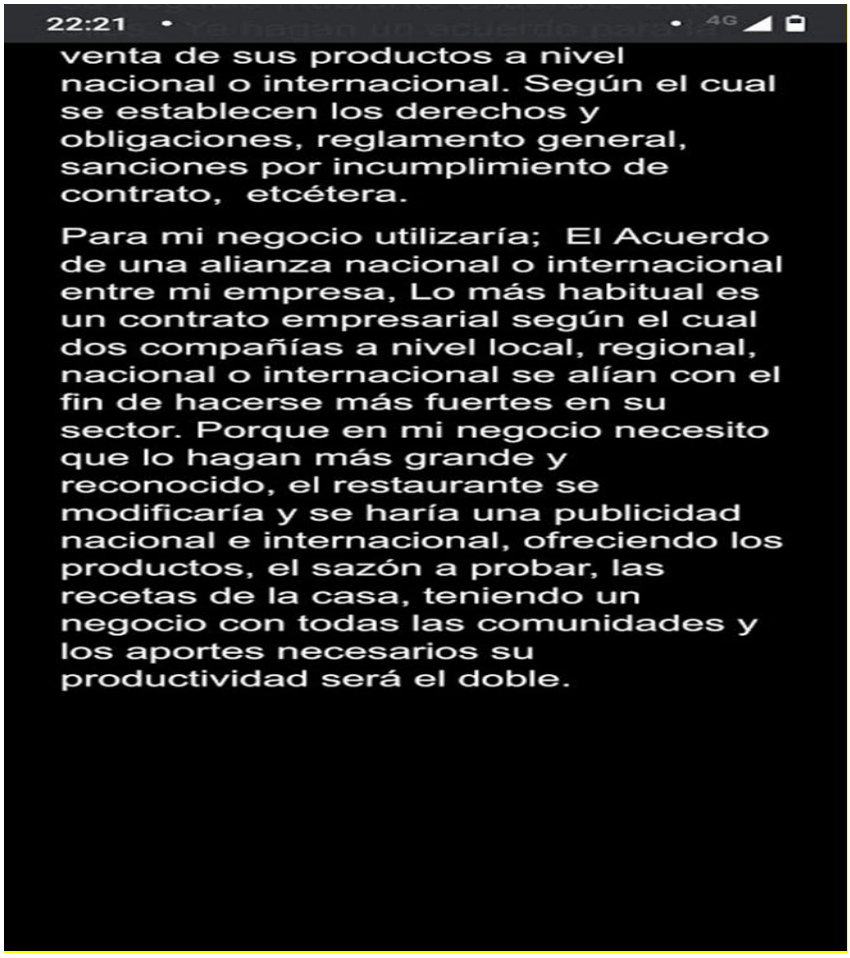

21:54
2020
TALLER 4 Y 5
1. ¿Qué es un Acuerdo Comercial?, Dé ejemplos.
2. Teniendo en cuenta el emprendimiento en el cual están trabajando, cuales posibles acuerdos comerciales considerarían hacer para incrementar el crecimiento de su negocio.
3. ¿Por qué es importante la Gestión Comercial?
4. ¿Cuáles son los objetivos de la Gestión Comercial?
ACUERDO COMERCIAL
1. El acuerdo comercial es un pacto o una alianza que se realiza entre dos o más empresas, las cuales tienen como objetivo expandir e incrementar los ingresos de las empresas implicadas y el de la comunidad donde se encuentran y a quien se dirigen.
POSIBLES ACUERDOS SEGÚN CADA EMPRENDIMIENTI


21:54
4G
null.doc
Todavía no se guardó.
establecer alianzas directas con hoteles teniendo en cuenta que ambos servicios van dirigidos a turistas que buscan conocer y aprovechar espacios naturales en San Antero.
GESTION COMERCIAL
3. Mediante la gestión comercial se puede definir los objetivos que se tiene en una organización buscando satisfacer al cliente y mejorar como empresa, a través de este estudio se busca conocer al cliente y el grado de satisfacción con la oferta que se brinda, permitiéndonos afianzar estrategias para ofrecer un mejor servicio.
OBJETIVOS DE LA GESTION COMERCIAL
Mejorar las relaciones comerciales con los clientes: identificando las necesidades y entendiendo los
clave para el crecimiento de la empresa. Conociendo el perfil del


21:55
Zuly Berrio San A...
Buenas Tardes Instructora.
Disculpe Que Le Envíe Él Taller Tarde
Pero En Realidad No Me Da Tiempo
De Enviarlo Los Días Q Toque Por
Motivo Del Trabajo. Taller #3
1. Pues Pienso Que Como Empresa
Y Como Persona Debemos
Organizanos, Por Que Una Persona
Y Empresas Generan Confianza En
Todos Los Sentidos Y Así Le Facilita
Él Movimiento Económico Y Nuestro
Vivir.
2. Promover Él Desarrollo Integrar Del
Ser Humano
* Contribuir Él Ejercicio Y
Perfeccionamiento De La Democracia
Participativa.
* Participar En Él Diseño Y Ejecución
De Planes Programas Y Proyectos De
Desarrollo Económico Y Social.
* Promover Practicas Que
Consoliden Una Corriente Vivencial
De Pensamiento Solidario, Critico,
Creativo Y Económico Como Medio
Para Alcanzar En Desarrollo Y La Paz
De Los Pueblos.
* Garantizar A Su Miembros
La Participación Y Acceso Ala
Formación Y Ka Distribución
Escribe un mensaje

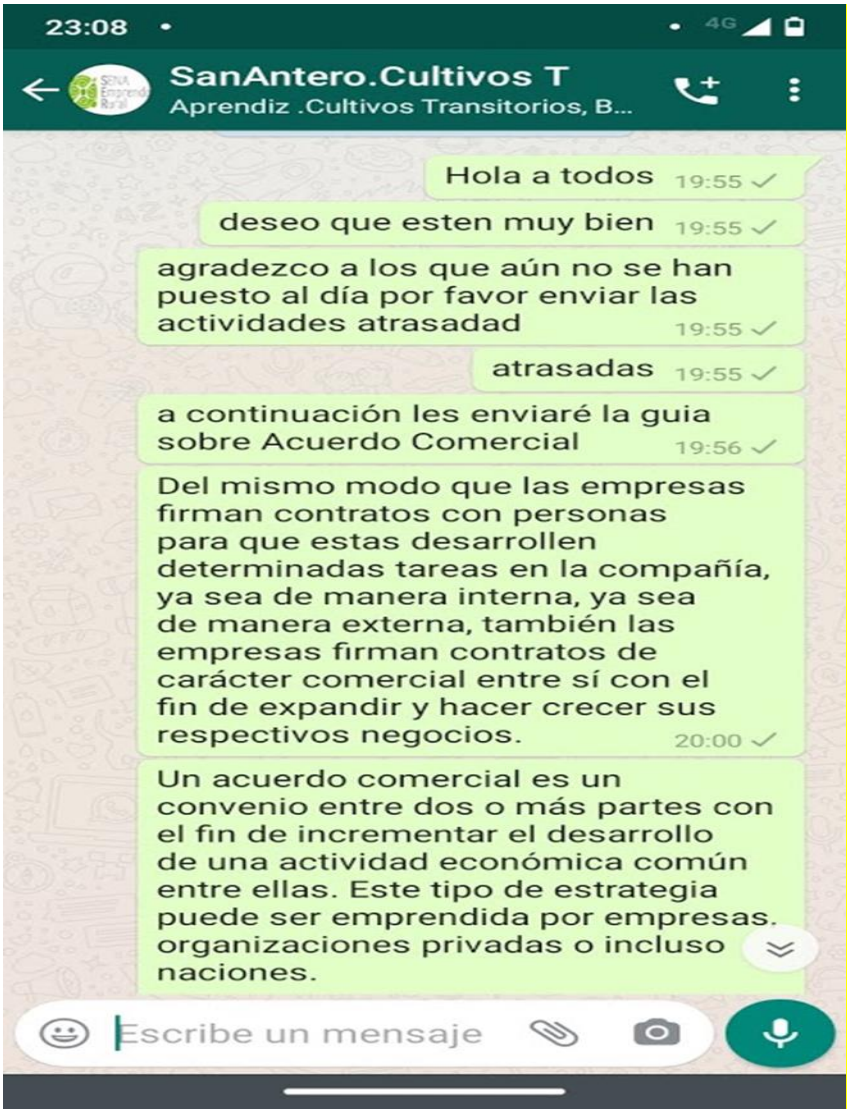

22:21
SOL TALLER...
Todavía no se guardó.
EMPRENDEDOR EN DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURISTICAS EN ESPACIOS NATURALES
PROFESORA: Sol Marina Alvear

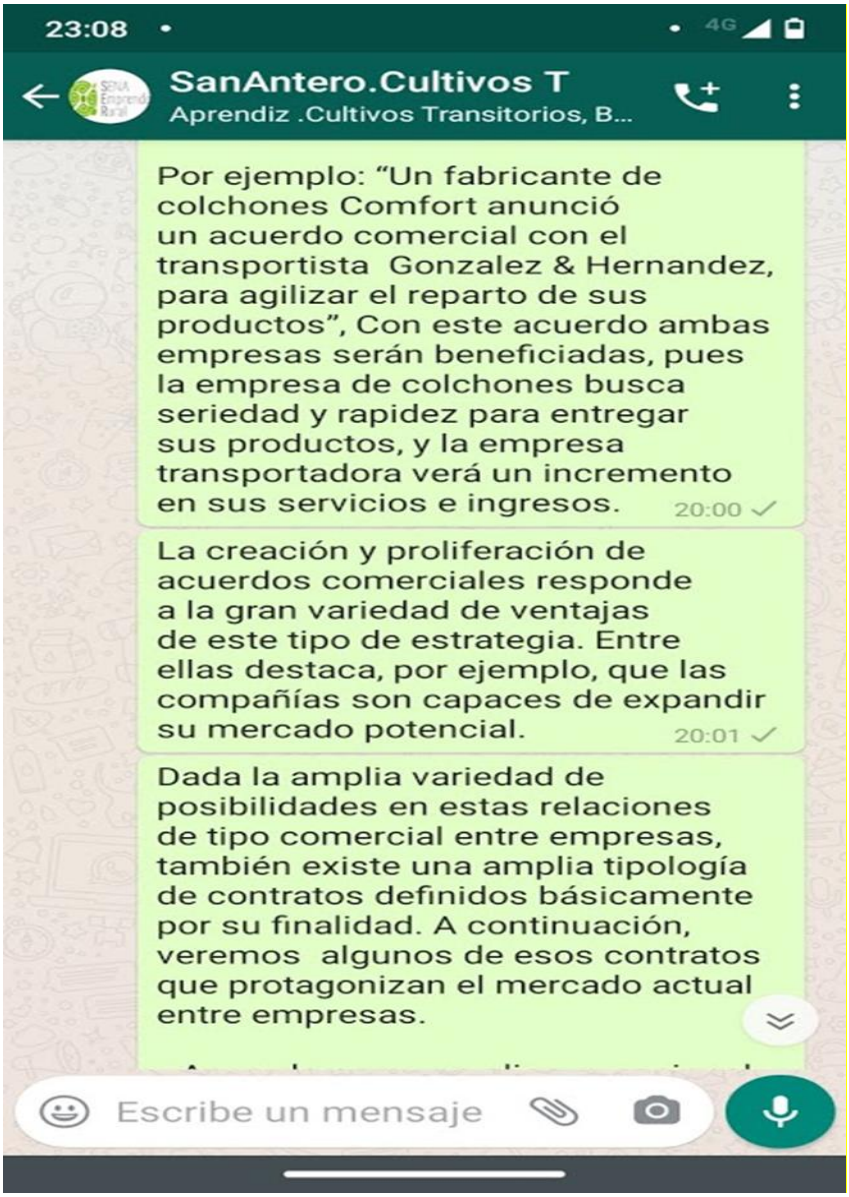

22:21
4G
JHONATAN DE JESUS
ZARATE MARTINEZ
SENA
Taller 4
Qué es un Acuerdo Comercial? Dé ejemplos.
Teniendo en cuenta el emprendimiento en el cual están trabajando, cuales posibles acuerdos comerciales considerarían hacer para incrementar el crecimiento de su negocio?
R/ Un acuerdo comercial es un tratado amplio de impuestos, aranceles y comercio que a menudo incluye garantías de inversión, ejemplo Juan tiene una micro empresa y quiere ampliar su inversión pero no tiene el

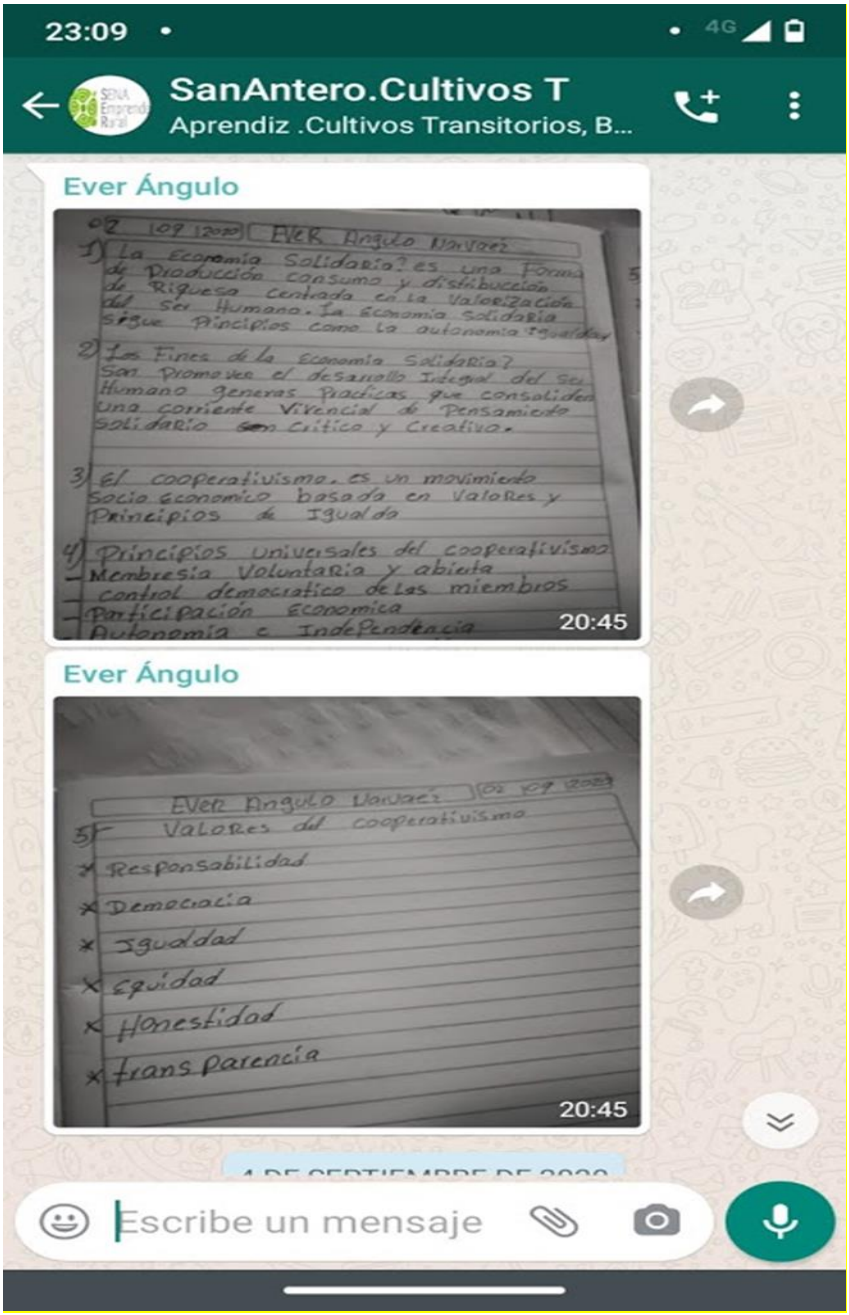

22:21
4G
venta de sus productos a nivel nacional o internacional. Según el cual se establecen los derechos y obligaciones, reglamento general, sanciones por incumplimiento de contrato, etcétera.
Para mi negocio utilizaría; El Acuerdo de una alianza nacional o internacional entre mi empresa, Lo más habitual es un contrato empresarial según el cual dos compañías a nivel local, regional, nacional o internacional se alían con el fin de hacerse más fuertes en su sector. Porque en mi negocio necesito que lo hagan más grande y reconocido, el restaurante se modificaría y se haría una publicidad nacional e internacional, ofreciendo los productos, el sazón a probar, las recetas de la casa, teniendo un negocio con todas las comunidades y los aportes necesarios su productividad será el doble.

