

Formación	DESARROLLO DE MEDIOS GRAFICOS VISUALES
Fecha	1 al 30 de noviembre
Código Ficha	2977211
Actividades Desarrolladas	Evidencias TEORICA realizadas noviembre de 2025 – Espinal

Evidencia 0A7-240201628-AA1-EV01: DOFA Personal: Identificar habilidades personales como emprendedor

William Jesus Manollia Lombano
CC 1068770829

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA
Centro Agropecuario La Granja - Regional Tolima
Tecnologo en Desarrollo de Medios Graficos Visuales
Ficha 2977211
Instructora Luz Mery Trujillo Rivera
Diciembre del 2025

Analisis externo	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Mis habilidades a destacar son la fotografía, diseñar piezas publicitarias, dibujar y escribir.• Soy alguien que se adapta con facilidad.• Me gusta mejorar y crecer como persona constantemente.	<ul style="list-style-type: none">• Edición mediante IA (inteligencia artificial).• Trabajo en atención al cliente (Mesero).• Estoy estudiando un tecnólogo en diseño gráfico.	<ul style="list-style-type: none">• Mercado competitivo.• Escasas oportunidades de desarrollo en el lugar donde vivo.• Desconocimiento del entorno.
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Evito tomar grandes responsabilidades.• Sufrir de pánico escénico.• Tengo inseguridades al momento de tomar decisiones.	Estrategias FO <ul style="list-style-type: none">• Aprender y fortalecer conocimientos relacionados con programas de IA.• Aprender y potenciar mis habilidades con el Tecnólogo en Desarrollo de Medios Gráficos Visuales.• Buscar financiación o interés en las relaciones que he construido por mi tiempo como mesero.	Estrategia FA <ul style="list-style-type: none">• Estudiar el entorno y analizar las posibilidades reales que ofrece.• Desplazarse a un entorno con mayores posibilidades de desarrollo.• Buscar un valor agregado a mis servicios que me haga diferente a la competencia.
	Estrategia DO <ul style="list-style-type: none">• Buscar ayuda psicológica que me den herramientas para afrontar las responsabilidades.• Tener un mayor estudio y conocimiento de mis opciones a elegir.• Realizar pequeños pasos de exposición voluntaria hasta manejar y gobernar el pánico escénico (punto 1).	Estrategia DA <ul style="list-style-type: none">• Establecer objetivos que me lleven a tomar las mejores decisiones con el conocimiento necesario.• Evitar el desplazamiento o cambio de ciudad, sin apoyo o sin contactos.• Mejorar el dominio propio en momentos de indecisión y incertidumbre.



Evidencia 0A7-240201529-AA1-EV01.
DOFA Personal: Identificar habilidades personales como emprendedor.

Aprendiz:
Jhonatan Rodriguez Olea

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro Agropecuario La Granja
Regional Tolima

