PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, Octubre 31 de 2020

Señor (a)
IVAN DARIO GUZMAN SANCHEZ
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. 1336263
Coordinador Académico.
Centro Agropecuario y Biotecnología El Porvenir Montería

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

Referencia: N°1336263 de 2020

DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ, identificada con la cédula de ciudadanía No. **50.957.769** de Puerto Escondido, en mi calidad de Contratista del **SENA**, en Centro Agropecuario y de Biotecnología EL **PORVENIR**, 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 asciende a la suma de **$ 35.968.629** COP incluido IVA (de conformidad con el régimen tributario a que pertenezca el contratista) **.**Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera:

a) Un primer pago del mes de Febrero por un valor de TRES MILLONES TREINTA Y CINCO MIL OCHOCIENTOS SETENTA Y UN MIL PESOS M/CTE ($3.035.871).
b) Nueve(9)pagosigualesporlosmesesdeMarzoaNoviembreporvalordeTRESMILLONES Y DOSCIENTOS CINCUENTA Y DOS MIL SETECIENTOS DIECINUEVE PESOS M/CTE ($3.252.719) cada uno.
c) Un último pago del mes de Diciembre por valor de UN MILLON NOVECIENTOS CINCUENTA Y UN MIL SEISCIENTOS TREINITA Y UNO PESOS M/CTE($1.951.631).

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**cuentadeAHORROSNo.091-255201-94 de BANCOLOMBIA,** cuyo titular es contratista.

Plazo: Será hasta el 10 de Diciembre de 2020.

OBJETO:
PRESTAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL DE INSTRUCTORES PARA IMPARTIR FORMACIÓN INTEGRAL PRESENCIAL EN EL PROGRAMA DE ATENCIÓN A LA POBLACIÓN VICTIMA DEL DESPLAZAMIENTO POR LA VIOLENCIA DEL CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGÍA EL PORVENIR DE CÓRDOBA.

CLÁUSULA (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1.	Impartir formación integral presencial a los aprendices en el área asignada dentro del programa de atención población victimas del desplazamiento por la violencia, 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.	Se impartió formación en la ficha 2191405 programa de Mercadeo y ventas, en el municipio de montería vereda nuevo horizonte. Competencia:: Planear actividades de Mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la Empresa**.**	*Capturas de WhatsApp. Registros fotográficos de los aprendices.se carga evidencia en el drive.* *https://drive.google.com/drive/folders/12OQgFCIiIFlC1qBpqe3gVwJ1YQzyEAEu?usp=sharing*
2.	Establecer la ruta de aprendizaje en Sofía Plus de acuerdo a la programación e intensidad horaria que	No Aplica para éste Mes	*No Aplica Para éste Mes.*

	Conoce con la suscripción del contrato.		
3.	Asociar aprendices en el aplicativo Sofía Plus, dentro de los términos establecidos para ello.	No Aplica Para éste Mes	No Aplica para éste Mes
4.	Planear y ejecutar las actividades relacionadas en la guía de aprendizaje.	No se ejecutó durante el mes.	No se ejecutó durante el mes.
5.	Cumplir con los productos asociados al proyecto en Actividades de formador del programa de formación.	Se Realizó video tutorial, para socializar con los aprendices de la ficha 2191405. Del programa mercadeo y ventas.	La evidencia se encuentra cargada en el portafolio del instructor. Drive URL. https://drive.google.com/drive/folders/1fCkgAV-l1B2rljqDrM-gsw4_y42CVIzW?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.	Articulación con los enlaces del Municipio de Valencia, Ever Pérez, Celular 3145409322 Francisca ROSMUC celular 3103836670 Moñitos y Marelvis Recuero contacto 3165045620 Respectivamente para la gestión del programa Mercadeo y Ventas.	Capturas de imagen de WhatsApp, registro de llamadas.
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.	Se Realizaron los planes de Mercadeo Junto con los Portafolios de Servicios de las Unidades productivas Piscimoñitos del Municipio de Moñitos corregimiento la Rada. Quedando como líder de up la sra Rocío del Carmen Correa de Fajardo con CC. 26173743 contacto. 3135393534 Respectivamente se Elaboró la Unidad productiva Criadero de los Hermanos Pérez ubicada en el Municipio de Valencia Vereda caraguay. Representante de la up Nerlis Milet Díaz Cuadrado Cc.	Se anexan pantallazos de los WhatsApp y video tutorial, se encuentra cargado en el drive URL. https://drive.google.com/drive/folders/1fCkgAV-l1B2rljqDrM-gsw4_y42CVIzW?usp=sharing

		50527931.contacto 3206487752	

8.	Generar y ejecutar una estrategia que permita la permanencia de los aprendices durante el tiempo total del curso.	Se Realizó conversatorio para la identificación y socialización de nuevas estrategias de comercialización de los productos.	Pantallazos de WhatsApp y orientaciones telefónicas
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.	Se realizó seguimiento y acompañamiento a los aprendices mediante la orientación a las actividades de aprendizaje, requeridas por el proceso de formación, desarrollándose la temática relacionada con los canales de distribución, características del cliente, presentación, como estragías de comercialización.	*Pantallazos de interacción con los aprendices y orientación telefónicos. y WhatsApp.*
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 cargaron en el portafolio del instructor los informes correspondiente al periodo. Se elaboró Informe contractual correspondiente al mes de septiembre	Informes semanales cargados en el Drive URL. https://drive.google.com/drive/folders/1oz86O-d33ig73ow0yZGPc3BQLnKidwK6?usp=sharing Cargado en plataforma secop II
11.	Gestionar y propiciar Recursos en las comunidades objeto de la formación.	No aplica para el mes.	No Aplica para este mes.

12.	El instructor contratista se obliga durante el periodo 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 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.	.Se Participó de la Reunión dándonos a conocer los Lineamiento en cuanto al Retorno a las Formaciones presenciales, dirigida por el equipo de Coordinación Académica.	Capturas de WhatsApp Correos Electrónicos.
13.	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes Mensuales de la ejecución del contrato.	Se elaboró Informe de ejecución contractual del mes de septiembre	Informe Cargado en la plataforma Secop II
14.	Desarrollar las horas de formación que requiera la implementación del programa prestando con seriedad, responsabilidad, profesionalidad, eficiencia, oportunidad y diligencia estos servicios.	Se Impartió formación en el programa Mercadeo y Ventas ficha 2191405 los días 9,11,14,16,18,21 del mes de septiembre, tal como lo indica el cronograma del Instructor.	Se anexa cronograma del instructor.
15.	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	No se ejecutó Durante el mes.	No Se ejecutó durante el mes.

	que su formación académica le permitan desarrollar.		
16.	Sentar las evaluaciones de cada resultado de aprendizaje y dar a conocer los resultados de las mismas, registrando los respectivos juicios evaluativos en el Aplicativo SOFIA Plus dentro de los términos establecidos.	No Aplica Para éste Mes	No Aplica para éste Mes.
17.	Construir y mantener en tiempo real el portafolio de evidencias del instructor y de los aprendices.	Se Realizó el respectivo cargue de información del periodo en cuestión en el portafolio del Instructor.	Evidencias en el Drive URL. https://drive.google.com/drive/folders/1zaKJ_tT6Z_W2XOhOna7DrEMNnZRATxi7?usp=sharing
18.	Entregar los reportes mensuales estadísticos y registros inherentes al proceso formativo.	Se cargó información en la matriz programación instructor del programa Atención víctima.	Información cargada en el Drive URL. https://drive.google.com/file/d/1YQmQfkfezH4yu2N06iUL5Pk0XhtyHVh8/view?usp=sharing
19.	Apoyar los procesos de las Otras actividades inherentes a la formación.	No aplica para éste mes.	No Aplica para éste mes.
20.	Gestionar y propiciar ambientes y recursos en las comunidades objeto de la formación.	No Aplica para este mes	No Aplica para este mes.

21.	El contratista debe cumplir con las normas del Sistema General de Riesgos Laborales, en especial, las siguientes: 1. Procurar el cuidado integral de susalud. 2. Contar con los elementos de protección personal necesarios para ejecutar la actividad contratada, para lo cual asumirá su costo. 3. Informar a los contratantes la ocurrencia de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales. 4. Participar en las actividades de Prevención y Promoción organizadas por los contratantes, los Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo o Vigías Ocupacionales o la Administradora de Riesgos Laborales. 5. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el TrabajoSG-SST. 6. Informar oportunamente a los contratantes toda novedad derivada del contrato.	Se adoptaron todas las medidas adoptadas por la pandemia del Covid 19, uso de tapabocas, aislamiento preventivo, por tal motivo, se implementan las Formaciones en la modalidad No presencial con la ayuda de las tics. Implementación del trabajo.	Se Anexan registros fotográficos.
22.	Apoyar las actividades de investigación e innovación que se desarrollen en el centro de formación. Debe presentar documentos señalados en la circular 3-2017-000208.	No Aplica para éste mes.	No Aplica para este mes.
23.	Aplicar los procedimientos correspondientes al instructor para formalizar la deserción de los aprendices que abandonan el proceso formativo de acuerdo con lo	No Aplica para este mes.	No Aplica para este mes.
	Establecido en el reglamento del aprendiz SENA vigente.		

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.
Selistaacontinuaciónelsoportedelalegalizacióndelosdesplazamientosrealizados,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.	X	X	X	X
2.	X	X	X	X

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. **4357028025** de la planilla, expedido por **BANCOOMEVA** correspondiente al mes de Septiembre de 2020.(Decreto Ley 2106 de 2019 – "*DecretoLeyAntitrámites"*) Evidencias

en (38) folios

Cordialmente,

DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ
C.C. No. **50.957.769** de Puerto Escondido

Contratista

Recibí a satisfacción:

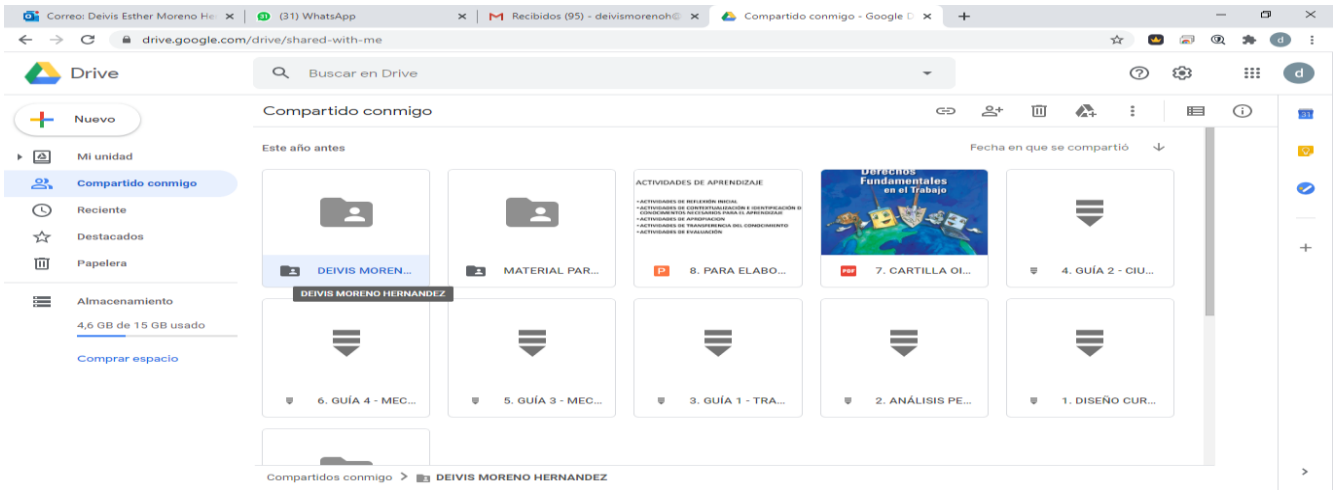
IVAN DARIO GUZMAN SANCHEZ
Coordinador Académico CAB
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. 1336263

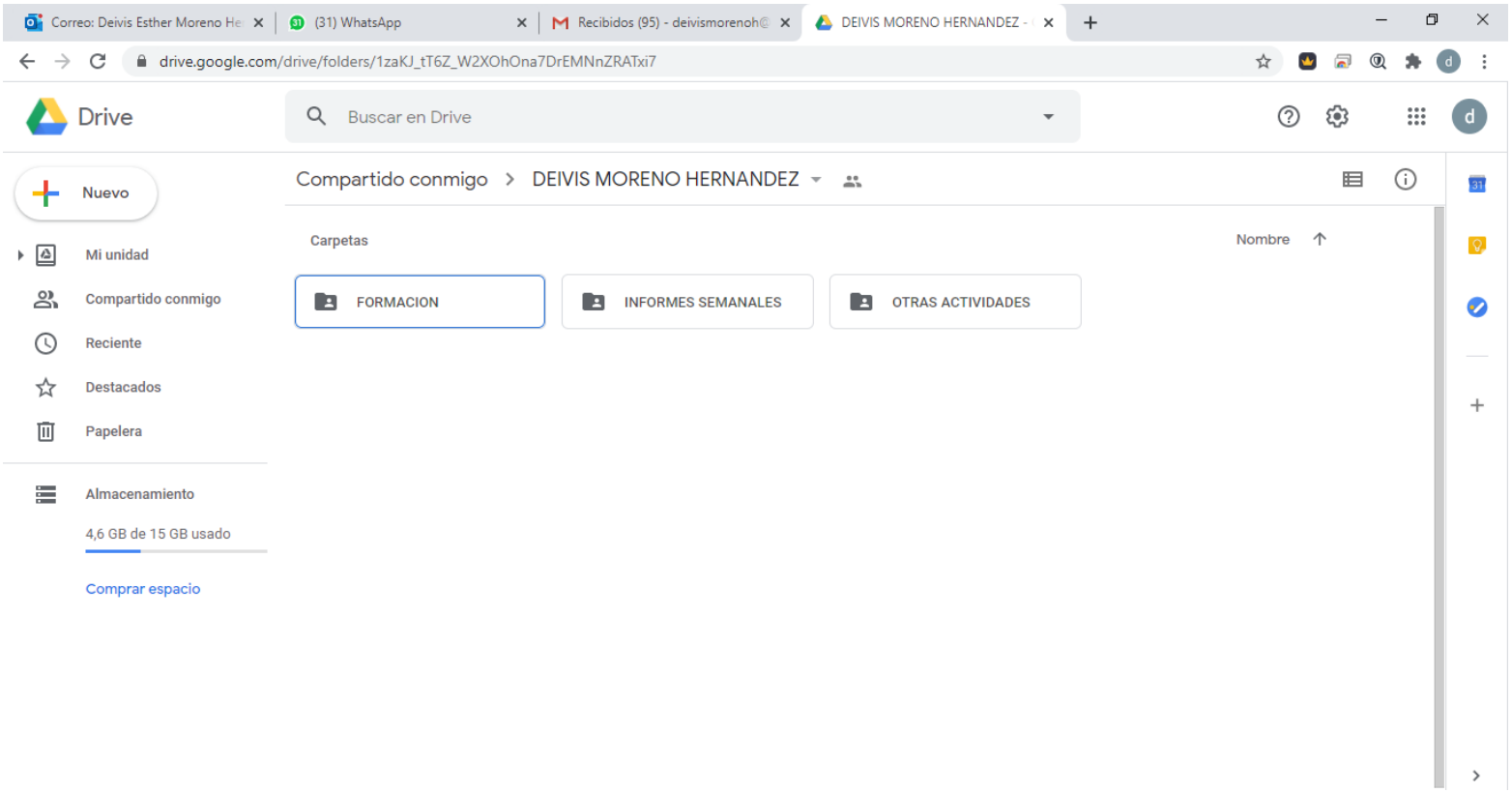
GTH-F-062

ANEXOS

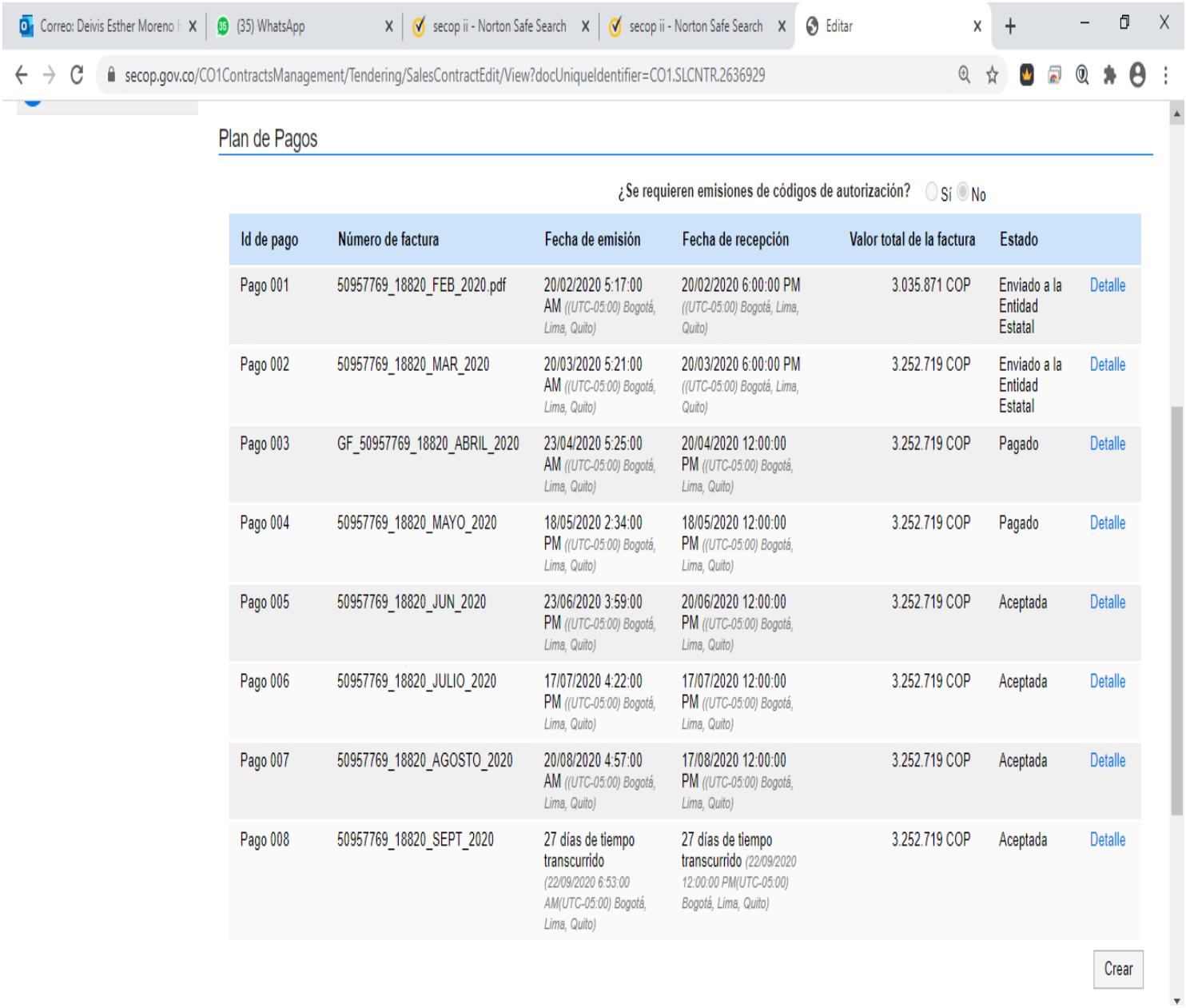
TODAS LAS EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS Y OTRAS SE ENCUENTRAN CARGADAS Y REGISTRADAS EN CADA CARPETA CORRESPONDIENTE EN EL DRIVE DEL PORTAFOLIO DEL INSTRUCTOR PROGRAMA DE ATENCION A VICTIMAS (DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ) QUE RELACIONO URL

Ruta del drive: https://drive.google.com/drive/folders/1zaKJ_tT6Z_W2XOhOna7DrEMNnZRATxi7?usp=sharing





PANTALLAZO DEL SECOP II DONDE SE EVIDENCIA EL CARGUE DE LOS INFORMES MENSUALES ANTERIORES, DANDO CUMPLIMIENTO A LA OBLIGACIÓN CONTRACTUAL N°1