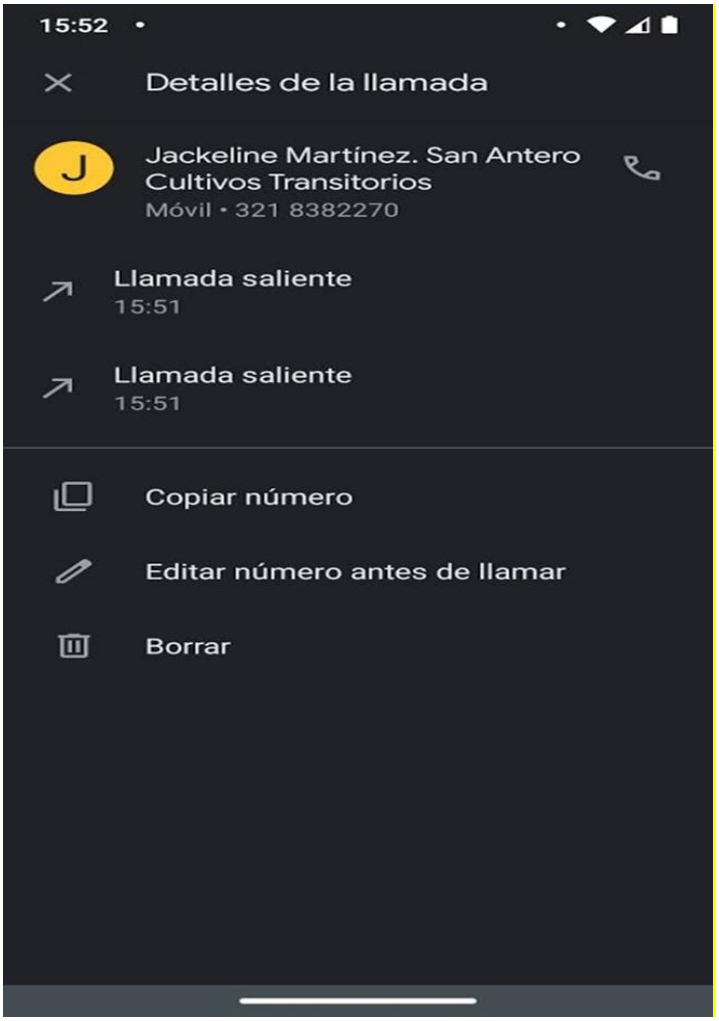
FICHA 20162728

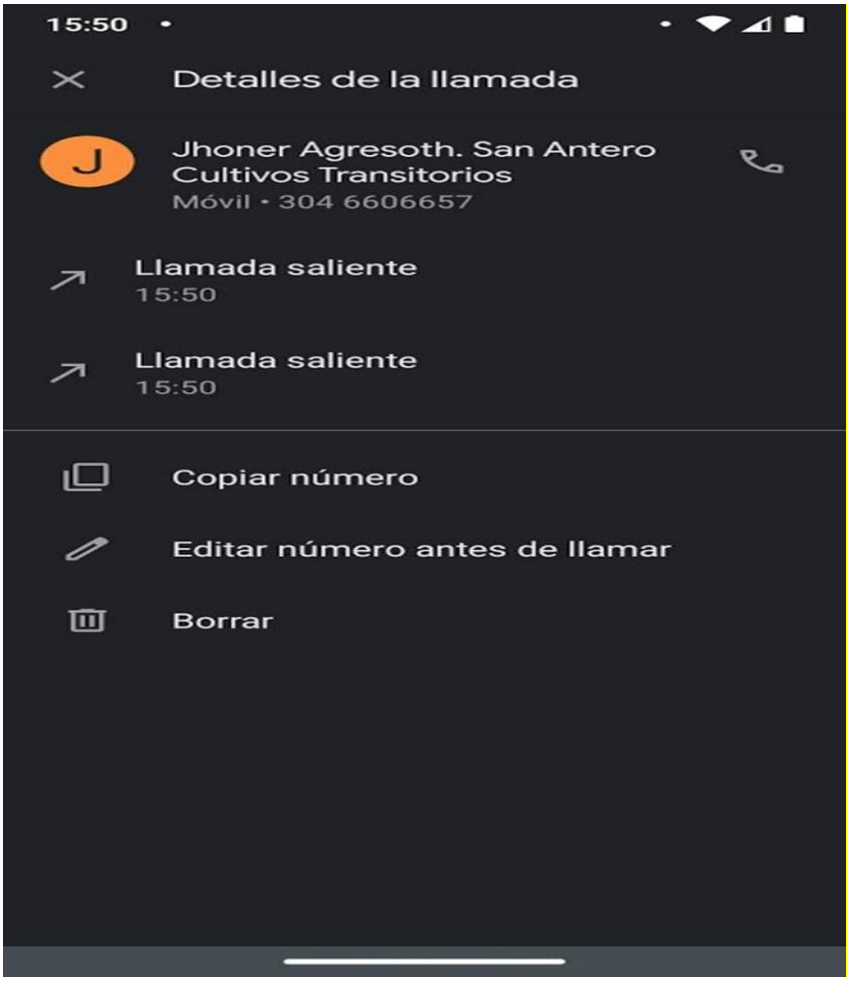



23:08
4G
SanAntero.Cultivos T
Aprendiz .Cultivos Transitorios, B...
Hola a todos 19:55
deseo que esten muy bien 19:55
agradezco a los que aún no se han puesto al día por favor enviar las actividades atrasadad 19:55
atrasadas 19:55
a continuación les enviaré la guia sobre Acuerdo Comercial 19:56
Del mismo modo que las empresas firman contratos con personas para que estas desarrollen determinadas tareas en la compañía, ya sea de manera interna, ya sea de manera externa, también las empresas firman contratos de carácter comercial entre sí con el fin de expandir y hacer crecer sus respectivos negocios. 20:00
Un acuerdo comercial es un convenio entre dos o más partes con el fin de incrementar el desarrollo de una actividad económica común entre ellas. Este tipo de estrategia puede ser emprendida por empresas. organizaciones privadas o incluso naciones.
Escribe un mensaje


23:08
4G
SanAntero.Cultivos T
Aprendiz .Cultivos Transitorios, B...
Por ejemplo: “Un fabricante de colchones Comfort anunció un acuerdo comercial con el transportista Gonzalez & Hernandez, para agilizar el reparto de sus productos”, Con este acuerdo ambas empresas serán beneficiadas, pues la empresa de colchones busca seriedad y rapidez para entregar sus productos, y la empresa transportadora verá un incremento en sus servicios e ingresos. 20:00
La creación y proliferación de acuerdos comerciales responde a la gran variedad de ventajas de este tipo de estrategia. Entre ellas destaca, por ejemplo, que las compañías son capaces de expandir su mercado potencial. 20:01
Dada la amplia variedad de posibilidades en estas relaciones de tipo comercial entre empresas, también existe una amplia tipología de contratos definidos básicamente por su finalidad. A continuación, veremos algunos de esos contratos que protagonizan el mercado actual entre empresas.
Escribe un mensaje

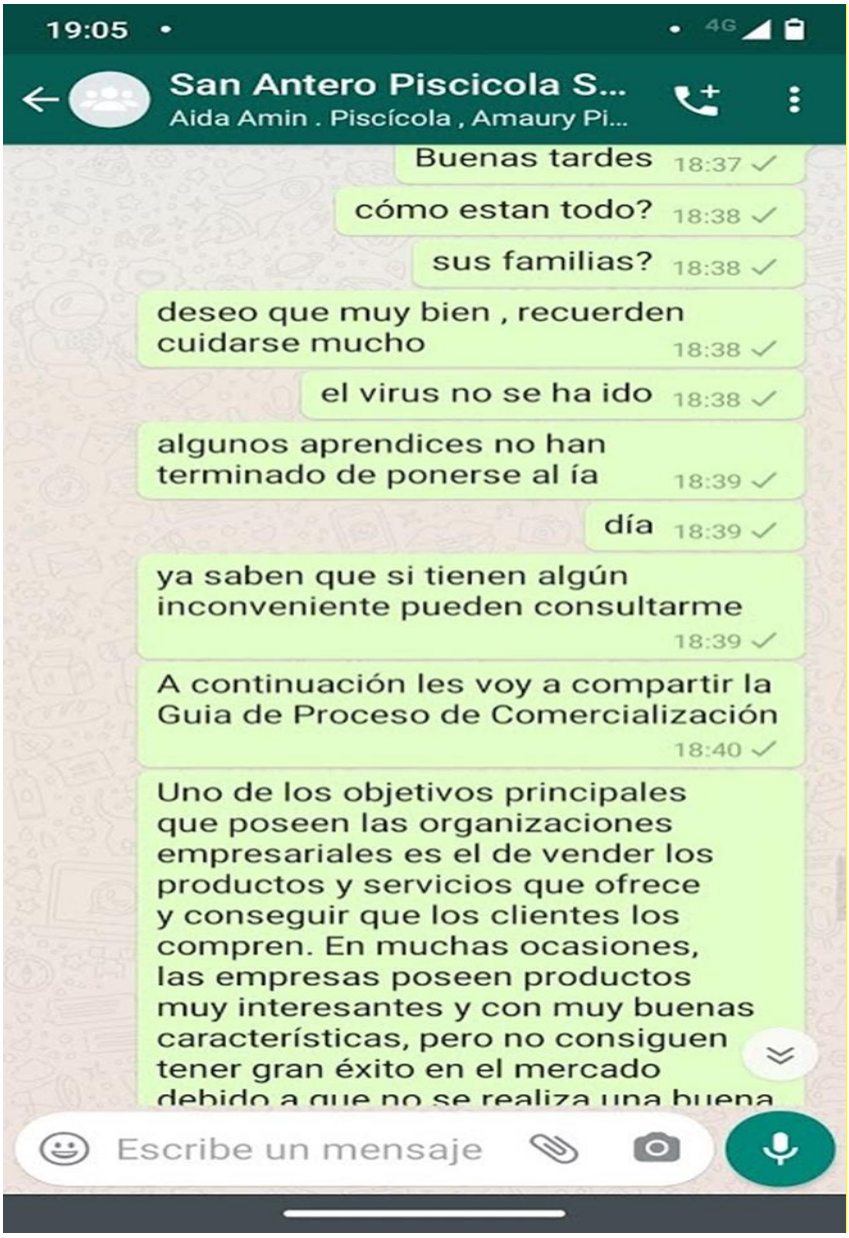

23:09
SanAntero.Cultivos T
Aprendiz .Cultivos Transitorios, B...
Ever Ángulo
20:45
Ever Ángulo
20:45
Escribe un mensaje

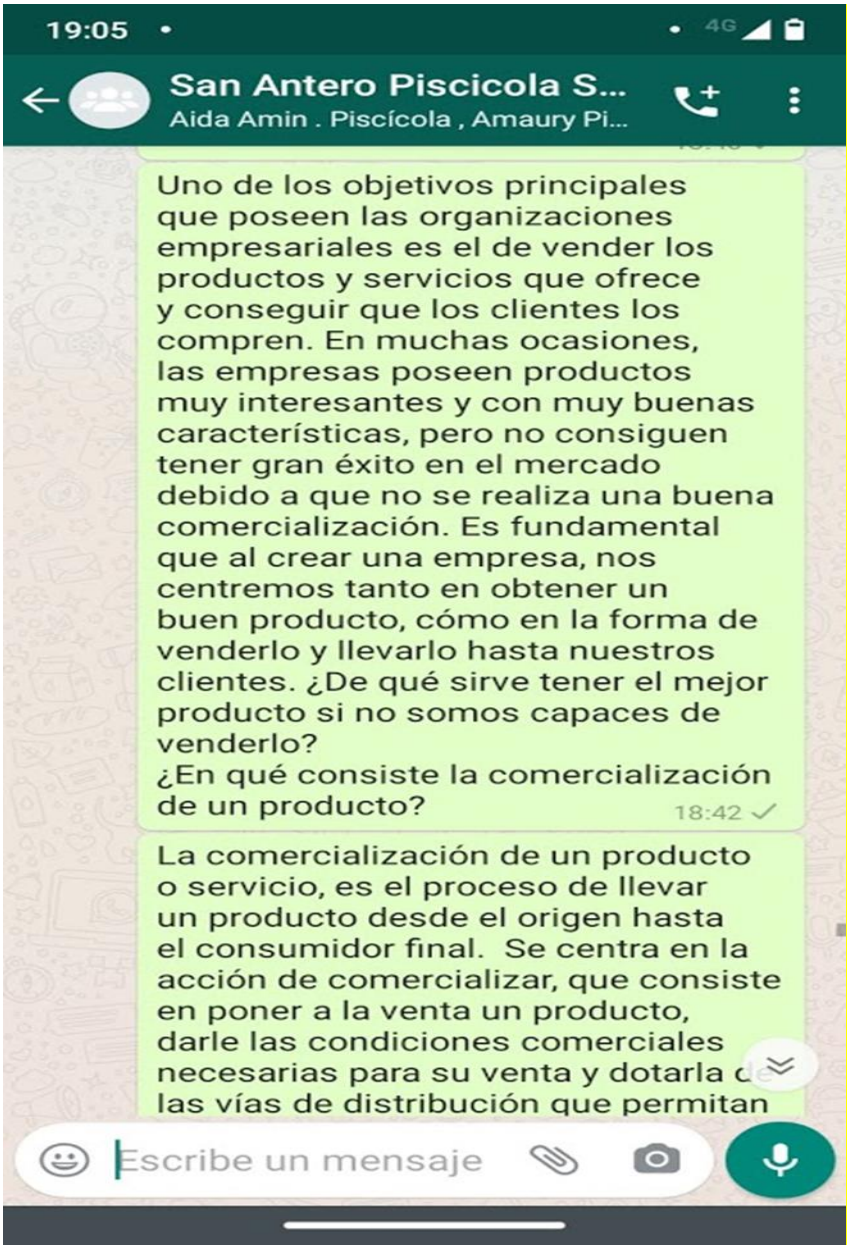

15:52
Detalles de la llamada
J
Jackeline Martínez. San Antero
Cultivos Transitorios
Móvil • 321 8382270
Llamada saliente
15:51
Llamada saliente
15:51
Copiar número
Editar número antes de llamar
Borrar

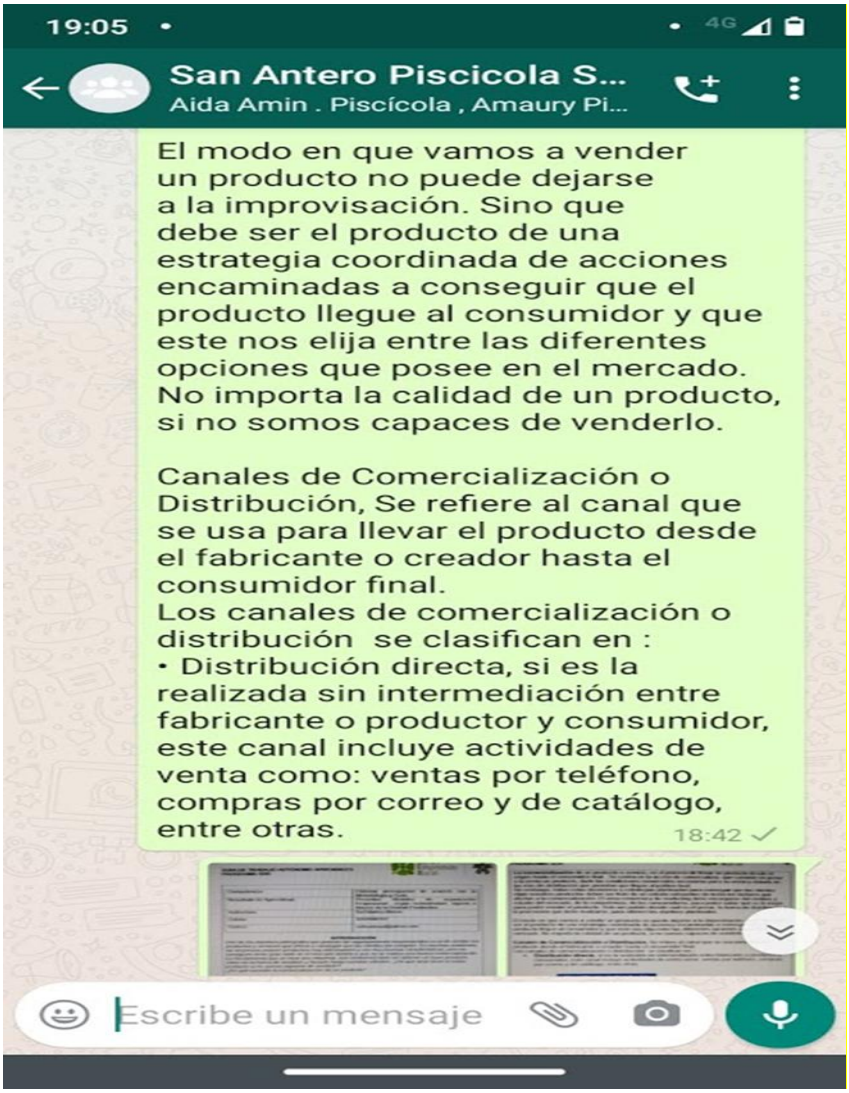

15:50
Detalles de la llamada
J
Jhoner Agresoth. San Antero Cultivos Transitorios
Móvil • 304 6606657
Llamada saliente
15:50
Llamada saliente
15:50
Copiar número
Editar número antes de llamar
Borrar

