Guardar | Marcar como complet... | Guardar y cerrar | Actualizar | Comprobar acceso | Cerrar Tarea | Proceso | Asignar | Agregar a la cola

Seguimiento al plan de acción para el fortalecimiento empresarial ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ATNAMANA II ZONA AGRICOLA APROAGRO : Guardado

Tarea · Tarea

Rafael Jose Garcia Cujia
Propietario

REGISTRO DE ACTIVIDADES | Relacionados

Asistencia de formulario

Datos de asesoría

Cliente / UP *	ASOCIACIO...	Contacto *	Jorge Eliecer Vides
Tipo de contacto *	En la empresa (cara a cara)	Tipo de sesión *	Seguimiento
Canal de atención *	Presencial	Programa *	Emprendimiento
Área de asesoría *	Administración de Empresas	Asesoría para *	Fortalecimiento
Sociedades BIC *	No	Ayuda adicional *	Asistencia Gerencial
Economía popular *	No	Economía campesina *	Sí

Fecha realización *	16/05, 11:00 AM
Tiempo	1,5 horas
	1,50

Notas

Antecedentes del cliente

Resumen de la sesión de asesoría *

ACCIONES DESARROLLADAS – ÁREA DE ESTRATEGIA COMERCIAL
El 16 de mayo de 2026 durante el período de seguimiento se avanzó en la consolidación de la estrategia comercial de la asociación Aproagro mediante la implementación de acciones orientadas al fortalecimiento del posicionamiento institucional y la identificación de oportunidades de mercado.
Estrategia de posicionamiento y diferenciación:
Se realizó un diagnóstico de la propuesta de valor de la asociación, identificando fortalezas competitivas relacionadas con la calidad de los productos y el compromiso de los asociados.
Se definieron elementos diferenciadores para fortalecer la identidad comercial de la organización frente a otros actores del mercado.
Se avanzó en la actualización y fortalecimiento de los canales de comunicación y promoción, incorporando herramientas digitales para mejorar la visibilidad de la asociación y sus productos.
Se diseñaron lineamientos para la promoción de la marca y el reconocimiento de la asociación en mercados potenciales.
Análisis y segmentación de mercado:
Se efectuó la identificación y caracterización de clientes potenciales, estableciendo segmentos de mercado de acuerdo con perfiles de consumo y necesidades específicas.
Se realizó un análisis preliminar de la oferta y la demanda del sector, identificando oportunidades comerciales y posibles nichos de mercado.
Se recopilaron insumos para la estructuración de estrategias comerciales enfocadas en ampliar la cobertura y fortalecer la comercialización de los productos y se establecieron

Información solicitada o áreas de necesidad

Plan de acción