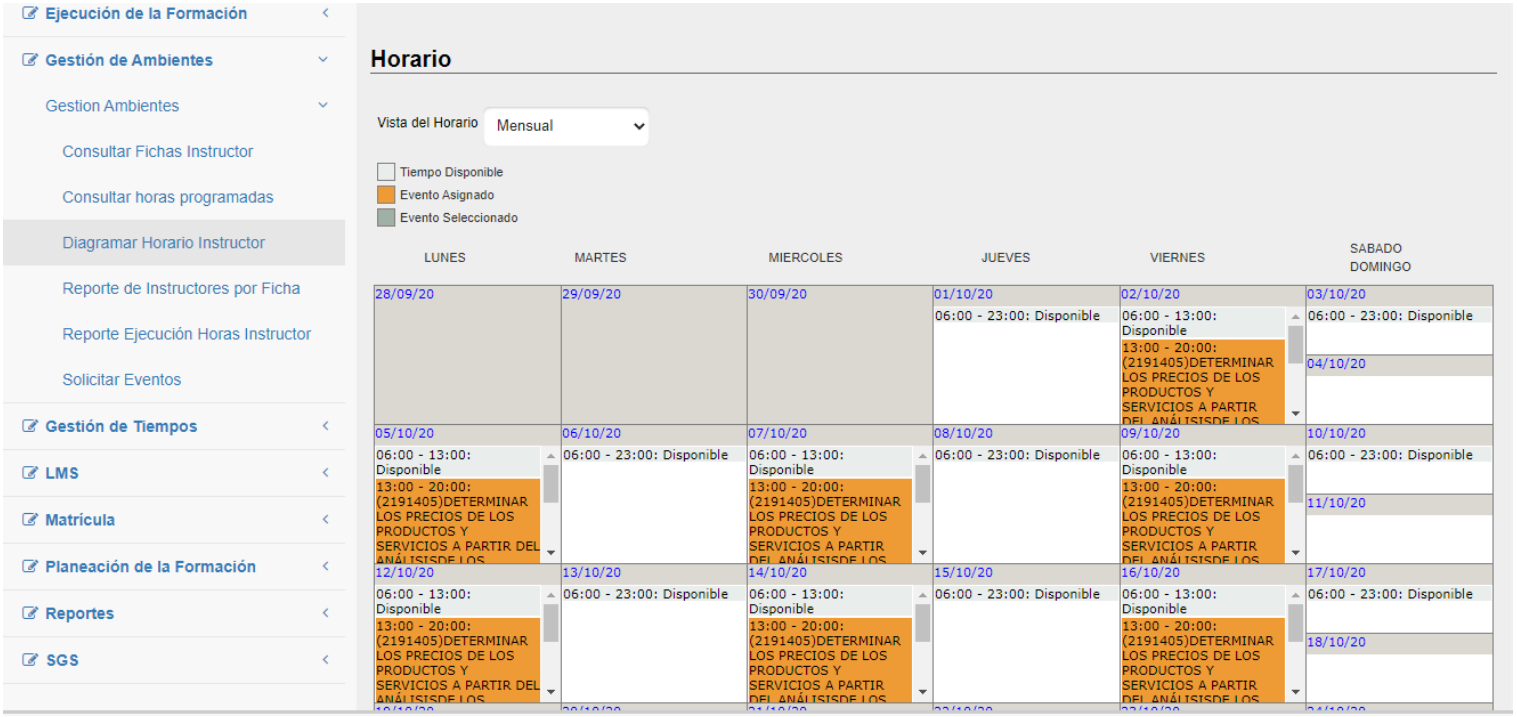
Plan de Pagos

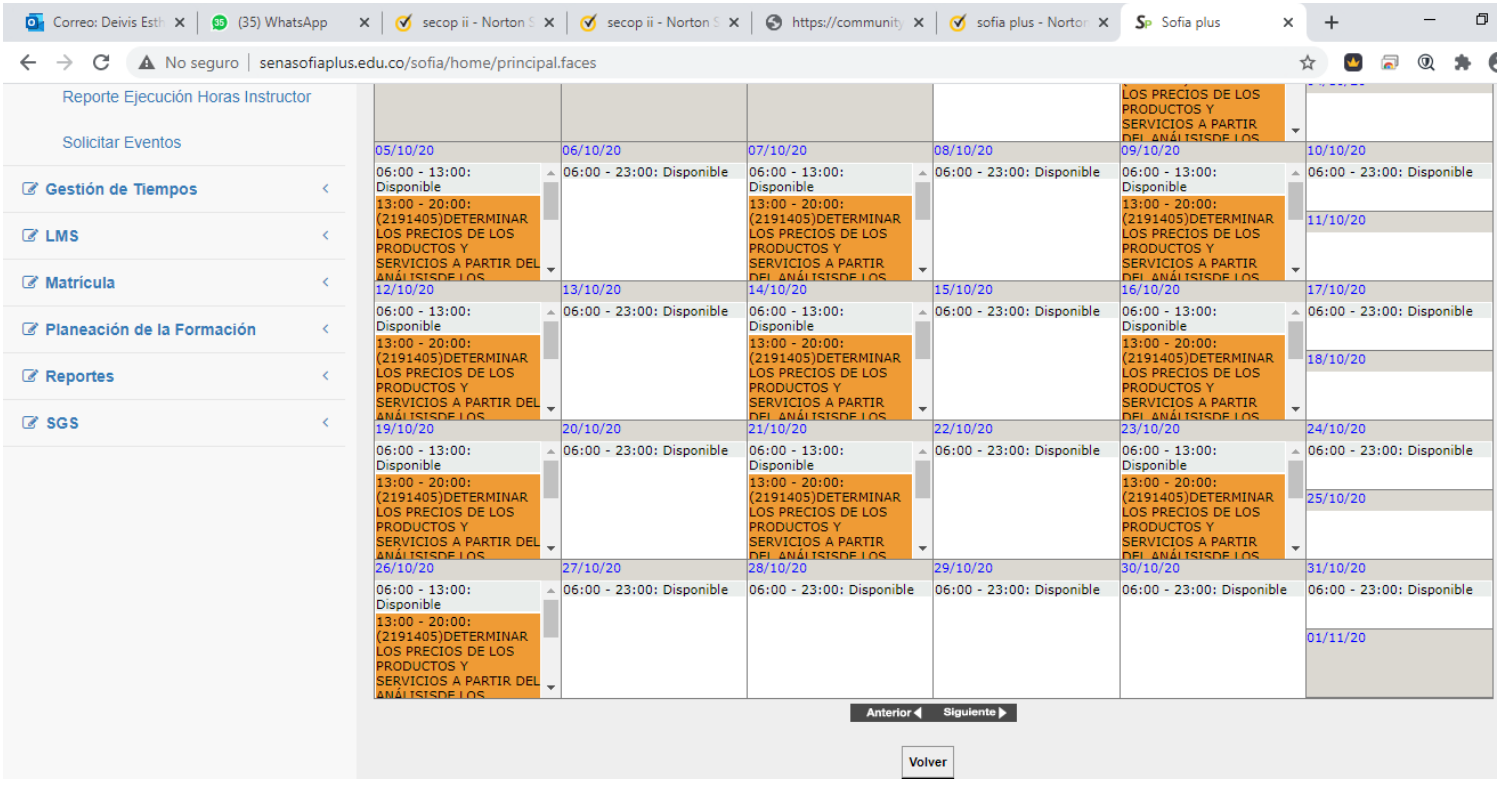
¿Se requieren emisiones de códigos de autorización? Sí No

Id de pago	Número de factura	Fecha de emisión	Fecha de recepción	Valor total de la factura	Estado	
Pago 001	50957769_18820_FEB_2020.pdf	20/02/2020 5:17:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	20/02/2020 6:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	3.035.871 COP	Enviado a la Entidad Estatal	Detalle
Pago 002	50957769_18820_MAR_2020	20/03/2020 5:21:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	20/03/2020 6:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	3.252.719 COP	Enviado a la Entidad Estatal	Detalle
Pago 003	GF_50957769_18820_ABRIL_2020	23/04/2020 5:25:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	20/04/2020 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	3.252.719 COP	Pagado	Detalle
Pago 004	50957769_18820_MAYO_2020	18/05/2020 2:34:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	18/05/2020 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	3.252.719 COP	Pagado	Detalle
Pago 005	50957769_18820_JUN_2020	23/06/2020 3:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	20/06/2020 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	3.252.719 COP	Aceptada	Detalle
Pago 006	50957769_18820_JULIO_2020	17/07/2020 4:22:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	17/07/2020 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	3.252.719 COP	Aceptada	Detalle
Pago 007	50957769_18820_AGOSTO_2020	20/08/2020 4:57:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	17/08/2020 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	3.252.719 COP	Aceptada	Detalle
Pago 008	50957769_18820_SEPT_2020	27 días de tiempo transcurrido *(22/09/2020 6:53:00 AM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	27 días de tiempo transcurrido *(22/09/2020 12:00:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*	3.252.719 COP	Aceptada	Detalle

Crear

PROGRAMACION HORARIO INSTRUCTOR





SENA

CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR

INFORME DE ACTIVIDADES

Programa de victimas

Instructor: Deivis Ester Moreno Hernández

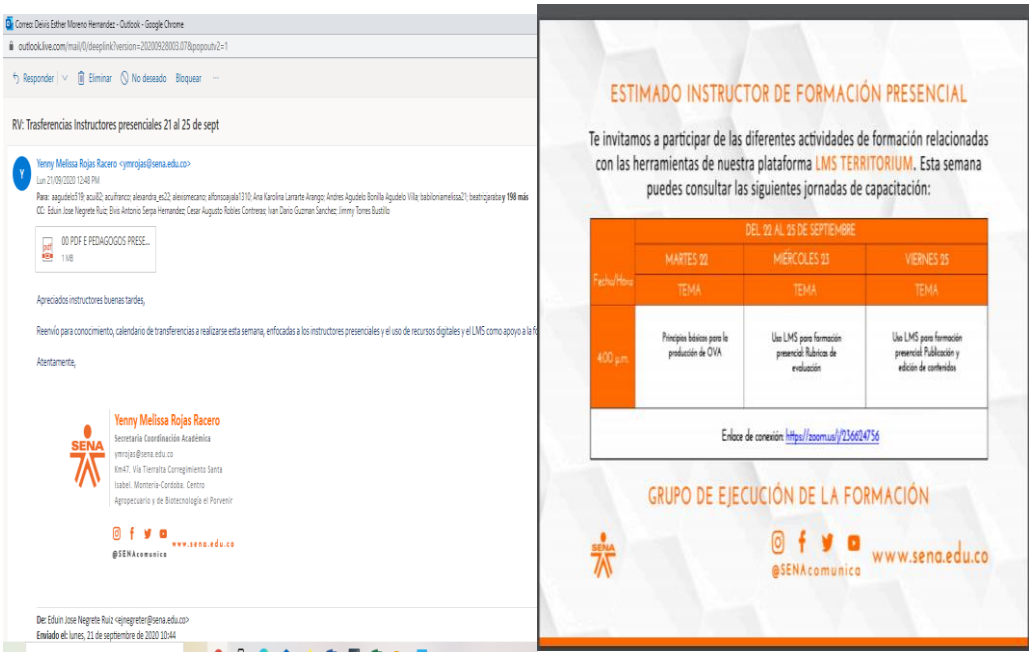
No. identidad: 50.957.769

Área: Comercializadora

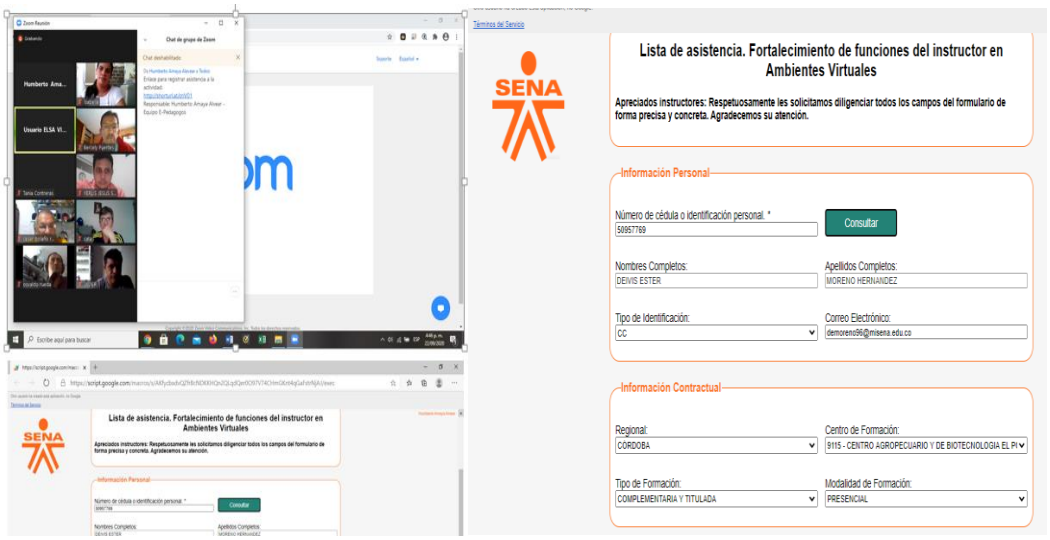
Formaciones orientadas: Mercadeo y Ventas, Implementación del Plan de mercadeo, planeación de actividades de Mercadeo.

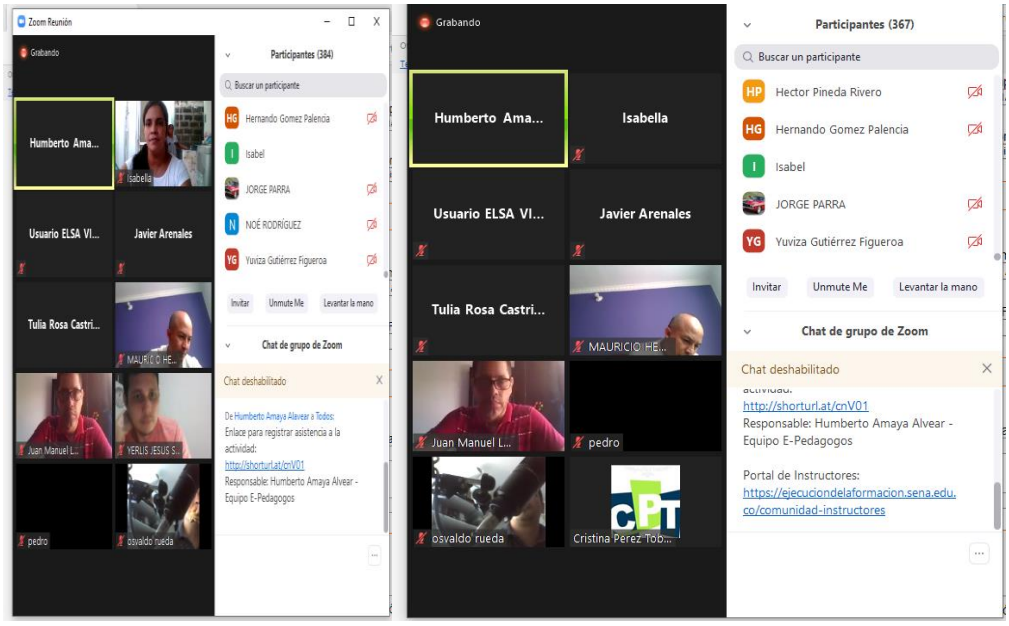
A continuación, reporto las actividades ejecutadas en la semana en mención:

1. Se Recibió correo electrónico de parte de la asistente de Coordinación Yina Rojas, reenviándonos el calendario y el link para la participación del uso de recursos digitales y el MLS como apoyo a la formación **se anexa pantallazo del Sofía plus al drive.**

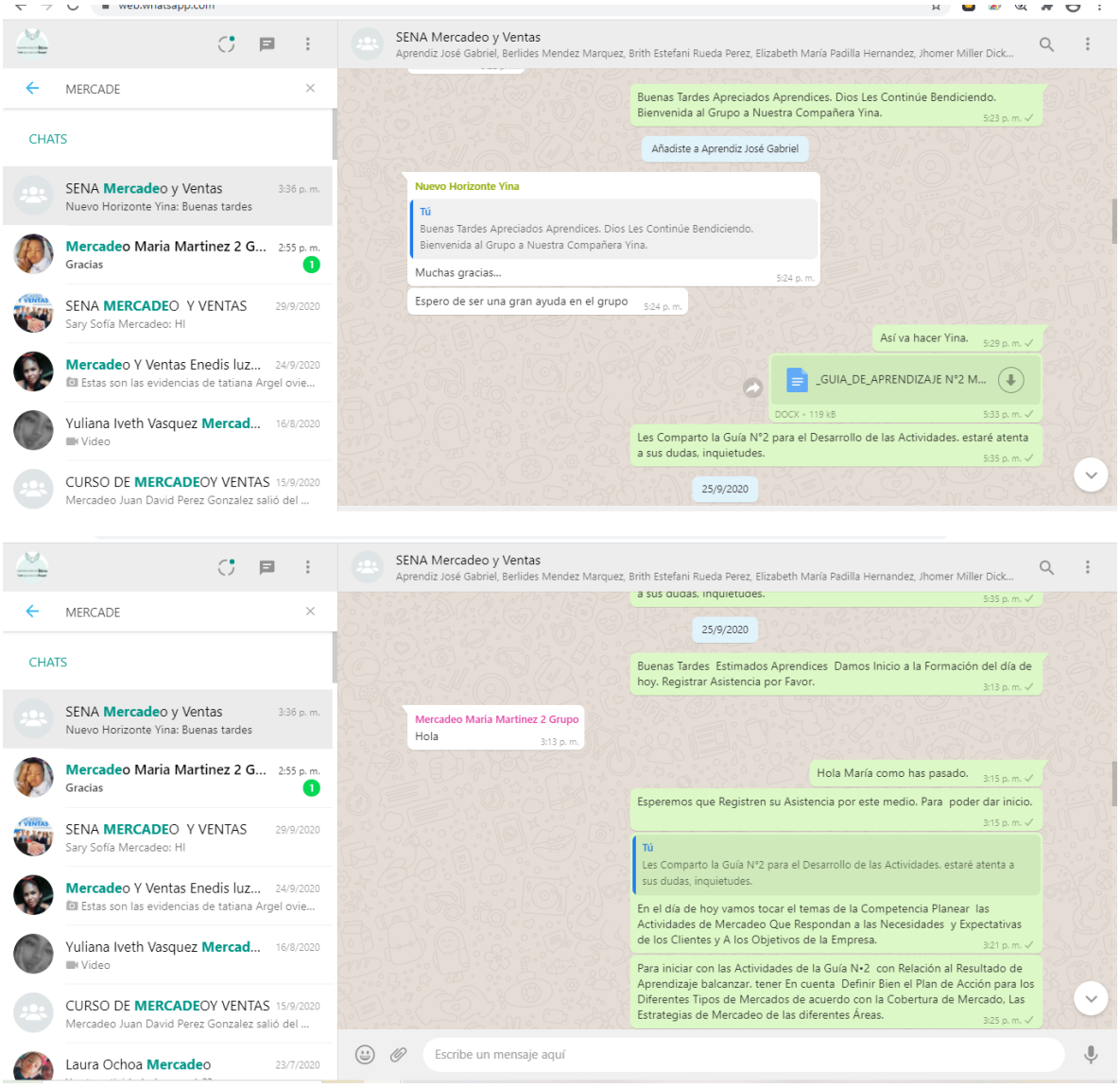


2. Se Participó de las videoconferencias Del 21 al 25 de septiembre, transferencias instructores presenciales. Los temas abordados fueron: principios básicos para la producción de OVA, Uso de LMS para formación presencial, Rubricas de Evaluación – Crear Rubricas y el ultimo día el tema que se abordo fue publicación y edición de contenidos. de nuestra plataforma LMS territorium, por directrices del Coordinador Académico.