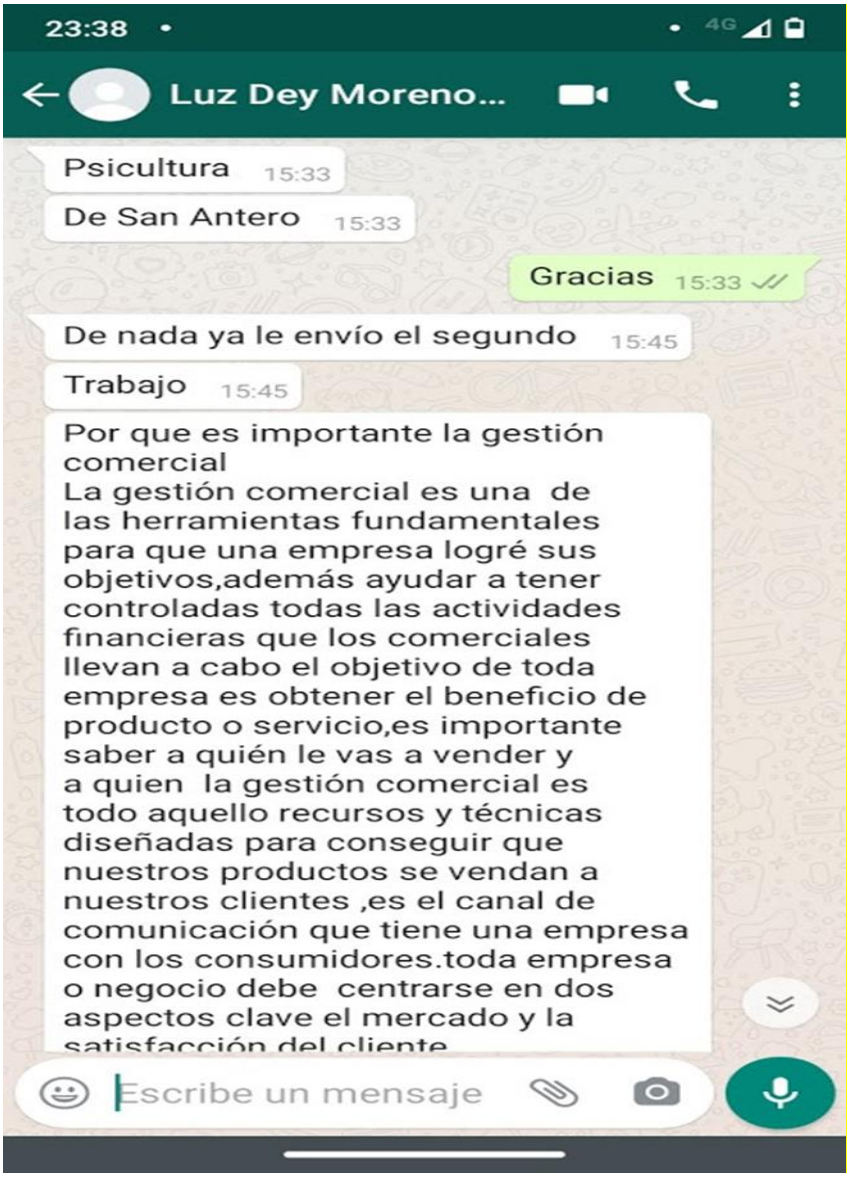
FICHA 2147718

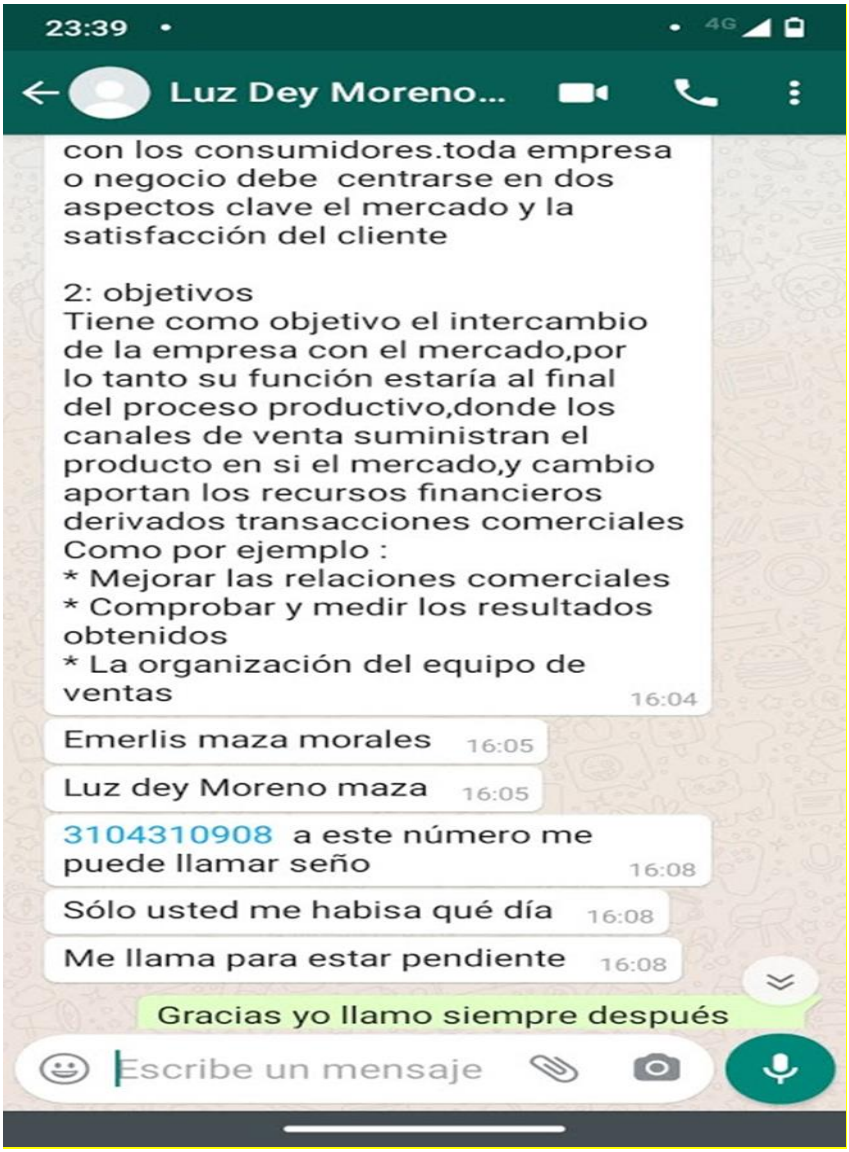



19:05
4G
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
Buenas tardes 18:37
cómo estan todo? 18:38
sus familias? 18:38
deseo que muy bien , recuerden cuidarse mucho 18:38
el virus no se ha ido 18:38
algunos aprendices no han terminado de ponerse al ía 18:39
día 18:39
ya saben que si tienen algún inconveniente pueden consultarme 18:39
A continuación les voy a compartir la Guia de Proceso de Comercialización 18:40
Uno de los objetivos principales que poseen las organizaciones empresariales es el de vender los productos y servicios que ofrece y conseguir que los clientes los compren. En muchas ocasiones, las empresas poseen productos muy interesantes y con muy buenas características, pero no consiguen tener gran éxito en el mercado debido a que no se realiza una buena
Escribe un mensaje

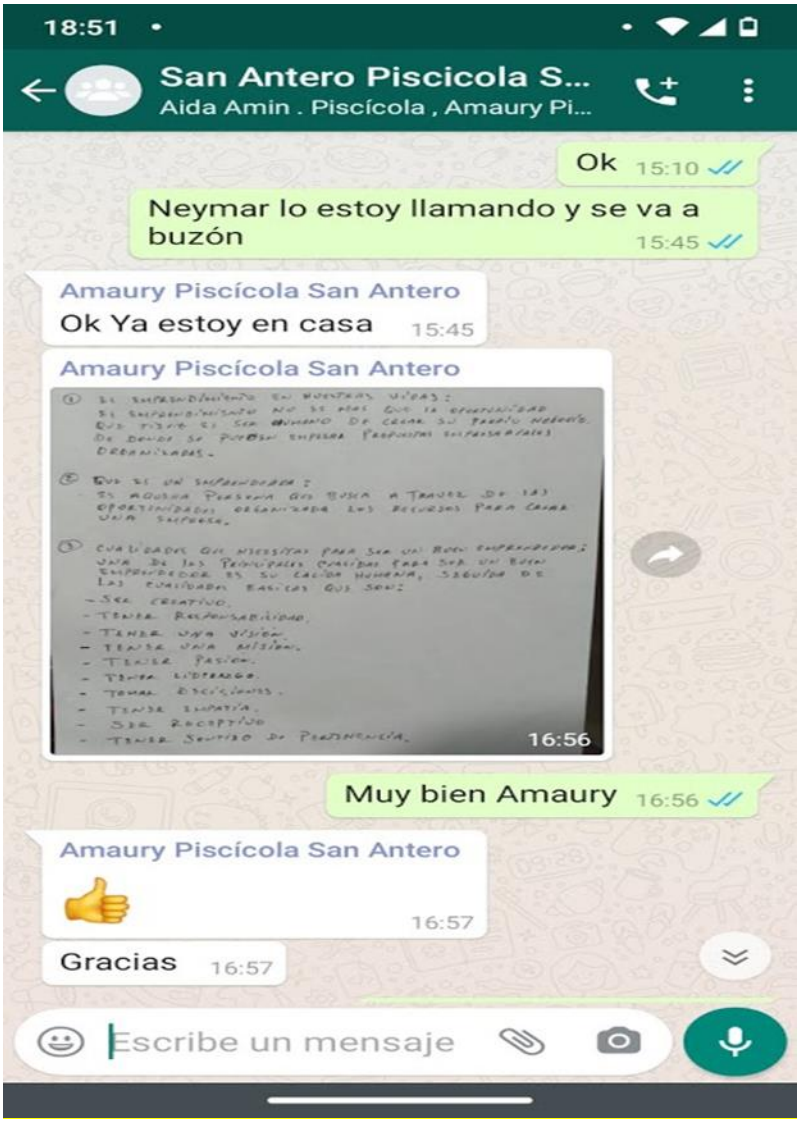

19:05
4G
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
Uno de los objetivos principales que poseen las organizaciones empresariales es el de vender los productos y servicios que ofrece y conseguir que los clientes los compren. En muchas ocasiones, las empresas poseen productos muy interesantes y con muy buenas características, pero no consiguen tener gran éxito en el mercado debido a que no se realiza una buena comercialización. Es fundamental que al crear una empresa, nos centremos tanto en obtener un buen producto, cómo en la forma de venderlo y llevarlo hasta nuestros clientes. ¿De qué sirve tener el mejor producto si no somos capaces de venderlo?
¿En qué consiste la comercialización de un producto?
18:42
La comercialización de un producto o servicio, es el proceso de llevar un producto desde el origen hasta el consumidor final. Se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla d
las vías de distribución que permitan
Escribe un mensaje

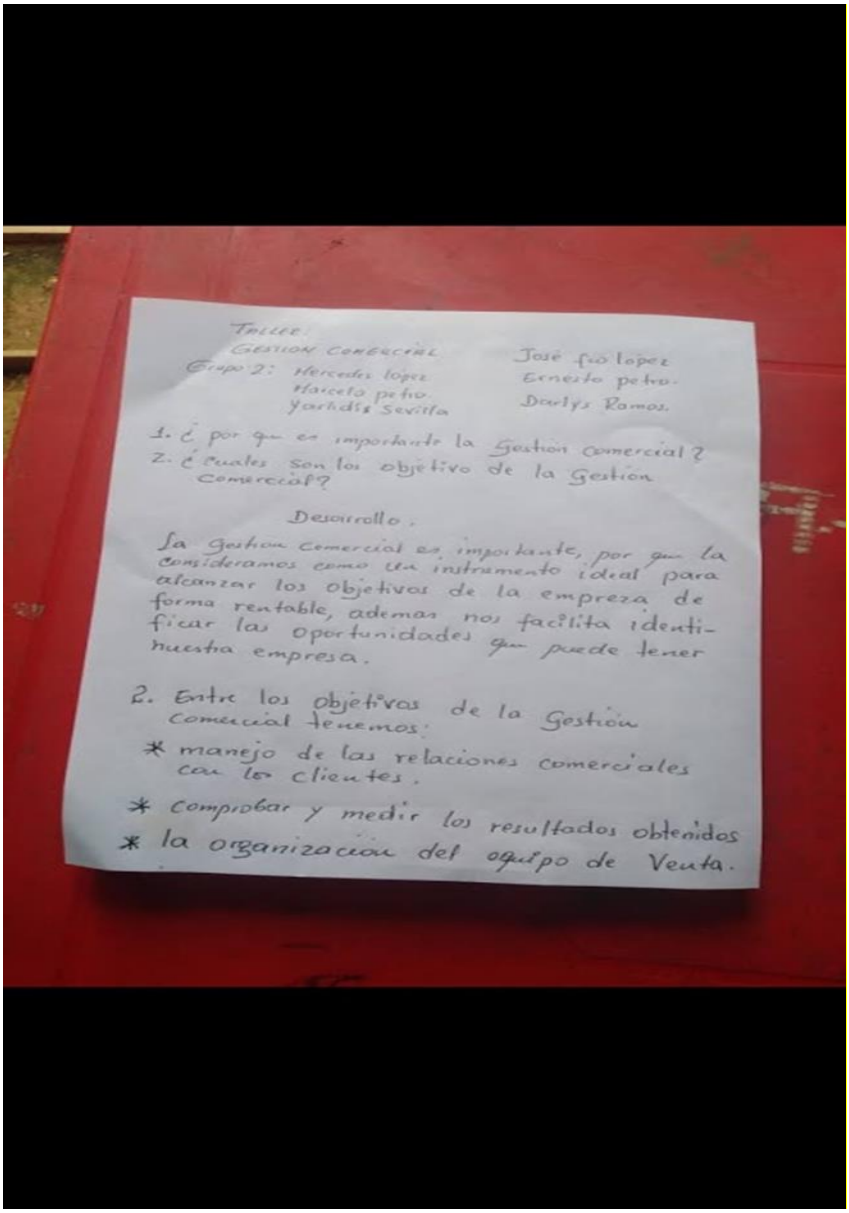

19:05
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
El modo en que vamos a vender un producto no puede dejarse a la improvisación. Sino que debe ser el producto de una estrategia coordinada de acciones encaminadas a conseguir que el producto llegue al consumidor y que este nos elija entre las diferentes opciones que posee en el mercado. No importa la calidad de un producto, si no somos capaces de venderlo.
Canales de Comercialización o Distribución, Se refiere al canal que se usa para llevar el producto desde el fabricante o creador hasta el consumidor final.
Los canales de comercialización o distribución se clasifican en :
• Distribución directa, si es la realizada sin intermediación entre fabricante o productor y consumidor, este canal incluye actividades de venta como: ventas por teléfono, compras por correo y de catálogo, entre otras.
18:42
Escribe un mensaje


23:38
Luz Dey Moreno...
Psicultura 15:33
De San Antero 15:33
Gracias 15:33
De nada ya le envío el segundo 15:45
Trabajo 15:45
Por que es importante la gestión comercial
La gestión comercial es una de las herramientas fundamentales para que una empresa logré sus objetivos,además ayudar a tener controladas todas las actividades financieras que los comerciales llevan a cabo el objetivo de toda empresa es obtener el beneficio de producto o servicio,es importante saber a quién le vas a vender y a quien la gestión comercial es todo aquello recursos y técnicas diseñadas para conseguir que nuestros productos se vendan a nuestros clientes ,es el canal de comunicación que tiene una empresa con los consumidores.toda empresa o negocio debe centrarse en dos aspectos clave el mercado y la satisfacción del cliente
Escribe un mensaje


23:39
Luz Dey Moreno...
con los consumidores.toda empresa o negocio debe centrarse en dos aspectos clave el mercado y la satisfacción del cliente
2: objetivos
Tiene como objetivo el intercambio de la empresa con el mercado,por lo tanto su función estaría al final del proceso productivo,donde los canales de venta suministran el producto en si el mercado,y cambio aportan los recursos financieros derivados transacciones comerciales
Como por ejemplo :
* Mejorar las relaciones comerciales
* Comprobar y medir los resultados obtenidos
* La organización del equipo de ventas
16:04
Emerlis maza morales 16:05
Luz dey Moreno maza 16:05
3104310908 a este número me puede llamar seño 16:08
Sólo usted me habisa qué día 16:08
Me llama para estar pendiente 16:08
Gracias yo llamo siempre después
Escribe un mensaje


19:06
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
Flor María . San Antero Cultivos Tran...
Reenviado
14:40
14:40
14:40
14:40
Buenas tardes estas son las evidencias del grupo de
Germán Blanquiceth
Aída Amin
Luz Dary Martínez
Nelson Juan Blanquiceth
Jhon Jairo
Yuliana Blanquiceth
14:41
Buenas tardes 18:38
cómo están todos 18:38
muy bien Flor 18:38
y su grupo 18:38
Escribe un mensaje


18:51
San Antero Piscicola S...
Aida Amin . Piscícola , Amaury Pi...
Ok 15:10
Neymar lo estoy llamando y se va a buzón 15:45
Amaury Piscícola San Antero
Ok Ya estoy en casa 15:45
Amaury Piscícola San Antero
16:56
Muy bien Amaury 16:56
Amaury Piscícola San Antero
16:57
Gracias 16:57
Escribe un mensaje



Taller:
Gestion Comercial

Grupo 2: Mercedes lopez
Haiceto petro
Yarhdis Sevilla

José fio lopez
Ernesto petro.
Darlys Ramos.