Desarrollo de Medios Gráficos
2977211

Luz Mery Trujillo Rivera

Noviembre 2025

EXTERNAS	OPORTUNIDADES - aprovechar	AMENAZAS - superar
	<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento del mercado: La demanda de productos personalizados y contenido digital continúa creciendo, lo que ofrece oportunidades para nuevos negocios.• Innovación tecnológica: Las nuevas herramientas de marketing y comunicación permiten crear campañas más efectivas y llegar a audiencias más amplias.• Redes de contacto: El acceso a redes sociales y plataformas digitales facilita la conexión con clientes potenciales y proveedores.• Conocimiento de tendencias: El conocimiento de las últimas tendencias en diseño gráfico y marketing digital permite ofrecer servicios más actualizados y atractivos.	<ul style="list-style-type: none">• Competencia: El mercado está saturado de empresas que ofrecen servicios similares, lo que puede dificultar la diferenciación.• Obsolescencia: La tecnología cambia rápidamente, y las habilidades adquiridas pueden volverse obsoletas si no se actualizan constantemente.• Crisis de liquidez: El flujo de caja puede ser irregular, especialmente en las primeras etapas del negocio, lo que puede afectar la sostenibilidad.• Regulaciones y licencias: El cumplimiento de normativas locales y nacionales puede ser complejo y costoso.• Falta de recursos humanos: La dificultad para encontrar personal calificado puede limitar el crecimiento del negocio.
INTERNAS	ESTRATEGIAS FO - defensivas o de crecimiento	ESTRATEGIAS FA - defensivas
PORTALIDADES - explotarlas u optimizarlas <ul style="list-style-type: none">• Diversificación del producto/servicio: Ofrecer servicios adicionales como diseño web, gestión de redes sociales o consultoría de marketing.• Alianzas estratégicas: Buscar socios comerciales que complementen las habilidades y recursos propios.• Atención al cliente: Implementar un sistema de atención al cliente eficiente para mejorar la experiencia y fidelizar a los clientes.• Marketing digital: Utilizar plataformas digitales para promocionar los servicios y atraer nuevos clientes.• Inversión en capacitación: Mantenerse actualizado en las últimas tendencias y tecnologías del sector.	<ul style="list-style-type: none">• Uso de la tecnología: Implementar herramientas de automatización y software de diseño para mejorar la eficiencia y reducir costos.• Construcción de marca: Desarrollar una identidad visual coherente y una propuesta de valor clara para diferenciarse de la competencia.• Gestión de recursos: Optimizar el uso de los recursos disponibles y buscar formas de reducir los costos operativos.• Expansión geográfica: Explorar oportunidades de negocio en otros mercados o regiones.	<ul style="list-style-type: none">• Diferenciación: Resaltar las habilidades únicas y la experiencia del equipo para atraer a clientes que buscan calidad y profesionalismo.• Precios competitivos: Analizar el mercado y establecer precios que sean atractivos pero que permitan cubrir los costos y generar ganancias.• Flexibilidad: Mantenerse abierto a cambios en el mercado y estar preparado para adaptar los servicios y precios.• Construcción de una red de apoyo: Buscar mentores, socios comerciales o grupos de apoyo que puedan proporcionar orientación y recursos.
DEBILIDADES - minimizarlas	ESTRATEGIAS DO - de fortalecimiento o refuerzo	ESTRATEGIAS DA - de supervivencia o retiro
<ul style="list-style-type: none">• Gestión empresarial: Falta de experiencia en la gestión de finanzas, marketing y operaciones.• Recursos humanos: Dificultad para encontrar personal calificado y motivado.• Capital de trabajo: Limitado presupuesto para iniciar y mantener el negocio.• Conocimiento técnico: Necesidad de mejorar las habilidades técnicas en diseño gráfico y marketing digital.	<ul style="list-style-type: none">• Educación de la experiencia: Buscar mentoría o cursos de capacitación para mejorar las habilidades de gestión empresarial.• Alianzas estratégicas: Buscar socios comerciales que puedan proporcionar recursos humanos o técnicos.• Aumento de capital: Buscar fuentes de financiamiento adicionales, como préstamos o inversionistas.• Mejora de procesos: Implementar sistemas de gestión de proyectos y control de calidad para mejorar la eficiencia.	<ul style="list-style-type: none">• Gestión y ventas: Buscar oportunidades de venta adicionales y mejorar las técnicas de negociación.• Reducción de costos: Revisar los gastos operativos y buscar formas de reducirlos sin afectar la calidad del servicio.• Planificación y seguimiento: Establecer metas claras y monitorear el progreso del negocio regularmente.• Gestión de recursos: Optimizar el uso de los recursos disponibles y buscar formas de reducir los costos operativos.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA

DESARROLLO DE MEDIOS GRAFICOS VISUALES

Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social (240201528)

Evidencia GA7-240201528-AM-EV06 DOFA Personal: Identificar habilidades personales como emprendedor

APRENDIZ: LUZ SANDRÁ CASTAÑEDA NAVARRO

INSTRUCTOR: LUZ MERY TRUJILLO

2025

DEBILIDADES

1. Sensibilidad al riesgo financiero debido a mis experiencias previas de pérdida.
2. Falta de definición clara de límites y tiempos personales (riesgo de sobrecarga).
3. Novedad de fortalecer hábitos de lectura y validación continua.
4. Escasa prueba reciente con clientes reales del segmento objetivo.
5. Dependencia inicial de capital propio que puede frenar decisiones.

