EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS FICHA 3577274



En este encuentro se realiza un diagnóstico de las necesidades que tienen los aprendices para mejorar su operación, su marketing y su capacidad de reacción, todo relacionado con sus ideas de negocio y sus emprendimientos en marcha. La intención del grupo es sentir que pueden tomar acciones para aumentar su productividad, su eficacia y sus ventas. Para ello se plantean como soluciones superficiales, pero al mismo tiempo relevantes, el marketing, la administración del tiempo y la calidad de las decisiones que se deben tomar.



Se toma la iniciativa de realizar una lluvia de propuestas, con el fin de dejar por escrito las medidas que pueden servir de canal para conseguir lo que los aprendices esperan de la formación. Lo anterior, teniendo en cuenta que son ellos quienes conocen el territorio, el mercado y los tipos de cliente que pueden llegar a tener interés en los diferentes productos y/o servicios.



A petición del grupo de emprendedores, se decide que a través de la dinámica del brainstorming, se mencionen conceptos clave y relevantes en lo que al marketing se refiere. Lo anterior con el fin de familiarizarse con terminología referente a la mercadotecnia y apropiarse de contextos comerciales teniendo en cuenta el vocabulario expuesto. Se concluye que al tener frescos los significados, se puede comprender el mercadeo de manera directa y, así mismo, proponer ideas innovadoras que lleguen directamente a los potenciales clientes.



Se desarrolla el taller de toma de decisiones en la organización, en el que se plantean situaciones, sugerencias, casos reales y puntos a tener en cuenta durante el proceso decisorio en los negocios. Fue un espacio en el que se generó debate y se compartieron puntos clave a la hora de reaccionar y de planificar las estrategias, tácticas y operaciones de cada emprendimiento.



A raíz de lo expuesto durante los encuentros, se desarrolla un conversatorio referente a la administración del tiempo, pues fue el tema por mejorar al que la mayoría de los aprendices postularon como punto débil. Aquí se les da unas recomendaciones que pueden optimizar y reorganizar las funciones operativas en las organizaciones, cuyo impacto afecta directamente en los resultados numéricos y de gestión.



Se desarrolla un taller en el que se habla de innovación y se desglosan los tipos más relevantes. Usando la estrategia del storytelling en conjunto con la participación de los emprendedores, se definen las ramas de la innovación y se profundiza con ejemplos reales y beneficiosos para las unidades productivas. Los aprendices proponen de manera verbal las ideas novedosas que salieron a flote durante el encuentro con la intención de agregarlas a cada portafolio de servicios/productos.