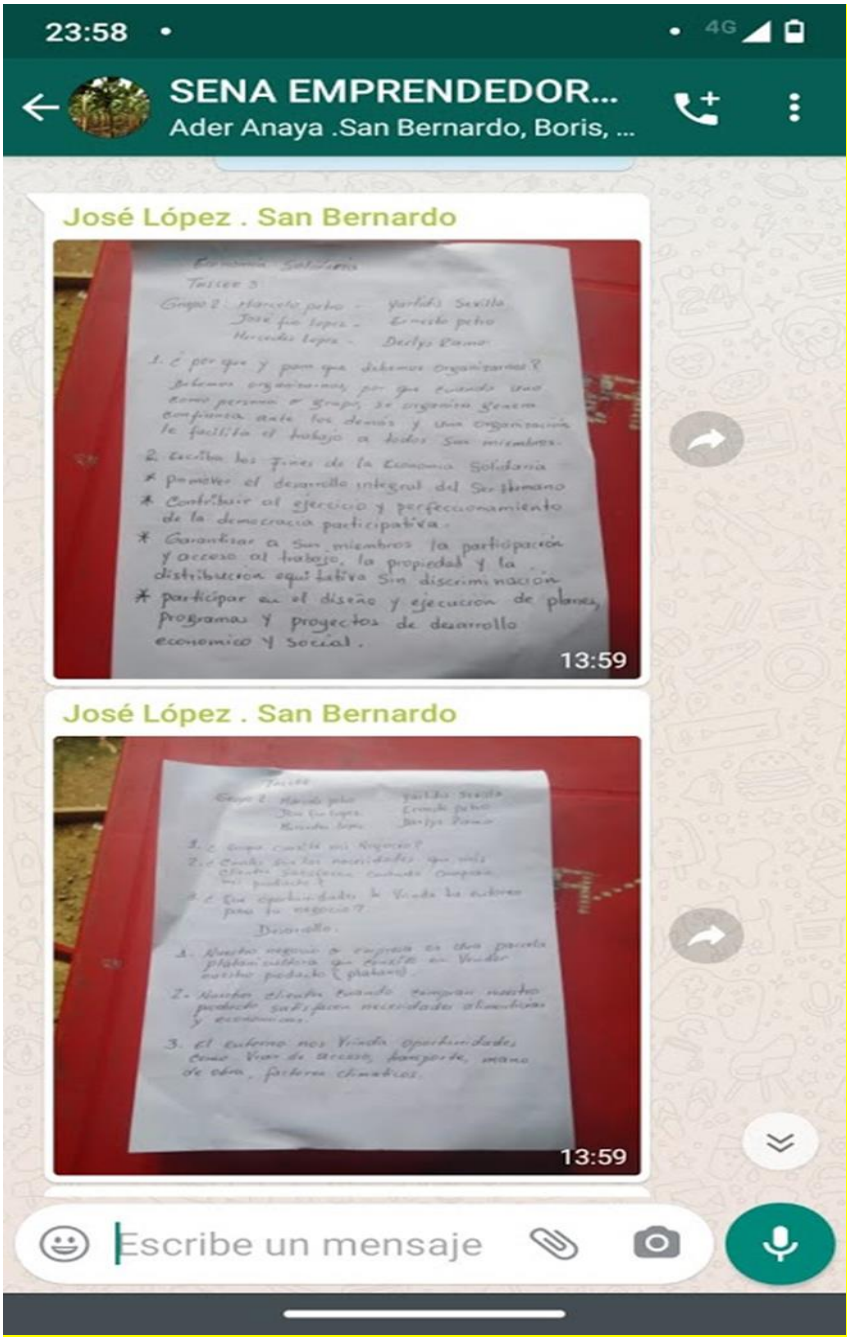
1. ¿ por qu es importante la Gestion comercial ?
2. ¿ Cuales son los objetivo de la Gestion Comercial?

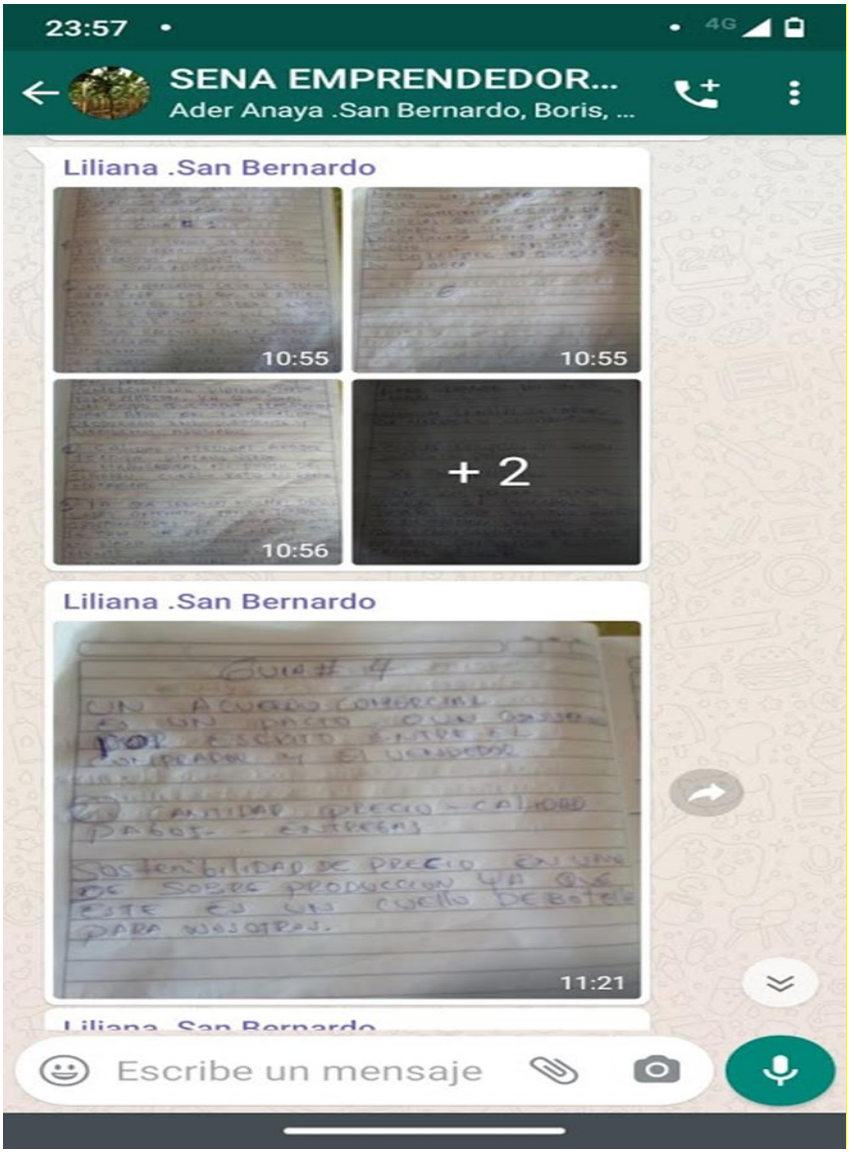
Desarrollo.

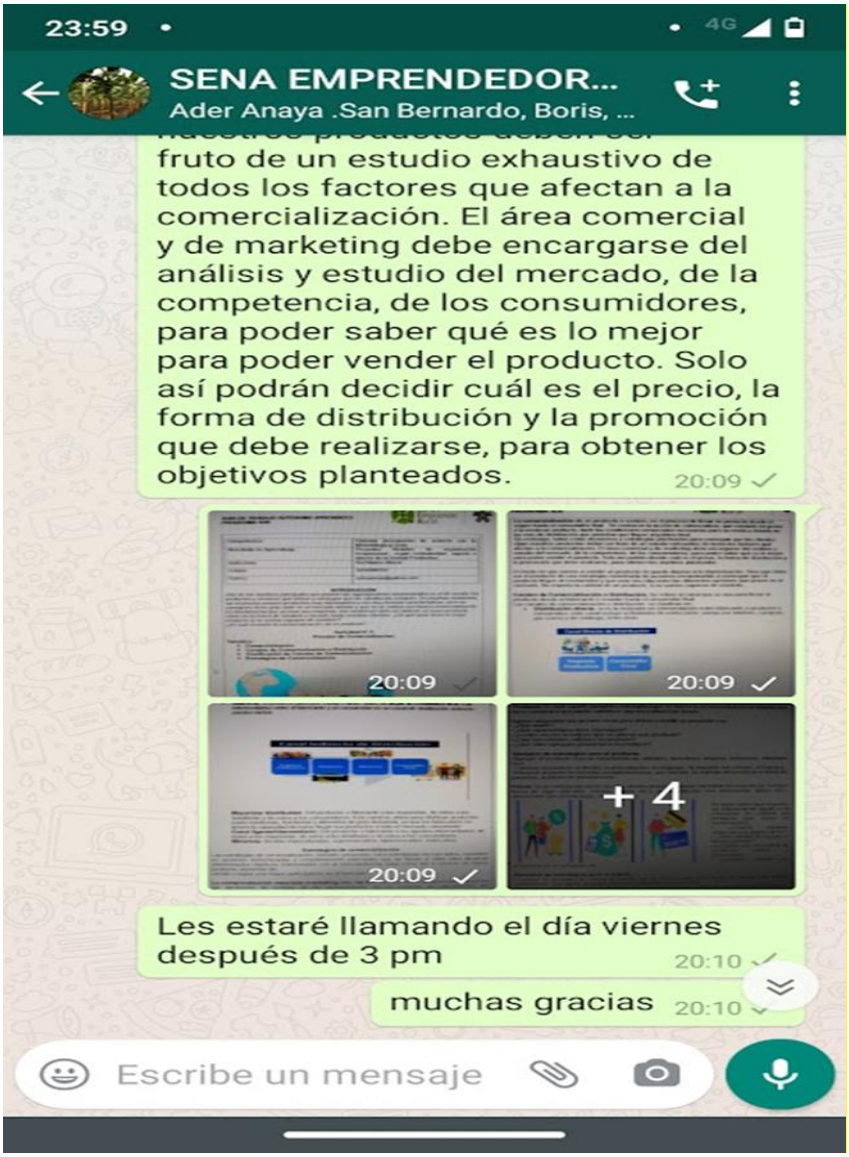
La Gestion Comercial es importante, por que la consideramos como un instrumento ideal para alcanzar los objetivos de la empreza de forma rentable, ademas nos facilita identificar las oportunidades que puede tener nuestra empresa.

2. Entre los objetivos de la Gestion Comercial tenemos:

* manejo de las relaciones comerciales con los clientes.
* Compiobar y medir los resultados obtenidos
* la organizacion del equipo de Venta.


23:58
SENA EMPRENDEDOR...
Ader Anaya .San Bernardo, Boris, ...
José López . San Bernardo
13:59
José López . San Bernardo
13:59
Escribe un mensaje


23:57
SENA EMPRENDEDOR...
Ader Anaya .San Bernardo, Boris, ...
Liliana .San Bernardo
10:55
10:55
10:56
+ 2
Liliana .San Bernardo
11:21
Escribe un mensaje

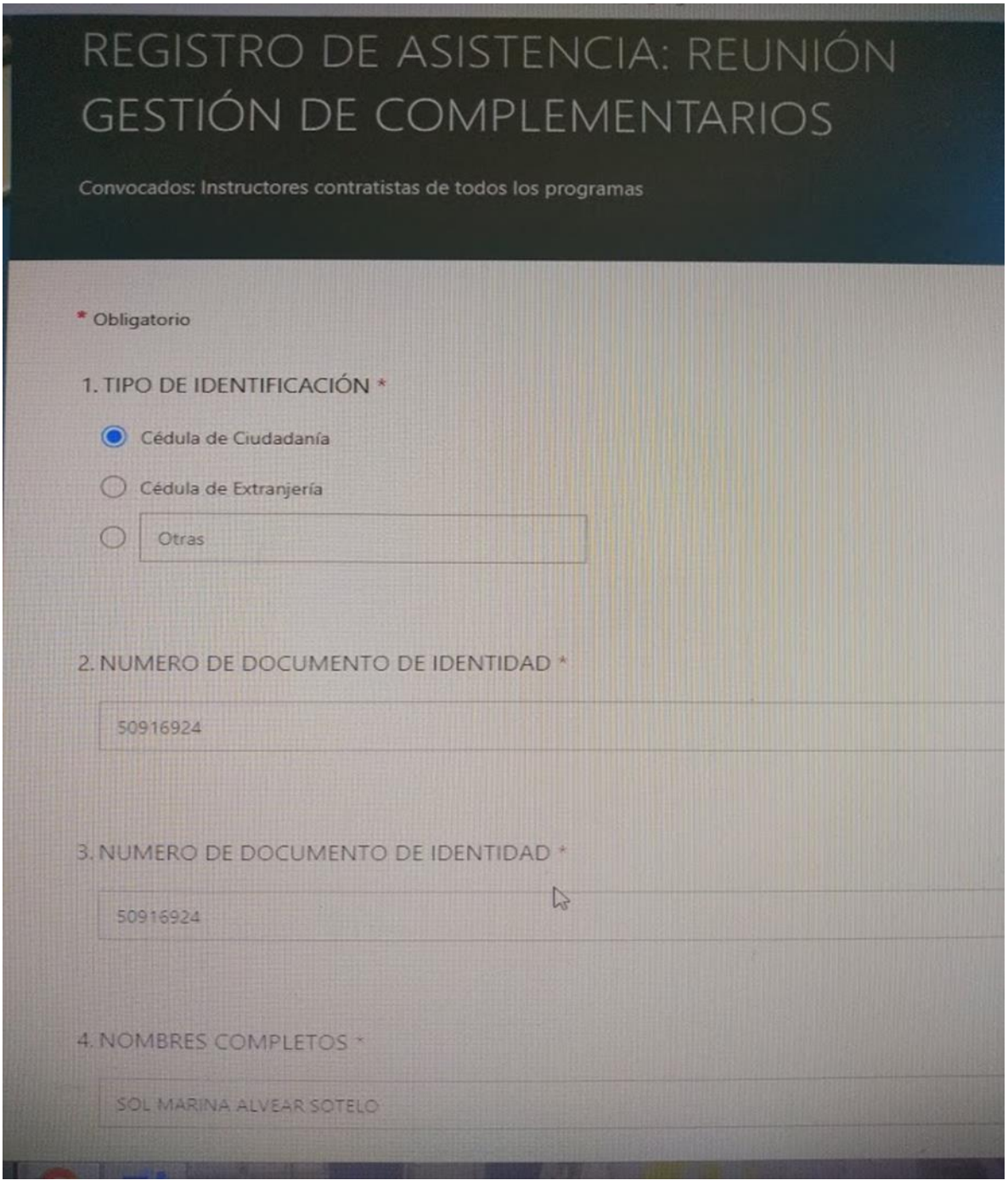

23:59
SENA EMPRENDEDOR...
Ader Anaya .San Bernardo, Boris, ...
fruto de un estudio exhaustivo de todos los factores que afectan a la comercialización. El área comercial y de marketing debe encargarse del análisis y estudio del mercado, de la competencia, de los consumidores, para poder saber qué es lo mejor para poder vender el producto. Solo así podrán decidir cuál es el precio, la forma de distribución y la promoción que debe realizarse, para obtener los objetivos planteados.
20:09
20:09
20:09
20:09
+ 4
Les estaré llamando el día viernes después de 3 pm
20:10
muchas gracias
20:10
Escribe un mensaje

ANEXO 2

EVIDENCIAS DE OTRAS OTRAS ACTIVIDADES

Capturas de la Reunión convocada por el Coordinador de Formación Ing Eduwin Negrete el día 9 de Septiembre .