AMENAZAS

1. Inestabilidad económica y altos costos de insumos que pueden limitar márgenes y ritmo de crecimiento.
 2. Volatilidad del entorno: emprendedor cambios rápidos en preferencias del consumidor y costos operativos.
 3. Dificultades logísticas y dependencia de proveedores confiables para la obtención de café y materias primas.
- Alta exigencia y comportamiento impredecible del cliente doméstico (queso de casa), lo que dificulta la fidelización inicial.

FORTALEZAS

1. Formación certificada en administración, marketing, finanzas y métodos de startup.
2. Pensamiento de diseño de sistemas, con enfoque user-centric.
3. Capacidad para aprender rápido, documentar procesos y mejorar iterativamente.
4. Experiencia real en emprendimientos previos (sacitos y frascos) que fortalece la oferta.
5. Orientación a trabajo colaborativo con expertos en áreas clave.
6. Determinación y visión de largo plazo.
7. Uso estratégico de inteligencia artificial para acelerar investigación y validación comercial.

OPORTUNIDADES

1. Creciente interés en experiencias gastronómicas personalizadas dentro del sector HORECA, especialmente en cafeterías con propuesta diferenciada.
2. Espacio identificado en el mercado para soluciones de mise en place bien estructuradas y funcionales.
3. Alta relevancia del marketing digital y redes sociales para posicionar marcas de alimentos y bebidas sin grandes inversiones iniciales.
4. Tendencia hacia el consumo local, artesanal y con identidad de origen (café, productos frescos, sostenibles).

DOFA IDENTIFICAR HABILIDADES PERSONALES COMO EMPRENDEDOR
GA7 - 240201528 - AA01 - EV01



APRENDIZ
LEONARDO RODRIGUEZ MONROY

DESARROLLO DE MEDIOS GRAFICOS VISUALES
2977211

INSTRUCTORA EMPRENIMIENTO
MERY TRUJILLO RIVERA
19 MAYO 2025

ME BASE EN LA EMPRESA JUAN VALDEZ

SOCIOS CLAVE

- Productores de café colombiano y exportadores.
- Plataformas de comercio y delivery.
- Supermercados y tiendas especializadas en mercados internacionales.
- Empresas tecnológicas para mejorar experiencia digital.
- Organizaciones de comercio justo y sostenibilidad.

ACTIVIDADES CLAVE

- Innovación en bebidas y productos con identidad colombiana.
- Experimentación y optimización de bebidas en mercados estratégicos.
- Desarrollar y optimización de la plataforma digital y móvil.

RECURSOS CLAVE

- Marca reconocida con identidad cultural colombiana.
- Relación directa con cafetaleros y exportadores.
- Tecnología para e-commerce digital y fidelización de clientes.
- Canales y puntos de venta.

PROPUESTA DE VALOR

- Café 100% colombiano de alta calidad y origen sostenible.
- Asesoría directa a los cafetaleros colombianos.
- Experiencia auténtica del café colombiano en tiendas y canales digitales.
- Innovación en bebidas y productos con identidad local.
- Experiencia de la marca a nivel internacional con presencia en más mercados.

RELACIONES CON CLIENTES

- Personalización de bebidas y soluciones innovadoras.
- Programas de fidelización en la app con beneficios exclusivos.
- Comunicación activa en redes sociales con contenido educativo sobre el café.

CANALES

- Tiendas físicas en Latinoamérica, EE.UU. y Europa.
- Plataformas de comercio para venta de café y productos.
- Aplicación móvil con pedidos, pagos y recompensas.

SEGUIMIENTO DE CLIENTES

- Análisis del café producido y de origen sostenible.
- Comentarios que ayudan a mejorar productos, con impacto social y ambiental.
- Profesionales y analistas que hacen evaluaciones para mejorar.
- Tutorías y retroalimentación internacional en la cultura cafetera colombiana.
- Usuarios de plataformas digitales son considerados en línea.

ESTRUCTURA DE COSTOS

- Costos de producción y almacenamiento del café.
- Desarrollo y mantenimiento de tiendas físicas y digitales.
- Inversión en marketing y publicidad digital.
- Costos logísticos para distribución y exportación.
- Programa de sostenibilidad y apoyo a cafetaleros.

FUENTES DE INGRESO

- Ventas de café y productos en tiendas físicas.
- Comercio y suscripciones de café en línea.
- Venta de café en supermercados y mercados.
- Transmisión y eventos internacionales.
- Merchandising (tazas, termos, accesorios de café, etc.).