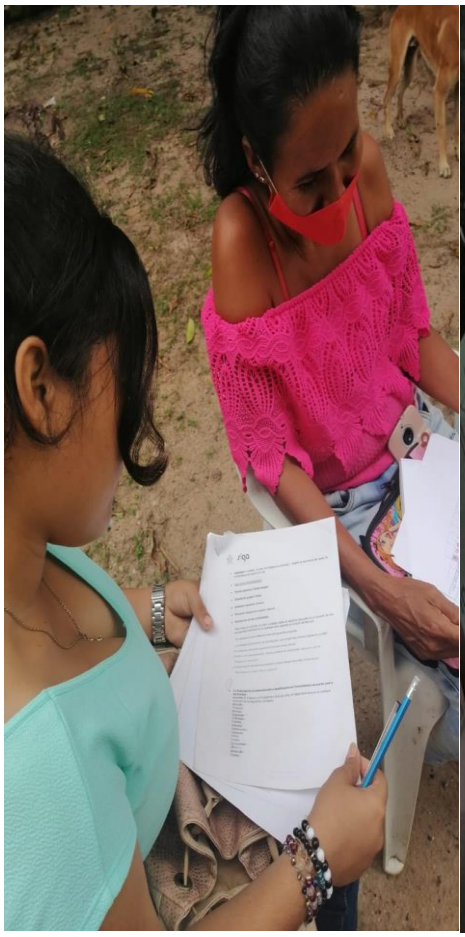


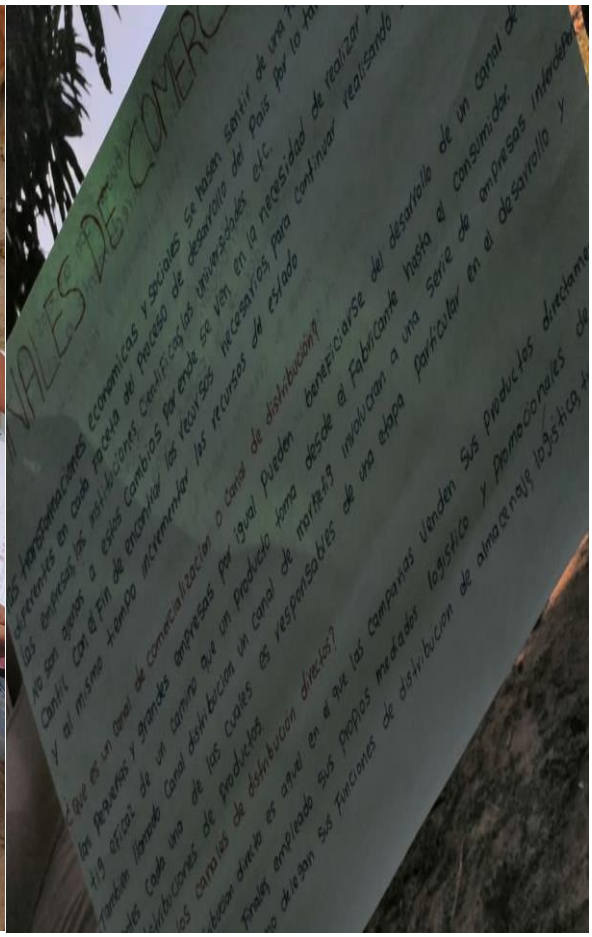


3. Se envió a los aprendices del programa Mercadeo y Ventas, ficha 2191405 por medio de correo electrónico la guía N°2; videos y Material de apoyo para su respectivo desarrollo de Actividades. Anexo pantallazos de correo electrónicos.

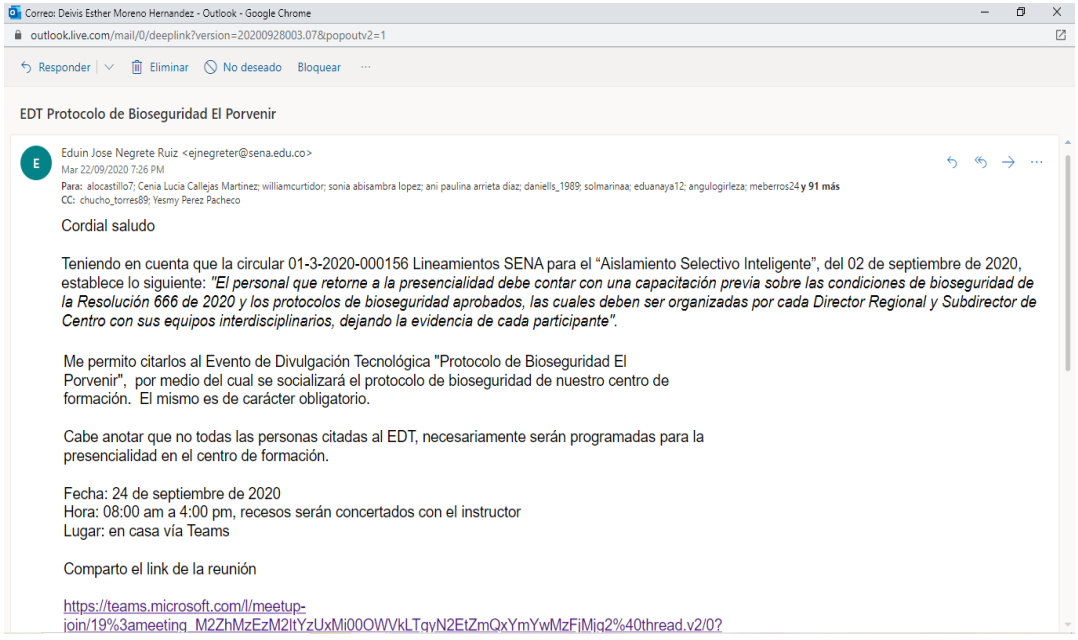


4. Se Continuó Formación no presencial en el programa de formación Mercadeo y Ventas Ficha 2191405, enviándome cada aprendiz el compromiso del desarrollo de las actividades, por medio de herramientas tics, WhatsApp y correo electrónico.





5. Se Recibió correo electrónico de parte del Coordinador del grupo de Formación Integral,Dr. Eduin José Negrete, compartiéndonos el Link de la reunión, citándonos a participar de la capacitación del EDT," Protocolo de Bioseguridad El porvenir"



Correo: Deivis Esther Moreno Hernandez - Outlook - Google Chrome

outlook.live.com/mail/0/deeplink?version=20200928003.07&popoutv2=1

Responder | Eliminar | No deseado | Bloquear | ···

EDT Protocolo de Bioseguridad El Porvenir

E

Eduin Jose Negrete Ruiz <ejnegreter@sena.edu.co>
Mar 22/09/2020 7:26 PM
Para: alocastillo7; Cenia Lucia Callejas Martinez; williamcurtidor; sonia abisambra lopez; ani paulina arrieta diaz; daniells_1989; solmarinaa; eduanaya12; angulogirleza; meberros24 **y 91 más**
CC: chucho_torres89; Yesmy Perez Pacheco

Cordial saludo

Teniendo en cuenta que la circular 01-3-2020-000156 Lineamientos SENA para el "Aislamiento Selectivo Inteligente", del 02 de septiembre de 2020, establece lo siguiente: *"El personal que retorne a la presencialidad debe contar con una capacitación previa sobre las condiciones de bioseguridad de la Resolución 666 de 2020 y los protocolos de bioseguridad aprobados, las cuales deben ser organizadas por cada Director Regional y Subdirector de Centro con sus equipos interdisciplinarios, dejando la evidencia de cada participante".*

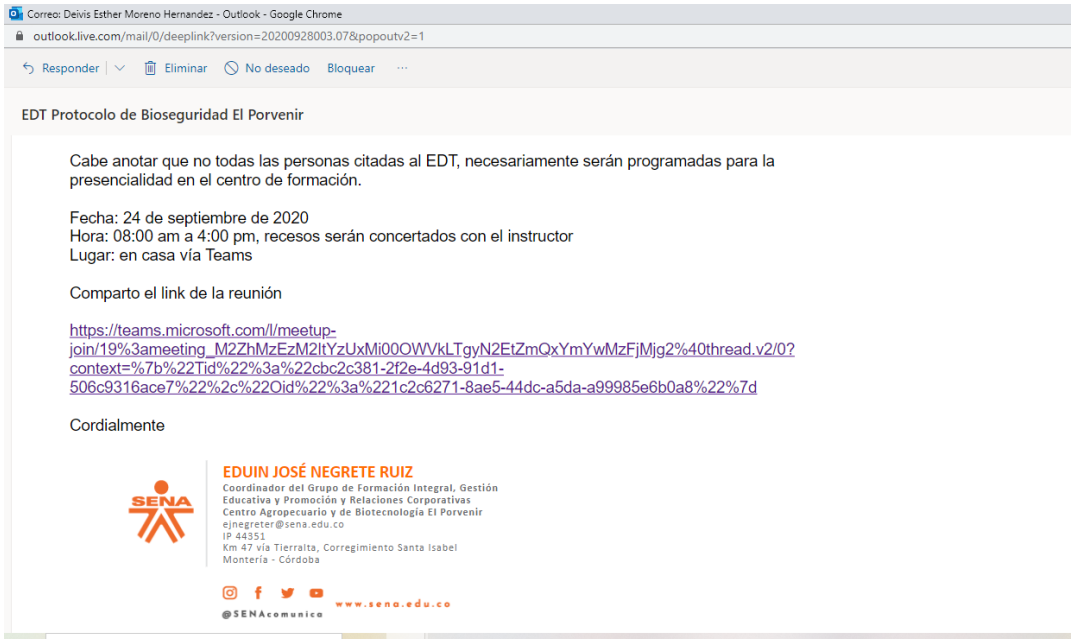
Me permito citarlos al Evento de Divulgación Tecnológica "Protocolo de Bioseguridad El Porvenir", por medio del cual se socializará el protocolo de bioseguridad de nuestro centro de formación. El mismo es de carácter obligatorio.

Cabe anotar que no todas las personas citadas al EDT, necesariamente serán programadas para la presencialidad en el centro de formación.

Fecha: 24 de septiembre de 2020
Hora: 08:00 am a 4:00 pm, recesos serán concertados con el instructor
Lugar: en casa vía Teams

Comparto el link de la reunión

https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_M2ZhMzEzM2ItYzUxMi00OWVkLTgyN2EtZmQxYmYwMzFjMjg2%40thread.v2/0?



Correo: Deivis Esther Moreno Hernandez - Outlook - Google Chrome

outlook.live.com/mail/0/deeplink?version=20200928003.07&popoutv2=1

Responder | Eliminar | No deseado | Bloquear | ···

EDT Protocolo de Bioseguridad El Porvenir

Cabe anotar que no todas las personas citadas al EDT, necesariamente serán programadas para la presencialidad en el centro de formación.

Fecha: 24 de septiembre de 2020
Hora: 08:00 am a 4:00 pm, recesos serán concertados con el instructor
Lugar: en casa vía Teams

Comparto el link de la reunión

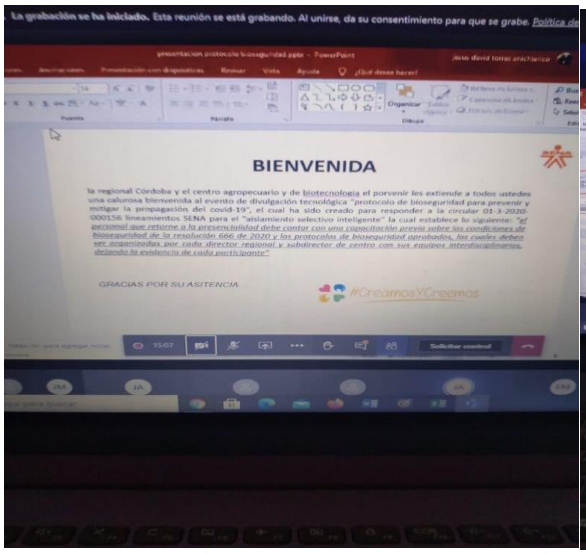
https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_M2ZhMzEzM2ItYzUxMi00OWVkLTgyN2EtZmQxYmYwMzFjMjg2%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22cbc2c381-2f2e-4d93-91d1-506c9316ace7%22%2c%22Oid%22%3a%221c2c6271-8ae5-44dc-a5da-a99985e6b0a8%22%7d

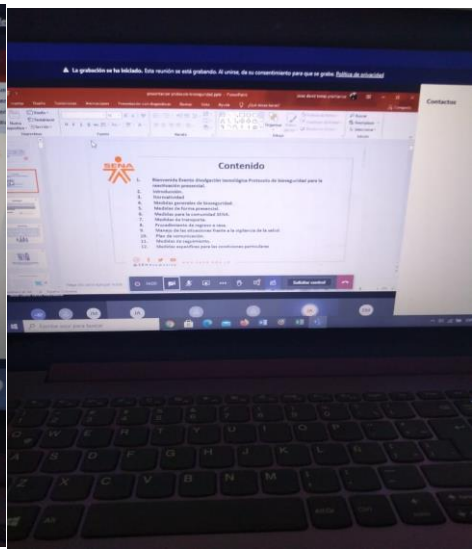
Cordialmente

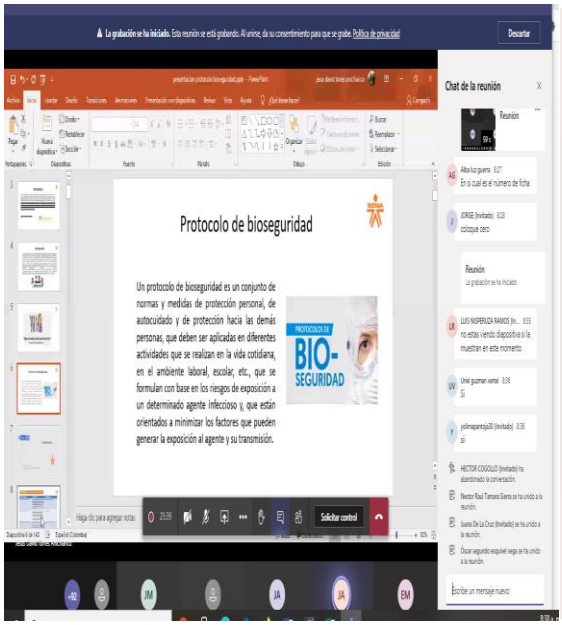
EDUIN JOSÉ NEGRETE RUIZ
Coordinador del Grupo de Formación Integral, Gestión Educativa y Promoción y Relaciones Corporativas
Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir
ejnegreter@sena.edu.co
IP 44351
Km 47 vía Tierralta, Corregimiento Santa Isabel
Montería - Córdoba

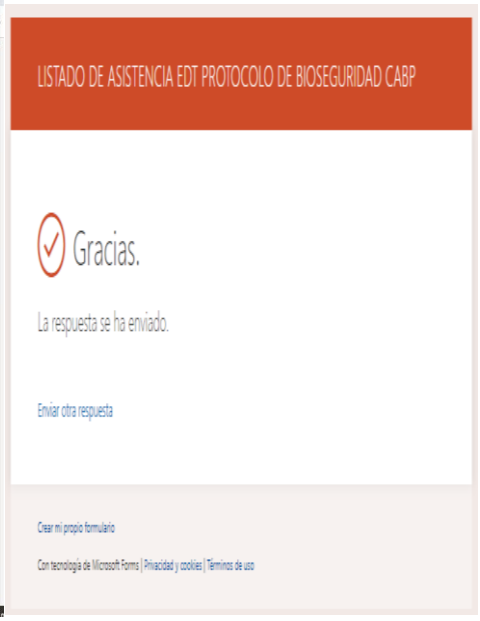
@SENAcomunica www.sena.edu.co

5.Se Participó del Evento de Divulgación Tecnológica (EDT), por medio del cual se socializó el protocolo de Bioseguridad de nuestro Centro de Formación el día 24 de septiembre del 2020, hora de 8:00 am a 4:00 pm. Se anexan pantallazos en el drive.