REGISTRO DE ASISTENCIA: REUNIÓN GESTIÓN DE COMPLEMENTARIOS

Convocados: Instructores contratistas de todos los programas

* Obligatorio

1. TIPO DE IDENTIFICACIÓN *

- (•) Cédula de Ciudadanía
- ( ) Cédula de Extranjería
- ( ) Otras

2. NUMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD *

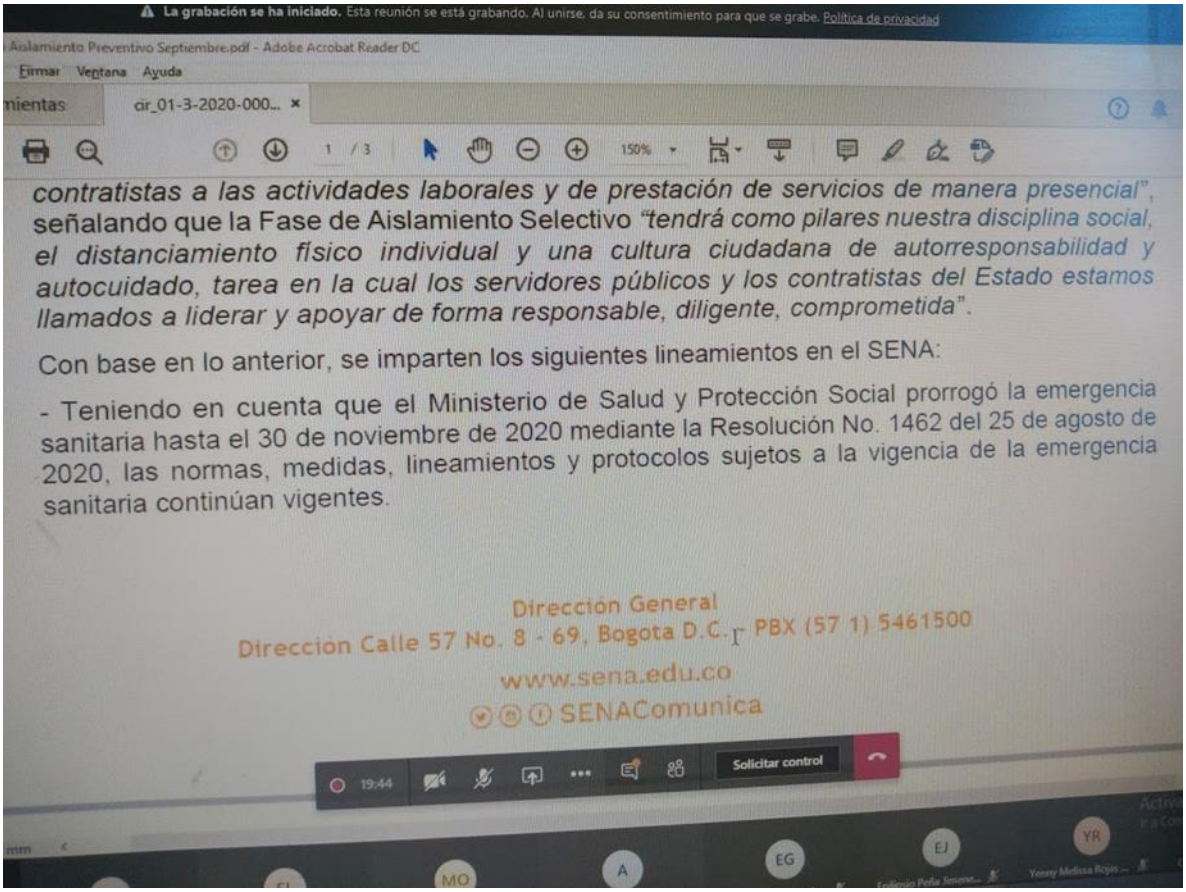
50916924

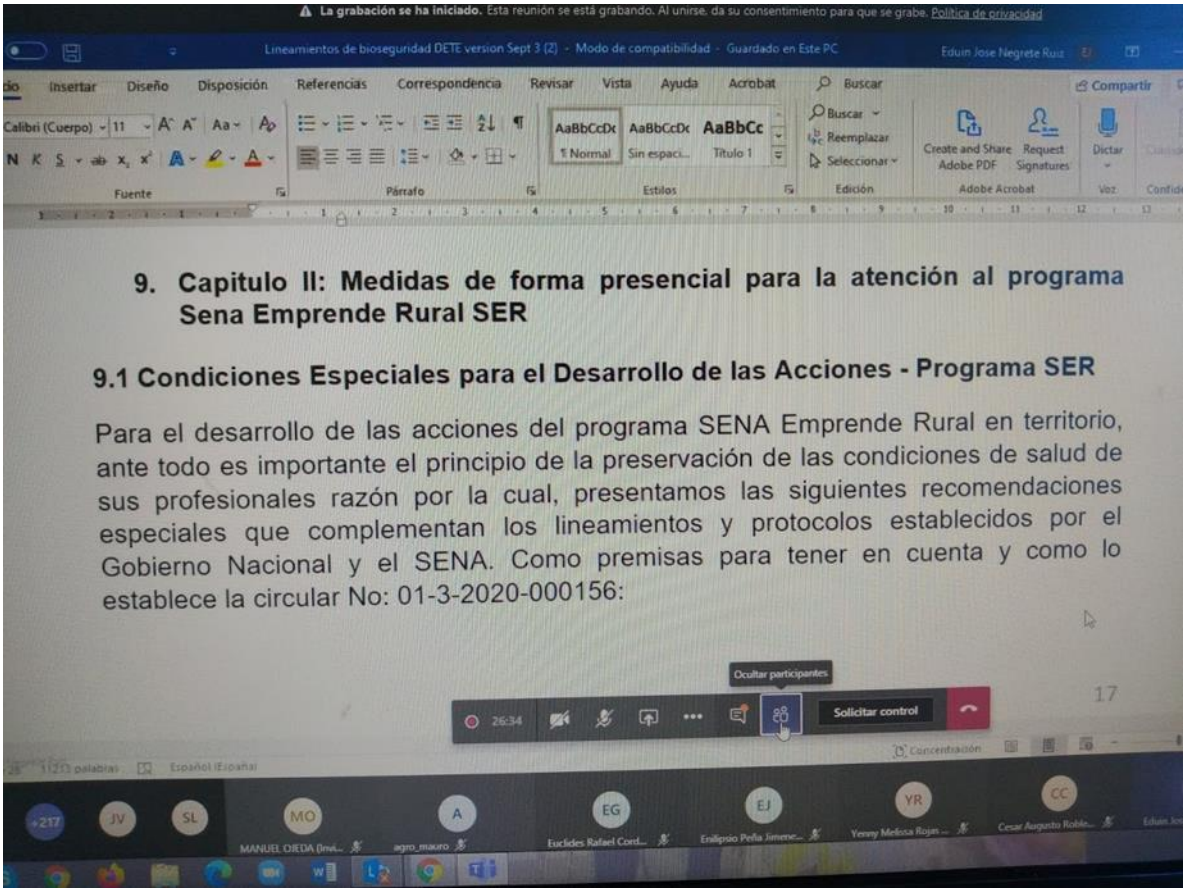
3. NUMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD *

50916924

4. NOMBRES COMPLETOS *

SOL MARINA ALVEAR SOTELO


La grabación se ha iniciado. Esta reunión se está grabando. Al unirse, da su consentimiento para que se grabe. Política de privacidad
Aislamiento Preventivo Septiembre.pdf - Adobe Acrobat Reader DC
Firmar Ventana Ayuda
cir_01-3-2020-000...
1 / 3
150%
contratistas a las actividades laborales y de prestación de servicios de manera presencial", señalando que la Fase de Aislamiento Selectivo "tendrá como pilares nuestra disciplina social, el distanciamiento físico individual y una cultura ciudadana de autorresponsabilidad y autocuidado, tarea en la cual los servidores públicos y los contratistas del Estado estamos llamados a liderar y apoyar de forma responsable, diligente, comprometida".
Con base en lo anterior, se imparten los siguientes lineamientos en el SENA:
- Teniendo en cuenta que el Ministerio de Salud y Protección Social prorrogó la emergencia sanitaria hasta el 30 de noviembre de 2020 mediante la Resolución No. 1462 del 25 de agosto de 2020, las normas, medidas, lineamientos y protocolos sujetos a la vigencia de la emergencia sanitaria continúan vigentes.
Dirección General
Dirección Calle 57 No. 8 - 69, Bogota D.C. PBX (57 1) 5461500
www.sena.edu.co
SENAComunica
19:44
Solicitar control


La grabación se ha iniciado. Esta reunión se está grabando. Al unirse, da su consentimiento para que se grabe. Política de privacidad
Lineamientos de bioseguridad DETE version Sept 3 (2) - Modo de compatibilidad - Guardado en Este PC
Eduin Jose Negrete Ruiz
Insertar
Diseño
Disposición
Referencias
Correspondencia
Revisar
Vista
Ayuda
Acrobat
Buscar
Compartir
Calibri (Cuerpo)
11
Normal
Sin espaci...
Título 1
Reemplazar
Seleccionar
Create and Share Adobe PDF
Request Signatures
Dictar
Fuente
Párrafo
Estilos
Edición
Adobe Acrobat
Voz
9. Capitulo II: Medidas de forma presencial para la atención al programa Sena Emprende Rural SER
9.1 Condiciones Especiales para el Desarrollo de las Acciones - Programa SER
Para el desarrollo de las acciones del programa SENA Emprende Rural en territorio, ante todo es importante el principio de la preservación de las condiciones de salud de sus profesionales razón por la cual, presentamos las siguientes recomendaciones especiales que complementan los lineamientos y protocolos establecidos por el Gobierno Nacional y el SENA. Como premisas para tener en cuenta y como lo establece la circular No: 01-3-2020-000156:
17
Ocultar participantes
26:34
Solicitar control
Concentración
Español (España)
+217
JV
SL
MO
MANUEL OJEDA (Invi...
A
agro_mauro
EG
Euclides Rafael Cord...
EJ
Enilipsio Peña Jimene...
YR
Yenny Melissa Rojas ...
CC
Cesar Augusto Roble...



⚠ **La grabación se ha iniciado.** Esta reunión se está grabando. Al unirse, da su consentimiento para que se grabe. Política de privacidad

TOTAL CENTRO DE FORMACIÓN
03 septiembre 2020

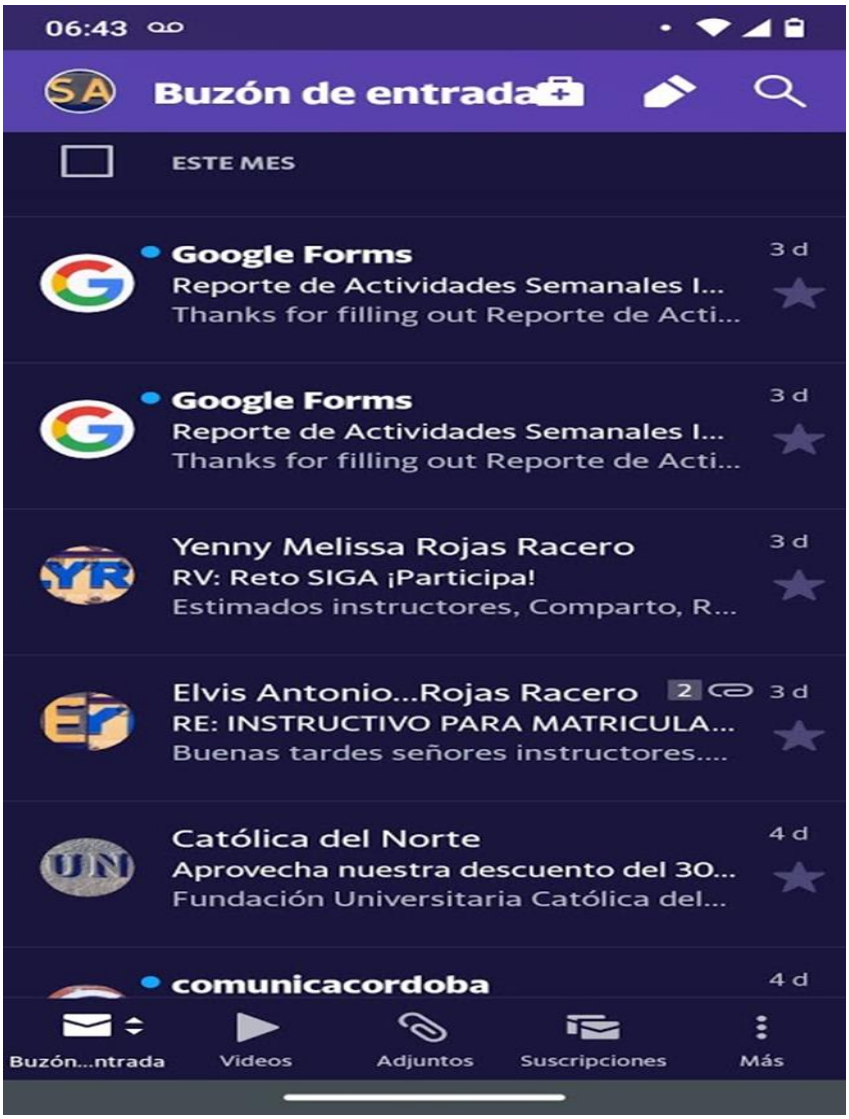
TIPO DE FORMACION	Formación Profesional - Aprendices			Retención			Certificaciones		
	Ejecución	Meta Anual	% Cumpl.	Ejecución	Meta Anual	% Cumpl.	Ejecución	Meta Anual	% Cumpl.
Educación Superior	739	2.080	36%	100%	91%	110%	93	225	41%
Técnica Laboral y Otros	11.496	13.395	86%	99%	84%	117%	741	3.754	20%
Total Formación Titulada	**12.235**	**15.475**	**79%**	**99%**	**88%**	**113%**	**834**	**3.979**	**21%**
Formación Complementaria	28.117	60.363	46,6%	67%	72%	93%	9.104	59.710	15%
Total Formación Profesional Integral	**40.352**	**75.838**	**53%**	**76%**	**74%**	**103%**	**9.938**	**63.689**	**16%**

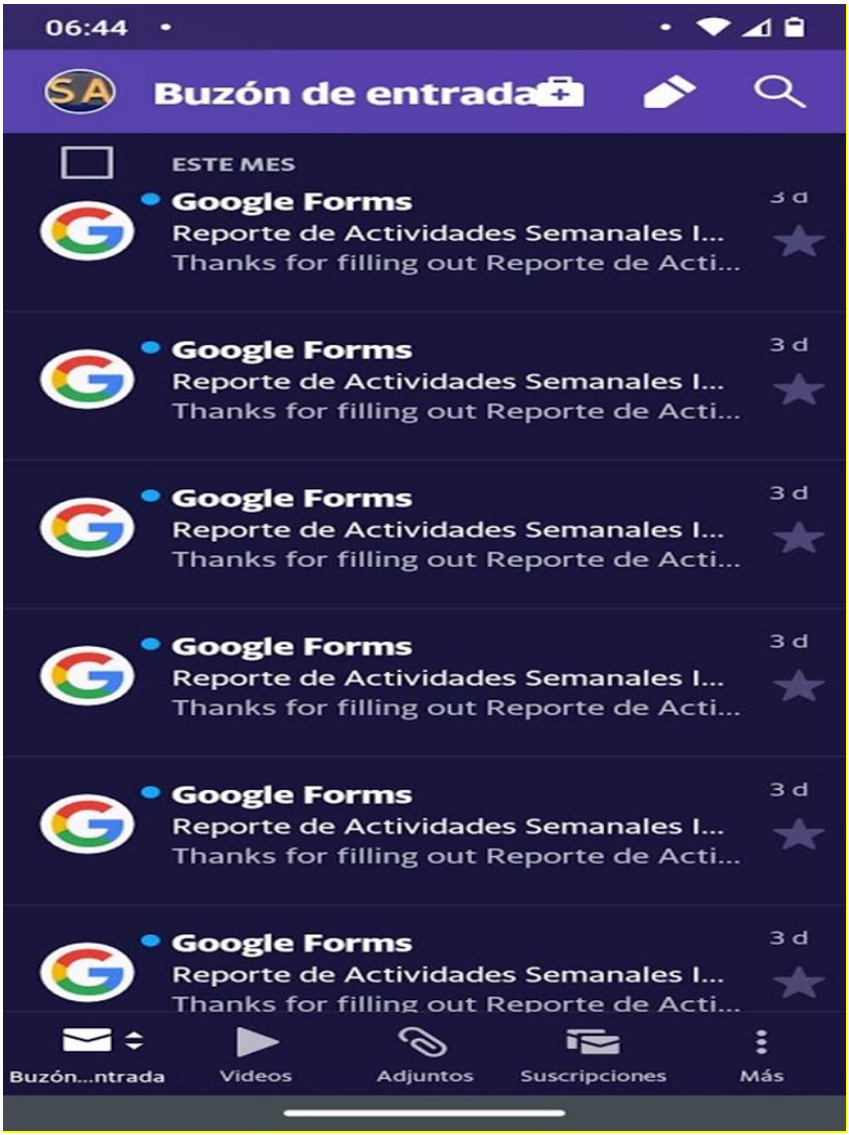
PROGRAMAS ESPECIALES	Aprendices			Retención		
	Ejecución	Meta Anual	% Cumpl.	Ejecución	Meta Anual	% Cumpl.
Formación Virtual (*)	12.910	15.059	86%	34%	26%	129%
Programa de Bilingüismo	2.878	3.072	94%	37%	40%	93%

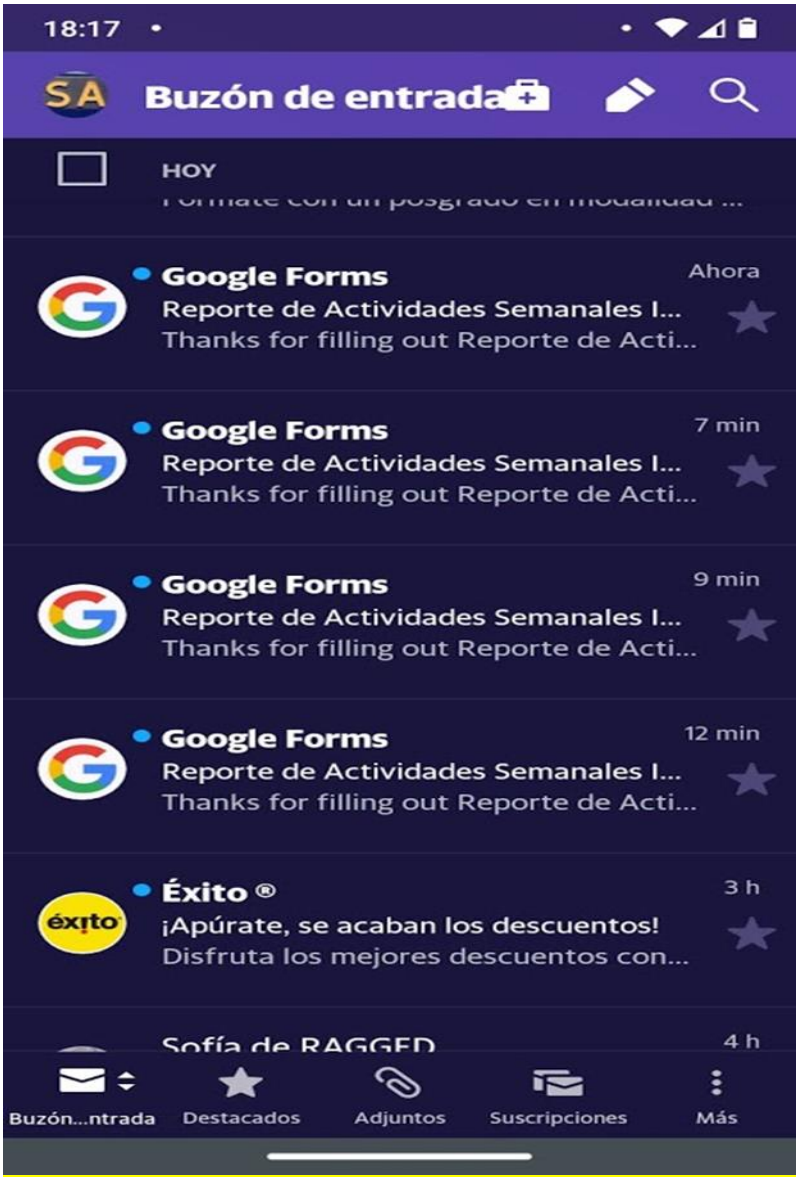
33:40 | Ocultar participantes | Solicitar control

ANEXO 3

Evidencia de Envío de Reportes Semanales.




06:44
Buzón de entrada
ESTE MES
Google Forms
Reporte de Actividades Semanales I...
Thanks for filling out Reporte de Acti...
3 d
Buzón...ntrada
Videos
Adjuntos
Suscripciones
Más


18:17
Buzón de entrada
HOY
Google Forms
Ahora
Reporte de Actividades Semanales I...
Thanks for filling out Reporte de Acti...
Google Forms
7 min
Reporte de Actividades Semanales I...
Thanks for filling out Reporte de Acti...
Google Forms
9 min
Reporte de Actividades Semanales I...
Thanks for filling out Reporte de Acti...
Google Forms
12 min
Reporte de Actividades Semanales I...
Thanks for filling out Reporte de Acti...
Éxito ®
3 h
¡Apúrate, se acaban los descuentos!
Disfruta los mejores descuentos con...
4 h
Buzón...ntrada
Destacados
Adjuntos
Suscripciones
Más

ANEXO 4

Evidencias de Guía de trabajo autonomo del Instructor.



GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

SENA Emprende Rural

Competencia	Elaborar presupuesto de acuerdo con la Metodología y Guía
Resultado de Aprendizaje	Presentar Modelos de organización Empresarial , según normatividad vigente e Interés de la Unidad Productiva
Instructora:	Sol Marina Alvear
Celular	3208999167
Correo:	solmarinaa@yahoo.com

INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos principales que poseen las organizaciones empresariales es el de vender los productos y servicios que ofrece y conseguir que los clientes los compren. En muchas ocasiones, las empresas poseen productos muy interesantes y con muy buenas características, pero no consiguen tener gran éxito en el mercado debido a que no se realiza una buena comercialización. Es fundamental que al crear una empresa, nos centremos tanto en obtener un buen producto, cómo en la forma de venderlo y llevarlo hasta nuestros clientes. ¿De qué sirve tener el mejor producto si no somos capaces de venderlo?
¿En qué consiste la comercialización de un producto?

Actividad N° 5
Proceso de Comercialización

Temática:

- **Comercialización**
- **Canales de Comercialización o Distribución**
- **Clasificación de Canales de Comercialización**
- **Estrategias de Comercialización**

GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

SENA Emprende Rural

La comercialización de un producto o servicio, es el proceso de llevar un producto desde el origen hasta el consumidor final. Se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final.
Sin embargo, todas estas decisiones y estrategias planteadas para conseguir que los clientes elijan nuestros productos deben ser fruto de un estudio exhaustivo de todos los factores que afectan a la comercialización. El área comercial y de marketing debe encargarse del análisis y estudio del mercado, de la competencia, de los consumidores, para poder saber qué es lo mejor para poder vender el producto. Solo así podrán decidir cuál es el precio, la forma de distribución y la promoción que debe realizarse, para obtener los objetivos planteados.

El modo en que vamos a vender un producto no puede dejarse a la improvisación. Sino que debe ser el producto de una estrategia coordinada de acciones encaminadas a conseguir que el producto llegue al consumidor y que este nos elija entre las diferentes opciones que posee en el mercado. No importa la calidad de un producto, si no somos capaces de venderlo.

Canales de Comercialización o Distribución, Se refiere al canal que se usa para llevar el producto desde el fabricante o creador hasta el consumidor final.
Los canales de comercialización o distribución se clasifican en :

- **Distribución directa**, si es la realizada sin intermediación entre fabricante o productor y consumidor, este canal incluye actividades de venta como: ventas por teléfono, compras por correo y de catálogo, entre otras.



SENA Emprende Rural

- **Indirecta**, el producto pasa por varias manos antes de llegar al consumidor final. Los intermediarios entre el fabricante y el consumidor en un canal de distribución indirecto pueden incluir:



Mayorista/ distribuidor, Del productor o fabricante a los mayoristas, de estos a los detallistas y de estos a los consumidores. Este canal se utiliza para distribuir productos como medicinas, ferreterías y alimentos de gran demanda, ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor
Canal Agente/Intermediario: Del productor o fabricante a los agentes intermediarios, de estos a los mayoristas, de estos a los detallistas y de estos a los consumidores.
Minorista, tiendas especializadas, supermercados, hipermercados, entre otros.

Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización, también conocidas como estrategias de mercadeo, consisten en acciones estructuradas y completamente planeadas que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con la mercadotecnia, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las
ventas o lograr una mayor participación en el mercado.

La comercialización mezclada (marketing mix, las 4 P , es uno de los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores. Es un conjunto de herramientas de comercialización utilizadas por las empresas para la consecución de sus objetivos de venta.

Antes de plantear una estrategia de mercado hay que conocer cada uno de
los elementos de las cuatro P, para así tener la información pertinente la cual ayude a comprender mejor cada uno ellos.

GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

Emprende Rural

Producto: Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

Algunas preguntas que pueden servir para definir a detalle un producto son:
- ¿Qué vendo?
- ¿Qué características tiene el producto?
- ¿Cuáles son los beneficios que se obtiene este producto?
- ¿Qué necesidades satisface mi producto?
- ¿Qué valor agregado proporciona mi producto?

Ejemplos de estrategias para el producto
-Agregar al producto nuevas características, atributos, beneficios, mejoras, funciones, utilidades, usos.
- Cambiar al producto el diseño, la presentación, el empaque, la etiqueta, los colores, el logotipo.
-Adicionar al producto servicios complementarios.; por ejemplo, la entrega del producto a domicilio, garantías, políticas de devoluciones.

Precio: Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto. Incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos (por pronto pago, volumen, etc.)



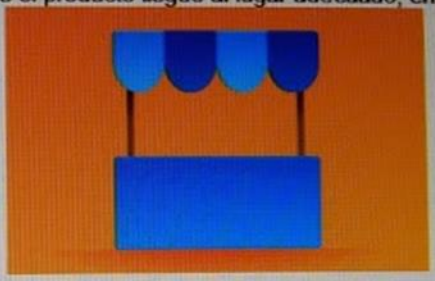
Se debe saber que el precio va íntimamente ligado a la sensación de calidad del producto (así como su exclusividad).
- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por él?
- ¿Qué utilidad es la que se desea obtener?
- ¿Cuáles son los costos de producto, plaza y promoción?
- ¿Cuánto cuestan los productos de la competencia?

Ejemplos de estrategias para el precio
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo con el fin de lograr una rápida penetración, una rápida acogida o hacerlo rápidamente conocido.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto con el fin de aprovechar las compras hechas como producto de la novedad del producto.
- Reducir precios con el fin de atraer una mayor clientela o incentivar las ventas.
- Aumentar precios con el fin de lograr un mayor margen de ganancia.
- Reducir precios por debajo de los de la competencia con el fin de bloquearla y ganarle mercado.
- Aumentar precios por encima de los de la competencia con el fin de crear en nuestros productos una sensación de mayor calidad.
- Ofrecer descuentos por pronto pago, por volumen o por temporada.

GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

SENA Emprende Rural

Plaza: Es definir dónde comercializar el producto o el servicio que se ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.



- ¿Cómo se hará llegar el producto a los clientes?
- ¿Se utilizará venta directa o distribuidores?
- ¿Dónde se ubica el local comercial?
- ¿Es fácil acceder a él?

Ejemplos de estrategias para La Plaza

- Hacer uso de intermediarios (por ejemplo, agentes, distribuidores, minoristas) con el fin de lograr una mayor cobertura del producto.
- Abrir un nuevo local comercial.
- Crear una página web o una tienda virtual para el producto.
- Ofrecer o vender el producto a través de llamadas telefónicas, envío de correos electrónicos o visitas a domicilio.
- Aumentar el número de vehículos distribuidores o de reparto.

Promoción: Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por promoción de ventas, fuerza de venta o venta personal, publicidad y relaciones públicas, y comunicación interactiva (mercadeo directo por email, redes sociales, catálogos,etc.).



- ¿Cómo lo conocerán y comprarán los clientes?
- ¿Qué medios utiliza más el mercado objetivo?
- ¿Qué medios no son rentables para darlo a conocer?
- ¿Qué impacto podrían tener las redes sociales?

Ejemplos de estrategias para la Promoción

- Ofertar la adquisición de dos productos por el precio de uno.
- Ofertar la adquisición de un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.
- Brindar descuentos especiales en productos y fechas determinadas.
- Crear un sorteo o un concurso entre los clientes.
- Anunciar en diarios o revistas especializadas.
- Participar en una feria o exposición de negocios.
- Habilitar un puesto de degustación.
- Organizar algún evento o actividad.
- Colocar carteles o afiches publicitarios.

GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

SENA Emprende Rural

- Colocar láminas publicitarias en los exteriores de los vehículos de nuestra empresa.
- Alquilar espacios publicitarios en letreros o paneles ubicados en la vía pública.
- Imprimir y repartir folletos, volantes, tarjetas de presentación.



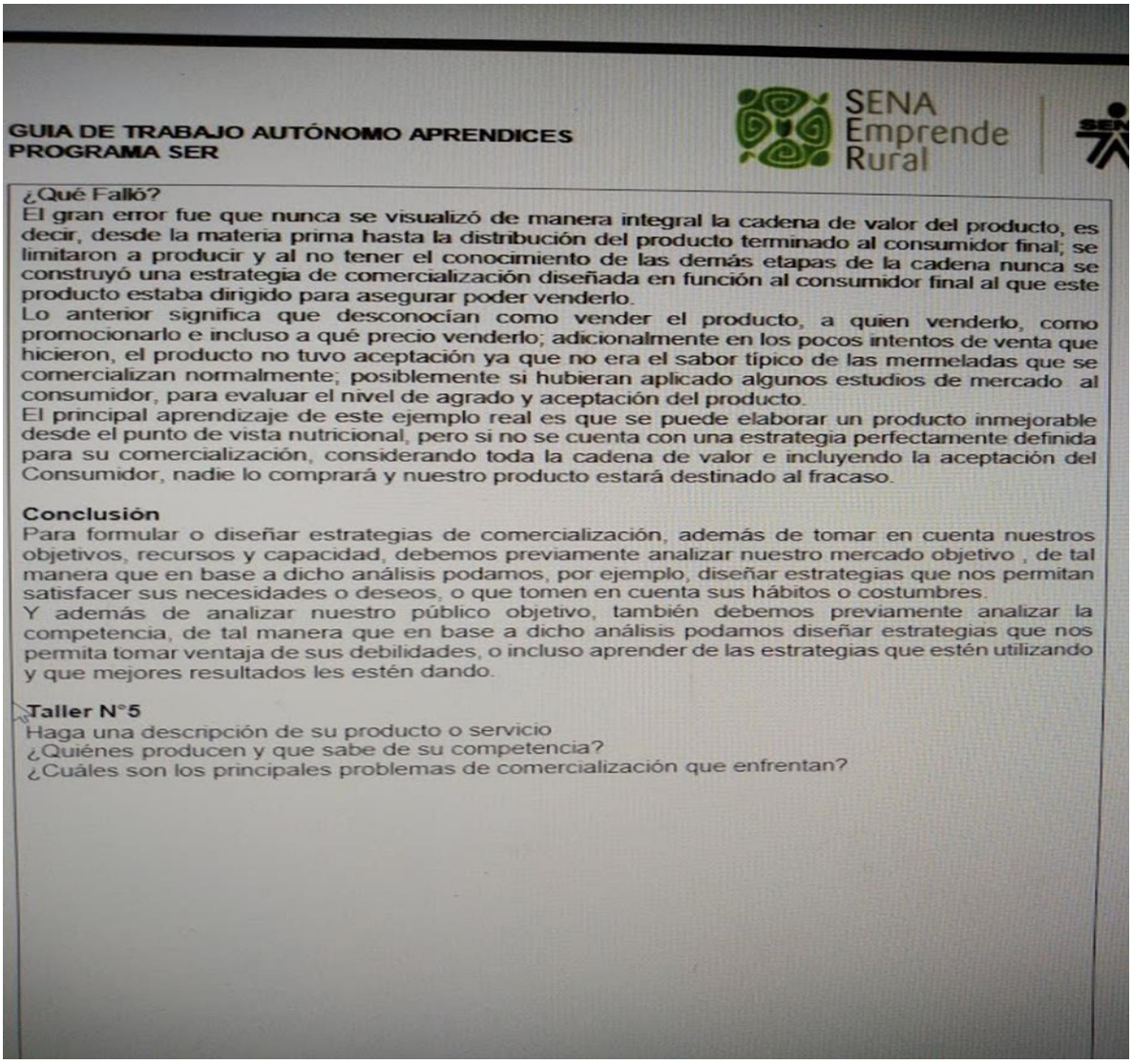
Caso



Un grupo de amigos ingenieros de alimentos deciden asociarse con el objetivo de producir a una escala respetable una mermeladas elaboradas a base de Torombolo o carambola , poco común para esta categoría de alimentos; dado que fue objeto de estudio en un proyecto de desarrollo de nuevos productos que tuvieron en la carrera, estimaban que tendría mucho éxito.