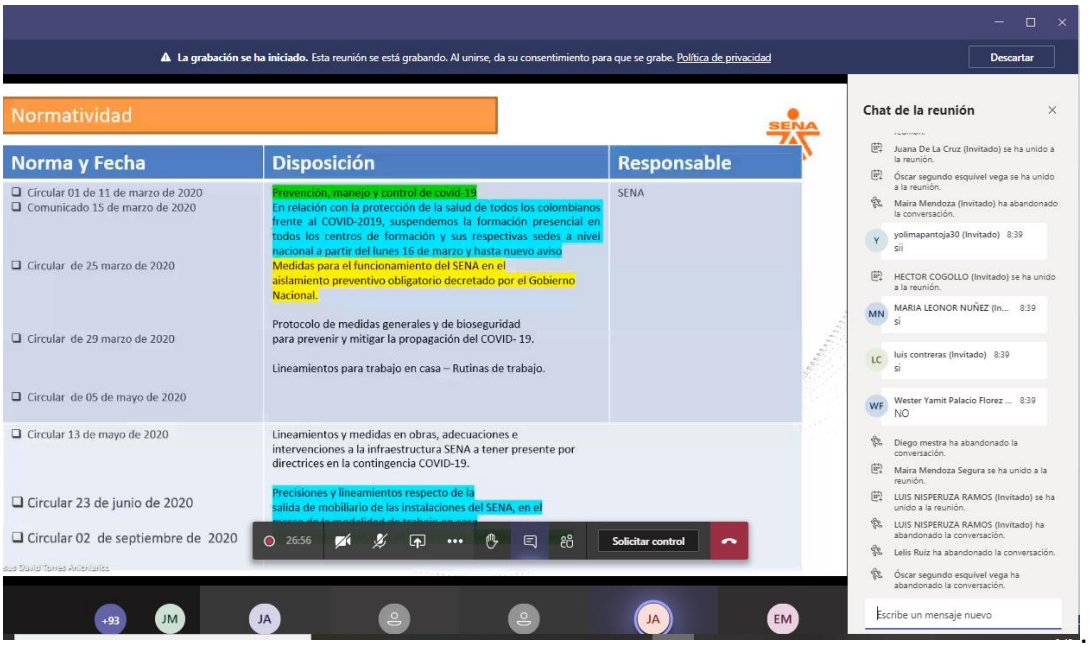


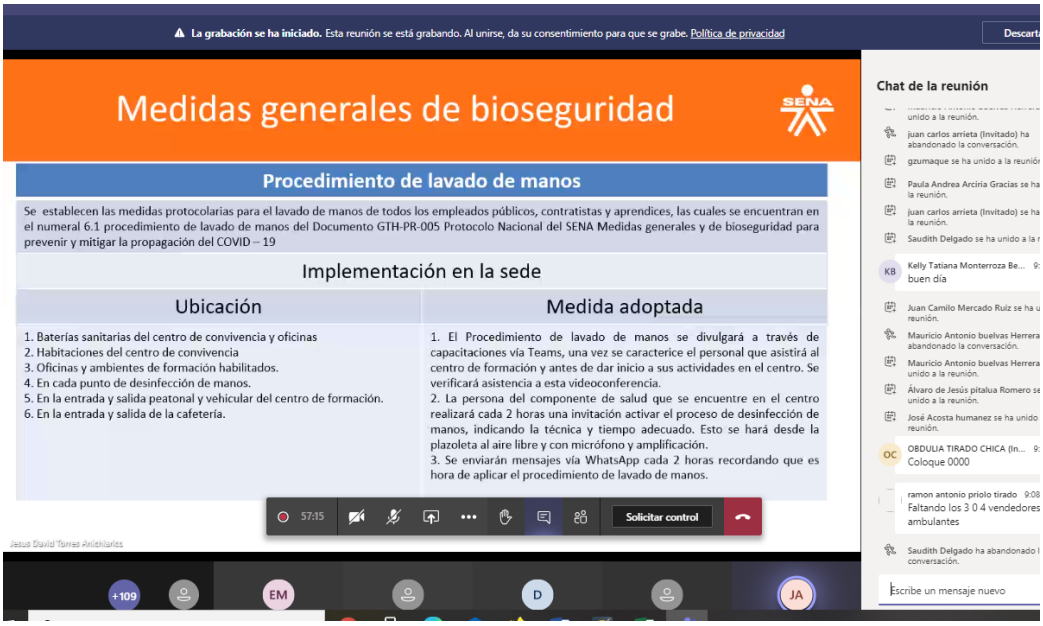




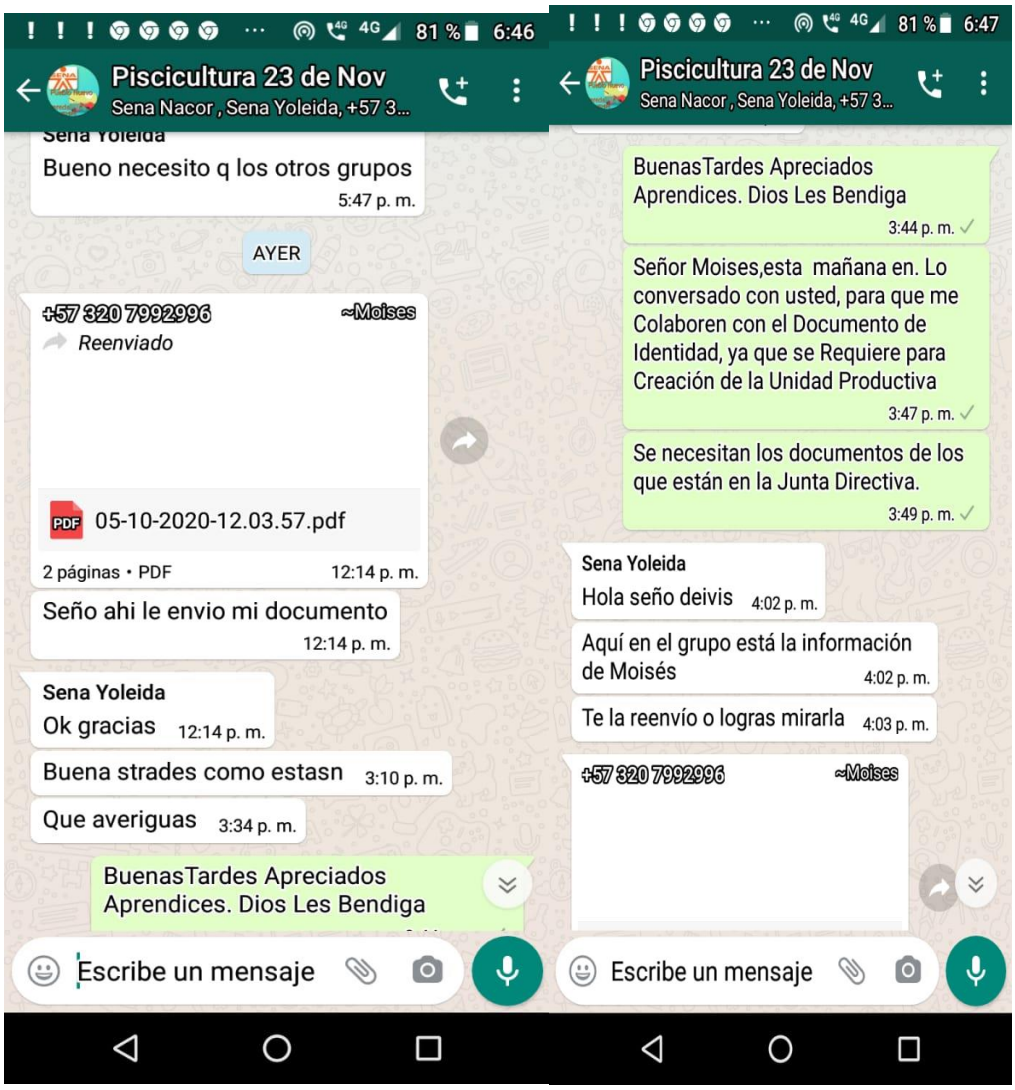


Se Continuó participando del Evento de Divulgación Tecnológica (EDT), por medio del cual se socializó el protocolo de Bioseguridad de nuestro Centro de Formación el día 24 de septiembre del 2020, hora de 8:00 am a 4:00 pm. Capacitador. Jesús Anicharico. Se anexan pantallazos en el drive

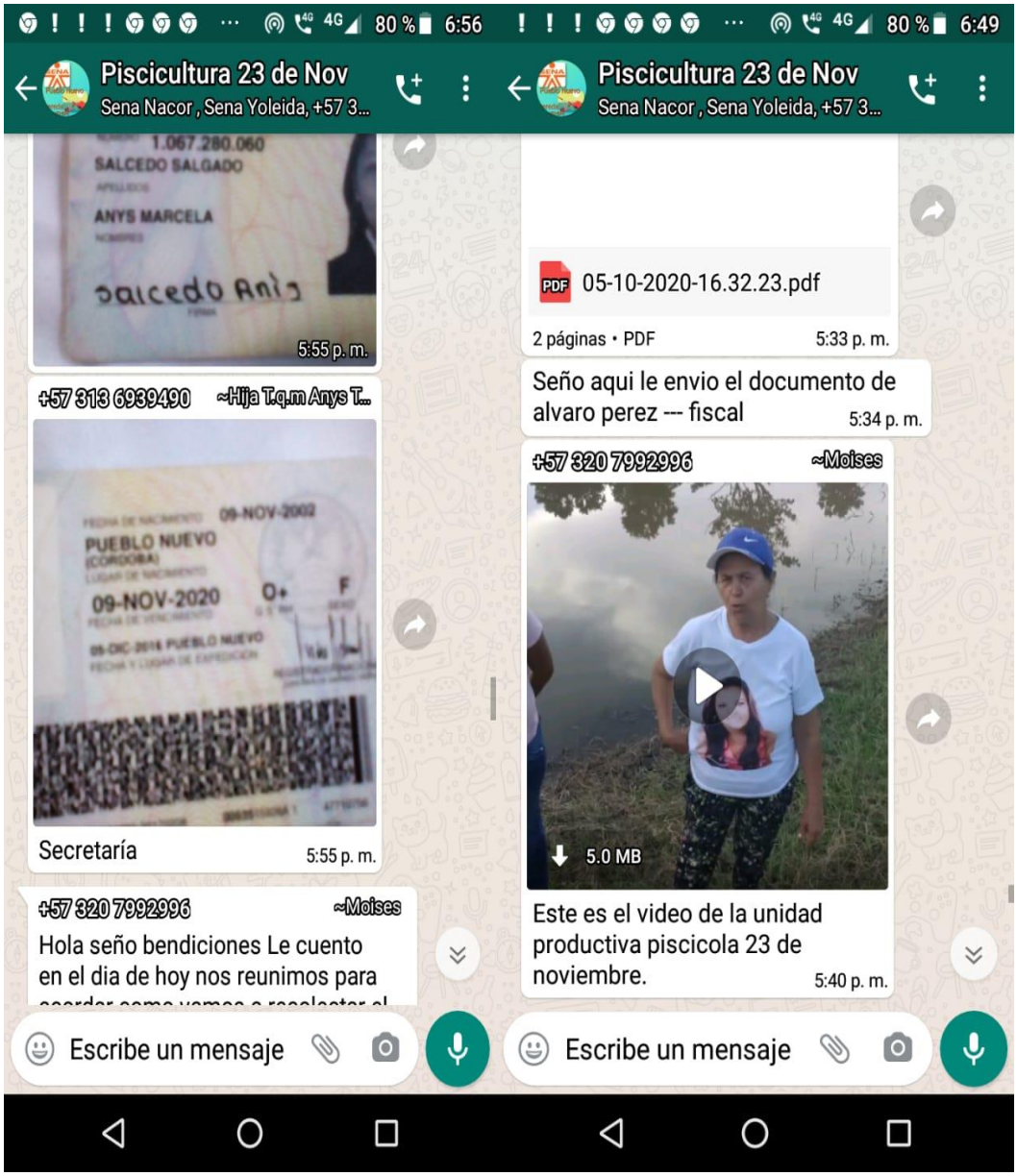




6. Se continuó con la asesoría empresarial con los aprendices por medio de herramientas tecnológicas whatssaap del grupo programa de formación de piscicultura; Para su respectiva creación de la unidad productiva 23 de NOVIEMBRE.confirmando su asistencia. Se anexan pantallazos en el drive.



7. Se continuó con la asesoría empresarial con los aprendices por medio de herramientas tecnológicas whatssaap del grupo programa de formación de piscicultura; Para su respectiva creación de la unidad productiva PISCIMOÑITOS



SENA

CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR

INFORME DE ACTIVIDADES

Programa de victimas

Instructor: Deivis Ester Moreno Hernández

No. identidad: 50.957.769

Área: Comercializadora

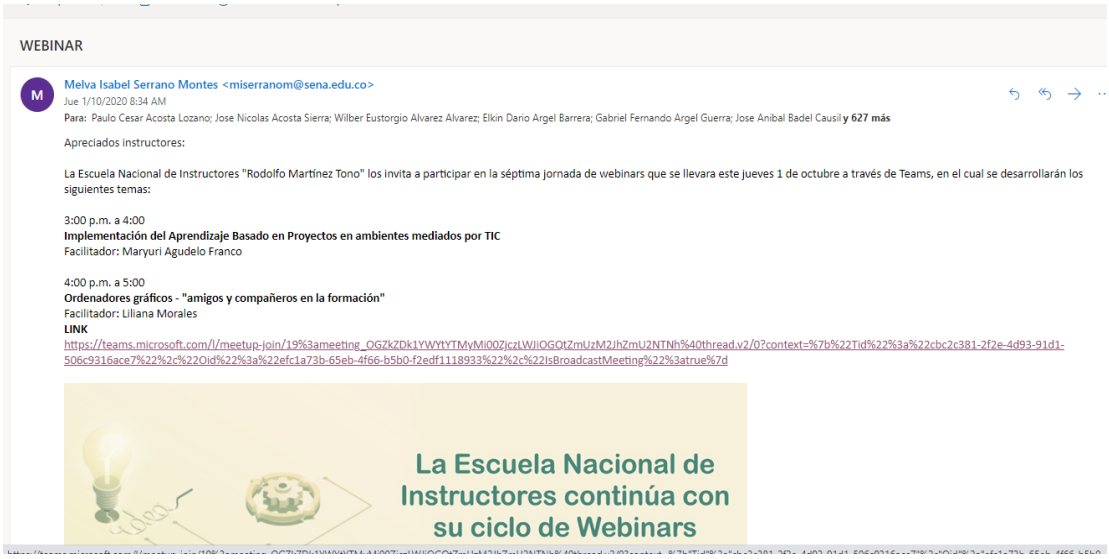
Formaciones orientadas: Mercadeo y Ventas, Implementación del Plan de mercadeo, planeación de actividades de Mercadeo.

A continuación, reporto las actividades ejecutadas en la semana en mención:

1. Se Continuó formación no presencial con ayudas de herramientas tics, en el programa de Mercadeo y ventas ficha: 2191405, interactuando con los aprendices las Actividades y talleres para aclaración de dudas por contacto telefónico, en la cual se estableció desarrollar las actividades y talleres del de aprendizaje y direccionamiento de actividades. **Se Carga Evidencia en Drive.**



2. Se Participó en la séptima jornada de webinars que se llevó éste jueves 1 de Octubre, a través de Teams, en el cual se desarrollaron los Temas de Implementación del Aprendizaje Basado en proyectos en ambientes mediados por TIC, correo enviado por la Escuela Nacional de Instructores" Rodolfo Martínez Tono". Facilitador Maryuri Agudelo Franco.**Se cargan evidencias en Drive**



WEBINAR

Melva Isabel Serrano Montes <miserranom@sena.edu.co>
Jue 1/10/2020 8:34 AM
Para: Paulo Cesar Acosta Lozano; Jose Nicolas Acosta Sierra; Wilber Eustorgio Alvarez Alvarez; Elkin Dario Argel Barrera; Gabriel Fernando Argel Guerra; Jose Anibal Badel Causil **y 627 más**

Apreciados instructores:

La Escuela Nacional de Instructores "Rodolfo Martínez Tono" los invita a participar en la séptima jornada de webinars que se llevara este jueves 1 de octubre a través de Teams, en el cual se desarrollarán los siguientes temas:

3:00 p.m. a 4:00
Implementación del Aprendizaje Basado en Proyectos en ambientes mediados por TIC
Facilitador: Maryuri Agudelo Franco

4:00 p.m. a 5:00
Ordenadores gráficos - "amigos y compañeros en la formación"
Facilitador: Liliana Morales
LINK
https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_OGZkZDk1YWYtYTMyMi00ZjczLWJiOGQtZmUzM2JhZmU2NTNh%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22cbc2c381-2f2e-4d93-91d1-506c9316ace7%22%2c%22Oid%22%3a%22efc1a73b-65eb-4f66-b5b0-f2edf1118933%22%2c%22IsBroadcastMeeting%22%3atrue%7d

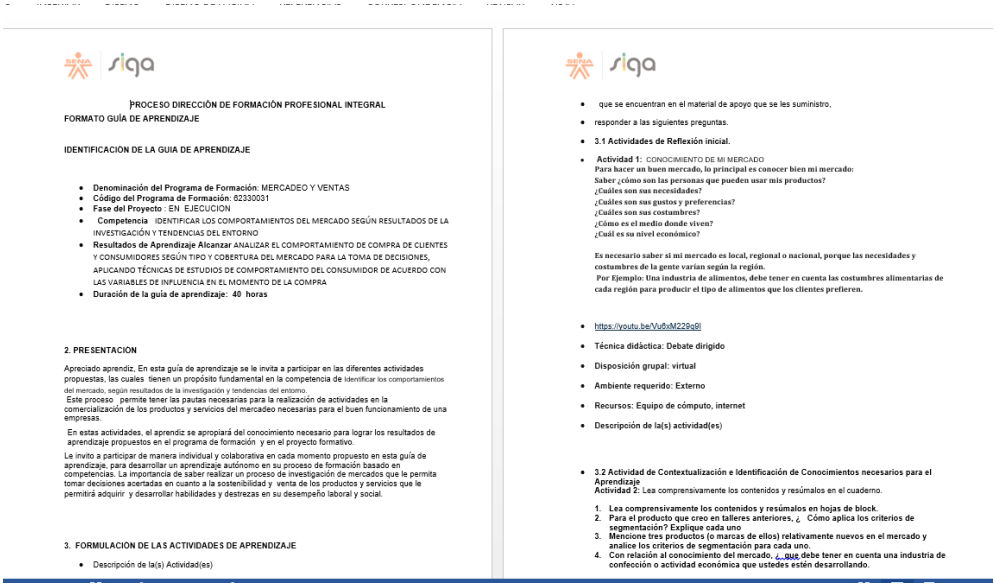
La Escuela Nacional de Instructores continúa con su ciclo de Webinars



Se Participó en la séptima jornada de webinars que se llevó éste jueves 1 de Octubre, a través de Teams, en el cual se desarrollaron los Temas de Implementación del Aprendizaje Basado en proyectos en ambientes mediados por TICS. **Se Cargan evidencias en el drive.**



3. Se envió a los aprendices del programa Mercadeo y Ventas, ficha 2191405 por medio de correo electrónico la guía N°3; Material de apoyo para su respectivo desarrollo de Actividades. Anexo pantallazos Vía WhatsApp.



siga

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACION DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: MERCADEO Y VENTAS
- **Código del Programa de Formación**: 82330031
- **Fase del Proyecto** : EN EJECUCION
- **Competencia** IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar** ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES SEGÚN TIPO Y COBERTURA DEL MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES, APLICANDO TÉCNICAS DE ESTUDIOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE ACUERDO CON LAS VARIABLES DE INFLUENCIA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA
- **Duración de la guia de aprendizaje: 40 horas**

2. PRESENTACION

Apreciado aprendiz, En esta guía de aprendizaje se le invita a participar en las diferentes actividades propuestas, las cuales tienen un propósito fundamental en la competencia de Identificar los comportamientos del mercado, según resultados de la investigación y tendencias del entorno.
Este proceso permite tener las pautas necesarias para la realización de actividades en la comercialización de los productos y servicios del mercadeo necesarias para el buen funcionamiento de una empresas.

En estas actividades, el aprendiz se apropiará del conocimiento necesario para lograr los resultados de aprendizaje propuestos en el programa de formación y en el proyecto formativo.

Le invito a participar de manera individual y colaborativa en cada momento propuesto en esta guía de aprendizaje, para desarrollar un aprendizaje autónomo en su proceso de formación basado en competencias. La importancia de saber realizar un proceso de investigación de mercados que le permita tomar decisiones acertadas en cuanto a la sostenibilidad y venta de los productos y servicios que le permitirá adquirir y desarrollar habilidades y destrezas en su desempeño laboral y social.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es)

siga

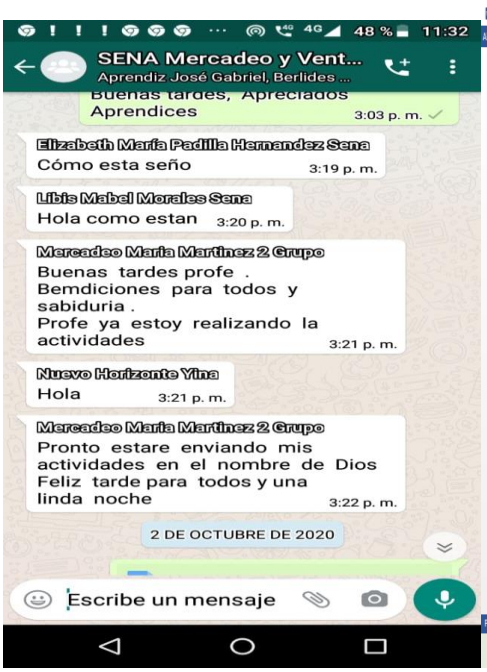
- que se encuentran en el material de apoyo que se les suministro,
- responder a las siguientes preguntas.
- **3.1 Actividades de Reflexión inicial.**
- **Actividad 1:** CONOCIMIENTO DE MI MERCADO
  Para hacer un buen mercado, lo principal es conocer bien mi mercado:
  Saber ¿cómo son las personas que pueden usar mis productos?
  ¿Cuáles son sus necesidades?
  ¿Cuáles son sus gustos y preferencias?
  ¿Cuáles son sus costumbres?
  ¿Cómo es el medio donde viven?
  ¿Cuál es su nivel económico?

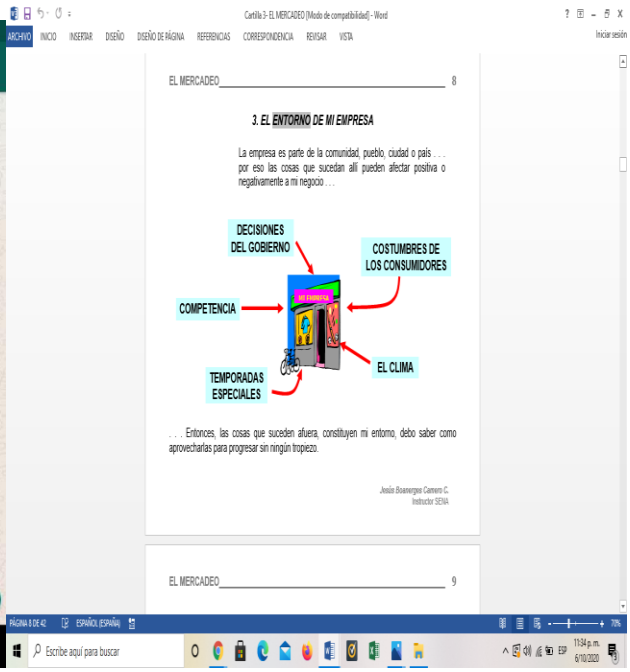
  Es necesario saber si mi mercado es local, regional o nacional, porque las necesidades y costumbres de la gente varían según la región.
  Por Ejemplo: Una industria de alimentos, debe tener en cuenta las costumbres alimentarias de cada región para producir el tipo de alimentos que los clientes prefieren.

- https://youtu.be/Vu0xM229q9I
- **Técnica didáctica: Debate dirigido**
- **Disposición grupal: virtual**
- **Ambiente requerido: Externo**
- **Recursos: Equipo de cómputo, internet**
- **Descripción de la(s) actividad(es)**

- **3.2 Actividad de Contextualización e Identificación de Conocimientos necesarios para el Aprendizaje**
  Actividad 2: Lea comprensivamente los contenidos y resúmalos en el cuaderno.

  1. **Lea comprensivamente los contenidos y resúmalos en hojas de block.**
  2. **Para el producto que creo en talleres anteriores, ¿ Cómo aplica los criterios de segmentación? Explique cada uno**
  3. **Mencione tres productos (o marcas de ellos) relativamente nuevos en el mercado y analice los criterios de segmentación para cada uno.**
  4. **Con relación al conocimiento del mercado, ¿ que debe tener en cuenta una industria de confección o actividad económica que ustedes estén desarrollando.**





4. Se Continuó Formación no presencial en el programa de formación Mercadeo y Ventas Ficha 2191405, enviándome cada aprendiz el compromiso del desarrollo de las actividades, por medio de herramientas tics, WhatsApp y correo electrónico. **Se carga evidencias en drive.**





5. Se Continuó Formación en el programa de Mercadeo y Ventas Ficha N° 2191405 socializándoles por medio de llamadas telefónicas la temática de Investigación de Mercados. Se carga Evidencia en el Drive.





Cartilla 3- EL MERCADEO [Modo de compatibilidad] - Word

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

5. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Me sirve para averiguar cuáles son los cambios que se están produciendo en el mercado y también saber cómo se encuentra la empresa en relación con su mercado y la competencia.





Medios: Observación, Consultas de Opinión, Estudio de Documentos, Entrevistas, Encuestas...



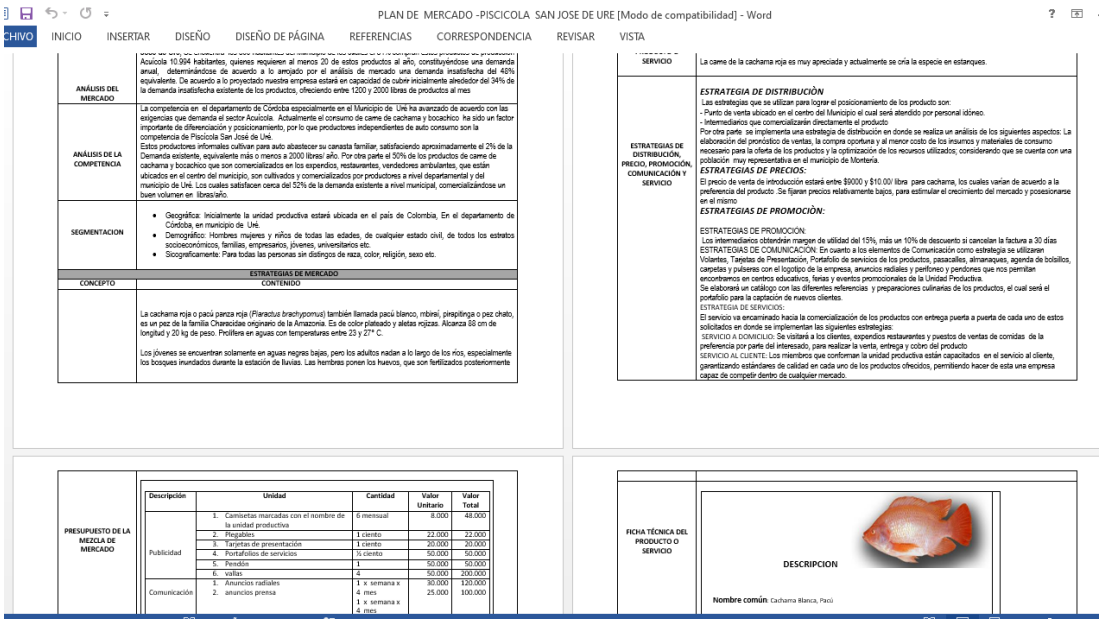
. . . Algunos aspectos que debo investigar son:

¿Quiénes son y cómo son mis clientes?
¿Qué necesidades tienen mis clientes?
¿En qué consiste mi negocio?
¿Cuáles son los hábitos y la frecuencia de compra de mis clientes?
¿Cuáles son los canales de distribución para ofrecer mis productos?
¿Cuál es la forma de pago de mis productos?

6. Se Elaboró El Plan de Mercado de la Unidad Productiva Piscícola San José De Uré ubicada en el Municipio de San José de Uré, corregimiento parcelas la dorada; presidente de la Junta directiva el sr. Ismael de Jesús Arcos CC. 78586528 contacto 3166976603. **Se carga evidencia en el drive.**



PLAN DE MERCADO UNIDAD PRODUCTIVA PISCICOLA SAN JOSÉ DE URÉ PROGRAMA VICTIMAS		
Regional :	Córdoba	Centro: Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir
Nombre del programa de formación: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ESPECIES PISCICOLAS		
Nombre de la unidad productiva: PISCICOLA SAN JOSE DE URE		
Información básica de la unidad productiva :Ubicada en municipio de Uré		
Nombre Líder: Ismael De Jesús Arco García **Integrantes de la unidad productiva:**		
Documento de identidad N: 78586528		
Celular: 3166976603		
Tipo de población: Población Victimas		
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ		
MERCADO		
Investigación de mercado:		
CONCEPTO	**CONTENIDO**	
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	**Objetivo General** Crear una empresa productora y comercializadora de carne de cachama en el Municipio de Uré; con el acompañamiento y capacitación de los instructores del Sena a los emprendedores de la comunidad. **Objetivos Específicos** 1. Generar una fuente de empleos directos e indirectos en la región 2. Satisfacer necesidades de suministro alimenticias, mejorando la calidad de vida de los socios 3. Aumentar en cada ciclo de producción la rentabilidad del proyecto 4. Producir y Comercializar en él, primer año de puesta en marcha la empresa se aumentaran las libras en cachamas y bocachico para el primer año.	



PLAN DE MERCADO -PISCICOLA SAN JOSE DE URE [Modo de compatibilidad] - Word

CHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

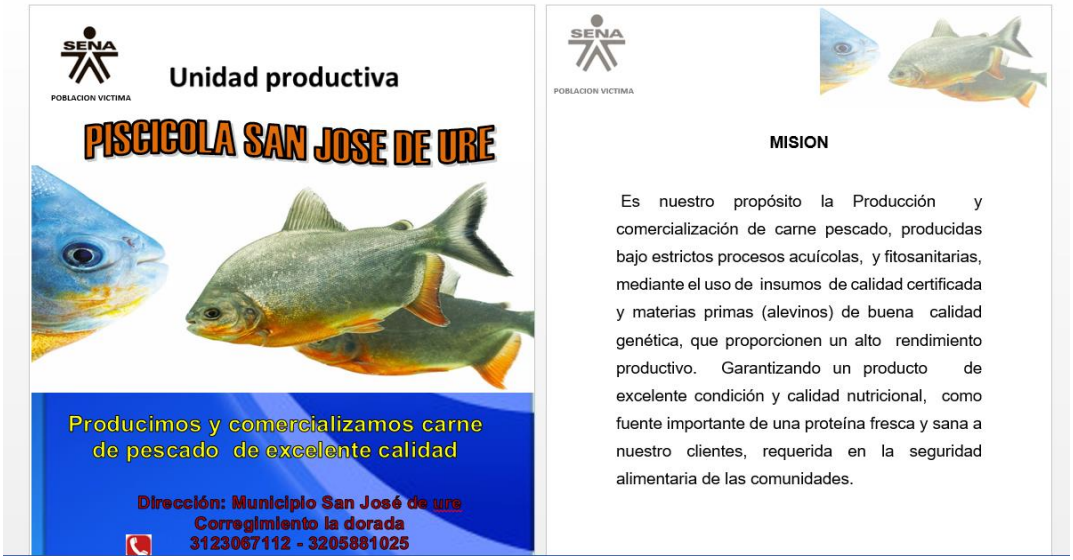
ANÁLISIS DEL MERCADO	Acuícola 10.994 habitantes, quienes requieren al menos 20 de estos productos al año, constituyéndose una demanda anual, determinándose de acuerdo a lo arrojado por el análisis de mercado una demanda insatisfecha del 48% equivalente. De acuerdo a lo proyectado nuestra empresa estará en capacidad de cubrir inicialmente alrededor del 34% de la demanda insatisfecha existente de los productos, ofreciendo entre 1200 y 2000 libras de productos al mes
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	La competencia en el departamento de Córdoba especialmente en el Municipio de Uré ha avanzado de acuerdo con las exigencias que demanda el sector Acuícola. Actualmente el consumo de carne de cachama y bocachico ha sido un factor importante de diferenciación y posicionamiento, por lo que productores independientes de auto consumo son la competencia de Piscícola San José de Uré. Estos productores informales cultivan para auto abastecer su canasta familiar, satisfaciendo aproximadamente el 2% de la Demanda existente, equivalente más o menos a 2000 libras/ año. Por otra parte el 50% de los productos de carne de cachama y bocachico que son comercializados en los expendios, restaurantes, vendedores ambulantes, que están ubicados en el centro del municipio, son cultivados y comercializados por productores a nivel departamental y del municipio de Uré. Los cuales satisfacen cerca del 52% de la demanda existente a nivel municipal, comercializándose un buen volumen en libras/año.
SEGMENTACION	• Geográfica: Inicialmente la unidad productiva estará ubicada en el país de Colombia, En el departamento de Córdoba, en municipio de Uré. • Demográfico: Hombres mujeres y niños de todas las edades, de cualquier estado civil, de todos los estratos socioeconómicos, familias, empresarios, jóvenes, universitarios etc. • Sicograficamente: Para todas las personas sin distingos de raza, color, religión, sexo etc.
ESTRATEGIAS DE MERCADO	
CONCEPTO	**CONTENIDO**
	La cachama roja o pacú panza roja (*Piaractus brachypomus*) también llamada pacú blanco, mbirsi, pirapitinga o pez chato, es un pez de la familia Characidae originario de la Amazonia. Es de color plateado y aletas rojizas. Alcanza 88 cm de longitud y 20 kg de peso. Prefiere en aguas con temperaturas entre 23 y 27° C. Los jóvenes se encuentran solamente en aguas negras bajas, pero los adultos nadan a lo largo de los ríos, especialmente los bosques inundados durante la estación de lluvias. Las hembras ponen los huevos, que son fertilizados posteriormente

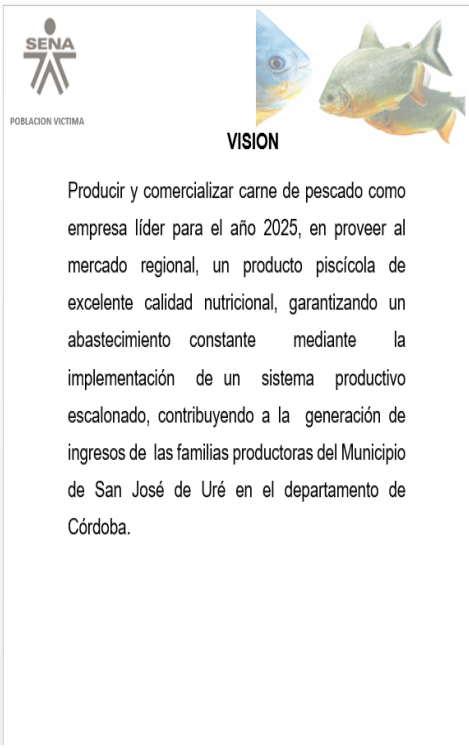
SERVICIO	La carne de la cachama roja es muy apreciada y actualmente se cría la especie en estanques.
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PRECIO, PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y SERVICIO	***ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÒN*** Las estrategias que se utilizan para lograr el posicionamiento de los producto son: - Punto de venta ubicado en el centro del Municipio el cual será atendido por personal idóneo. - Intermediarios que comercializarán directamente el producto Por otra parte se implementa una estrategia de distribución en donde se realiza un análisis de los siguientes aspectos: La elaboración del pronóstico de ventas, la compra oportuna y al menor costo de los insumos y materiales de consumo necesario para la oferta de los productos y la optimización de los recursos utilizados; considerando que se cuenta con una población muy representativa en el municipio de Montería. ***ESTRATEGIAS DE PRECIOS:*** El precio de venta de introducción estará entre $9000 y $10.00/ libra para cachama, los cuales varían de acuerdo a la preferencia del producto. Se fijaran precios relativamente bajos, para estimular el crecimiento del mercado y posesionarse en el mismo ***ESTRATEGIAS DE PROMOCIÒN:*** ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN: Los intermediarios obtendrán margen de utilidad del 15%, más un 10% de descuento si cancelan la factura a 30 días ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: En cuanto a los elementos de Comunicación como estrategia se utilizaran Volantes, Tarjetas de Presentación, Portafolio de servicios de los productos, pasacalles, almanaques, agenda de bolsillos, carpetas y pulseras con el logotipo de la empresa, anuncios radiales y perifoneo y pendones que nos permitan encontrarnos en centros educativos, ferias y eventos promocionales de la Unidad Productiva. Se elaborará un catálogo con las diferentes referencias y preparaciones culinarias de los productos, el cual será el portafolio para la captación de nuevos clientes. ESTRATEGIA DE SERVICIOS: El servicio va encaminado hacia la comercialización de los productos con entrega puerta a puerta de cada uno de estos solicitados en donde se implementan las siguientes estrategias: SERVICIO A DOMICILIO: Se visitará a los clientes, expendios restaurantes y puestos de ventas de comidas de la preferencia por parte del interesado, para realizar la venta, entrega y cobro del producto SERVICIO AL CLIENTE: Los miembros que conforman la unidad productiva están capacitados en el servicio al cliente, garantizando estándares de calidad en cada uno de los productos ofrecidos, permitiendo hacer de esta una empresa capaz de competir dentro de cualquier mercado.

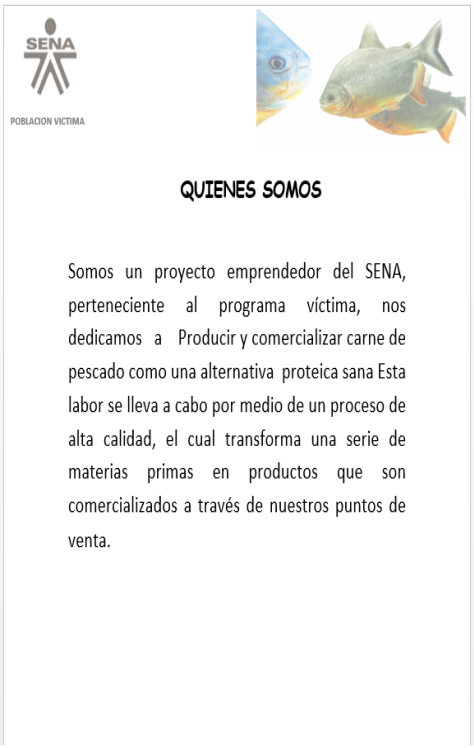
PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO	**Descripción**	**Unidad**	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
	Publicidad	1. Camisetas marcadas con el nombre de la unidad productiva	6 mensual	8.000	48.000
		2. Plegables	1 ciento	22.000	22.000
		3. Tarjetas de presentación	1 ciento	20.000	20.000
		4. Portafolios de servicios	½ ciento	50.000	50.000
		5. Pendón	1	50.000	50.000
		6. vallas	4	50.000	200.000
	Comunicación	1. Anuncios radiales	1 x semana x 4 mes	30.000	120.000
		2. anuncios prensa	4 mes 1 x semana x 4 mes	25.000	100.000

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO	 DESCRIPCION **Nombre común**: Cachama Blanca, Pacú

7. Se Elaboró El Portafolio de Servicio de la Unidad Productiva Piscícola San José De Uré ubicada en el Municipio de San José de Uré, corregimiento parcelas la dorada; presidente de la Junta directiva el sr. Ismael de Jesús Arco García CC. 78586528, contacto 3166976603. **Se carga evidencia en el drive.**







SENA

CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR

INFORME DE ACTIVIDADES

Programa de victimas

Instructor: Deivis Ester Moreno Hernández

No. identidad: 50.957.769

Área: Comercializadora

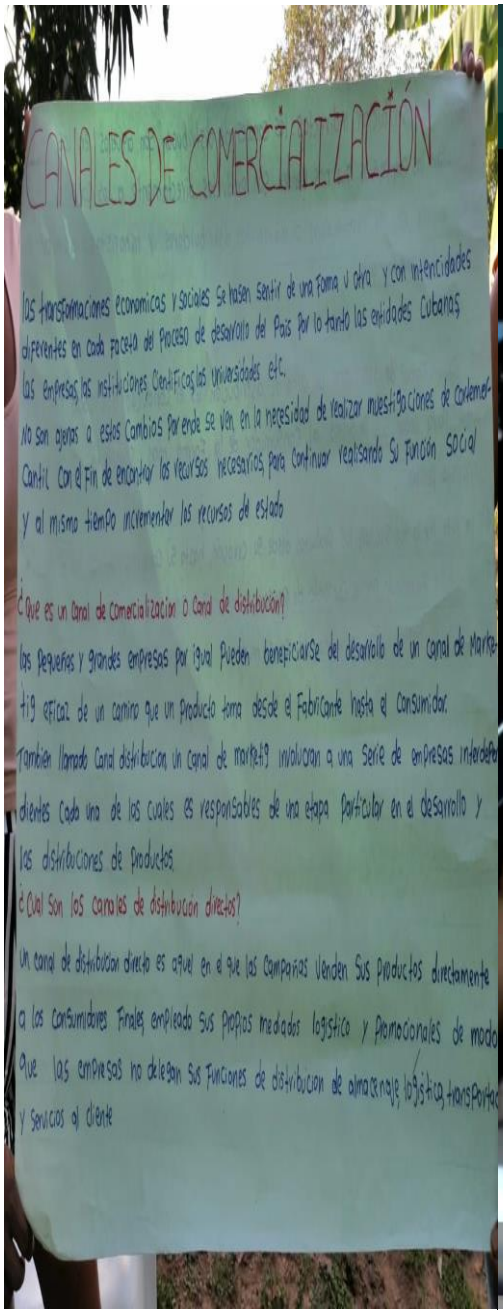
Formaciones orientadas: Mercadeo y Ventas, Implementación del Plan de mercadeo, planeación de actividades de Mercadeo.

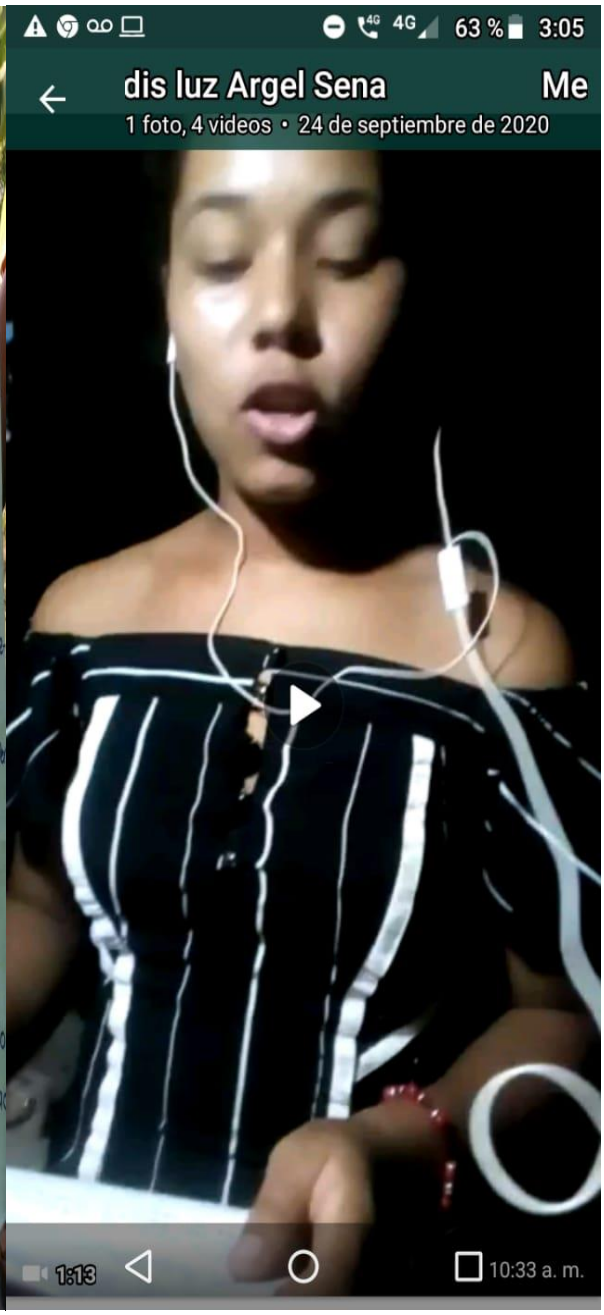
A continuación, reporto las actividades ejecutadas en la semana en mención:

1. Se estableció contacto telefónicamente con la Líder Marelvis Recuero Guerra
   De la vereda nuevo horizonte y yina Padilla Recuero, Celular 3205885350, 3165045620
   Del municipio de Montería, con el cual se está ofertando un nuevo personal de las cuales ya están enviándome parte de la documentación para capacitarse en el curso de Mercadeo y Ventas socializado la oferta y verificación de cada aspirante del programa formación complementaria del programa víctimas **Se carga la evidencia en el Drive.**

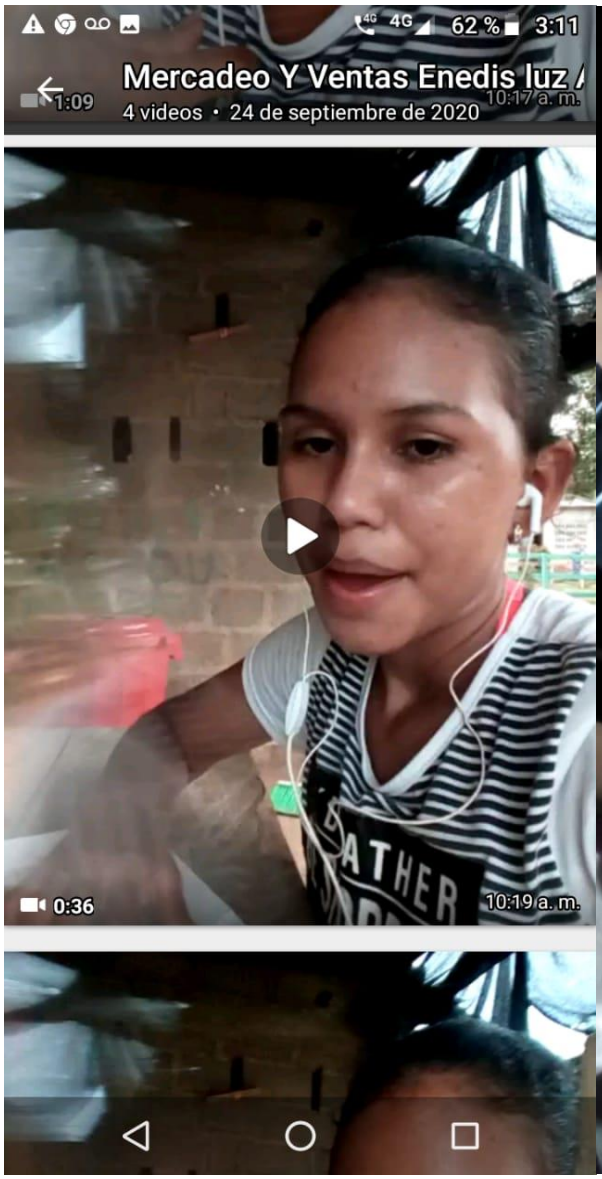


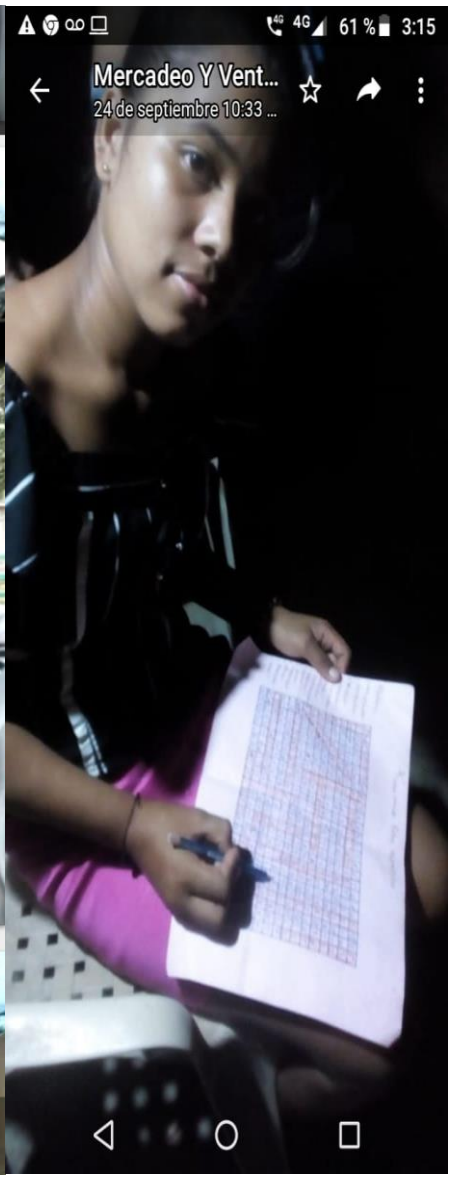
2. Se Continuo formacion no presencial con ayudas de herramientas tic por medio de videos del programa mercadeo y ventas; interactuandose las actividades desarrolladas de la guía 3 ficha : 2191405 **Se cargan evidencias en el Drive.**



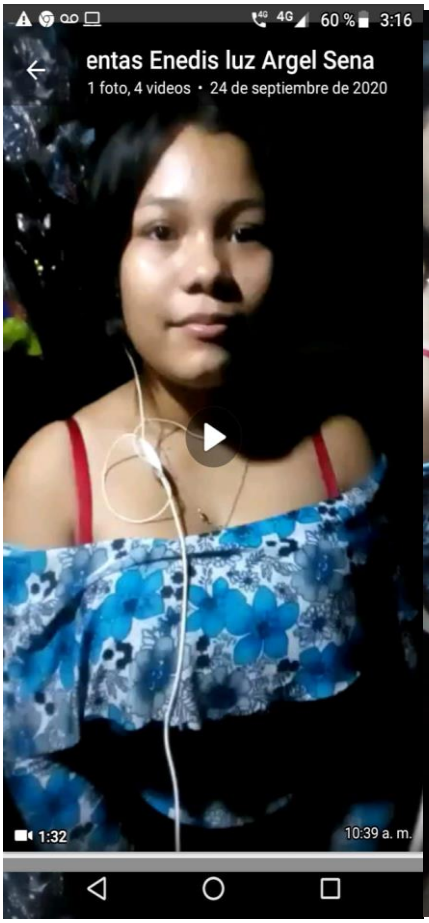


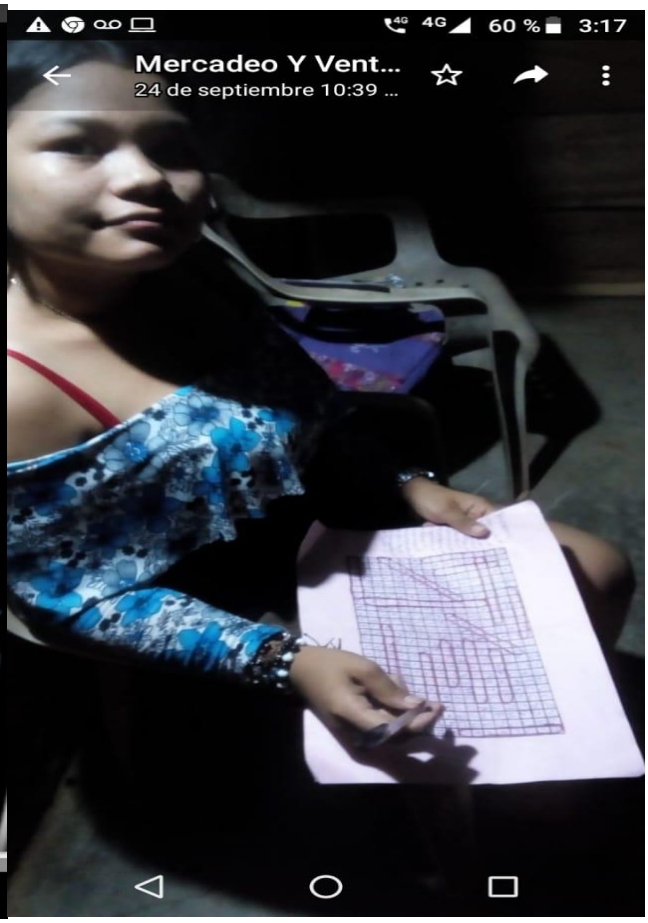
3. Se Continuó Formación no presencial en el programa de formación Mercadeo y Ventas Ficha 2191405, enviándome cada aprendiz el compromiso del desarrollo de las actividades, por medio de herramientas tics, Videos y correo electrónico.





4. Se Continuó Formación no presencial en el programa de formación Mercadeo y Ventas Ficha 2191405, enviándome cada aprendiz el compromiso del desarrollo de las actividades, por medio de herramientas tics, Videos y correo electrónico.





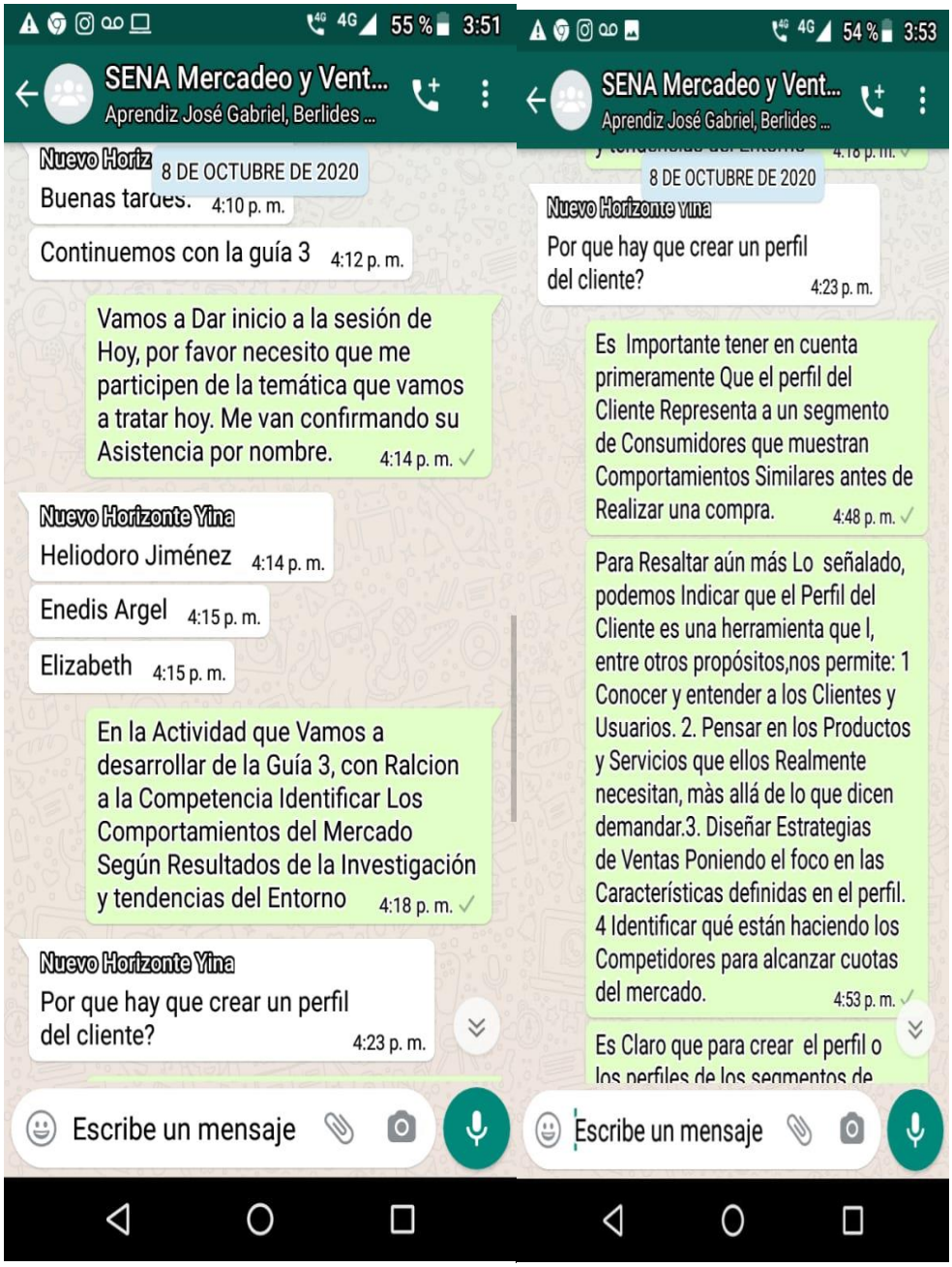
5. Se Continuó Formación no presencial en el programa de formación Mercadeo y Ventas Ficha 2191405, enviándome cada aprendiz el compromiso del desarrollo de las actividades de la guía N°3 se interactuó sobre las tendencias del Mercado por medio de herramientas tics, Videos, WhatsApp correo electrónico. **Se Carga Evidencia en el Drive.**



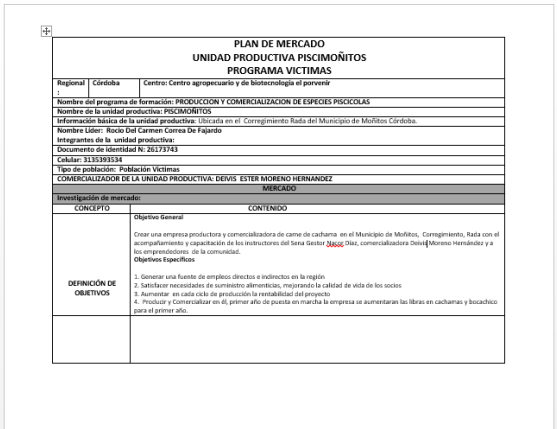




6. 6. Se Continuó Formación no presencial en el programa de formación Mercadeo y Ventas Ficha 2191405, enviándome cada aprendiz el compromiso del desarrollo de las actividades de la guía N°3 se interactuó sobre las tendencias del Mercado por medio de herramientas tics, Videos, WhatsApp correo electrónico. **Se Carga Evidencia en el Drive.**

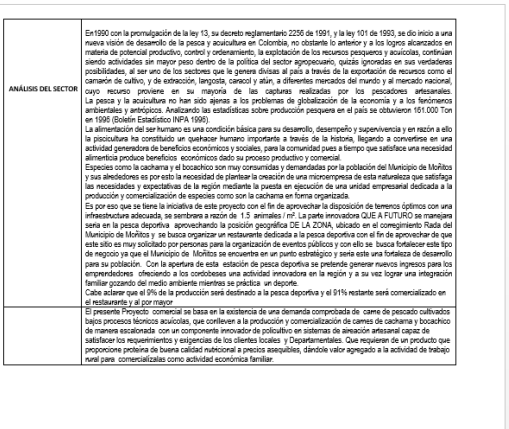


7. Se Realizó Plan de Mercadeo y elaboración del portafolio de servicio para la unidad productiva Piscimoñitos en el municipio de Moñitos, como presidente la sra. Rocío Del Carmen Correa De Fajardo con número de Cedula 26173743, numero de contacto 3135393534. Contribuyendo con esto a la generación de ingresos, para el sostenimiento de sus familias y población. **Se carga evidencia en el drive.**

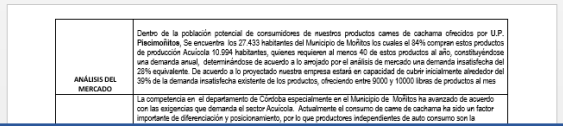


PLAN DE MERCADO
UNIDAD PRODUCTIVA PISCIMOÑITOS
PROGRAMA VICTIMAS

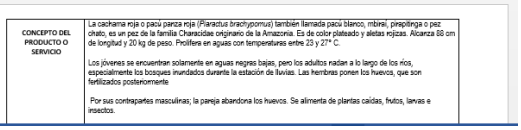
Regional : Córdoba	Centro: Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir
Nombre del programa de formación: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ESPECIES PISCICOLAS	
Nombre de la unidad productiva: PISCIMOÑITOS	
Información básica de la unidad productiva: Ubicada en el Corregimiento Rada del Municipio de Moñitos Córdoba.	
Nombre Líder: Rocio Del Carmen Correa De Fajardo	
Integrantes de la unidad productiva:	
Documento de identidad N: 26173743	
Celular: 3135393534	
Tipo de población: Población Victimas	
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ	
MERCADO	
Investigación de mercado:	
CONCEPTO	**CONTENIDO**
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	**Objetivo General** Crear una empresa productora y comercializadora de carne de cachama en el Municipio de Moñitos, Corregimiento, Rada con el acompañamiento y capacitación de los instructores del Sena Gestor Nacor Díaz, comercializadora Deivis Moreno Hernández y a los emprendedores de la comunidad. **Objetivos Específicos** 1. Generar una fuente de empleos directos e indirectos en la región 2. Satisfacer necesidades de suministro alimenticias, mejorando la calidad de vida de los socios 3. Aumentar en cada ciclo de producción la rentabilidad del proyecto 4. Producir y Comercializar en él, primer año de puesta en marcha la empresa se aumentaran las libras en cachamas y bocachico para el primer año.



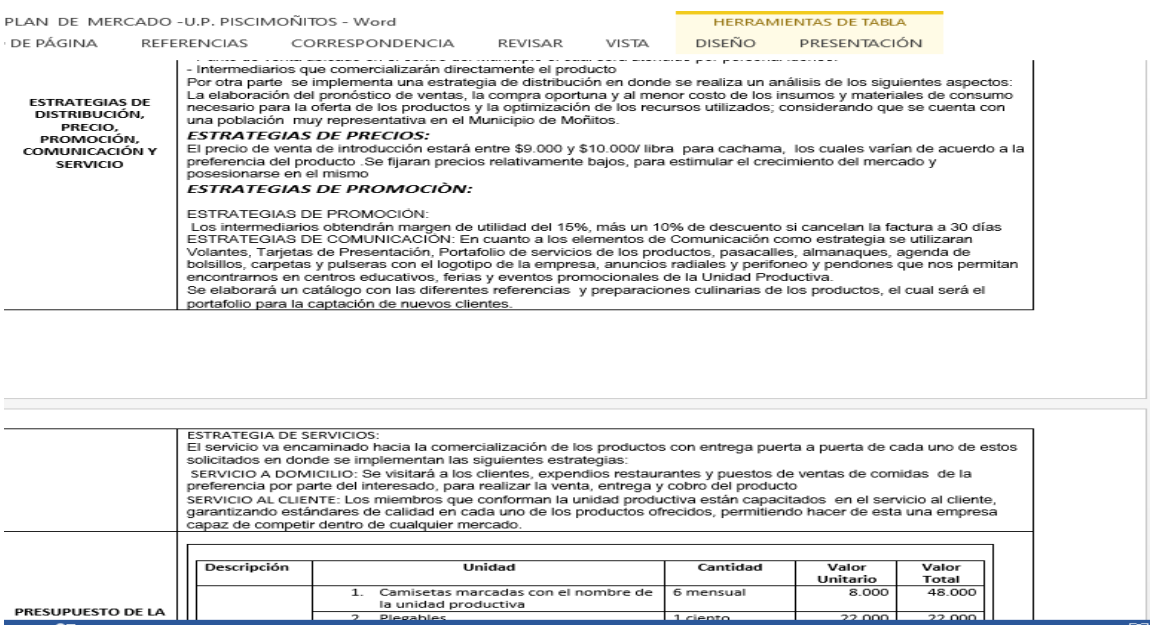
ANÁLISIS DEL SECTOR	En1990 con la promulgación de la ley 13, su decreto reglamentario 2256 de 1991, y la ley 101 de 1993, se dio inicio a una nueva visión de desarrollo de la pesca y acuicultura en Colombia, no obstante lo anterior y a los logros alcanzados en materia de potencial productivo, control y ordenamiento, la explotación de los recursos pesqueros y acuícolas, continúan siendo actividades sin mayor peso dentro de la política del sector agropecuario, quizás ignoradas en sus verdaderas posibilidades, al ser uno de los sectores que le genera divisas al país a través de la exportación de recursos como el camarón de cultivo, y de extracción, langosta, caracol y atún, a diferentes mercados del mundo y al mercado nacional, cuyo recurso proviene en su mayoría de las capturas realizadas por los pescadores artesanales. La pesca y la acuicultura no han sido ajenas a los problemas de globalización de la economía y a los fenómenos ambientales y antrópicos. Analizando las estadísticas sobre producción pesquera en el país se obtuvieron 161.000 Ton en 1996 (Boletín Estadístico INPA 1996). La alimentación del ser humano es una condición básica para su desarrollo, desempeño y supervivencia y en razón a ello la piscicultura ha constituido un quehacer humano importante a través de la historia, llegando a convertirse en una actividad generadora de beneficios económicos y sociales, para la comunidad pues a tiempo que satisface una necesidad alimenticia produce beneficios económicos dado su proceso productivo y comercial. Especies como la cachama y el bocachico son muy consumidas y demandadas por la población del Municipio de Moñitos y sus alrededores es por esto la necesidad de plantear la creación de una microempresa de esta naturaleza que satisfaga las necesidades y expectativas de la región mediante la puesta en ejecución de una unidad empresarial dedicada a la producción y comercialización de especies como son la cachama en forma organizada. Es por eso que se tiene la iniciativa de este proyecto con el fin de aprovechar la disposición de terrenos óptimos con una infraestructura adecuada, se sembrara a razón de 1.5 animales / m². La parte innovadora QUE A FUTURO se manejara sería en la pesca deportiva aprovechando la posición geográfica DE LA ZONA, ubicado en el corregimiento Rada del Municipio de Moñitos y se busca organizar un restaurante dedicada a la pesca deportiva con el fin de aprovechar de que este sitio es muy solicitado por personas para la organización de eventos públicos y con ello se busca fortalecer este tipo de negocio ya que el Municipio de Moñitos se encuentra en un punto estratégico y sería este una fortaleza de desarrollo para su población. Con la apertura de esta estación de pesca deportiva se pretende generar nuevos ingresos para los emprendedores ofreciendo a los cordobeses una actividad innovadora en la región y a su vez lograr una integración familiar gozando del medio ambiente mientras se práctica un deporte. Cabe aclarar que el 9% de la producción será destinado a la pesca deportiva y el 91% restante será comercializado en el restaurante y al por mayor
	El presente Proyecto comercial se basa en la existencia de una demanda comprobada de carne de pescado cultivados bajos procesos técnicos acuícolas, que conllevan a la producción y comercialización de carnes de cachama y bocachico de manera escalonada con un componente innovador de policultivo en sistemas de aireación artesanal capaz de satisfacer los requerimientos y exigencias de los clientes locales y Departamentales. Que requieran de un producto que proporcione proteína de buena calidad nutricional a precios asequibles, dándole valor agregado a la actividad de trabajo rural para comercializalas como actividad económica familiar.



ANÁLISIS DEL MERCADO	Dentro de la población potencial de consumidores de nuestros productos carnes de cachama ofrecidos por U.P. Piscimoñitos, Se encuentra los 27.433 habitantes del Municipio de Moñitos los cuales el 84% comprenden estos productos de producción Acuícola 10.994 habitantes, quienes requieren al menos 40 de estos productos al año, constituyéndose una demanda anual, determinándose de acuerdo a lo arrojado por el análisis de mercado una demanda insatisfecha del 28% equivalente. De acuerdo a lo proyectado nuestra empresa estará en capacidad de cubrir inicialmente alrededor del 39% de la demanda insatisfecha existente de los productos, ofreciendo entre 9000 y 10000 libras de productos al mes
	La competencia en el departamento de Córdoba especialmente en el Municipio de Moñitos ha avanzado de acuerdo con las exigencias que demanda el sector Acuícola Actualmente el consumo de carne de cachama ha sido un factor importante de diferenciación y posicionamiento, por lo que productores independientes de auto consumo son la



CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	La cachama roja o pacú panza roja (*Piaractus brachypomus*) también llamada pacú blanco, mbiriví, pirapitinga o paz chato, es un pez de la familia Characidae originario de la Amazonia. Es de color plateado y aletas rojizas. Alcanza 88 cm de longitud y 20 kg de peso. Prolífera en aguas con temperaturas entre 23 y 27° C. Los jóvenes se encuentran solamente en aguas negras bajas, pero los adultos nadan a lo largo de los ríos, especialmente los bosques inundados durante la estación de lluvias. Las hembras ponen los huevos, que son fertilizados posteriormente Por sus contrapartes masculinas; la pareja abandona los huevos. Se alimenta de plantas caídas, frutos, larvas e insectos.



PLAN DE MERCADO -U.P. PISCIMOÑITOS - Word

DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA HERRAMIENTAS DE TABLA DISEÑO PRESENTACIÓN

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PRECIO, PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y SERVICIO	- Intermediarios que comercializarán directamente el producto Por otra parte se implementa una estrategia de distribución en donde se realiza un análisis de los siguientes aspectos: La elaboración del pronóstico de ventas, la compra oportuna y al menor costo de los insumos y materiales de consumo necesario para la oferta de los productos y la optimización de los recursos utilizados; considerando que se cuenta con una población muy representativa en el Municipio de Moñitos. ***ESTRATEGIAS DE PRECIOS:*** El precio de venta de introducción estará entre $9.000 y $10.000/ libra para cachama, los cuales varían de acuerdo a la preferencia del producto .Se fijaran precios relativamente bajos, para estimular el crecimiento del mercado y posesionarse en el mismo ***ESTRATEGIAS DE PROMOCIÒN:*** ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN: Los intermediarios obtendrán margen de utilidad del 15%, más un 10% de descuento si cancelan la factura a 30 días ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: En cuanto a los elementos de Comunicación como estrategia se utilizaran Volantes, Tarjetas de Presentación, Portafolio de servicios de los productos, pasacalles, almanaques, agenda de bolsillos, carpetas y pulseras con el logotipo de la empresa, anuncios radiales y perifoneo y pendones que nos permitan encontrarnos en centros educativos, ferias y eventos promocionales de la Unidad Productiva. Se elaborará un catálogo con las diferentes referencias y preparaciones culinarias de los productos, el cual será el portafolio para la captación de nuevos clientes.

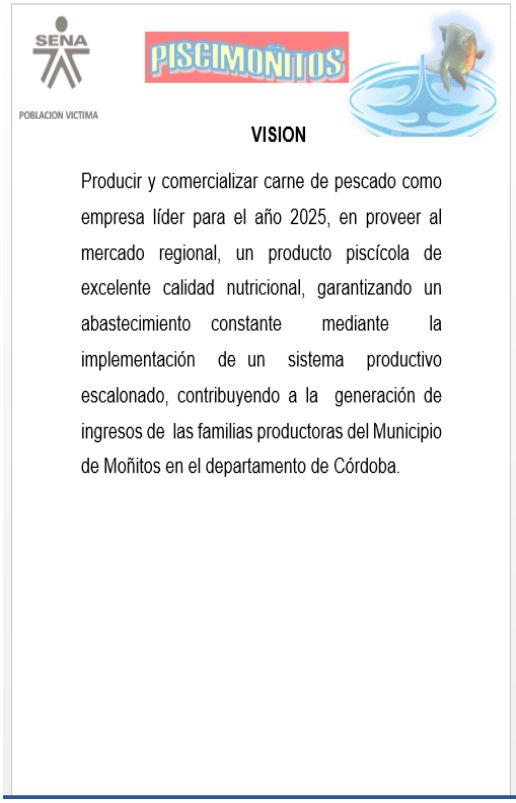
	ESTRATEGIA DE SERVICIOS: El servicio va encaminado hacia la comercialización de los productos con entrega puerta a puerta de cada uno de estos solicitados en donde se implementan las siguientes estrategias: SERVICIO A DOMICILIO: Se visitará a los clientes, expendios restaurantes y puestos de ventas de comidas de la preferencia por parte del interesado, para realizar la venta, entrega y cobro del producto SERVICIO AL CLIENTE: Los miembros que conforman la unidad productiva están capacitados en el servicio al cliente, garantizando estándares de calidad en cada uno de los productos ofrecidos, permitiendo hacer de esta una empresa capaz de competir dentro de cualquier mercado.
PRESUPUESTO DE LA	

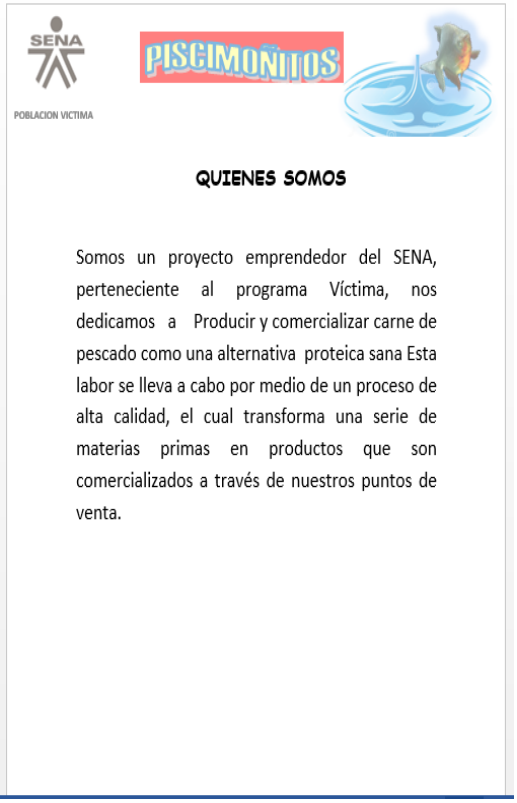
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
	1. Camisetas marcadas con el nombre de la unidad productiva	6 mensual	8.000	48.000
	2. Plegables	1 ciento	22.000	22.000

8. Se Elaboró el portafolio de servicio de la unidad productiva Piscímoñitos del Municipio de Moñitos corregimiento la Rada, representante de la up sra. Rocío Del Carmen Correa De Fajardo CC. 26173743. Contacto 3135393534 Se carga evidencia del portafolio de servicio en el drive.









SENA

CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR

INFORME DE ACTIVIDADES

Programa de victimas

Instructor: Deivis Ester Moreno Hernández

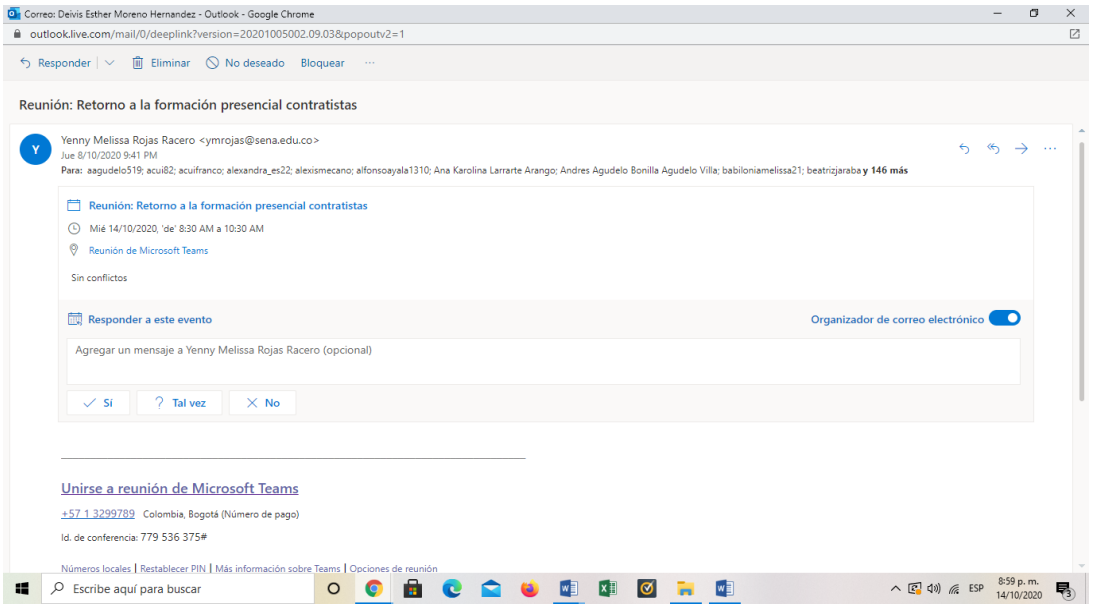
No. identidad: 50.957.769

Área: Comercializadora

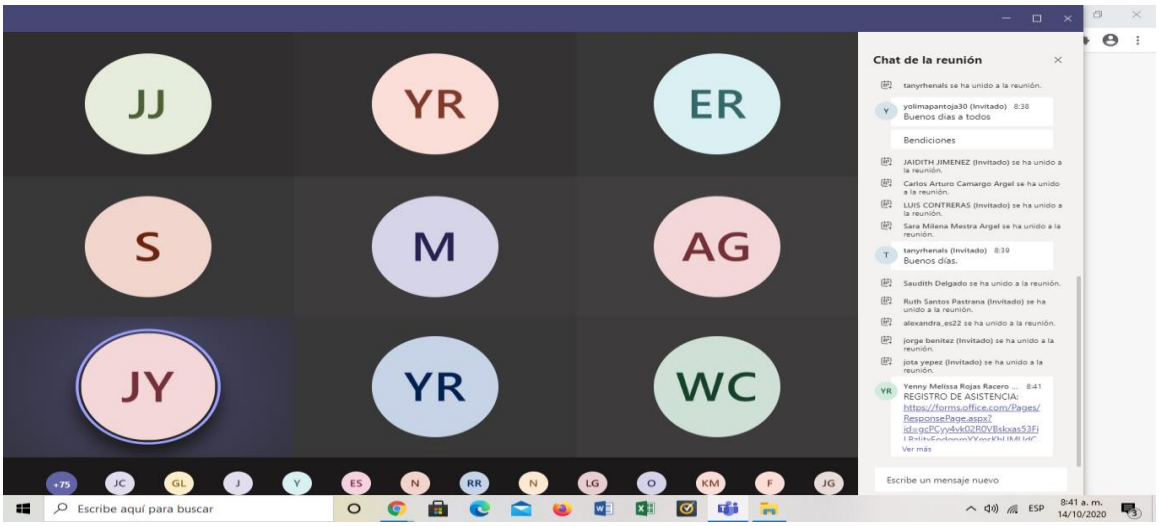
Formaciones orientadas: Mercadeo y Ventas, Implementación del Plan de mercadeo, planeación de actividades de Mercadeo.

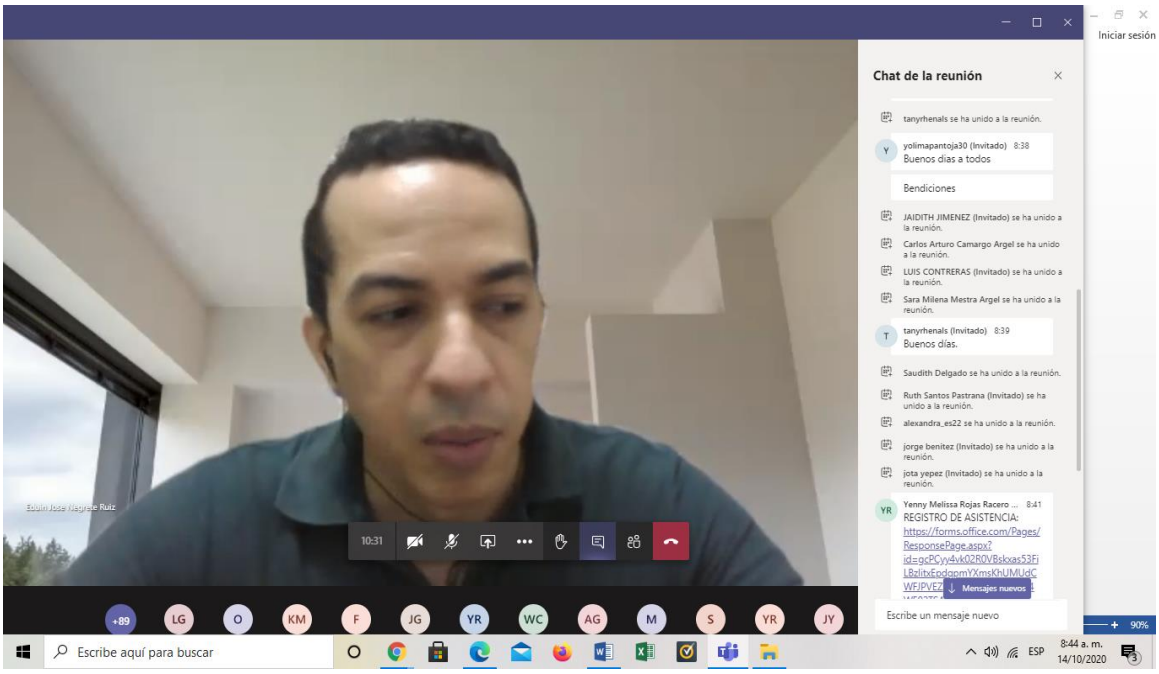
A continuación, reporto las actividades ejecutadas en la semana en mención:

1. Se Recibió correo electrónico de parte de Yenis Rojas secretaria de coordinación Académica, por directrices de los Coordinadores se nos Convocó a una Reunión con todos los programas de formación. **Se carga la evidencia en el Drive.**



2. Se Participó de la Reunión el día 14 de Octubre del 2020, desde las 8.30 am hasta las 10.30 am; dandonos a conocer el Retorno a la formación presencial contratista. **Se cargan evidencias en el Drive.**



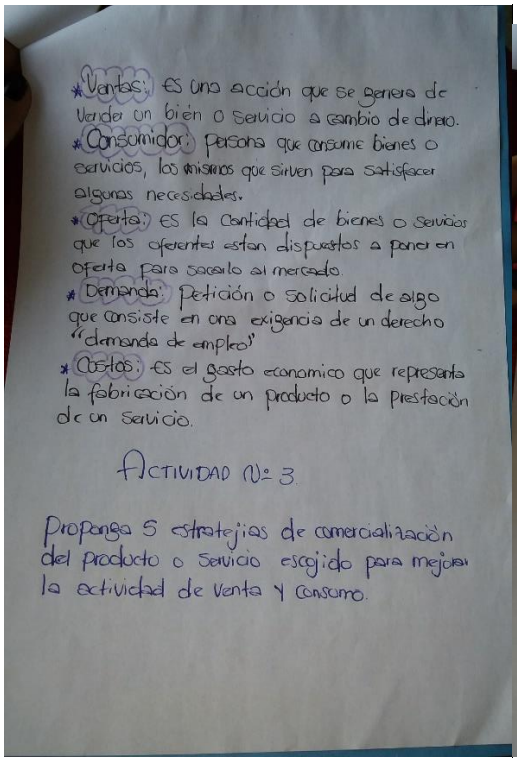


Se Continúo Formación con la Reunión por medio de la pataforma team, para el Retorno a la Formación presencial.





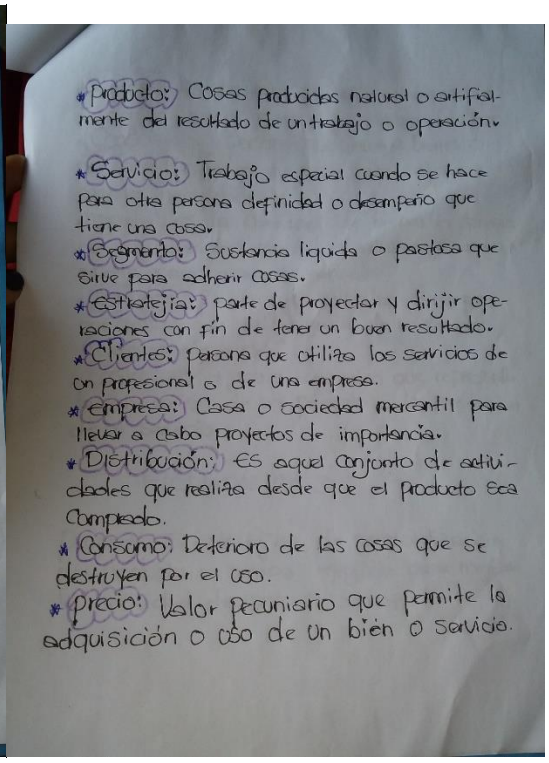
3. Se Continuó Formación no presencial en el programa de formación Mercadeo y Ventas Ficha 2191405, enviándome cada aprendiz el compromiso del desarrollo de las actividades, por medio de herramientas tics, Videos y correo electrónico.



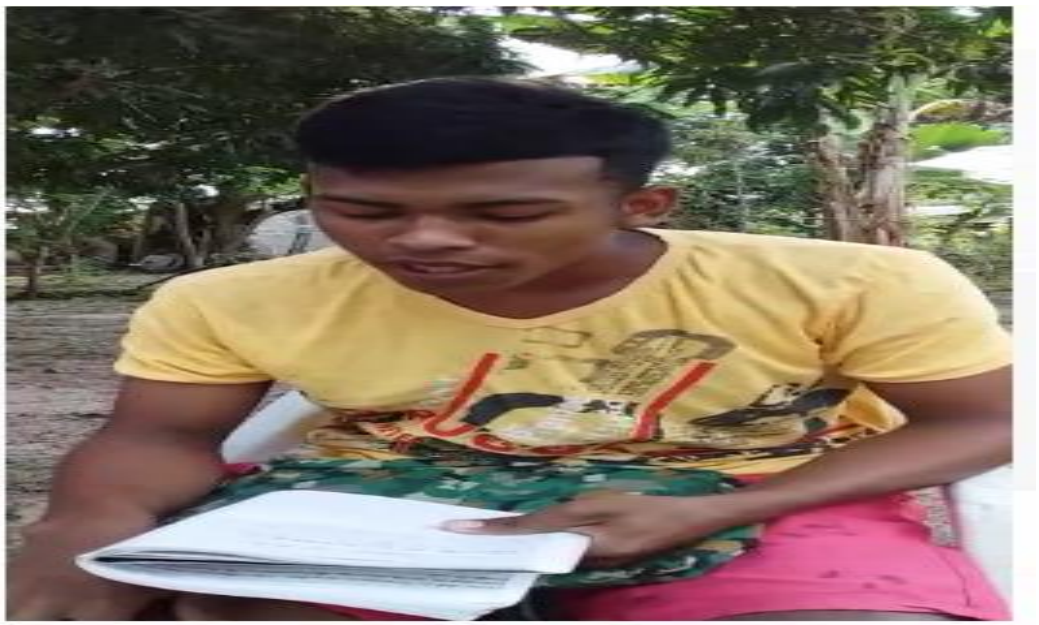
* Ventas: Es una acción que se genera de vender un bien o servicio a cambio de dinero.
* Consumidor: Persona que consume bienes o servicios, los mismos que sirven para satisfacer algunas necesidades.
* Oferta: Es la cantidad de bienes o servicios que los oferentes estan dispuestos a poner en oferta para sacarlo al mercado.
* Demanda: Petición o solicitud de algo que consiste en una exigencia de un derecho "demanda de empleo"
* Costos: Es el gasto economico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

ACTIVIDAD N°. 3

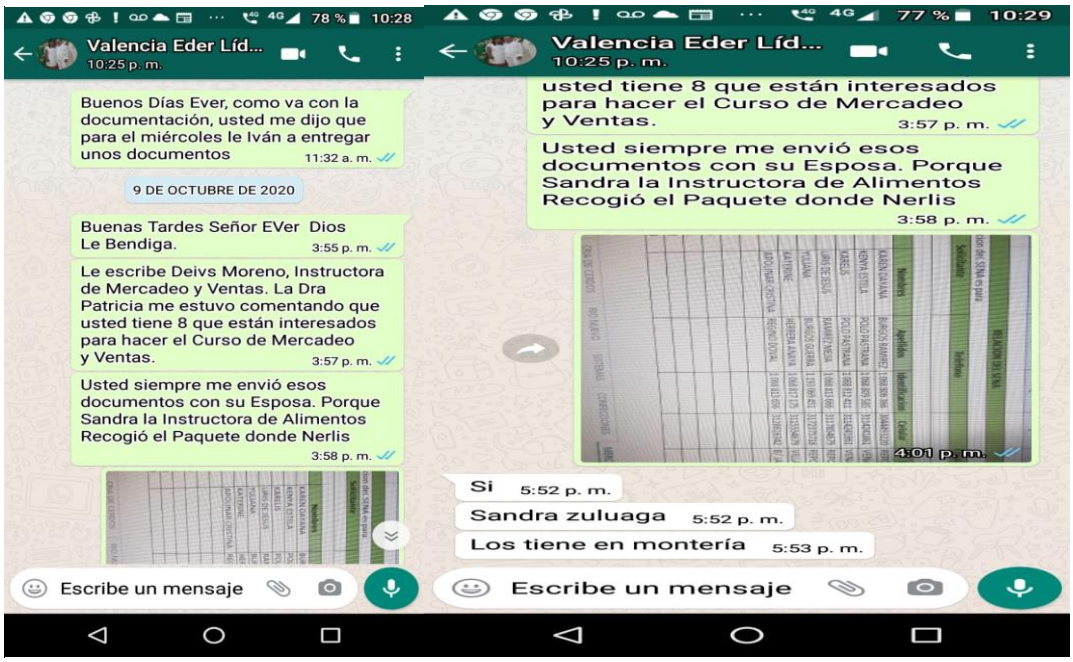
Propongo 5 estrategias de comercialización del producto o servicio escojido para mejorar la actividad de venta y consumo.



* Producto: Cosas producidas natural o artificialmente del resultado de un trabajo o operación.
* Servicio: Trabajo especial cuando se hace para otra persona definidad o desempeño que tiene una cosa.
* Segmento: Sustancia liquida o pastosa que sirve para adherir cosas.
* Estrategia: parte de proyectar y dirijir operaciones con fin de tener un buen resultado.
* Clientes: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa.
* Empresa: Casa o sociedad mercantil para llevar a cabo proyectos de importancia.
* Distribución: Es aquel conjunto de actividades que realiza desde que el producto esa completado.
* Consumo: Deterioro de las cosas que se destruyen por el uso.
* Precio: Valor pecuniario que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.

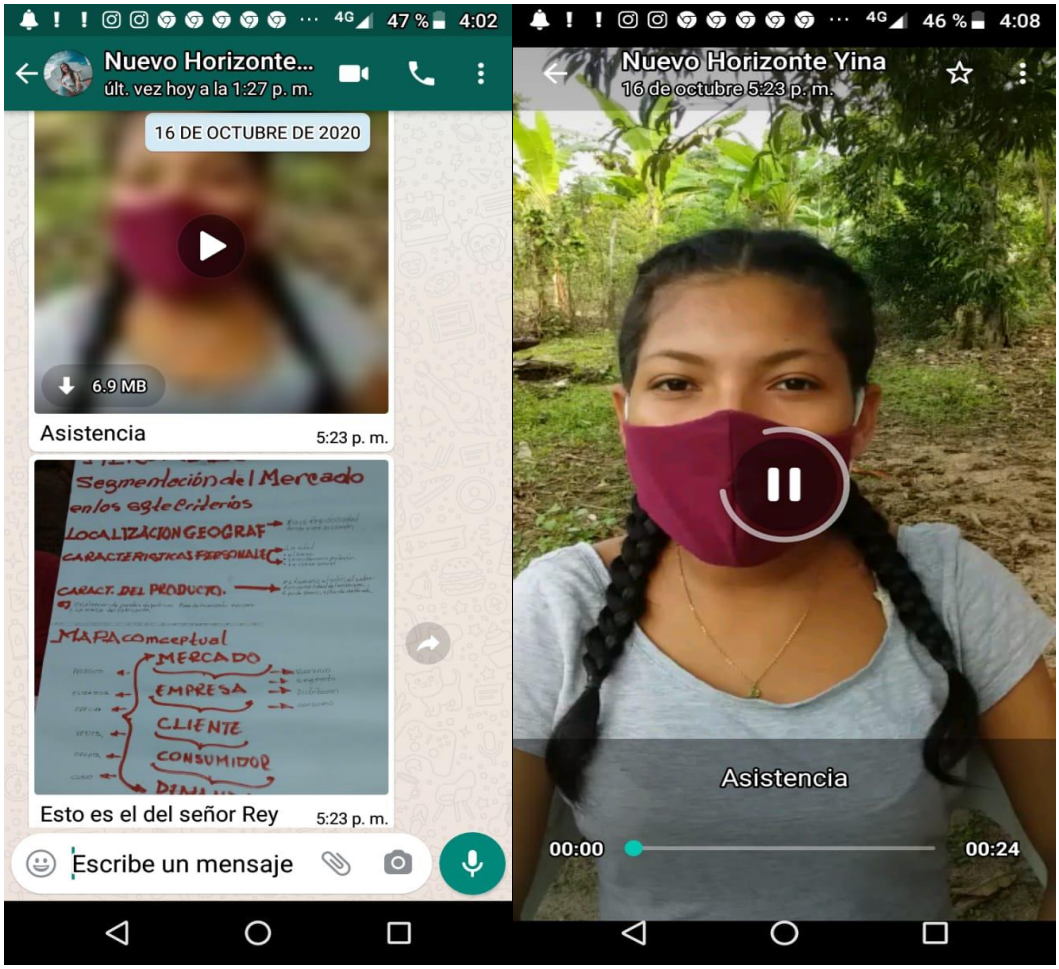


4. Se estableció Contacto vía WhatsApp con el señor Ever Pérez con número de contacto 3145409322 de la oficina de enlace Municipal de víctima del Municipio de Valencia, donde se gestionó 9 Aspirantes interesados en el programa de formación Mercadeo y Ventas. Recepcionandose la Documentación.

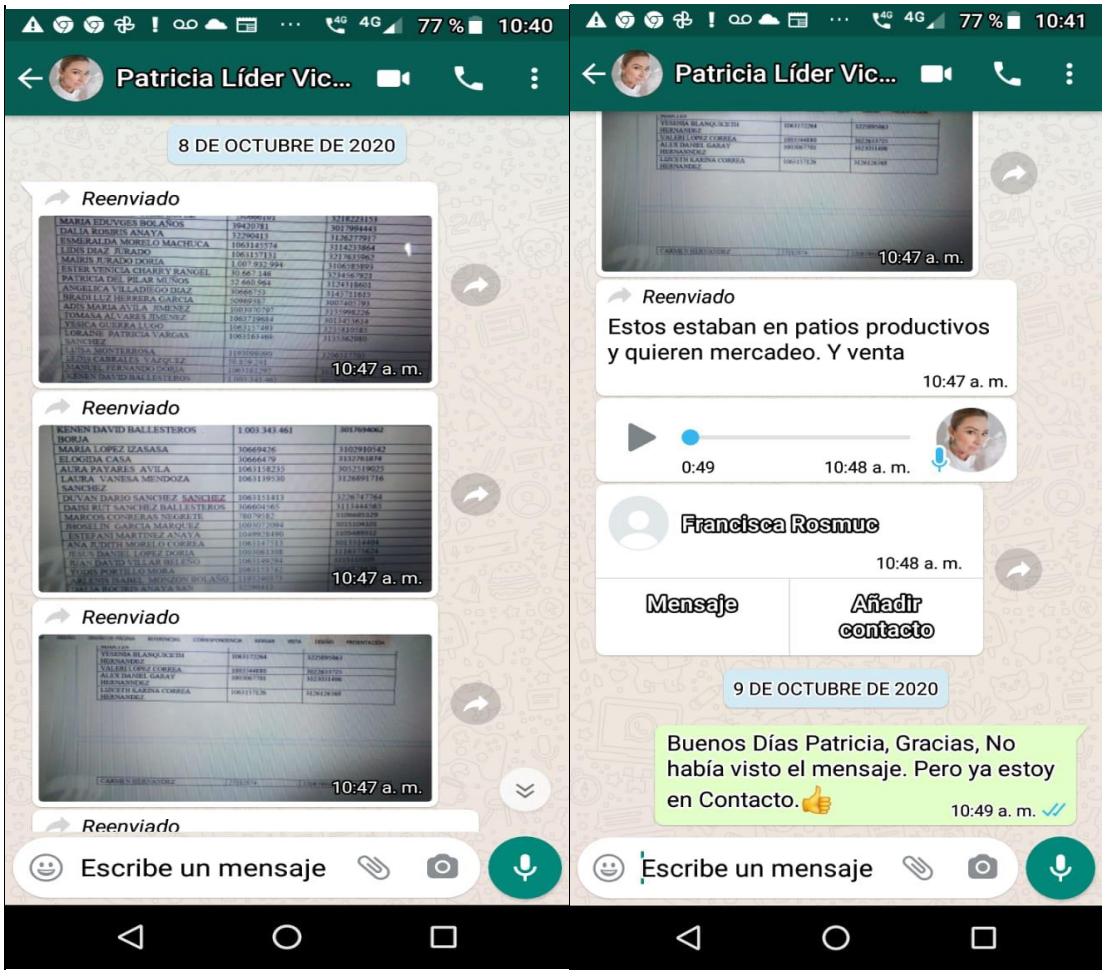




5. Se Continuó Formación no presencial en el programa de formación Mercadeo y Ventas Ficha 2191405, enviándome cada aprendiz el compromiso del desarrollo de las actividades de la guía N°3 se interactuó sobre las tendencias del Mercado por medio de herramientas tics, Videos, WhatsApp correo electrónico. **Se Carga Evidencia en el Drive.**



6. Se Gestionó con La presidenta Franciscas de la Asociación ROSMUC del Municipio de Moñitos y la sra Rosmery García con número de contacto 314535960- 3103836670, integrantes que se encuentran interesadas para el programa de Formación Mercadeo y Ventas., en próximo a Matricular.
   Se Carga Evidencia en el Drive.



7. Se Realizó Plan de Mercadeo para la unidad productiva criadero de los Hermanos Pérez en el municipio de Valencia, como presidente la junta directiva Sra. Nerlis Milet Díaz Cuadrado con número de Cedula 50572931, numero de contacto 3205400166. Contribuyendo con esto a la generación de ingresos, para el sostenimiento de sus familias y población. **Se carga evidencia en el drive.**

PLAN DE MERCADO **UNIDAD PRODUCTIVA CRÍA DE CERDO LOS HERMANOS PERÉZ** **PROGRAMA VICTIMAS**		
Regional :	**Córdoba**	**Centro: Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir**
Nombre del programa de formación: CRÍA DE CERDO LOS HERMANOS PERÉZ		
Nombre de la unidad productiva: CRÍA DE CERDO LOS HERMANOS PERÉZ		
Información básica de la unidad productiva :Ubicada en el Barrio Jaraguay Clle 6B – A N°60, Municipio de Valencia Córdoba		
Nombre Líder: NERLIS MILET DIAZ CUADRADO **Integrantes de la unidad productiva:**		
Documento de identidad N: 50572931		
Celular: 3206487752 - 3205400166		
Tipo de población: Población Victimas		
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: DEIVIS ESTER MORENO HERNANDEZ		
MERCADO		
Investigación de mercado:		
CONCEPTO	**CONTENIDO**	
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	**Objetivo General** Crear una empresa productora y comercializadora de carne de Cerdo en canal y en pie, el Municipio de Valencia, barrio Jaraguay calle 6 B – A N° 60; con el acompañamiento y capacitación de los instructores del Sena a los emprendedores de la comunidad. **Objetivos Específicos.** 1. Generar una fuente de empleos directos e indirectos en la región 2. Satisfacer necesidades de suministro alimenticias, mejorando la calidad de vida de los socios 3. Aumentar en cada ciclo de producción la rentabilidad del proyecto 4. Producir y Comercializar en él, primer año de puesta en marcha la empresa se aumentaran los kilos de carne de cerdo para el primer año.	

ANÁLISIS DEL SECTOR	Durante las dos últimas décadas, se dio inicio a una nueva visión de desarrollo de la porcicultura en Colombia, no obstante lo anterior y a los logros alcanzados en materia de potencial productivo, control y ordenamiento, la explotación de los recursos porsicolas, continúan siendo en el departamento de córdoba actividades sin mayor peso dentro de la política del sector agropecuario, quizás ignoradas en sus verdaderas posibilidades, al ser uno de los sectores que generan valor agregado a la actividad pecuaria en el departamento. Cuyo recurso proviene en su mayoría de la cría realizadas por los productores Artesanales. La alimentación del ser humano es una condición básica para su desarrollo, desempeño y supervivencia y en razón a ello la porcicultura ha constituido un quehacer humano importante a través de la historia, llegando a convertirse en una actividad generadora de ingresos económicos, y sociales, para la comunidad pues al tiempo que satisface una necesidad alimenticia produce beneficios económicos dado su proceso productivo y comercial. Razas porcicolas son muy consumidas y demandadas por la población del Municipio de Valencia y sus alrededores es por esto la necesidad de plantear la creación de una unidad productiva, de esta naturaleza que satisfaga las necesidades de suministro de carne de cerdo en canal y en pie. Es por eso que se tiene la iniciativa de este proyecto con el fin de aprovechar la disposición de terrenos óptimos con una infraestructura adecuada, se levantara a razón de 1. Animal x 2 metro cuadrado. La parte innovadora de la producción de cerdo es la alimentación alternativa con recursos del sector agrícola disponibles en la región, lo cual disminuirá los costos de alimentación y mejorara las características organolépticas de la carne, dando diferenciación ofertado en el mercado de competidores, a nivel Municipal y departamental.
ANÁLISIS DEL MERCADO	El presente Proyecto comercial se basa en la existencia de una demanda comprobada de carne de cerdo bajos procesos técnicos porcicolas, que conlleven a la producción y comercialización, con un componente innovador de alimentación alternativa que mejora sabor, color y textura de la carne ofertada, capaz de satisfacer los requerimientos y exigencias de los clientes locales y Departamentales. Que requieran de un producto que proporcione proteína de buena calidad nutricional a precios asequibles, dándole valor agregado a la actividad de trabajo rural para comercializalas como actividad económica familiar. Dentro de la población potencial de consumidores de nuestros productos carnes de cerdo ofrecidos por **U.P. CRIA DE CERDO LOS HERMANOS PEREZ**, Se encuentra los 1.270 habitantes del casco urbano y sus alrededores de los cuales el 83% compran éste producto, al menos cuatro veces por semana, constituyéndose una demanda anual, determinándose de acuerdo a lo arrojado por el análisis de mercado una demanda insatisfecha del 48% equivalente. De acuerdo a lo proyectado nuestra empresa estará en capacidad de cubrir inicialmente alrededor del 34% de la demanda insatisfecha existente de los productos, ofreciendo entre 1200 y 2000 kilos de productos al mes.
	La competencia en el departamento de Córdoba especialmente en el Municipio de Valencia ha avanzado de acuerdo con las exigencias que demanda el sector porcicola. Actualmente el consumo de carne de cerdo ha sido un factor importante de diferenciación y posicionamiento, por lo que productores independientes de auto consumo son la competencia de **U.P. Cría de Cerdo los Hermanos Pérez.**

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	Estos productores informales crían para auto abastecer su canasta familiar, satisfaciendo aproximadamente el 3% de la Demanda existente, equivalente más o menos a 3000 kilos/ año. Por otra parte el 50% de los productos de carne de cerdo que son comercializados en los expendios, restaurantes, vendedores ambulantes, que están ubicados en el centro del municipio, son producidos y comercializados por productores a nivel departamental y del municipio de montelibano. Los cuales satisfacen cerca del 52% de la demanda existente a nivel municipal, comercializándose un buen volumen en kilos/año.
SEGMENTACION	• Geográfica: Inicialmente la unidad productiva estará ubicada en el país de Colombia, En el departamento de Córdoba, en Municipio de Valencia. • Demográfico: Hombres mujeres y niños de todas las edades, de cualquier estado civil, de todos los estratos socioeconómicos, familias, empresarios, jóvenes, universitarios etc. • Sicograficamente: Para todas las personas sin distingos de raza, color, religión, sexo etc.
ESTRATEGIAS DE MERCADO	
CONCEPTO	**CONTENIDO**
	Las razas de cerdo Duroc y Landas, proporcionan calidad nutricional y excelentes características organolépticas que hacen llamativo el producto para su consumo al ser preparado en diversas presentaciones.

8. Se Elaboró el portafolio de servicio para la unidad productiva criadero de los Hermanos Pérez en el municipio de Valencia, como presidente la junta directiva Sra. Nerlis Milet Díaz Cuadrado con número de Cedula 50572931, numero de contacto 3206487752. Contribuyendo con esto a la generación de ingresos, para el sostenimiento de sus familias y población. **Se carga evidencia en el drive.**