De alguna manera consiguieron recursos económicos para adquirir el equipo necesario para la producción industrial a pequeña escala de la mermelada, e incluso rentaron un local donde instalaron su pequeña fábrica contando con todos los servicios requeridos.

Iniciaron la producción a su máxima capacidad y todo les estaba saliendo de acuerdo a lo planeado, por lo que rápidamente llenaron la pequeña bodega destinada para almacenar el producto terminado, y desafortunadamente el producto simplemente se quedó ahí hasta que se echó a perder; nunca lo pudieron vender ni colocar en el mercado. Llegó el momento que tuvieron que tirarlo y no tardaron en presentarse conflictos entre ellos culpándose del fracaso; lo que había iniciado como un proyecto lleno de las mejores intenciones, muchas ideas, mucho trabajo y más esfuerzo, desafortunadamente no acabó bien. Los activos fijos terminaron por malbaratarse perdiéndose la inversión y también la amistad



GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

SENA Emprende Rural

¿Qué Falló?
El gran error fue que nunca se visualizó de manera integral la cadena de valor del producto, es decir, desde la materia prima hasta la distribución del producto terminado al consumidor final; se limitaron a producir y al no tener el conocimiento de las demás etapas de la cadena nunca se construyó una estrategia de comercialización diseñada en función al consumidor final al que este producto estaba dirigido para asegurar poder venderlo.
Lo anterior significa que desconocían como vender el producto, a quien venderlo, como promocionarlo e incluso a qué precio venderlo; adicionalmente en los pocos intentos de venta que hicieron, el producto no tuvo aceptación ya que no era el sabor típico de las mermeladas que se comercializan normalmente; posiblemente si hubieran aplicado algunos estudios de mercado al consumidor, para evaluar el nivel de agrado y aceptación del producto.
El principal aprendizaje de este ejemplo real es que se puede elaborar un producto inmejorable desde el punto de vista nutricional, pero si no se cuenta con una estrategia perfectamente definida para su comercialización, considerando toda la cadena de valor e incluyendo la aceptación del Consumidor, nadie lo comprará y nuestro producto estará destinado al fracaso.

Conclusión
Para formular o diseñar estrategias de comercialización, además de tomar en cuenta nuestros objetivos, recursos y capacidad, debemos previamente analizar nuestro mercado objetivo , de tal manera que en base a dicho análisis podamos, por ejemplo, diseñar estrategias que nos permitan satisfacer sus necesidades o deseos, o que tomen en cuenta sus hábitos o costumbres.
Y además de analizar nuestro público objetivo, también debemos previamente analizar la competencia, de tal manera que en base a dicho análisis podamos diseñar estrategias que nos permita tomar ventaja de sus debilidades, o incluso aprender de las estrategias que estén utilizando y que mejores resultados les estén dando.

Taller N°5
Haga una descripción de su producto o servicio
¿Quiénes producen y que sabe de su competencia?
¿Cuáles son los principales problemas de comercialización que enfrentan?

GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

SENA Emprende Rural

Competencia	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
Resultado de Aprendizaje	DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDOCON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS.
Instructora:	Sol Marina Alvear
Celular	3208999167
Correo:	solmarinaa@yahoo.com

Introducción

La segmentación de mercado o los segmentos de mercados es un concepto relacionado con el marketing estratégico y con el público objetivo de una empresa. La Segmentación nos permite identificar quienes son nuestros clientes.
De hecho, un error que cometen demasiadas empresas es obviar las diferencias que existen entre diferentes grupos de personas y hacerles la misma y aburrida publicidad.



GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

SENA Emprende Rural

CONTENIDO
1.1. SEGMENTACIÓN
1.2. PROCESO DE SEGMENTACIÓN
1.3. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN

La Segmentación de mercador consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños que comparten características en común.
Y que además, en base a esas diferencias cada grupo puede necesitar productos o estrategias de marketing diferenciadas.
A estos grupos se les puede también llamar segmentos.

La segmentación del mercado se hace con base en los siguientes criterios:



Segmento del mercado al cual va dirigido el producto, Estrategia de cobertura del mercado y factores por los cuales se seleccionó. Descripción del mercado meta, Imagen del producto – posicionamiento. Estrategias para lograr el posicionamiento del producto.

PROCESO DE SEGMENTACIÓN

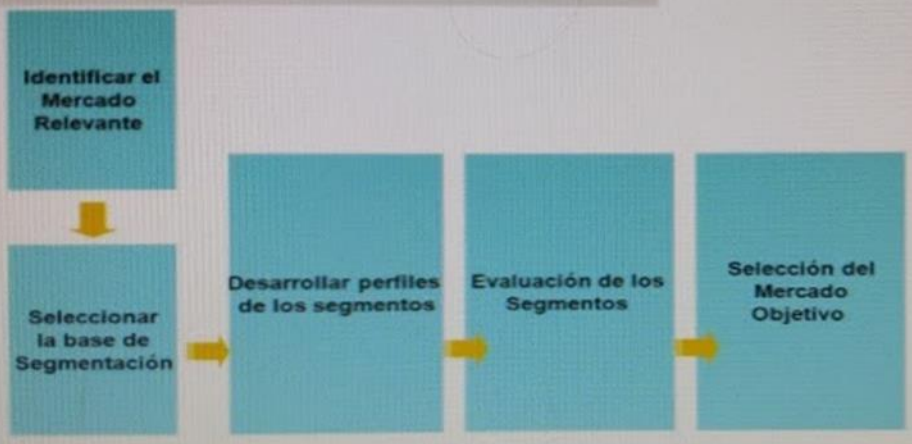
Sabemos que no todas las empresas son capaces de abarcar todo su mercado de referencia. Por lo tanto, tienen que abarcar una pequeña parte de todo su mercado de referencia, es decir, van a buscar satisfacer las necesidades de un grupo más pequeño. Ese grupo más pequeño comparte más características en común. Puedes pensar en que ese grupo de personas tienen más en común y por lo tanto, es más fácil tratar de satisfacer sus Necesidades.

¿Cómo saber si necesitas segmentar más tu mercado?
En ocasiones puedes darte cuenta si los consumidores son numerosos. No se refiere a número de clientes, sino a conjuntos de consumidores con características en común, es decir, si tus

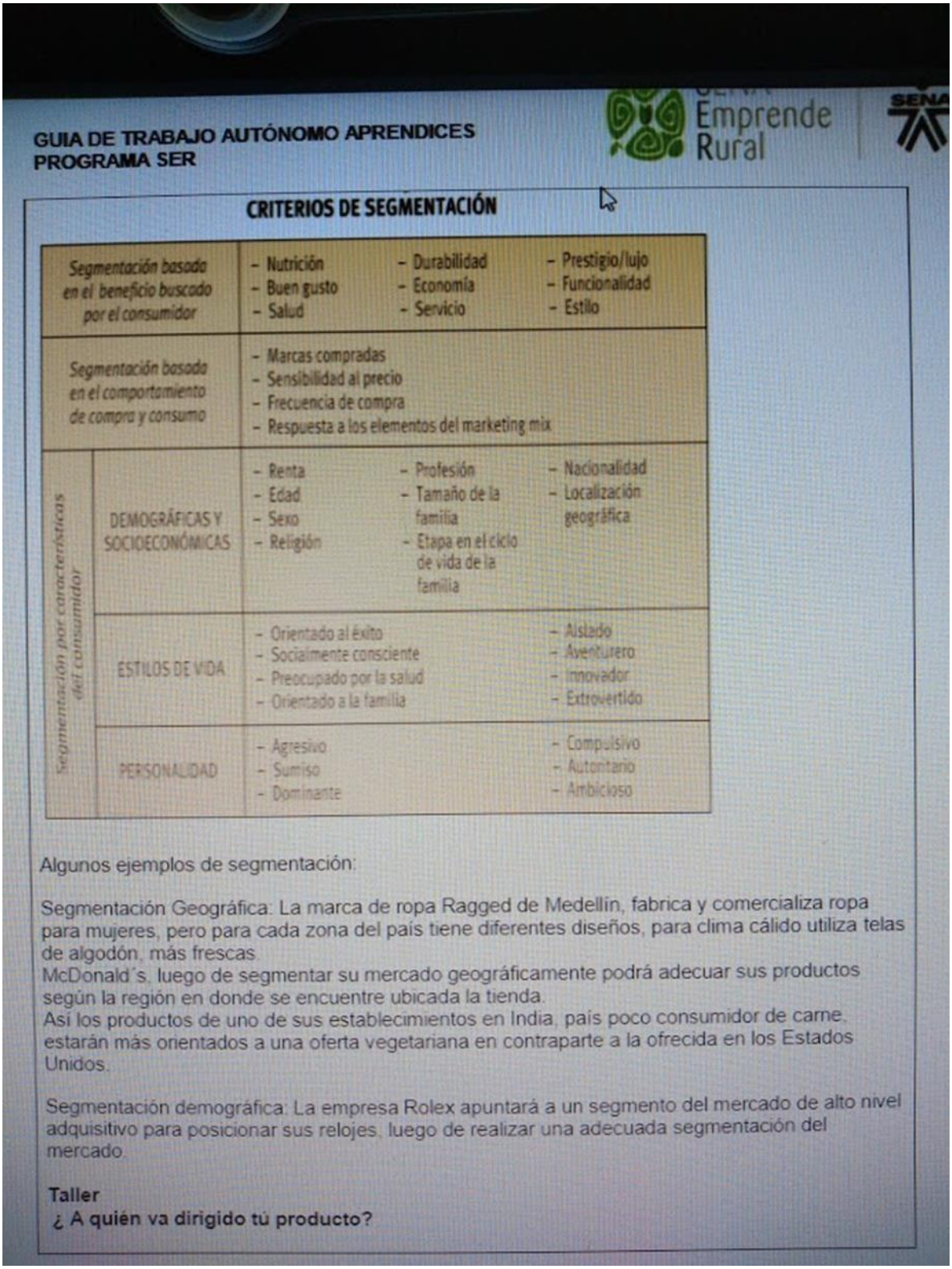
clientes son variados en exigencias. En tal caso, podría ser mejor enfocarte a un tipo de cliente, o a unos cuantos.

Por ejemplo, puedes comenzar a dividir de acuerdo a los deseos, situación de compra, actitudes, hábitos, etc.

Proceso de Segmentación



El mercado relevante: es aquel que incluye todos los productos y empresas entre los cuales existe una competencia cercana. Es decir, considera todos los bienes y servicios que, a ojos del consumidor, son cercanos sustitutivos.
Para Seleccionar la base de la segmentación recordemos los criterios a tener en cuenta.



GUIA DE TRABAJO AUTÓNOMO APRENDICES
PROGRAMA SER

Emprende Rural

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

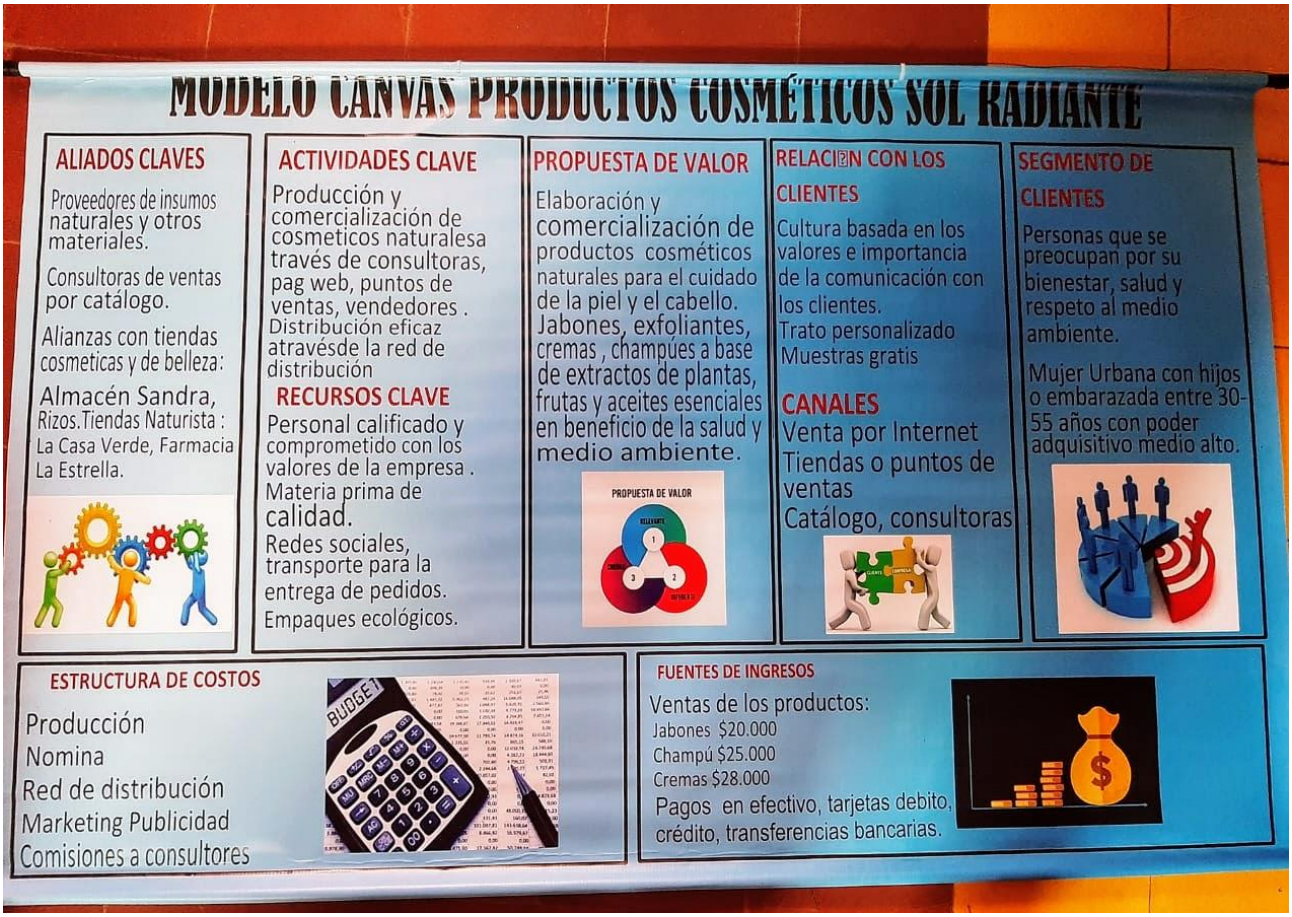
Segmentación basado en el beneficio buscado por el consumidor		- Nutrición - Buen gusto - Salud	- Durabilidad - Economía - Servicio	- Prestigio/lujo - Funcionalidad - Estilo
Segmentación basado en el comportamiento de compra y consumo		- Marcas compradas - Sensibilidad al precio - Frecuencia de compra - Respuesta a los elementos del marketing mix		
Segmentación por características del consumidor	DEMOGRÁFICAS Y SOCIOECONÓMICAS	- Renta - Edad - Sexo - Religión	- Profesión - Tamaño de la familia - Etapa en el ciclo de vida de la familia	- Nacionalidad - Localización geográfica
	ESTILOS DE VIDA	- Orientado al éxito - Socialmente consciente - Preocupado por la salud - Orientado a la familia		- Aislado - Aventurero - Innovador - Extrovertido
	PERSONALIDAD	- Agresivo - Sumiso - Dominante		- Compulsivo - Autoritario - Ambicioso

Algunos ejemplos de segmentación:

Segmentación Geográfica: La marca de ropa Ragged de Medellín, fabrica y comercializa ropa para mujeres, pero para cada zona del país tiene diferentes diseños, para clima cálido utiliza telas de algodón, más frescas.
McDonald´s, luego de segmentar su mercado geográficamente podrá adecuar sus productos según la región en donde se encuentre ubicada la tienda.
Así los productos de uno de sus establecimientos en India, país poco consumidor de carne, estarán más orientados a una oferta vegetariana en contraparte a la ofrecida en los Estados Unidos.

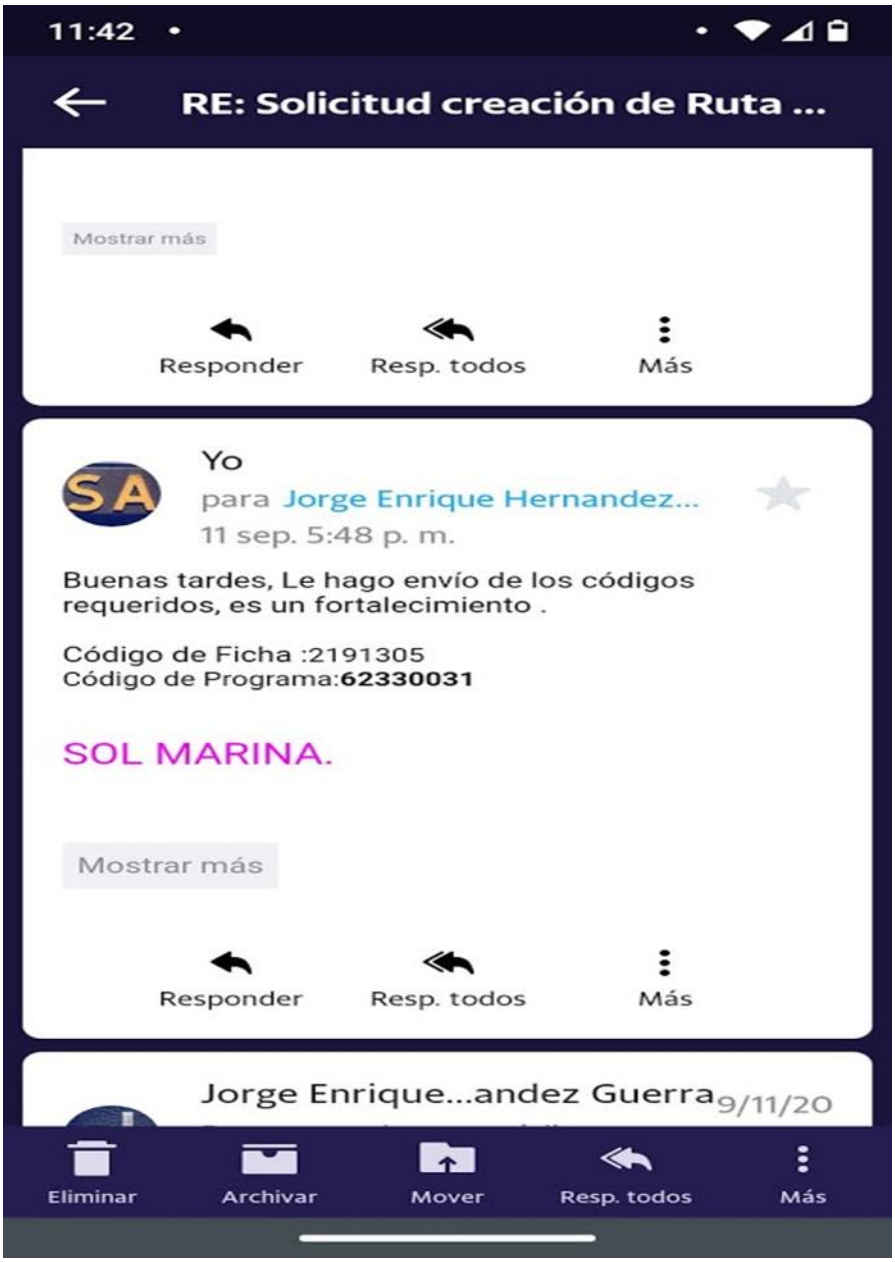
Segmentación demográfica: La empresa Rolex apuntará a un segmento del mercado de alto nivel adquisitivo para posicionar sus relojes, luego de realizar una adecuada segmentación del mercado.

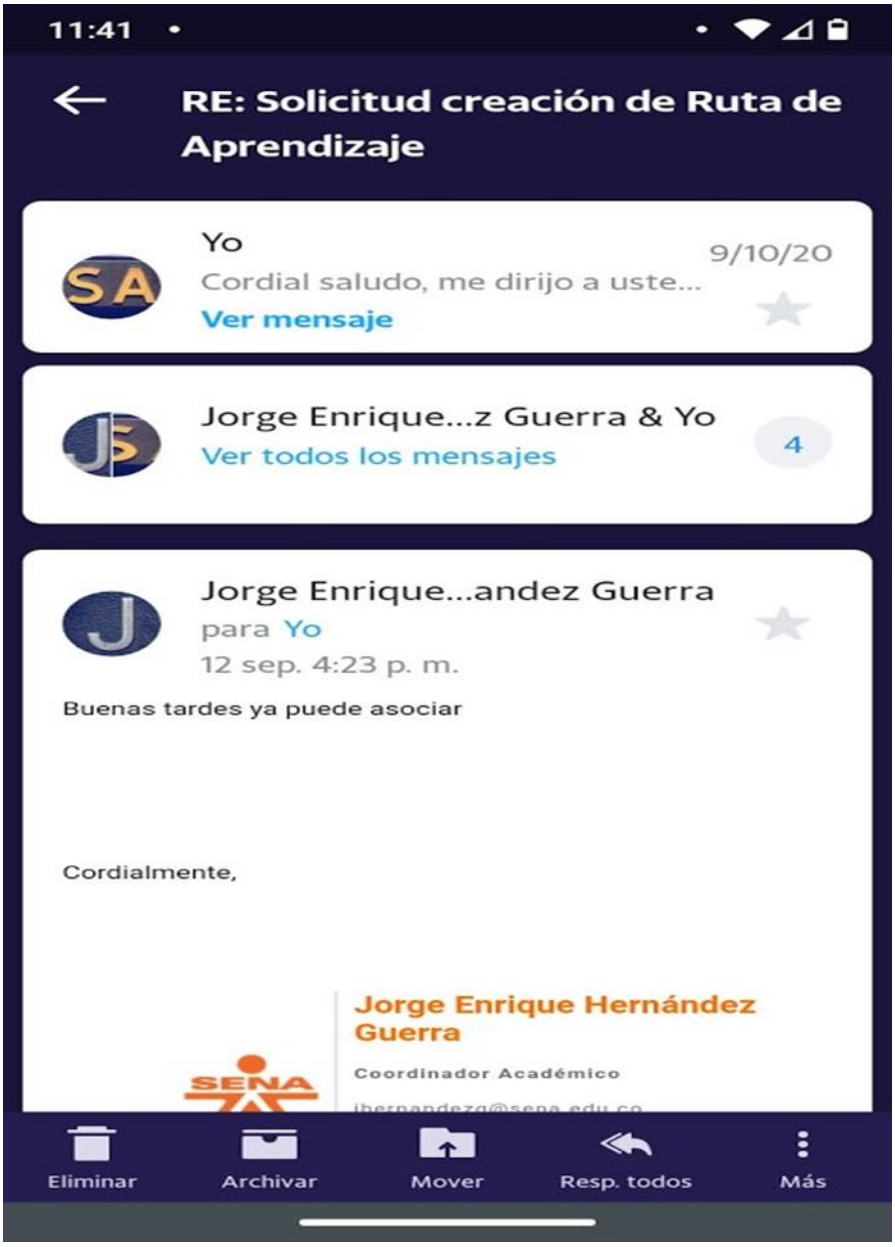
Taller
¿ A quién va dirigido tú producto?

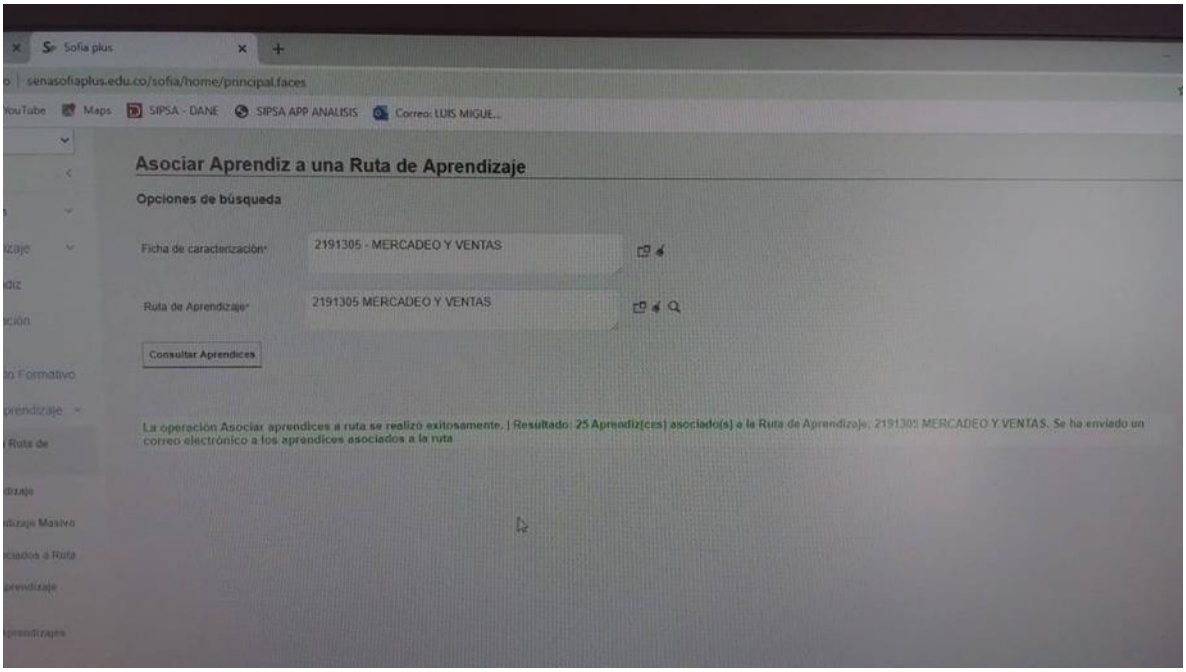

MODELO CANVAS PRODUCTOS COSMÉTICOS SOL RADIANTE
ALIADOS CLAVES
Proveedores de insumos naturales y otros materiales.
Consultoras de ventas por catálogo.
Alianzas con tiendas cosmeticas y de belleza:
Almacén Sandra,
Rizos.Tiendas Naturista :
La Casa Verde, Farmacia La Estrella.
ACTIVIDADES CLAVE
Producción y comercialización de cosmeticos naturalesa través de consultoras, pag web, puntos de ventas, vendedores .
Distribución eficaz atravésde la red de distribución
RECURSOS CLAVE
Personal calificado y comprometido con los valores de la empresa .
Materia prima de calidad.
Redes sociales, transporte para la entrega de pedidos.
Empaques ecológicos.
PROPUESTA DE VALOR
Elaboración y comercialización de productos cosméticos naturales para el cuidado de la piel y el cabello.
Jabones, exfoliantes, cremas , champúes a base de extractos de plantas, frutas y aceites esenciales en beneficio de la salud y medio ambiente.
PROPUESTA DE VALOR
RELACIÓN CON LOS CLIENTES
Cultura basada en los valores e importancia de la comunicación con los clientes.
Trato personalizado
Muestras gratis
CANALES
Venta por Internet
Tiendas o puntos de ventas
Catálogo, consultoras
SEGMENTO DE CLIENTES
Personas que se preocupan por su bienestar, salud y respeto al medio ambiente.
Mujer Urbana con hijos o embarazada entre 30-55 años con poder adquisitivo medio alto.
ESTRUCTURA DE COSTOS
Producción
Nomina
Red de distribución
Marketing Publicidad
Comisiones a consultores
BUDGET
FUENTES DE INGRESOS
Ventas de los productos:
Jabones $20.000
Champú $25.000
Cremas $28.000
Pagos en efectivo, tarjetas debito, crédito, transferencias bancarias.

ANEXO 5

Capturas de correo electrónico sobre la creación la ruta de aprendizaje en Sofía Plus y pantallazo del Aplicativo Sofía Plus (Asociar Aprendices a la Ruta de Aprendizaje)




11:41
RE: Solicitud creación de Ruta de Aprendizaje
Yo
9/10/20
Cordial saludo, me dirijo a uste...
Ver mensaje
Jorge Enrique...z Guerra & Yo
Ver todos los mensajes
4
Jorge Enrique...andez Guerra
para Yo
12 sep. 4:23 p. m.
Buenas tardes ya puede asociar
Cordialmente,
Jorge Enrique Hernández Guerra
Coordinador Académico
Eliminar
Archivar
Mover
Resp. todos
Más



ANEXO 6

Horas reportadas en plataforma Sofia Plus(programacion del instuctor)

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: SOL MARINA ALVEAR SOTELO

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL

FECHA INICIAL: 01/09/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 30/09/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2162728 - EMPRENDEDOR EN PRODUCCION DE CULTIVOS TRANSITORIOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Cosechar producto agrícola según especificaciones técnicas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MANEJAR LABORES CULTURALES NO MECANIZABLES SEGÚN RECOMENDACIÓN TÉCNICA Y CULTIVO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROGRAMAR CULTIVO AGRÍCOLA SEGÚN MÉTODOS Y NORMATIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Programar proyectos según especificaciones técnicas y métodos de planeación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120001 - IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR CON BASE EN INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO.

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN.

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120002 DETERMINAR LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA FORMULACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN IDEA SELECCIONADA Y HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120003 DISTRIBUIR LOS RECURSOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

28030120004 VERIFICAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS PROPUESTOS Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.

28030120005 RECONOCER LAS DEBILIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO Y OPCIONES DE MEJORA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2191305 - MERCADEO Y VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚNTIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDOTÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CONLAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDOCON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LASDIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO APLICANDO LASMETODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DELOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISISDE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO,SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEMÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 72,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2147718 - EMPRENDEDOR EN PRODUCCION DE ESPECIES PISCICOLAS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTABLECER LA ESPECIE ACUICOLA APLICANDO LAS BUENAS PRACTICAS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MANTENER EL CULTIVO ACUÍCOLA DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS Y CRITERIOS TÉCNICOS DE PRODUCCIÓN
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Programar proyectos según especificaciones técnicas y métodos de planeación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120001 - IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR CON BASE EN INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO.

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN.

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120002 DETERMINAR LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA FORMULACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN IDEA SELECCIONADA Y HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120003 DISTRIBUIR LOS RECURSOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

28030120004 VERIFICAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS PROPUESTOS Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.

28030120005 RECONOCER LAS DEBILIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO Y OPCIONES DE MEJORA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2153539 - EMPRENDEDOR EN LA PRODUCCION DE PLATANO Y BANANO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MANEJAR LABORES CULTURALES NO MECANIZABLES SEGÚN RECOMENDACIÓN TÉCNICA Y CULTIVO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROGRAMAR CULTIVO AGRÍCOLA SEGÚN MÉTODOS Y NORMATIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Programar proyectos según especificaciones técnicas y métodos de planeación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120001 - IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR CON BASE EN INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO.

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN.

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120002 DETERMINAR LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA FORMULACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN IDEA SELECCIONADA Y HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120003 DISTRIBUIR LOS RECURSOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

28030120004 VERIFICAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS PROPUESTOS Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.

28030120005 RECONOCER LAS DEBILIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO Y OPCIONES DE MEJORA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 20,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2080476 - EMPRENDEDOR EN DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURISTICAS EN ESPACIOS NATURALES

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROGRAMAS TURÍSTICOS CONFORME A LOS REQUERIMIENTOS DEL MERCADO Y/O SOLICITUD DEL CLIENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Elaborar presupuestos de acuerdo con metodología y guía técnica

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FORMULAR PROYECTOS DE PRODUCCIÓN BIOTECNOLÓGICA VEGETAL DE ACUERDO CON REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

REVISAR LA VIABILIDAD DE LA UNIDAD PRODUCTIVA SEGÚN INDICADORES DEL PROYECTO EMPRESARIAL.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2153819 - EMPRENDEDOR EN PROCESAMIENTO ARTESANAL DE DERIVADOS FRUTAS Y HORTALIZAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: EJECUTAR PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS SEGÚN PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MANIPULAR ALIMENTOS DE ACUERDO CON NORMATIVIDAD VIGENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Programar proyectos según especificaciones técnicas y métodos de planeación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120001 - IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR CON BASE EN INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO.

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN.

28030120001 IDENTIFICAR EL PROBLEMA A SOLUCIONAR DE ACUERDO CON INFORMACIÓN TÉCNICA RECOLECTADA, NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y ENTORNO Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120002 DETERMINAR LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA FORMULACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN IDEA SELECCIONADA Y HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

28030120003 DISTRIBUIR LOS RECURSOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

28030120004 VERIFICAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS PROPUESTOS Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.

28030120005 RECONOCER LAS DEBILIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO Y OPCIONES DE MEJORA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	16,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	180,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: SOL MARINA ALVEAR SOTELO

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL