Actividades según guía de aprendizaje-2266900

ANALISIS DOFA.ANGY - Word — christian sanchez hernandez

MATRIZ DOFA				
ASESORIAS ESTRATEGICAS				
FECHA: 19/03/2021	09/03/2021	EMPRESA	PLAN DE MARKETING - ANGIE	
NUMERO	ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1	INVESTIGACIÓN CONSTANTE EN LAS NUEVAS TENDENCIAS EN EL MERCADO	EL SERVICIO ES FACIL DE IMITAR	PARTICIPACION EN MEGAPROYECTOS NACIONALES	DESACELERACIÓN ECONOMICA NACIONAL
2	OFRECER EL PRODUCTO A NIVEL NACIONAL	NO HAY RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO POR SER NUEVOS	INCURSIÓN DE NUEVOS MERCADOS	ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES
3	PERSONAL CALIFICADO	RECURSOS FINANCIEROS LIMITADOS	FERIAS EMPRESARIALES	REFORMAS DE LEYES QUE AFECTEN LA EMPRESA
4	CALIDAD EN EL SERVICIO OFRECIDO	NO EXISTE ALIADOS ESTRATEGICOS	TENDENCIA CRECIENTE POR SOLICITUDES EN INTERNET	COPIA DE LA ESTRATEGIA DE VENTA
5	PRECIOS ASEQUIBLES	BAJA DE VENTAS DEBIDO A LA PANDEMIA	PROMOVER EL EMPLEO LOCAL	ALTA FIDELIDAD DE LOS CONSUMIDORES A LAS EMPRESAS RECONOCIDAS QUE OFRECEN ESTE SERVICIO
6	IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MARKETING SUSTENTADO	NO CONTAR CON LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS	TENDENCIA DEL CONSUMIDOR A CREAR IDEAS DE NEGOCIO	VULNERABILIDAD ANTE GRANDES MARCAS

Página 1 de 1 — 170 palabras — Español (España) — 70%

9:46 a. m. 29/03/2021

CANADÁ, Angy Peñaloza..pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

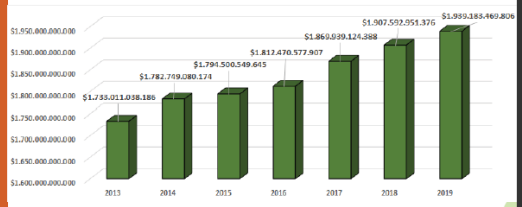
1 / 5 — 70,2% — Buscar

INDICADOR DEL TAMAÑO DE LA ECONOMÍA.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la siguiente grafica, se demuestra que, el comportamiento del PIB a través de los años se ha mantenido en un alza. siendo para el año 2019 de **1.939.183.469.806 US.**

CANADÁ

PIB (US$ a precios constantes de 2010) - Código del indicador (NY.GDP.MKTP.KD)



fuente: Banco Mundial.

9:46 a. m. 29/03/2021

CANADÁ, Angy Peñaloza..pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

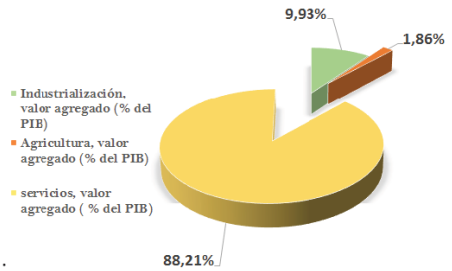
2 / 5 70,2% Buscar

INDICADOR PESO SECTORES DE LA ECONOMÍA.

El indicador de los sectores económicos en canadá para el año 2019, evidencia que, el sector con mayor participación en el producto interno bruto es el de los servicios con un total del **88.21%**, siendo el restante para la industria y la agricultura.

CANADÁ

Indicadores sectores económicos Canadá



fuente: Banco Mundial.

9:46 a. m. 29/03/2021

CANADÁ, Angy Peñaloza..pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

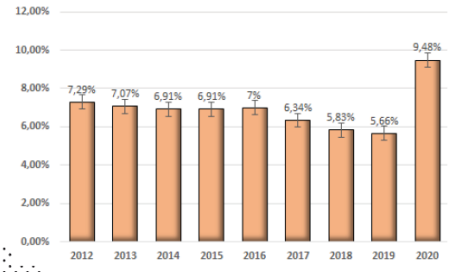
3 / 5 70,2% Buscar

INDICADOR DE DESARROLLO SOCIAL.

Este grafico nos refleja el comportamiento de la tasa de desempleo desde el año 2012 - 2020, donde se mantiene una disminución significativa desde el año 2012 hasta el 2019, pero en el año 2020 subió producto de la pandemia.

CANADÁ

Desempleo, total (% de la población activa total) (estimación modelado OIT)



fuente: Banco Mundial.

9:47 a. m. 29/03/2021

CANADÁ, Angy Peñaloza..pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

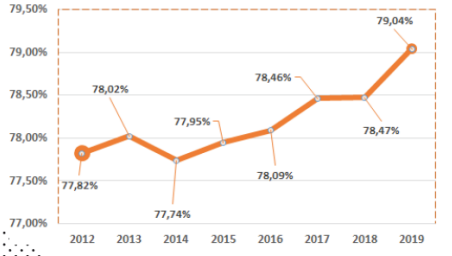
4 / 5 70,2% Buscar

INDICADOR DEL MERCADO LABORAL.

Por lo que encontramos en el grafico se concluye que, la tasa de participación en la fuerza laboral a través de los años ha ido en aumento. Siendo los años de mayor aumento del 2018 al 2019 con un 78,47% y 79,04% respectivamente.

CANADÁ

Tasa de participación en la fuerza laboral, total (% del total de la población entre 15-64 años) (estimación modelado OIT)



fuente: Banco Mundial.

9:47 a. m. 29/03/2021

CANADÁ, Angy Peñaloza..pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

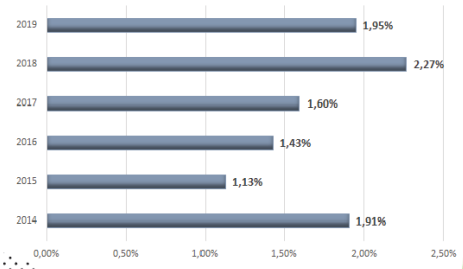
5 / 5 70,2% Buscar

INDICADOR SOBRE LOS PRECIOS DE LA ECONOMÍA.

El tema de la inflación se ha mantenido en los márgenes que se recomiendan para garantizar una economia estable. Teniendo en cuenta los años estudiados el que tuvo mayor incremento fue el año 2018 con un 2,27%.

CANADÁ

Inflación, precios al consumidor (% anual)



fuente: Banco Mundial.

9:47 a. m. 29/03/2021

Copia de formato_de_identificacion_y_evaluacion_de_ideas_de_ negocio saveclothes -ANA XIOMARA - Excel

christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

Pegar Portapapeles Arial 11 Fuente Ajustar texto Combinar y centrar Alineación General Número Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Estilos Insertar Eliminar Formato Celdas Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar Edición

C12

	C	D	E	F	G	H	I	J
1	DESCRIPCIÓN DE LAS IDEAS DE NEGOCIO	JUSTIFICACIÓN: PORQUE LA PROPUESTA PUEDE TENER ÉXITO?	EVALUACIÓN	PUNTAJE	PESO PORCENTUAL DE CADA ÍTEM		PUNTAJE TOTAL DE LA IDEA	
2	Idea 1: aprovechamiento y valoraracion de textiles de segunda mano.	Actualmente no existen empresas que realicen el aprovechamiento de textiles y ofrezcan linea de ropa ecologica.	ASPECTO A EVALUAR					IDEA
3			1- Nivel de acceso al mercado.	4	12%	0,48		
4			2- Segmento de mercado claramente definido	5	15%	0,75		
5			3- Nivel de competencia identificado.	3	10%	0,3		
6			4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	2	5%	0,1		
7			5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	5	10%	0,5	4,08	
8			6- Escalabilidad de la idea de negocio	4	12%	0,48		
9			7- Conocimientos del proceso técnico para la puesta en marcha de la idea de negocio.	2	11%	0,22		
10			8- Motivaciones del equipo emprendedor para desarrollar esta idea de negocios.	5	10%	0,5		
11			9- Innovación	5	15%	0,75		
12			ASPECTO A EVALUAR					IDEA
13			1- Nivel de acceso al mercado.	5	12%	0,6		
14			2- Segmento de mercado claramente definido	5	15%	0,75		
15			3- Nivel de competencia identificado.	3	10%	0,3		
16			4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	1	5%	0,05		

SELECCIÓN Y EVALUACIÓN Hoja2

Calcular 110%

9:50 a. m. 29/03/2021

Copia de formato_de_identificacion_y_evaluacion_de_ideas_de_ negocio saveclothes -ANA XIOMARA - Excel

christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

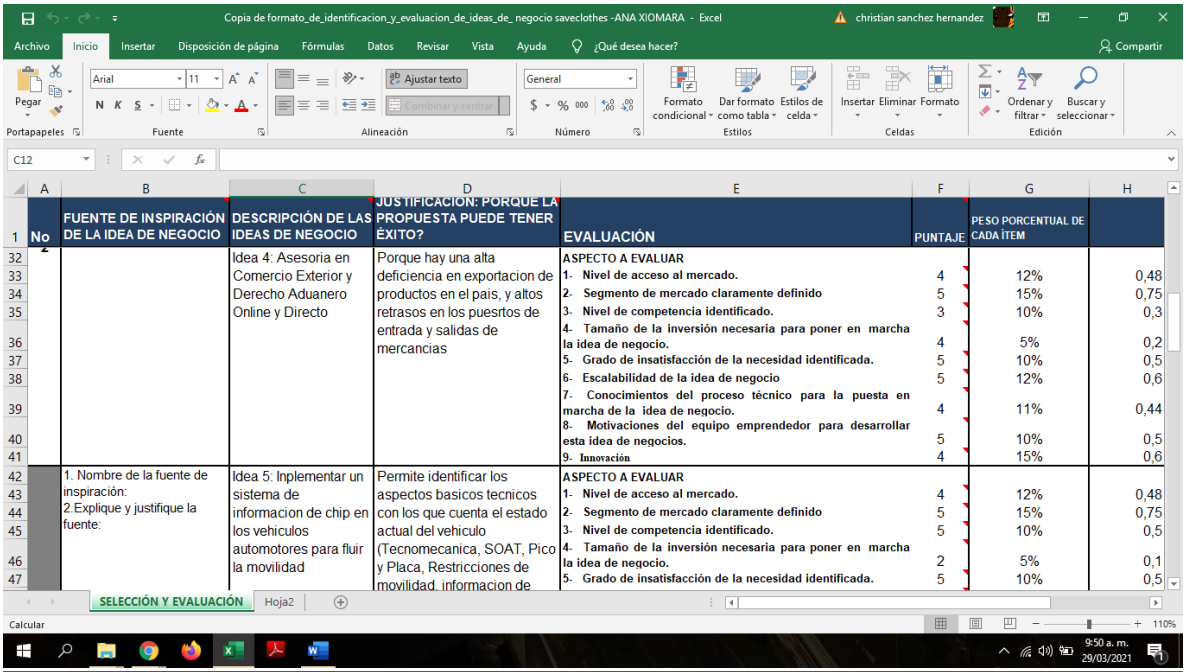
C12

	C	D	E	F	G	H	I	J
1	DESCRIPCIÓN DE LAS IDEAS DE NEGOCIO	JUSTIFICACIÓN: PORQUE LA PROPUESTA PUEDE TENER ÉXITO?	EVALUACIÓN	PUNTAJE	PESO PORCENTUAL DE CADA ÍTEM		PUNTAJE TOTAL DE LA IDEA	
20			8- Motivaciones del equipo emprendedor para desarrollar esta idea de negocios.	4	10%	0,4		
21			9- Innovación	4	15%	0,6		
22	Idea 3: Chontaduro en almibar	Es una fruta exotica para procesar y distribuirlo internamente - producto afrodiciaco con alto grado proteinico	ASPECTO A EVALUAR					IDEA
23			1- Nivel de acceso al mercado.	3	12%	0,36		
24			2- Segmento de mercado claramente definido	2	15%	0,3		
25			3- Nivel de competencia identificado.	3	10%	0,3		
26			4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	3	5%	0,15		
27			5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	2	10%	0,2	3,23	
28			6- Escalabilidad de la idea de negocio	4	12%	0,48		
29			7- Conocimientos del proceso técnico para la puesta en marcha de la idea de negocio.	4	11%	0,44		
30			8- Motivaciones del equipo emprendedor para desarrollar esta idea de negocios.	4	10%	0,4		
31			9- Innovación	4	15%	0,6		
32	Idea 4: Asesoria en Comercio Exterior y Derecho Aduanero Online y Directo	Porque hay una alta deficiencia en exportacion de productos en el pais, y altos retrasos en los puesrtos de	ASPECTO A EVALUAR					IDEA
33			1- Nivel de acceso al mercado.	4	12%	0,48		
34			2- Segmento de mercado claramente definido	5	15%	0,75		
35			3- Nivel de competencia identificado.	3	10%	0,3		

SELECCIÓN Y EVALUACIÓN Hoja2

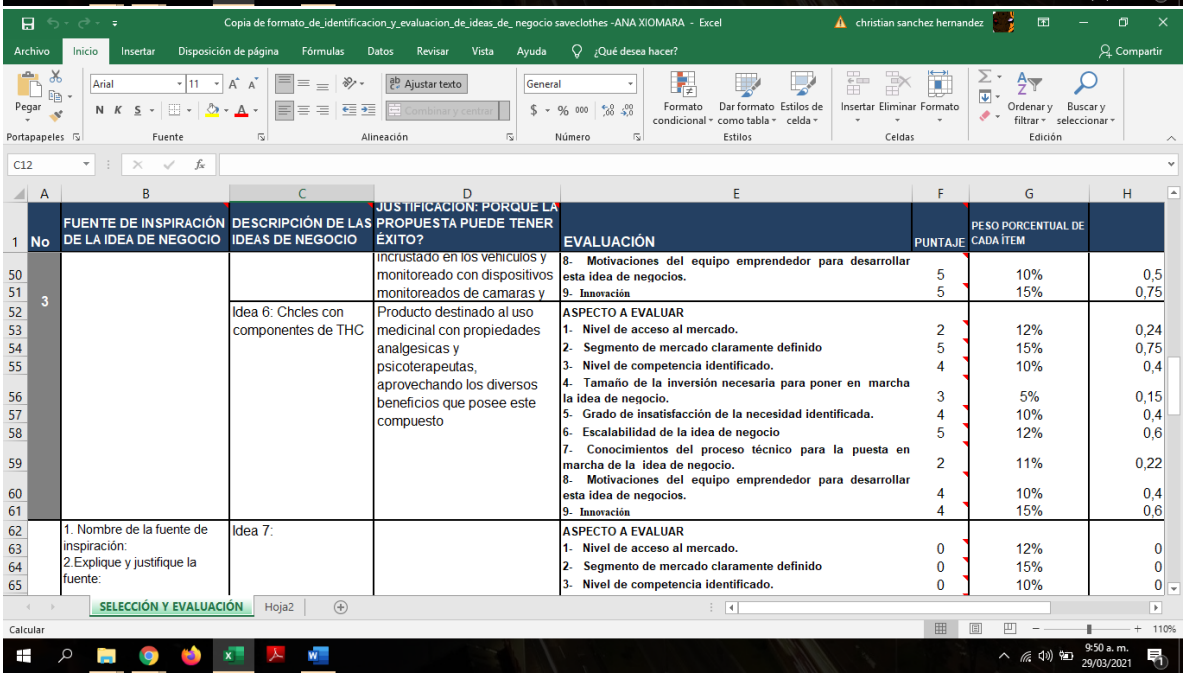
Calcular 110%

9:50 a. m. 29/03/2021



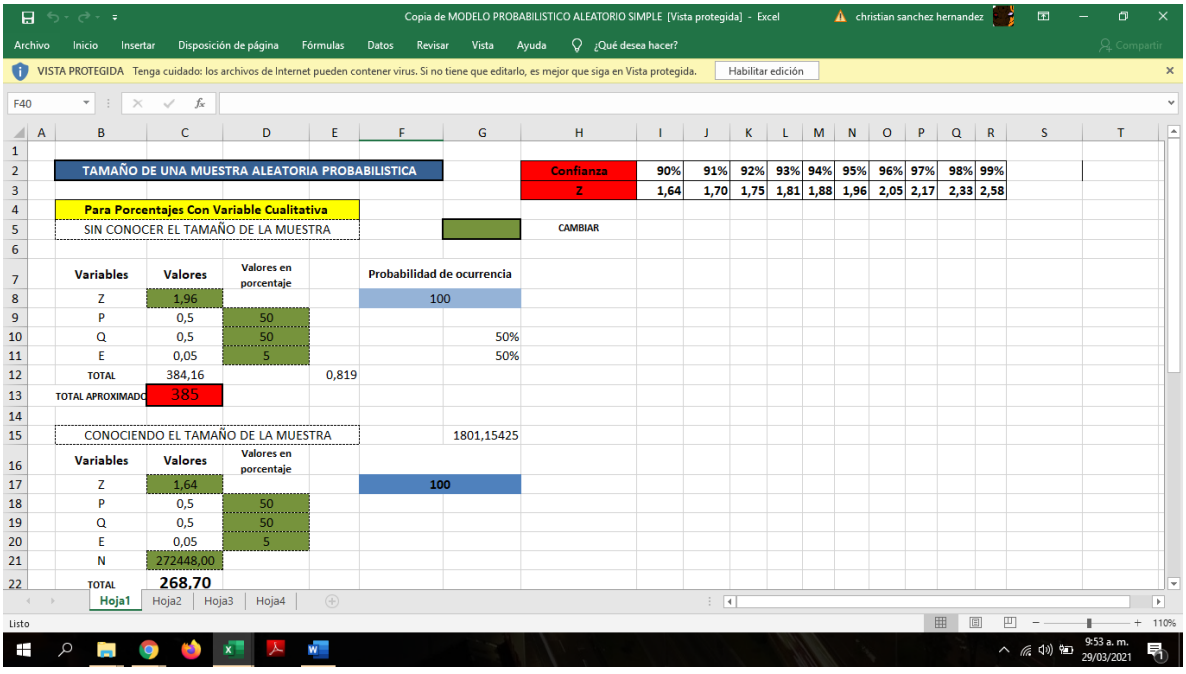
Copia de formato_de_identificacion_y_evaluacion_de_ideas_de_ negocio saveclothes -ANA XIOMARA - Excel — christian sanchez hernandez

No	FUENTE DE INSPIRACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	DESCRIPCIÓN DE LAS IDEAS DE NEGOCIO	JUSTIFICACIÓN: PORQUE LA PROPUESTA PUEDE TENER ÉXITO?	EVALUACIÓN	PUNTAJE	PESO PORCENTUAL DE CADA ÍTEM	
2		Idea 4: Asesoria en Comercio Exterior y Derecho Aduanero Online y Directo	Porque hay una alta deficiencia en exportacion de productos en el pais, y altos retrasos en los puesrtos de entrada y salidas de mercancias	ASPECTO A EVALUAR			
				1- Nivel de acceso al mercado.	4	12%	0,48
				2- Segmento de mercado claramente definido	5	15%	0,75
				3- Nivel de competencia identificado.	3	10%	0,3
				4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	4	5%	0,2
				5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	5	10%	0,5
				6- Escalabilidad de la idea de negocio	5	12%	0,6
				7- Conocimientos del proceso técnico para la puesta en marcha de la idea de negocio.	4	11%	0,44
				8- Motivaciones del equipo emprendedor para desarrollar esta idea de negocios.	5	10%	0,5
				9- Innovación	4	15%	0,6
	1. Nombre de la fuente de inspiración: 2.Explique y justifique la fuente:	Idea 5: Inplementar un sistema de informacion de chip en los vehiculos automotores para fluir la movilidad	Permite identificar los aspectos basicos tecnicos con los que cuenta el estado actual del vehiculo (Tecnomecanica, SOAT, Pico y Placa, Restricciones de movilidad, informacion de	ASPECTO A EVALUAR			
				1- Nivel de acceso al mercado.	4	12%	0,48
				2- Segmento de mercado claramente definido	5	15%	0,75
				3- Nivel de competencia identificado.	5	10%	0,5
				4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	2	5%	0,1
				5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	5	10%	0,5



Copia de formato_de_identificacion_y_evaluacion_de_ideas_de_ negocio saveclothes -ANA XIOMARA - Excel — christian sanchez hernandez

No	FUENTE DE INSPIRACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	DESCRIPCIÓN DE LAS IDEAS DE NEGOCIO	JUSTIFICACIÓN: PORQUE LA PROPUESTA PUEDE TENER ÉXITO?	EVALUACIÓN	PUNTAJE	PESO PORCENTUAL DE CADA ÍTEM	
			incrustado en los vehiculos y monitoreado con dispositivos monitoreados de camaras y	8- Motivaciones del equipo emprendedor para desarrollar esta idea de negocios.	5	10%	0,5
				9- Innovación	5	15%	0,75
3		Idea 6: Chcles con componentes de THC	Producto destinado al uso medicinal con propiedades analgesicas y psicoterapeutas, aprovechando los diversos beneficios que posee este compuesto	ASPECTO A EVALUAR			
				1- Nivel de acceso al mercado.	2	12%	0,24
				2- Segmento de mercado claramente definido	5	15%	0,75
				3- Nivel de competencia identificado.	4	10%	0,4
				4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	3	5%	0,15
				5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	4	10%	0,4
				6- Escalabilidad de la idea de negocio	5	12%	0,6
				7- Conocimientos del proceso técnico para la puesta en marcha de la idea de negocio.	2	11%	0,22
				8- Motivaciones del equipo emprendedor para desarrollar esta idea de negocios.	4	10%	0,4
				9- Innovación	4	15%	0,6
	1. Nombre de la fuente de inspiración: 2.Explique y justifique la fuente:	Idea 7:		ASPECTO A EVALUAR			
				1- Nivel de acceso al mercado.	0	12%	0
				2- Segmento de mercado claramente definido	0	15%	0
				3- Nivel de competencia identificado.	0	10%	0



Copia de MODELO PROBABILISTICO ALEATORIO SIMPLE [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

TAMAÑO DE UNA MUESTRA ALEATORIA PROBABILISTICA

Confianza	90%	91%	92%	93%	94%	95%	96%	97%	98%	99%
Z	1,64	1,70	1,75	1,81	1,88	1,96	2,05	2,17	2,33	2,58

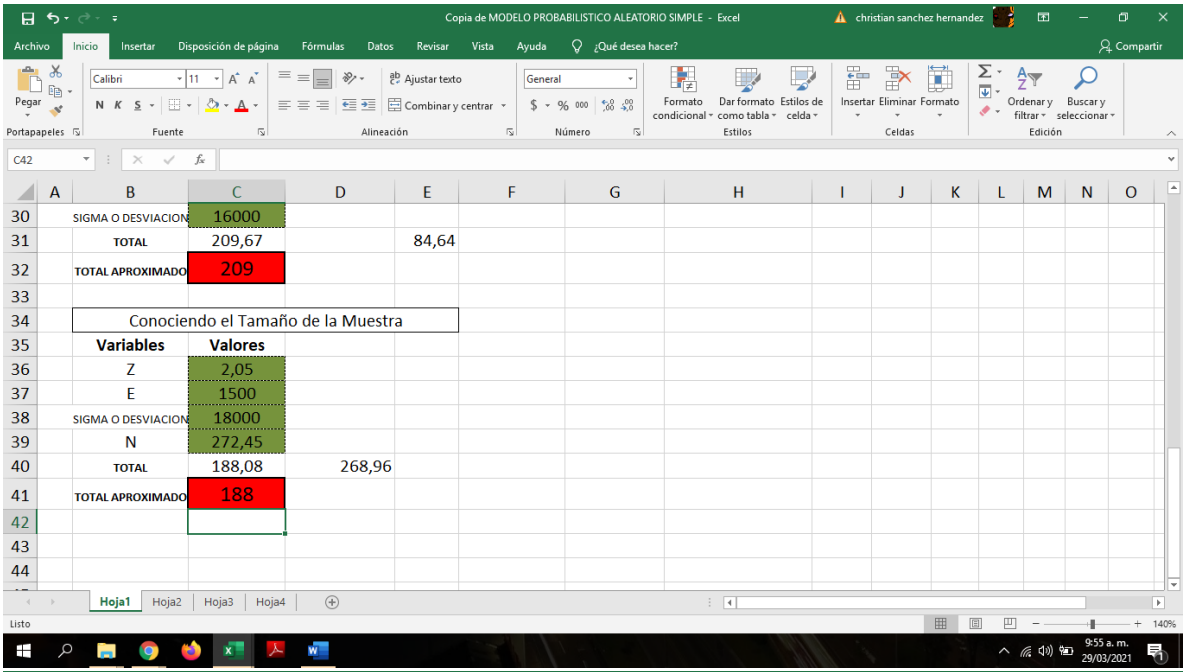
Para Porcentajes Con Variable Cualitativa

SIN CONOCER EL TAMAÑO DE LA MUESTRA — CAMBIAR

Variables	Valores	Valores en porcentaje		Probabilidad de ocurrencia
Z	1,96			100
P	0,5	50		
Q	0,5	50		50%
E	0,05	5		50%
TOTAL	384,16		0,819	
TOTAL APROXIMADO	385			

CONOCIENDO EL TAMAÑO DE LA MUESTRA — 1801,15425

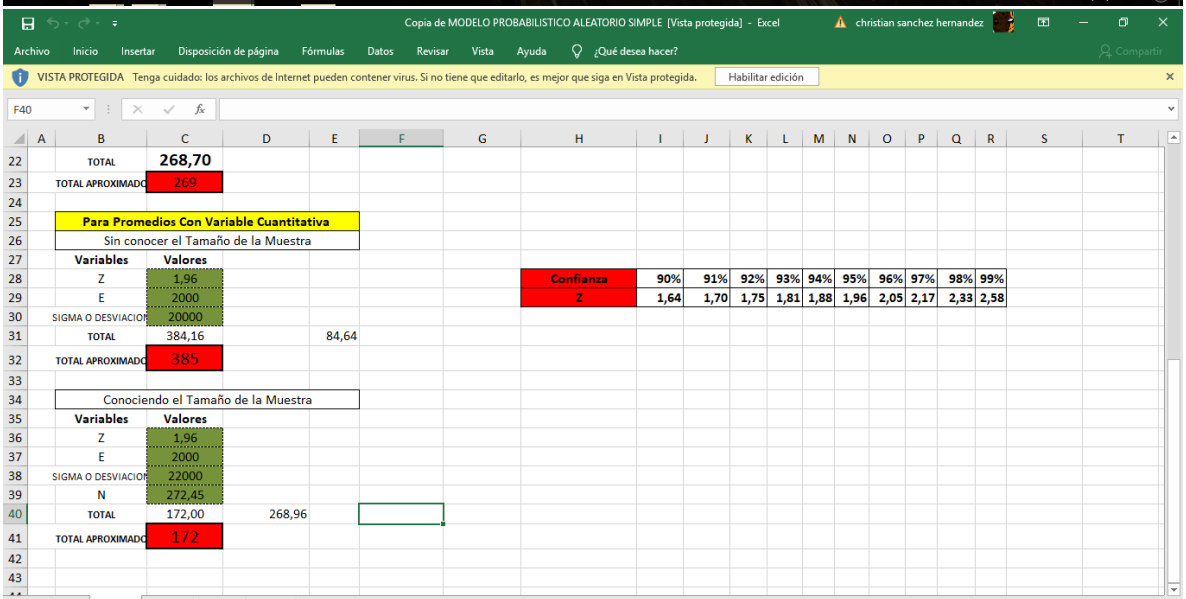
Variables	Valores	Valores en porcentaje		
Z	1,64			100
P	0,5	50		
Q	0,5	50		
E	0,05	5		
N	272448,00			
TOTAL	268,70			



SIGMA O DESVIACION	16000	
TOTAL	209,67	84,64
TOTAL APROXIMADO	209	

Conociendo el Tamaño de la Muestra

Variables	Valores	
Z	2,05	
E	1500	
SIGMA O DESVIACION	18000	
N	272,45	
TOTAL	188,08	268,96
TOTAL APROXIMADO	188	



TOTAL	268,70	
TOTAL APROXIMADO	269	

Para Promedios Con Variable Cuantitativa

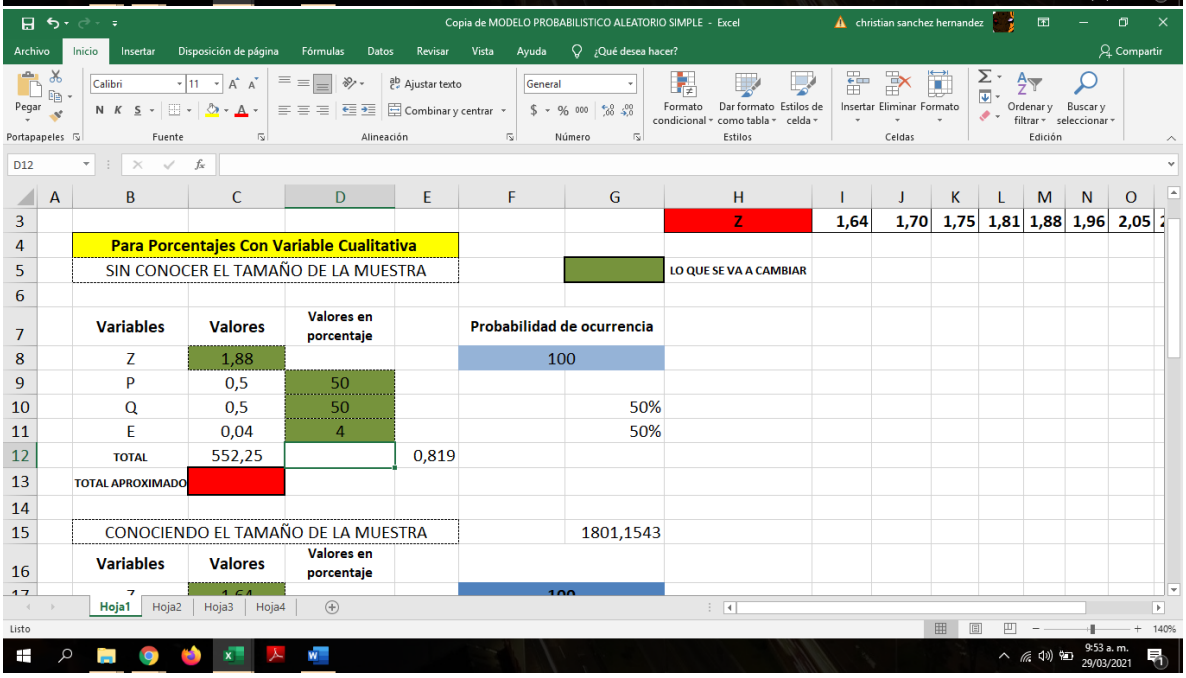
Sin conocer el Tamaño de la Muestra

Variables	Valores	
Z	1,96	
E	2000	
SIGMA O DESVIACION	20000	
TOTAL	384,16	84,64
TOTAL APROXIMADO	385	

Conociendo el Tamaño de la Muestra

Variables	Valores		
Z	1,96		
E	2000		
SIGMA O DESVIACION	22000		
N	272,45		
TOTAL	172,00	268,96	
TOTAL APROXIMADO	172		

Confianza	90%	91%	92%	93%	94%	95%	96%	97%	98%	99%
Z	1,64	1,70	1,75	1,81	1,88	1,96	2,05	2,17	2,33	2,58



Para Porcentajes Con Variable Cualitativa

SIN CONOCER EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

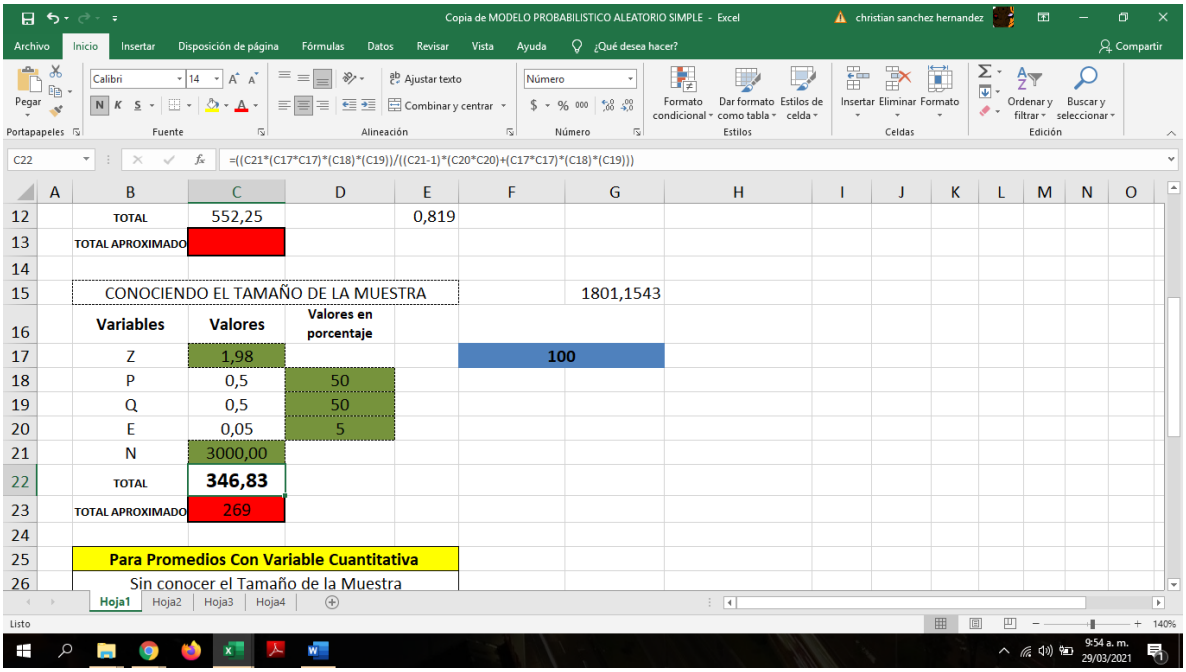
LO QUE SE VA A CAMBIAR

Variables	Valores	Valores en porcentaje		Probabilidad de ocurrencia
Z	1,88			100
P	0,5	50		
Q	0,5	50		50%
E	0,04	4		50%
TOTAL	552,25		0,819	
TOTAL APROXIMADO				

CONOCIENDO EL TAMAÑO DE LA MUESTRA 1801,1543

Variables	Valores	Valores en porcentaje
Z	1,64	100

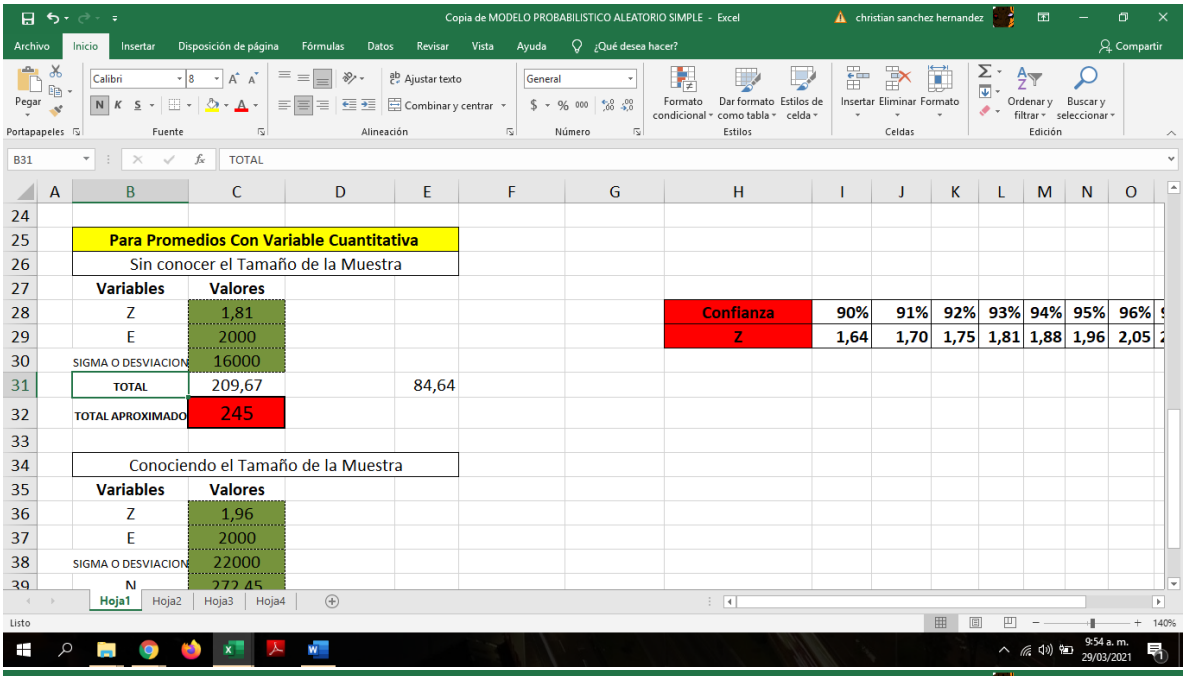
Z	1,64	1,70	1,75	1,81	1,88	1,96	2,05



Copia de MODELO PROBABILISTICO ALEATORIO SIMPLE - Excel — christian sanchez hernandez

=((C21*(C17*C17)*(C18)*(C19))/((C21-1)*(C20*C20)+(C17*C17)*(C18)*(C19)))

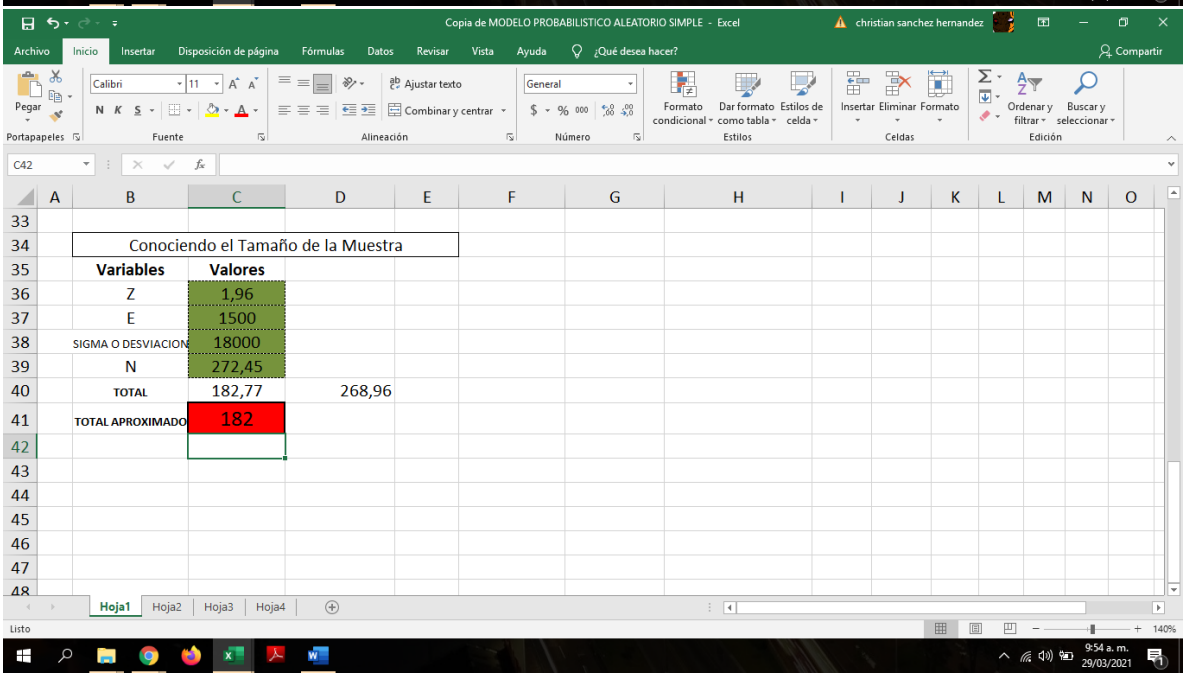
	TOTAL	552,25		0,819			
	TOTAL APROXIMADO						
	CONOCIENDO EL TAMAÑO DE LA MUESTRA					1801,1543	
	Variables	Valores	Valores en porcentaje				
	Z	1,98			100		
	P	0,5	50				
	Q	0,5	50				
	E	0,05	5				
	N	3000,00					
	TOTAL	346,83					
	TOTAL APROXIMADO	269					
	Para Promedios Con Variable Cuantitativa						
	Sin conocer el Tamaño de la Muestra						



Copia de MODELO PROBABILISTICO ALEATORIO SIMPLE - Excel — christian sanchez hernandez

TOTAL

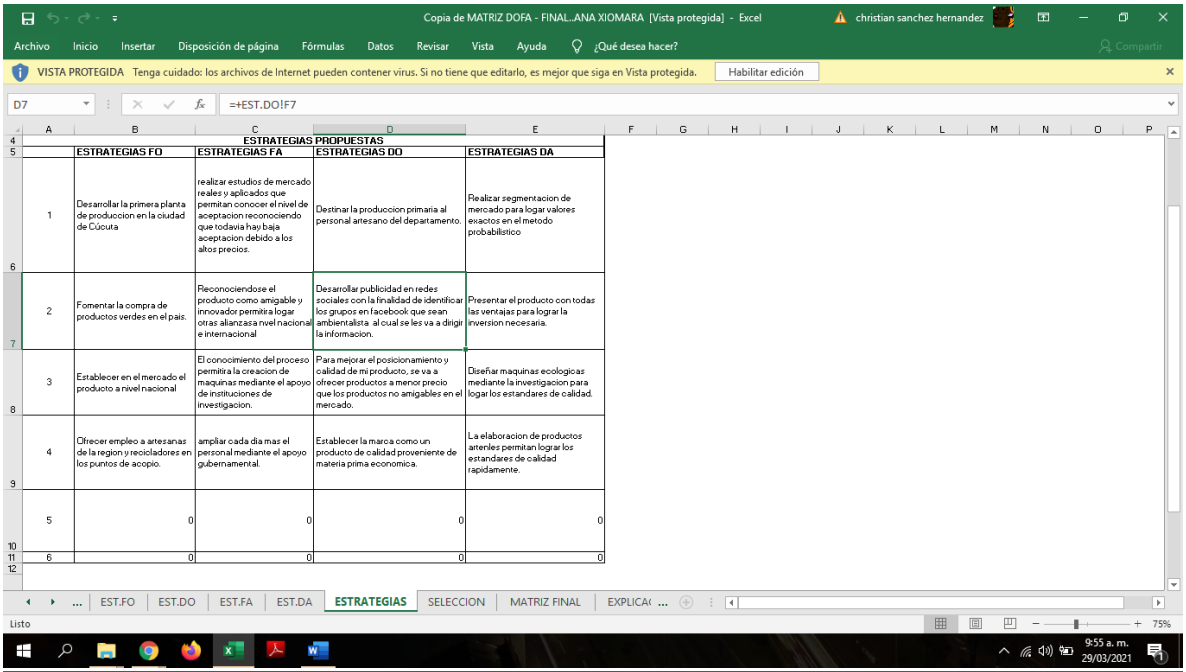
	Para Promedios Con Variable Cuantitativa													
	Sin conocer el Tamaño de la Muestra													
	Variables	Valores												
	Z	1,81					Confianza	90%	91%	92%	93%	94%	95%	96%
	E	2000					Z	1,64	1,70	1,75	1,81	1,88	1,96	2,05
	SIGMA O DESVIACION	16000												
	TOTAL	209,67		84,64										
	TOTAL APROXIMADO	245												
	Conociendo el Tamaño de la Muestra													
	Variables	Valores												
	Z	1,96												
	E	2000												
	SIGMA O DESVIACION	22000												
	N	272,45												



Copia de MODELO PROBABILISTICO ALEATORIO SIMPLE - Excel — christian sanchez hernandez

C42

	Conociendo el Tamaño de la Muestra					
	Variables	Valores				
	Z	1,96				
	E	1500				
	SIGMA O DESVIACION	18000				
	N	272,45				
	TOTAL	182,77	268,96			
	TOTAL APROXIMADO	182				



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

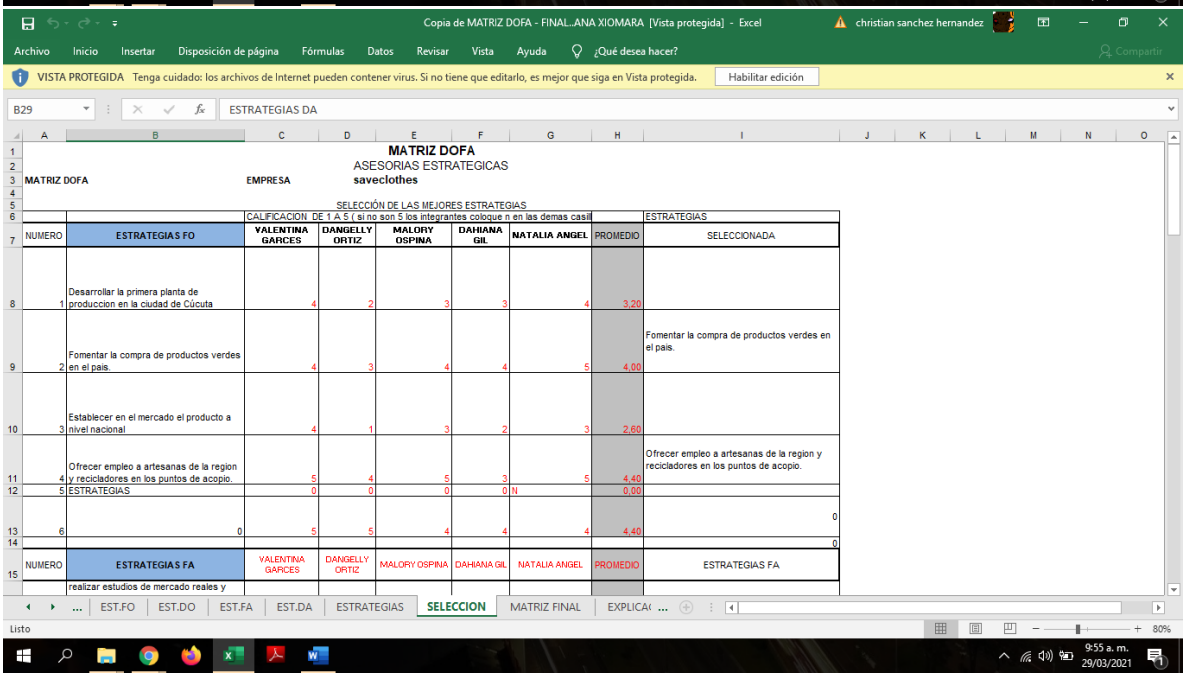
D7 =+EST.DO!F7

	ESTRATEGIAS PROPUESTAS				
		ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
6	1	Desarrollar la primera planta de produccion en la ciudad de Cúcuta	realizar estudios de mercado reales y aplicados que permitan conocer el nivel de aceptacion reconociendo que todavia hay baja aceptacion debido a los altos precios.	Destinar la produccion primaria al personal artesano del departamento.	Realizar segmentacion de mercado para logar valores exactos en el metodo probabilistico
7	2	Fomentar la compra de productos verdes en el pais.	Reconociendose el producto como amigable y innovador permitira logar otras alianzas a nvel nacional e internacional	Desarrollar publicidad en redes sociales con la finalidad de identificar los grupos en facebook que sean ambientalista al cual se les va a dirigir la informacion.	Presentar el producto con todas las ventajas para lograr la inversion necesaria.
8	3	Establecer en el mercado el producto a nivel nacional	El conocimiento del proceso permitira la creacion de maquinas mediante el apoyo de instituciones de investigacion.	Para mejorar el posicionamiento y calidad de mi producto, se va a ofrecer productos a menor precio que los productos no amigables en el mercado.	Diseñar maquinas ecologicas mediante la investigacion para logar los estandares de calidad.
9	4	Ofrecer empleo a artesanas de la region y recicladores en los puntos de acopio.	ampliar cada dia mas el personal mediante el apoyo gubernamental.	Establecer la marca como un producto de calidad proveniente de materia prima economica.	La elaboracion de productos artenles permitan lograr los estandares de calidad rapidamente.
10	5	0	0	0	0
11	6	0	0	0	0

EST.FO EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICA(

Listo 75%

9:55 a. m. 29/03/2021



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

B29 ESTRATEGIAS DA

MATRIZ DOFA

ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA **EMPRESA** **saveclothes**

SELECCIÓN DE LAS MEJORES ESTRATEGIAS

CALIFICACION DE 1 A 5 (si no son 5 los integrantes coloque n en las demas casil

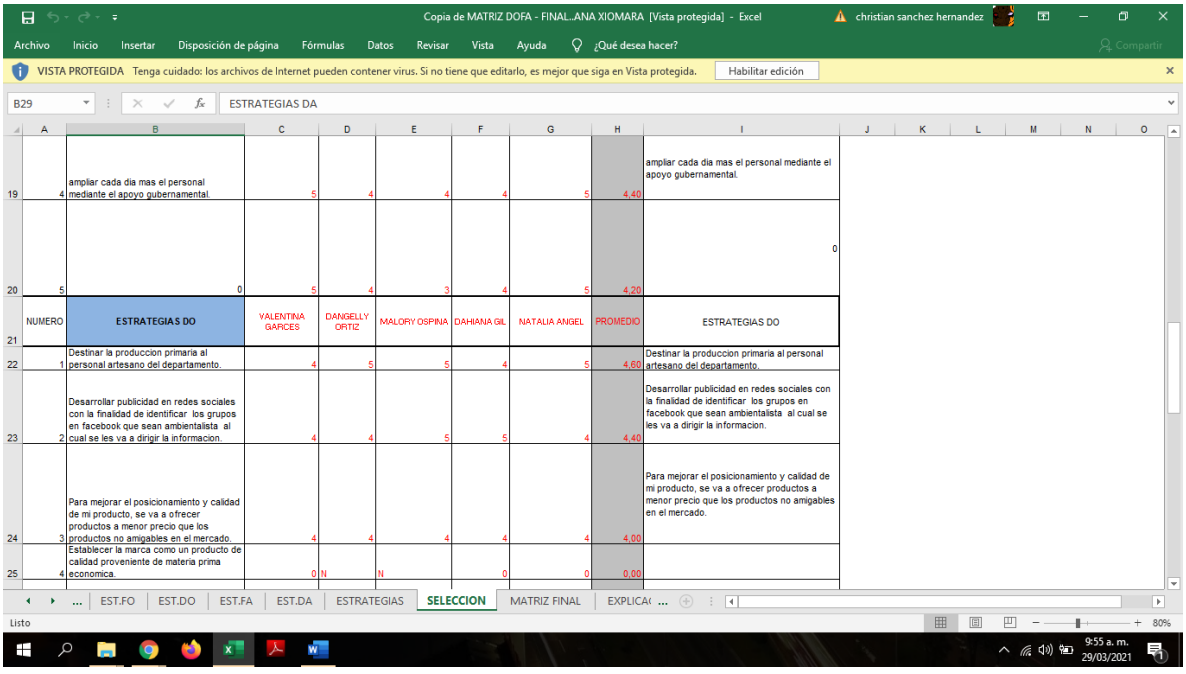
NUMERO	ESTRATEGIAS FO	VALENTINA GARCES	DANGELLY ORTIZ	MALORY OSPINA	DAHIANA GIL	NATALIA ANGEL	PROMEDIO	ESTRATEGIAS SELECCIONADA
1	Desarrollar la primera planta de produccion en la ciudad de Cúcuta	4	2	3	3	4	3,20	
2	Fomentar la compra de productos verdes en el pais.	4	3	4	4	5	4,00	Fomentar la compra de productos verdes en el pais.
3	Establecer en el mercado el producto a nivel nacional	4	1	3	2	3	2,60	
4	Ofrecer empleo a artesanas de la region y recicladores en los puntos de acopio.	5	4	5	3	5	4,40	Ofrecer empleo a artesanas de la region y recicladores en los puntos de acopio.
5	ESTRATEGIAS	0	0	0	0	N	0,00	
6	0	5	5	4	4	4	4,40	0
								0

NUMERO	ESTRATEGIAS FA	VALENTINA GARCES	DANGELLY ORTIZ	MALORY OSPINA	DAHIANA GIL	NATALIA ANGEL	PROMEDIO	ESTRATEGIAS FA
	realizar estudios de mercado reales y							

EST.FO EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICA(

Listo 80%

9:55 a. m. 29/03/2021



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

B29 ESTRATEGIAS DA

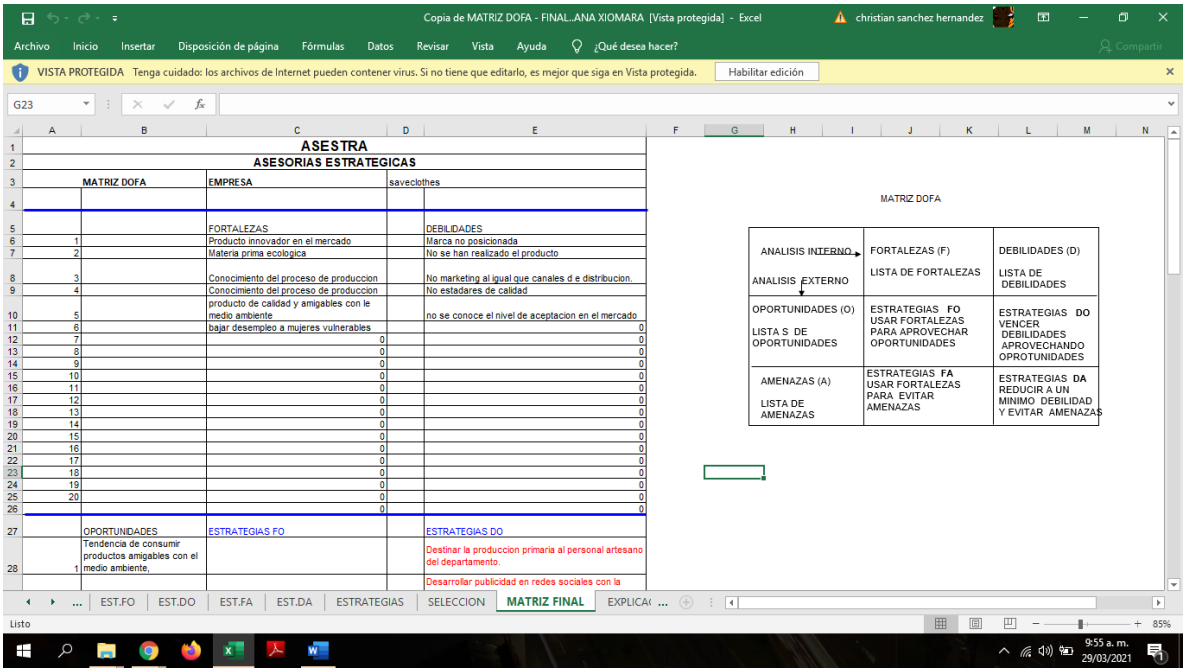
19	4	ampliar cada dia mas el personal mediante el apoyo gubernamental.	5	4	4	4	5	4,40	ampliar cada dia mas el personal mediante el apoyo gubernamental.
20	5	0	5	4	3	4	5	4,20	0

NUMERO	ESTRATEGIAS DO	VALENTINA GARCES	DANGELLY ORTIZ	MALORY OSPINA	DAHIANA GIL	NATALIA ANGEL	PROMEDIO	ESTRATEGIAS DO
1	Destinar la produccion primaria al personal artesano del departamento.	4	5	5	4	5	4,60	Destinar la produccion primaria al personal artesano del departamento.
2	Desarrollar publicidad en redes sociales con la finalidad de identificar los grupos en facebook que sean ambientalista al cual se les va a dirigir la informacion.	4	4	5	5	4	4,40	Desarrollar publicidad en redes sociales con la finalidad de identificar los grupos en facebook que sean ambientalista al cual se les va a dirigir la informacion.
3	Para mejorar el posicionamiento y calidad de mi producto, se va a ofrecer productos a menor precio que los productos no amigables en el mercado.	4	4	4	4	4	4,00	Para mejorar el posicionamiento y calidad de mi producto, se va a ofrecer productos a menor precio que los productos no amigables en el mercado.
4	Establecer la marca como un producto de calidad proveniente de materia prima economica.	0	N	N	0	0	0,00	

EST.FO EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICA(

Listo 80%

9:55 a. m. 29/03/2021



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

G23

ASESTRA

ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA	EMPRESA	saveclothes

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
1		Producto innovador en el mercado	Marca no posicionada
2		Materia prima ecologica	No se han realizado el producto
3		Conocimiento del proceso de produccion	No marketing al igual que canales d e distribucion.
4		Conocimiento del proceso de produccion	No estadares de calidad
5		producto de calidad y amigables con le medio ambiente	no se conoce el nivel de aceptacion en el mercado
6		bajar desempleo a mujeres vulnerables	0
7		0	0
8		0	0
9		0	0
10		0	0
11		0	0
12		0	0
13		0	0
14		0	0
15		0	0
16		0	0
17		0	0
18		0	0
19		0	0
20		0	0
21		0	0
22		0	0
23		0	0
24		0	0
25		0	0
26		0	0

	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1	Tendencia de consumir productos amigables con el medio ambiente,		Destinar la produccion primaria al personal artesano del departamento.
			Desarrollar publicidad en redes sociales con la

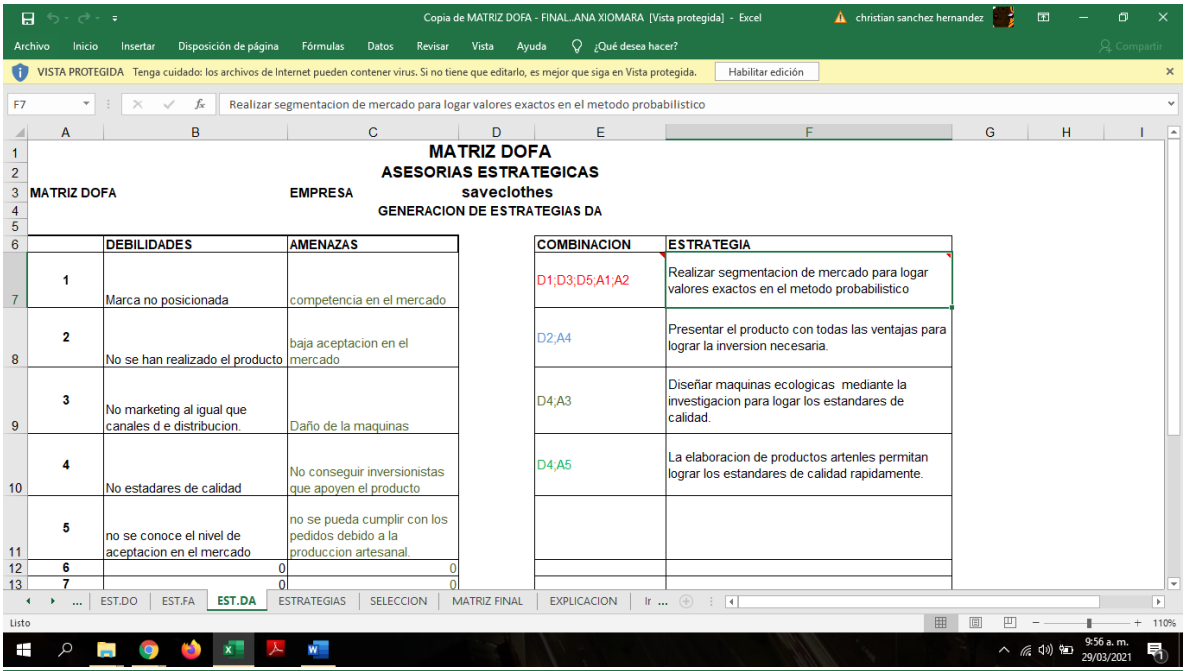
MATRIZ DOFA

ANALISIS INTERNO / ANALISIS EXTERNO	FORTALEZAS (F) LISTA DE FORTALEZAS	DEBILIDADES (D) LISTA DE DEBILIDADES
OPORTUNIDADES (O) LISTA S DE OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO USAR FORTALEZAS PARA APROVECHAR OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DO VENCER DEBILIDADES APROVECHANDO OPROTUNIDADES
AMENAZAS (A) LISTA DE AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA USAR FORTALEZAS PARA EVITAR AMENAZAS	ESTRATEGIAS DA REDUCIR A UN MINIMO DEBILIDAD Y EVITAR AMENAZAS

EST.FO EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICA...

Listo 85%

9:55 a. m. 29/03/2021



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

F7 Realizar segmentacion de mercado para logar valores exactos en el metodo probabilistico

MATRIZ DOFA

ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA **EMPRESA** **saveclothes**

GENERACION DE ESTRATEGIAS DA

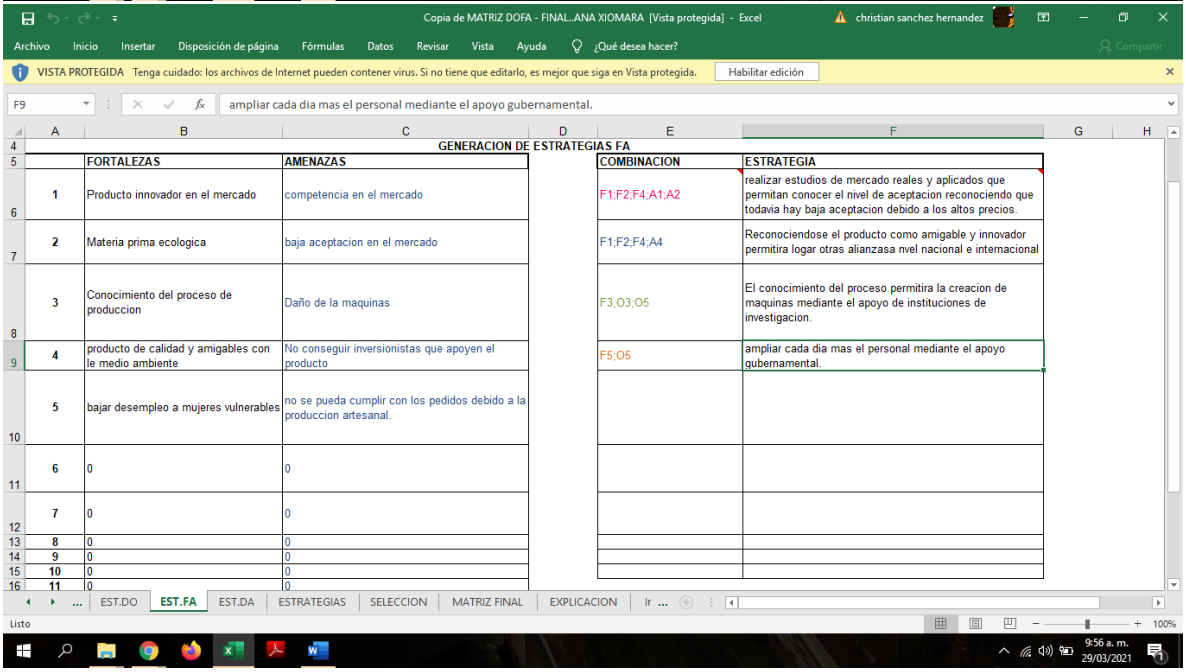
	DEBILIDADES	AMENAZAS
1	Marca no posicionada	competencia en el mercado
2	No se han realizado el producto	baja aceptacion en el mercado
3	No marketing al igual que canales d e distribucion.	Daño de la maquinas
4	No estadares de calidad	No conseguir inversionistas que apoyen el producto
5	no se conoce el nivel de aceptacion en el mercado	no se pueda cumplir con los pedidos debido a la produccion artesanal.
6	0	0
7	0	0

COMBINACION	ESTRATEGIA
D1;D3;D5;A1;A2	Realizar segmentacion de mercado para logar valores exactos en el metodo probabilistico
D2;A4	Presentar el producto con todas las ventajas para lograr la inversion necesaria.
D4;A3	Diseñar maquinas ecologicas mediante la investigacion para logar los estandares de calidad.
D4;A5	La elaboracion de productos artenles permitan lograr los estandares de calidad rapidamente.

EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICACION Ir ...

Listo 110%

9:56 a. m. 29/03/2021



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

F9 ampliar cada dia mas el personal mediante el apoyo gubernamental.

GENERACION DE ESTRATEGIAS FA

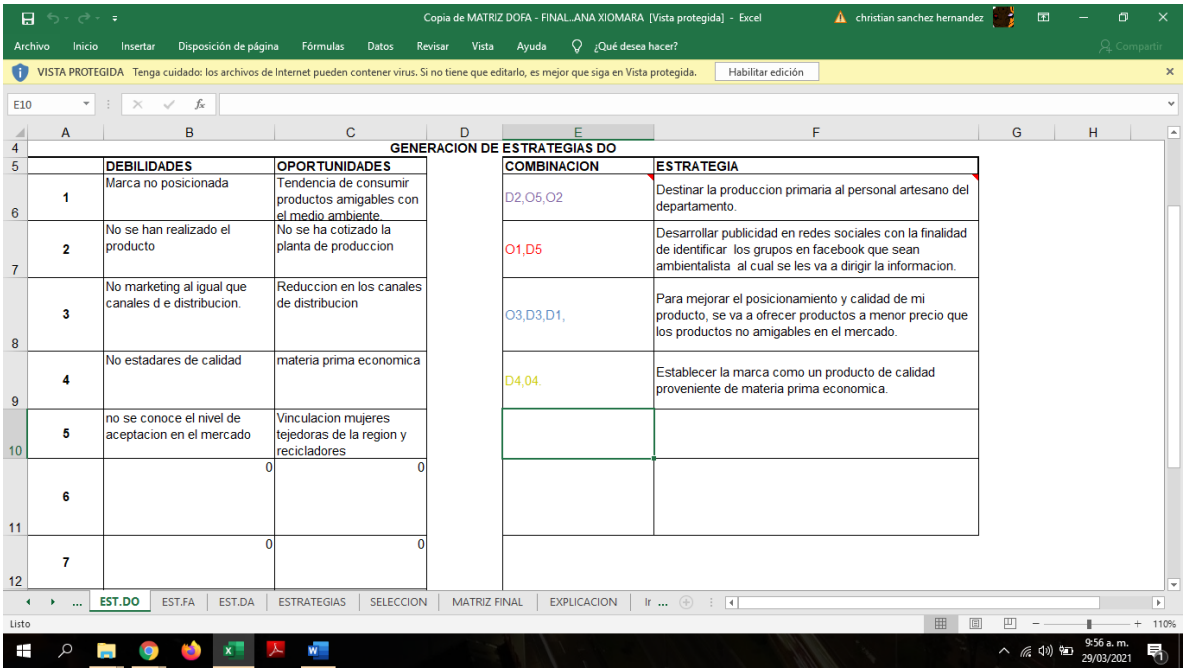
	FORTALEZAS	AMENAZAS
1	Producto innovador en el mercado	competencia en el mercado
2	Materia prima ecologica	baja aceptacion en el mercado
3	Conocimiento del proceso de produccion	Daño de la maquinas
4	producto de calidad y amigables con le medio ambiente	No conseguir inversionistas que apoyen el producto
5	bajar desempleo a mujeres vulnerables	no se pueda cumplir con los pedidos debido a la produccion artesanal.
6	0	0
7	0	0
8	0	0
9	0	0
10	0	0
11	0	0

COMBINACION	ESTRATEGIA
F1;F2;F4;A1;A2	realizar estudios de mercado reales y aplicados que permitan conocer el nivel de aceptacion reconociendo que todavia hay baja aceptacion debido a los altos precios.
F1;F2;F4;A4	Reconociendose el producto como amigable y innovador permitira logar otras alianzasa nvel nacional e internacional
F3;O3;O5	El conocimiento del proceso permitira la creacion de maquinas mediante el apoyo de instituciones de investigacion.
F5;O5	ampliar cada dia mas el personal mediante el apoyo gubernamental.

EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICACION Ir ...

Listo 100%

9:56 a. m. 29/03/2021



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

E10

GENERACION DE ESTRATEGIAS DO

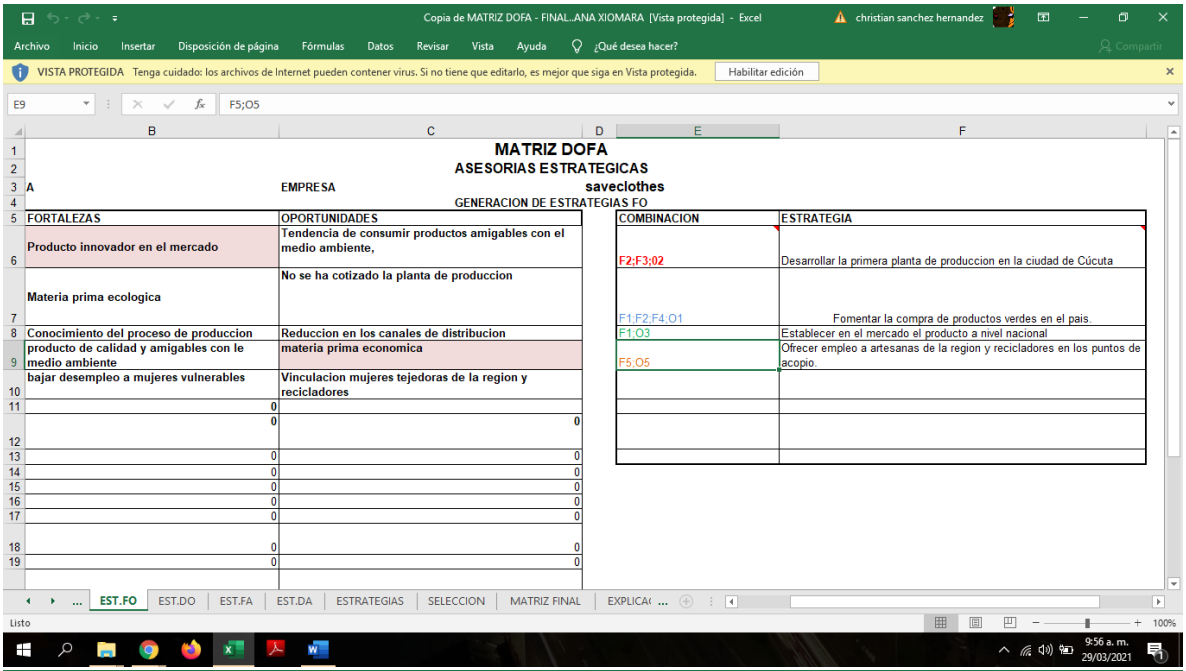
	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1	Marca no posicionada	Tendencia de consumir productos amigables con el medio ambiente,
2	No se han realizado el producto	No se ha cotizado la planta de produccion
3	No marketing al igual que canales d e distribucion.	Reduccion en los canales de distribucion
4	No estadares de calidad	materia prima economica
5	no se conoce el nivel de aceptacion en el mercado	Vinculacion mujeres tejedoras de la region y recicladores
6	0	0
7	0	0

COMBINACION	ESTRATEGIA
D2,O5,O2	Destinar la produccion primaria al personal artesano del departamento.
O1,D5	Desarrollar publicidad en redes sociales con la finalidad de identificar los grupos en facebook que sean ambientalista al cual se les va a dirigir la informacion.
O3,D3,D1,	Para mejorar el posicionamiento y calidad de mi producto, se va a ofrecer productos a menor precio que los productos no amigables en el mercado.
D4,04	Establecer la marca como un producto de calidad proveniente de materia prima economica.

EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICACION

Listo 110%

9:56 a. m. 29/03/2021



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

E9 F5;O5

MATRIZ DOFA

ASESORIAS ESTRATEGICAS

A EMPRESA **saveclothes**

GENERACION DE ESTRATEGIAS FO

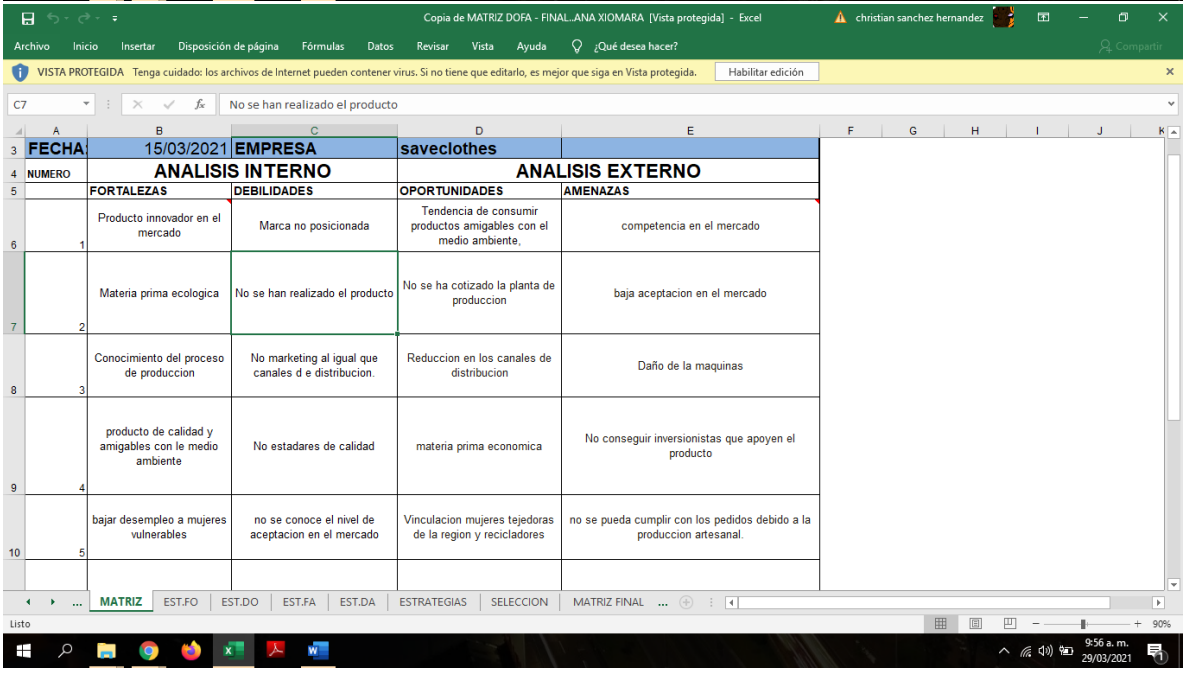
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Producto innovador en el mercado	**Tendencia de consumir productos amigables con el medio ambiente,**
Materia prima ecologica	**No se ha cotizado la planta de produccion**
Conocimiento del proceso de produccion	**Reduccion en los canales de distribucion**
producto de calidad y amigables con le medio ambiente	**materia prima economica**
bajar desempleo a mujeres vulnerables	**Vinculacion mujeres tejedoras de la region y recicladores**
0	
0	0
0	0
0	0
0	0
0	0
0	0
0	0
0	0

COMBINACION	ESTRATEGIA
F2;F3;02	Desarrollar la primera planta de produccion en la ciudad de Cúcuta
F1,F2,F4,O1	Fomentar la compra de productos verdes en el pais.
F1;O3	Establecer en el mercado el producto a nivel nacional
F5;O5	Ofrecer empleo a artesanas de la region y recicladores en los puntos de acopio.

EST.FO EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICA(

Listo 100%

9:56 a. m. 29/03/2021



Copia de MATRIZ DOFA - FINAL...ANA XIOMARA [Vista protegida] - Excel — christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

C7 No se han realizado el producto

FECHA	15/03/2021	EMPRESA	saveclothes	
NUMERO	ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1	Producto innovador en el mercado	Marca no posicionada	Tendencia de consumir productos amigables con el medio ambiente,	competencia en el mercado
2	Materia prima ecologica	No se han realizado el producto	No se ha cotizado la planta de produccion	baja aceptacion en el mercado
3	Conocimiento del proceso de produccion	No marketing al igual que canales d e distribucion.	Reduccion en los canales de distribucion	Daño de la maquinas
4	producto de calidad y amigables con le medio ambiente	No estadares de calidad	materia prima economica	No conseguir inversionistas que apoyen el producto
5	bajar desempleo a mujeres vulnerables	no se conoce el nivel de aceptacion en el mercado	Vinculacion mujeres tejedoras de la region y recicladores	no se pueda cumplir con los pedidos debido a la produccion artesanal.

MATRIZ EST.FO EST.DO EST.FA EST.DA ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL

Listo 90%

9:56 a. m. 29/03/2021

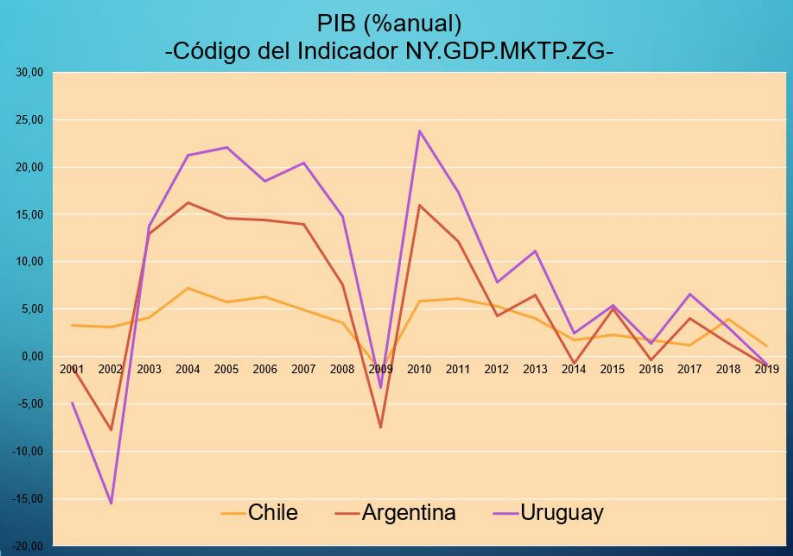
IDENTIFICACION DE IDEAS PARA LA FORMULACION DE PLANES DE NEGOCIO

TALLER DATOS DEL BANCO MUNDIAL

- Indicador del tamaño de la economía PIB
- Indicador del peso de los sectores de la economía
- Indicadores del desarrollo social
- Indicador del mercado laboral
- Indicador sobre los precios de la economía

DANEYSA R. MEDINA C.

Indicador del tamaño de la economía PIB



Indicador del peso de los sectores de la economía



Indicador del peso de los sectores de la economía

Agricultura, valor agregado (% del crecimiento anual)
-Codigo de indicador NV.AGR.TOTL.KD.ZG-

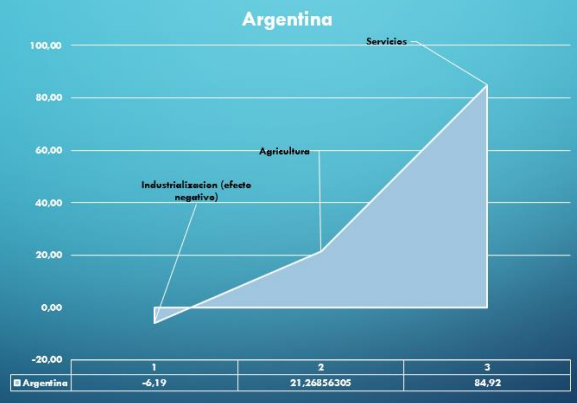


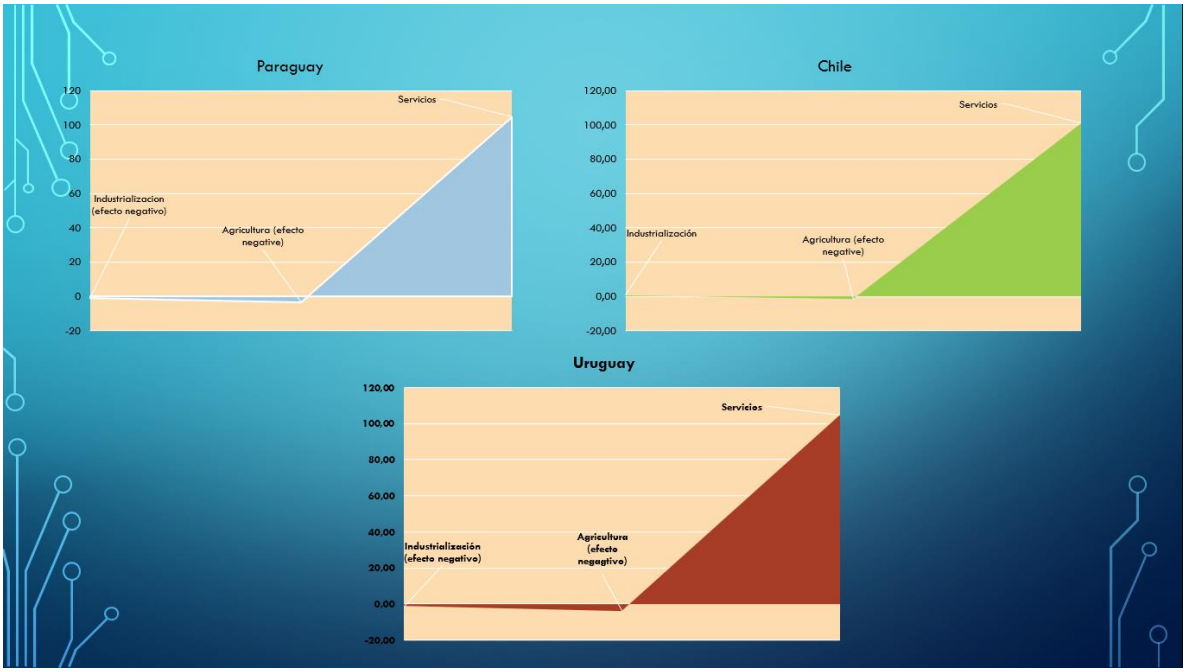
Indicador del peso de los sectores de la economía

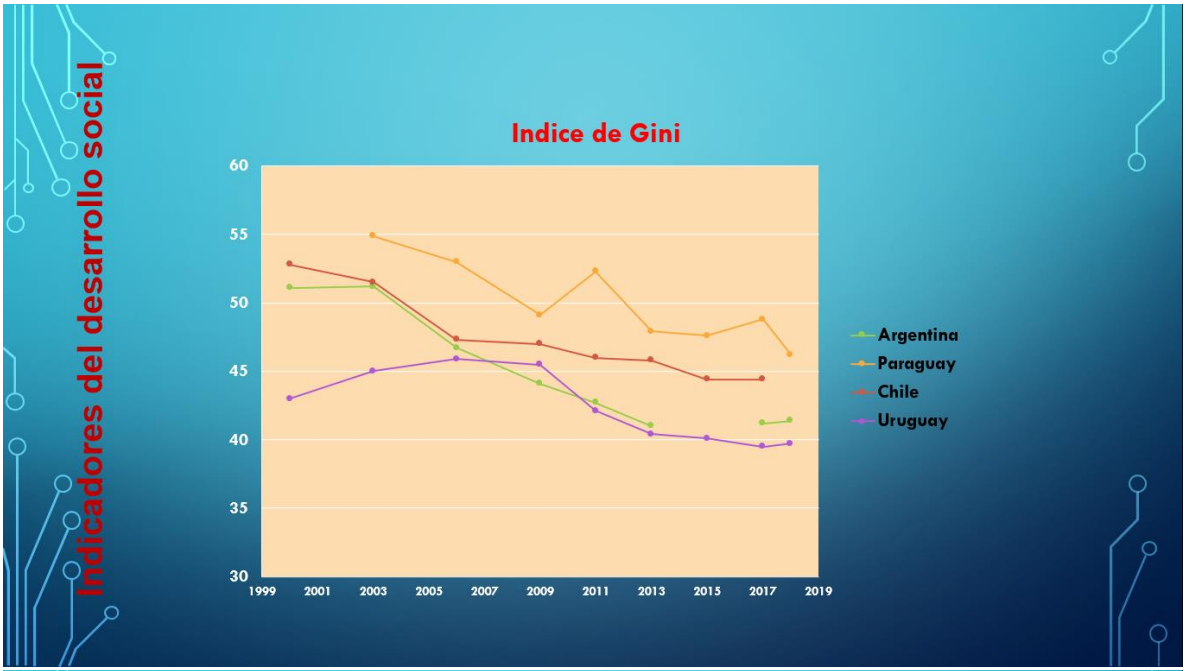
Servicios

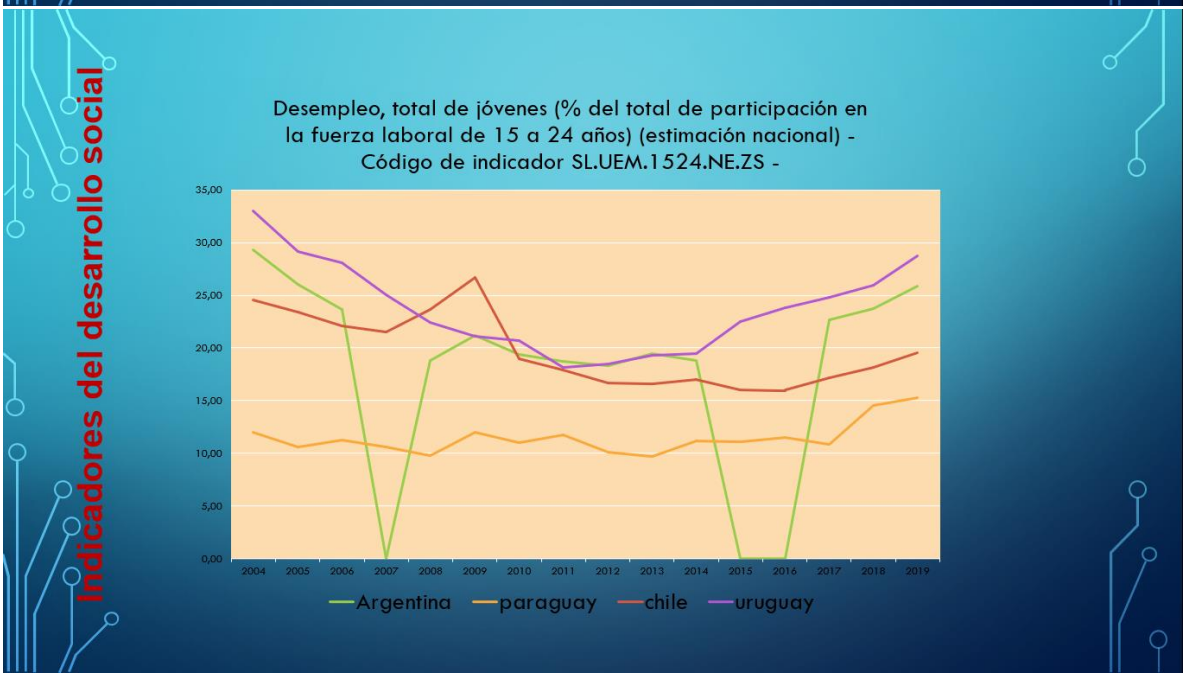


Indicadores del desarrollo social
Ultimo Año 2019



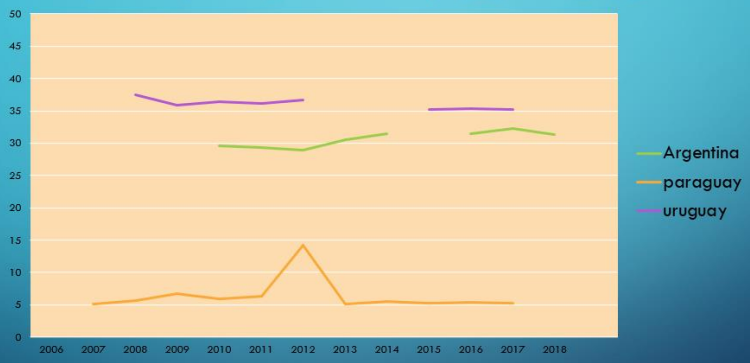

Paraguay
120
100
80
60
40
20
0
-20
Servicios
Industrializacion (efecto negativo)
Agricultura (efecto negative)
Chile
120,00
100,00
80,00
60,00
40,00
20,00
0,00
-20,00
Servicios
Industrialización
Agricultura (efecto negative)
Uruguay
120,00
100,00
80,00
60,00
40,00
20,00
0,00
-20,00
Servicios
Industrialización (efecto negativo)
Agricultura (efecto negative)


Indicadores del desarrollo social
Indice de Gini
60
55
50
45
40
35
30
1999
2001
2003
2005
2007
2009
2011
2013
2015
2017
2019
Argentina
Paraguay
Chile
Uruguay


Indicadores del desarrollo social
Desempleo, total de jóvenes (% del total de participación en la fuerza laboral de 15 a 24 años) (estimación nacional) - Código de indicador SL.UEM.1524.NE.ZS -
35,00
30,00
25,00
20,00
15,00
10,00
5,00
0,00
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019
Argentina
paraguay
chile
uruguay

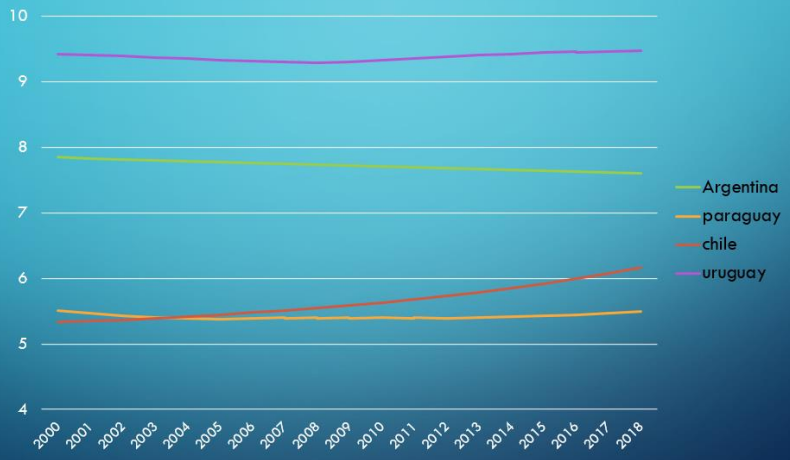
Indicadores del desarrollo social

Cobertura de los programas de seguro social (% de la población) – Código de indicador per_si_allsi.cov_pop_tot

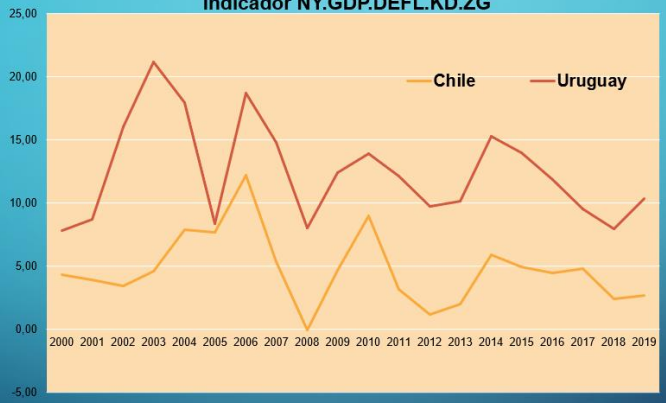


Indicadores del desarrollo social

Tasa de mortalidad en un año (por cada 1.000 personas) - Codigo de indicador SP.DYN.CDRT.IN



Inflación (Indice de deflación del PIB (% anual)-Código de Indicador NY.GDP.DEFL.KD.ZG



No Hay Datos Registrados De Inflación En Argentina En La Base De Datos Del Banco Mundial.

IMPLEMENTACIÓN DE MODELO VIABILIZACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO. ANGY [Vista protegida] - Excel

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

No	FUENTE DE INSPIRACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	DESCRIPCIÓN DE LAS IDEAS DE NEGOCIO	JUSTIFICACIÓN: PORQUÉ LA PROPUESTA PUEDE TENER ÉXITO?	EVALUACIÓN	PUNTAJE	PESO PORCENTUAL DE CADA ÍTEM		PUNTAJE TOTAL DE LA IDEA	IDEA D
5	1. Nombre de la fuente de inspiración: Plan de Marketing - Angre. 2.Explique y justifique la fuente: Tendencia a crear empresa.	Idea 9: Determinar la viabilidad de ideas de negocios, dirigido a aquellas personas entre 18 y 45 años a nivel nacional que quieran emprender.	El surgimiento de esta idea de negocio surgio debido a la situación actual del pais, puesto que, las personas se han visto obligadas a crear empresa por las altas tasas de desempleo, por otra parte, normalmente las personas se les dificulta estructurar las ideas de negocios.	ASPECTO A EVALUAR				4,05	
				1- Nivel de acceso al mercado.	5	12%	0,6		
				2- Segmento de mercado claramente	4	15%	0,6		
				3- Nivel de competencia identificado.	4	10%	0,4		
				4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	3	5%	0,15		
				5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	4	10%	0,4		
				6- Escalabilidad de la idea de negocio	3	12%	0,36		
				7- Conocimientos del proceso técnico para la puesta en marcha de la idea de negocio.	4	11%	0,44		
				8- Motivaciones del equipo emprendedor para desarrollar esta idea de negocios.	5	10%	0,5		
				9- Innovación	4	15%	0,6		
		Idea 10:		ASPECTO A EVALUAR				0	
				1- Nivel de acceso al mercado.	0	12%	0		
				2- Segmento de mercado claramente definido	0	15%	0		
				3- Nivel de competencia identificado.	0	10%	0		
				4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	0	5%	0		
				5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	0	10%	0		
				6- Escalabilidad de la idea de negocio	0	12%	0		
				7- Conocimientos del proceso técnico					

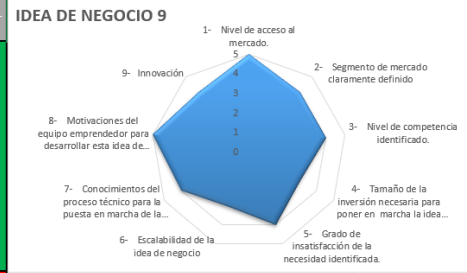
Hoja1

9:58 a. m. 29/03/2021

IMPLEMENTACIÓN DE MODELO VIABILIZACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO. ANGY [Vista protegida] - Excel

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

EVALUACIÓN	PUNTAJE	PESO PORCENTUAL DE CADA ÍTEM		PUNTAJE TOTAL DE LA IDEA
ASPECTO A EVALUAR				4,05
1- Nivel de acceso al mercado.	5	12%	0,6	
2- Segmento de mercado claramente	4	15%	0,6	
3- Nivel de competencia identificado.	4	10%	0,4	
4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	3	5%	0,15	
5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	4	10%	0,4	
6- Escalabilidad de la idea de negocio	3	12%	0,36	
7- Conocimientos del proceso técnico para la puesta en marcha de la idea de negocio.	4	11%	0,44	
8- Motivaciones del equipo emprendedor para desarrollar esta idea de negocios.	5	10%	0,5	
9- Innovación	4	15%	0,6	
ASPECTO A EVALUAR				0
1- Nivel de acceso al mercado.	0	12%	0	
2- Segmento de mercado claramente definido	0	15%	0	
3- Nivel de competencia identificado.	0	10%	0	
4- Tamaño de la inversión necesaria para poner en marcha la idea de negocio.	0	5%	0	
5- Grado de insatisfacción de la necesidad identificada.	0	10%	0	
6- Escalabilidad de la idea de negocio	0	12%	0	
7- Conocimientos del proceso técnico				



Hoja1

9:58 a. m. 29/03/2021

IMPLEMENTACION DE MUESTRA PROBABILISTICA ALEATORIA SIMPLE. - Word

Archivo Inicio Insertar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

Pegar Cortar Copiar Copiar formato — Portapapeles

Times New Ro 12 — Fuente

Párrafo

Normal Sin espa... Título 1 Título 2 Título Subtítulo Énfasis sutil — Estilos

Buscar Reemplazar Seleccionar — Edición

IDENTIFICACIÓN DE IDEAS Y FORMULACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO.

TAMAÑO DE UNA MUESTRA ALEATORIA PROBABILISTICA.

Teniendo en cuenta que no se conoce el tamaño de la población se decidió utilizar la siguiente formula:

$$n: \frac{z^2 pq}{E^2}$$

Donde:

n: Corresponde al tamaño de la muestra.

z: Corresponde al nivel de confianza.

p: Probabilidad de que algo ocurra.

q: Probabilidad de que algo no ocurra.

E: limite aceptable de error muestral.

Conocer lo anterior servirá para obtener el tamaño de la muestra.

Página 1 de 1 144 palabras Español (España)

9:59 a. m. 29/03/2021

IMPLEMENTACION DE MUESTRA PROBABILISTICA ALEATORIA SIMPLE. - Word

E: limite aceptable de error muestral.

Conocer lo anterior servirá para obtener el tamaño de la muestra.

Para Porcentajes Con Variable Cualitativa		
SIN CONOCER EL TAMAÑO DE LA MUESTRA		
Variables	**Valores**	**Valores en porcentaje**
Z	2,05	
P	0,5	50
Q	0,5	50
E	0,04	4
TOTAL	656,64	
TOTAL APROXIMADO	**657**	
Probabilidad de ocurrencia		
100		

Se necesitan hacer 657 encuestas para determinar la viabilidad de esta idea de negocio, con un nivel de confianza del 96% y un margen de error del 4%.

Página 1 de 1 144 palabras Español (España) 100%

MATRIZ DOFA. daneysa medina [Vista protegida] - Excel

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

D9 Transporte al destino final

MATRIZ DOFA

ASESORIAS ESTRATEGICAS

FECHA: 8/03/2021 **EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA**

NUMERO	ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1	Producto a buen precio	Experiencia en el mercado del café	Tendencia de Consumir un buen café colombiano en otros paises	Nuevos exportadores
2	Adquisicion directa al proveedor	Poco marketing	Poca variedad de tipos de café en venta	Sustitutos Imperfectos
3	Café es 100% colombiano	Transporte al destino final	Reduccion en los canales de distribucion	Imposicion tributaria/aduanera
4	Mano de obra colombiana, economica y calificada	Informacion con respecto a los aranceles aduanales	Producto terminado, no requiere refrigeracion	Epoca/Temporada
5	Marca reconocida		No pago de Iva	
			Mano de obra economica	

PORTADA | Instrucciones | Teoria | MATRIZ | EST.FO | EST.DO | EST.FA | EST.DA | ESTRA ...

Listo 90%

MATRIZ DOFA. daneysa medina [Vista protegida] - Excel

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

F14

MATRIZ DOFA

ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA **EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA**

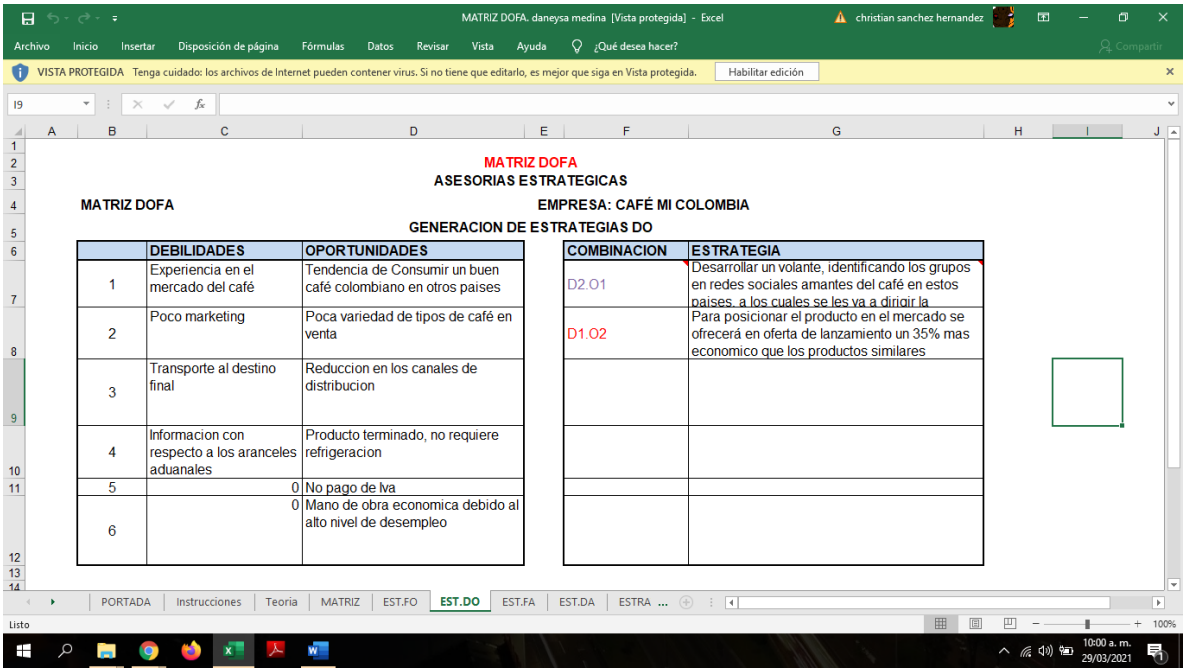
GENERACION DE ESTRATEGIAS FO

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1	Producto a buen precio	Tendencia de Consumir un buen café colombiano en otros paises
2	Adquisicion directa al proveedor	Poca variedad de tipos de café en venta
3	Café es 100% colombiano	Reduccion en los canales de distribucion
4	Mano de obra colombiana, economica y calificada	Producto terminado, no requiere refrigeracion
5	Marca reconocida	No pago de Iva
6	Compromiso por parte del personal empleado	

COMBINACIO	ESTRATEGIA
F3.F5.O1.O2	Venta y distribucion de café 100% colombiano de marca reconocida en paises como Argentina, Uruguay y Paraguay debido a su tendencia al incremento del consumo de café

PORTADA | Instrucciones | Teoria | MATRIZ | EST.FO | EST.DO | EST.FA | EST.DA | ESTRA ...

Listo 100%



MATRIZ DOFA

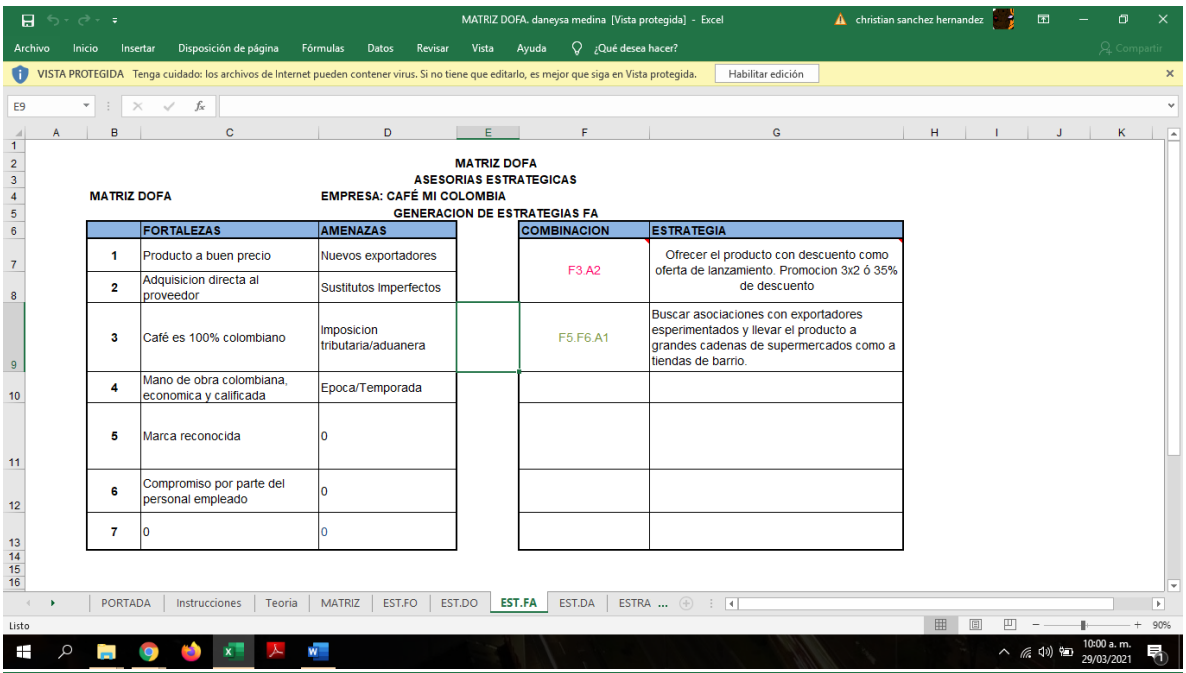
ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA — **EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA**

GENERACION DE ESTRATEGIAS DO

	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1	Experiencia en el mercado del café	Tendencia de Consumir un buen café colombiano en otros paises
2	Poco marketing	Poca variedad de tipos de café en venta
3	Transporte al destino final	Reduccion en los canales de distribucion
4	Informacion con respecto a los aranceles aduanales	Producto terminado, no requiere refrigeracion
5	0	No pago de Iva
6	0	Mano de obra economica debido al alto nivel de desempleo

COMBINACION	ESTRATEGIA
D2.O1	Desarrollar un volante, identificando los grupos en redes sociales amantes del café en estos paises, a los cuales se les va a dirigir la
D1.O2	Para posicionar el producto en el mercado se ofrecerá en oferta de lanzamiento un 35% mas economico que los productos similares



MATRIZ DOFA

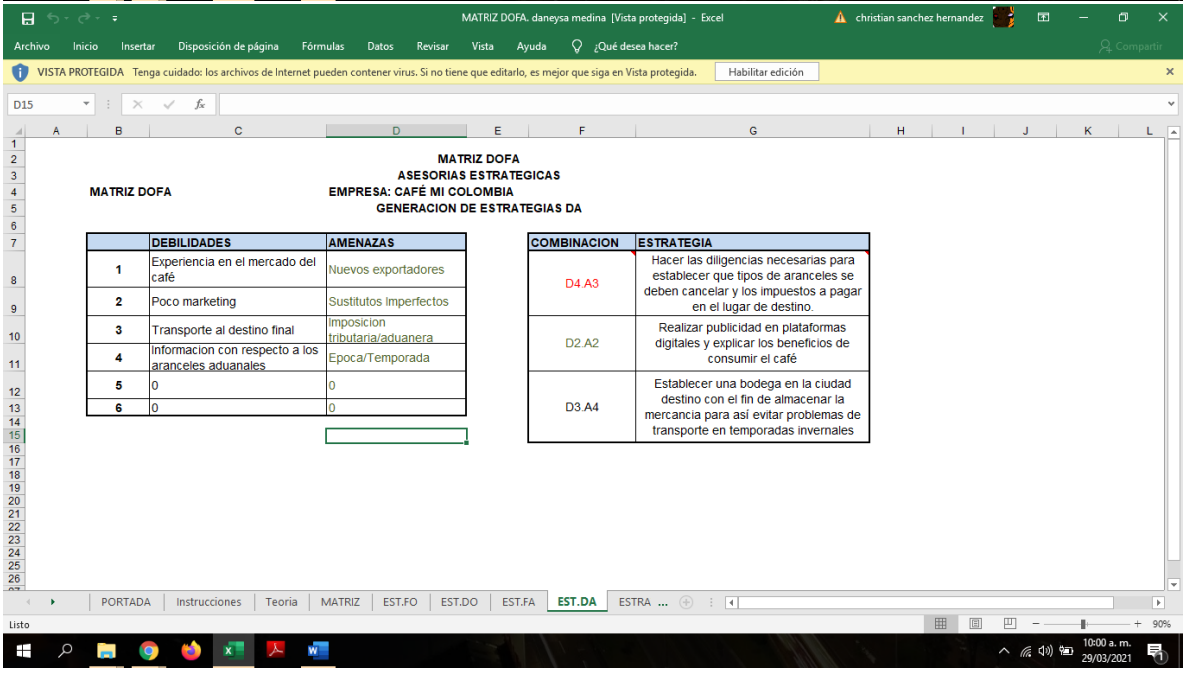
ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA — **EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA**

GENERACION DE ESTRATEGIAS FA

	FORTALEZAS	AMENAZAS
1	Producto a buen precio	Nuevos exportadores
2	Adquisicion directa al proveedor	Sustitutos Imperfectos
3	Café es 100% colombiano	Imposicion tributaria/aduanera
4	Mano de obra colombiana, economica y calificada	Epoca/Temporada
5	Marca reconocida	0
6	Compromiso por parte del personal empleado	0
7	0	0

COMBINACION	ESTRATEGIA
F3.A2	Ofrecer el producto con descuento como oferta de lanzamiento. Promocion 3x2 ó 35% de descuento
F5.F6.A1	Buscar asociaciones con exportadores esperimentados y llevar el producto a grandes cadenas de supermercados como a tiendas de barrio.



MATRIZ DOFA

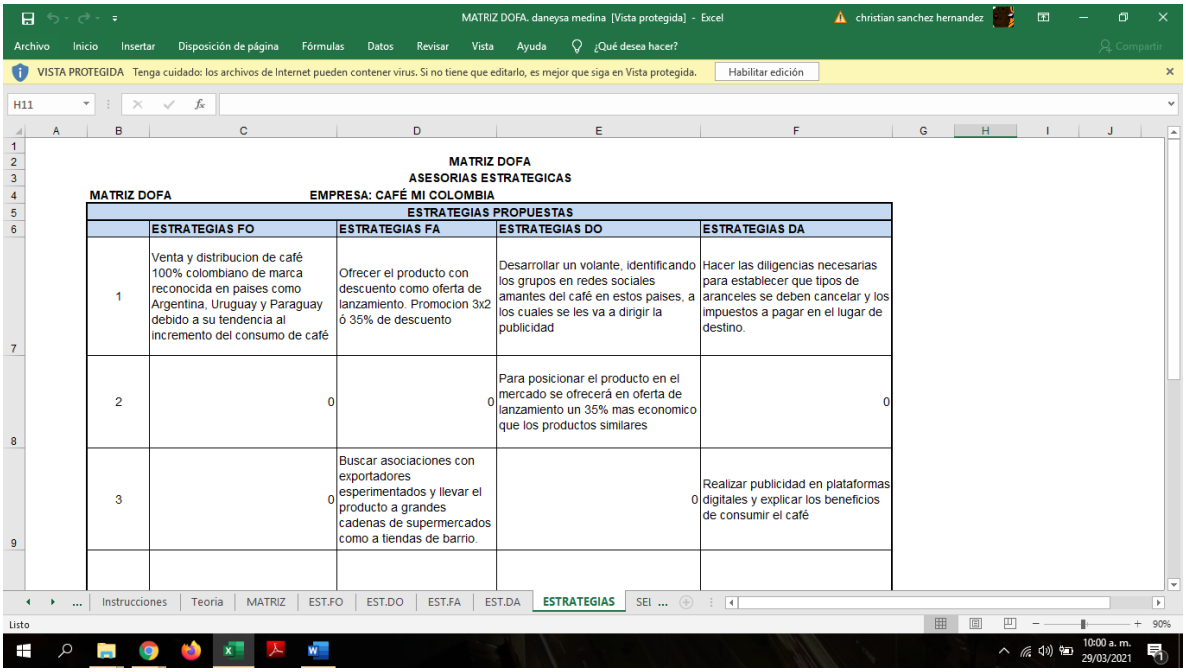
ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA — **EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA**

GENERACION DE ESTRATEGIAS DA

	DEBILIDADES	AMENAZAS
1	Experiencia en el mercado del café	Nuevos exportadores
2	Poco marketing	Sustitutos Imperfectos
3	Transporte al destino final	Imposicion tributaria/aduanera
4	Informacion con respecto a los aranceles aduanales	Epoca/Temporada
5	0	0
6	0	0

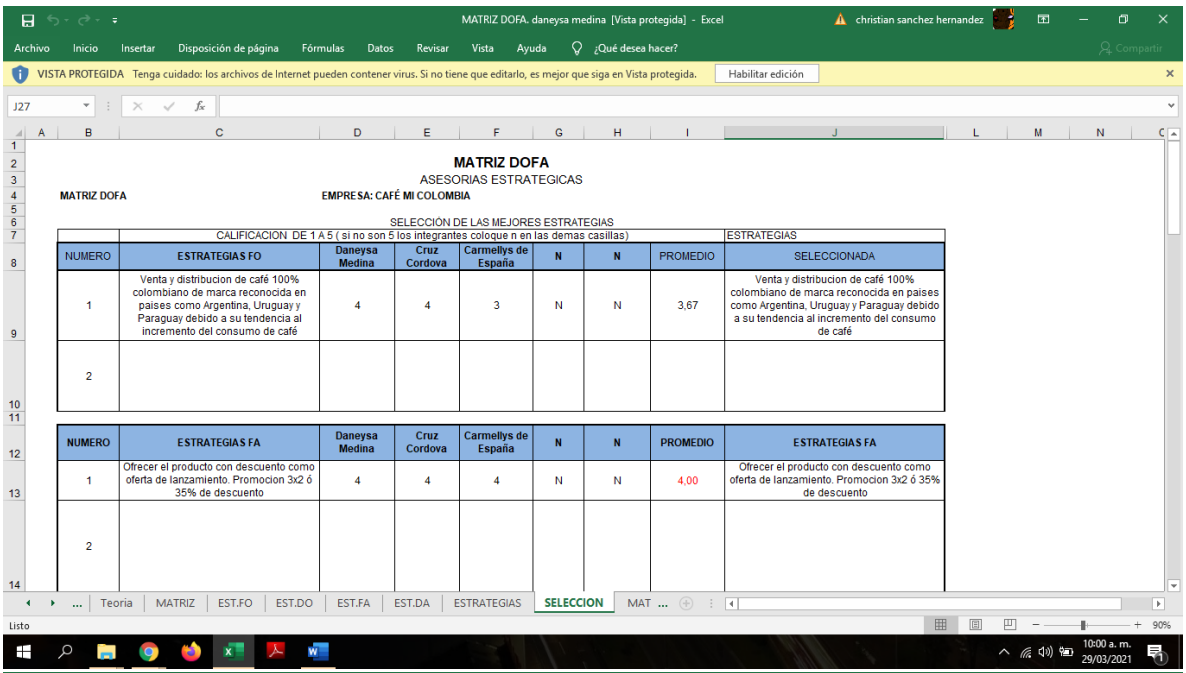
COMBINACION	ESTRATEGIA
D4.A3	Hacer las diligencias necesarias para establecer que tipos de aranceles se deben cancelar y los impuestos a pagar en el lugar de destino.
D2.A2	Realizar publicidad en plataformas digitales y explicar los beneficios de consumir el café
D3.A4	Establecer una bodega en la ciudad destino con el fin de almacenar la mercancia para así evitar problemas de transporte en temporadas invernales



MATRIZ DOFA
ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA **EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA**

	ESTRATEGIAS PROPUESTAS			
	ESTRATEGIAS FO	**ESTRATEGIAS FA**	**ESTRATEGIAS DO**	**ESTRATEGIAS DA**
1	Venta y distribucion de café 100% colombiano de marca reconocida en paises como Argentina, Uruguay y Paraguay debido a su tendencia al incremento del consumo de café	Ofrecer el producto con descuento como oferta de lanzamiento. Promocion 3x2 ó 35% de descuento	Desarrollar un volante, identificando los grupos en redes sociales amantes del café en estos paises, a los cuales se les va a dirigir la publicidad	Hacer las diligencias necesarias para establecer que tipos de aranceles se deben cancelar y los impuestos a pagar en el lugar de destino.
2	0	0	Para posicionar el producto en el mercado se ofrecerá en oferta de lanzamiento un 35% mas economico que los productos similares	0
3	0	Buscar asociaciones con exportadores esperimentados y llevar el producto a grandes cadenas de supermercados como a tiendas de barrio.	0	Realizar publicidad en plataformas digitales y explicar los beneficios de consumir el café



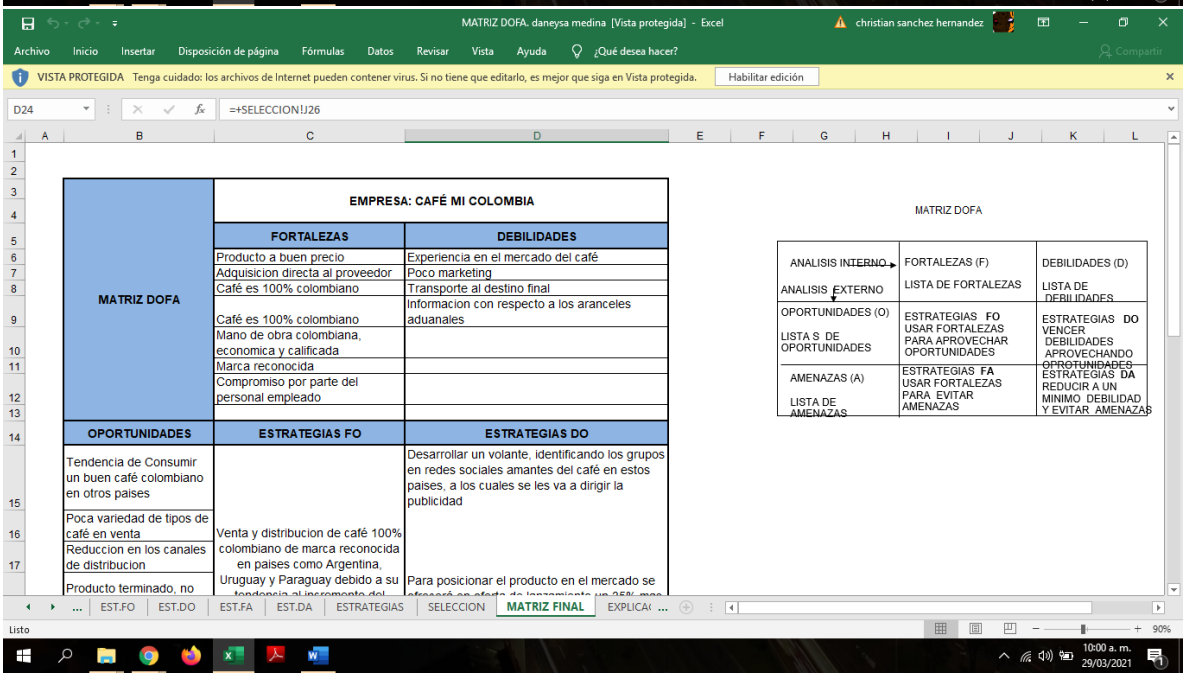
MATRIZ DOFA
ASESORIAS ESTRATEGICAS

MATRIZ DOFA **EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA**

SELECCIÓN DE LAS MEJORES ESTRATEGIAS

	CALIFICACION DE 1 A 5 (si no son 5 los integrantes coloque n en las demas casillas)							ESTRATEGIAS
NUMERO	**ESTRATEGIAS FO**	**Daneysa Medina**	**Cruz Cordova**	**Carmellys de España**	**N**	**N**	PROMEDIO	SELECCIONADA
1	Venta y distribucion de café 100% colombiano de marca reconocida en paises como Argentina, Uruguay y Paraguay debido a su tendencia al incremento del consumo de café	4	4	3	N	N	3,67	Venta y distribucion de café 100% colombiano de marca reconocida en paises como Argentina, Uruguay y Paraguay debido a su tendencia al incremento del consumo de café
2								

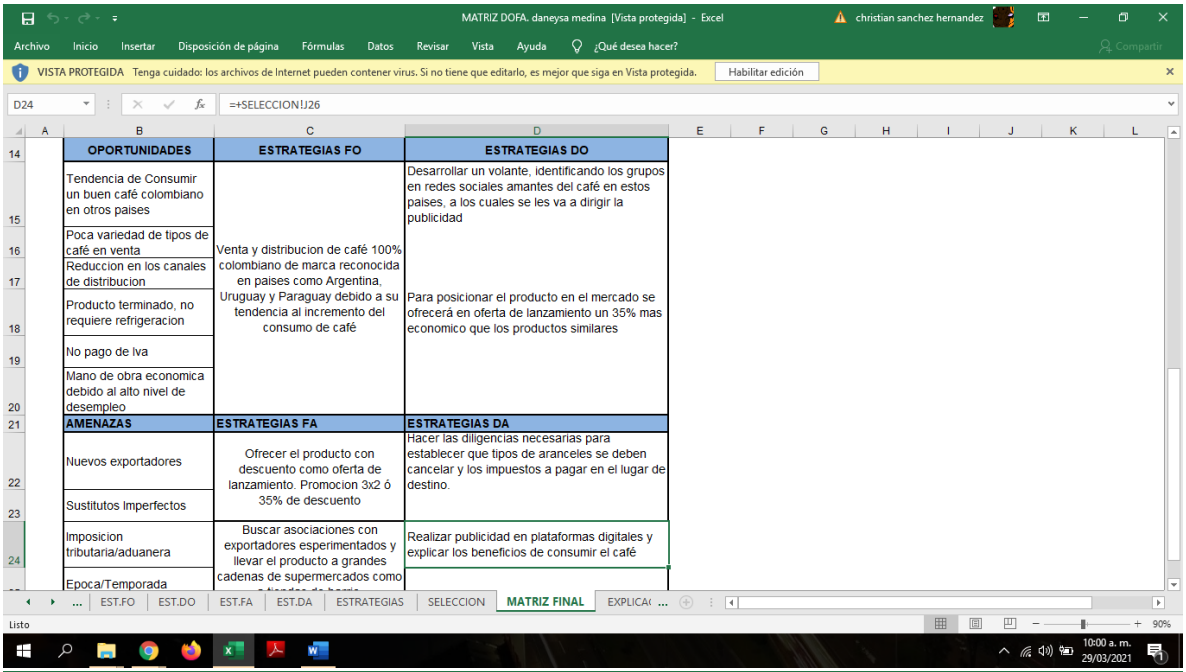
NUMERO	ESTRATEGIAS FA	Daneysa Medina	Cruz Cordova	Carmellys de España	N	N	PROMEDIO	ESTRATEGIAS FA
1	Ofrecer el producto con descuento como oferta de lanzamiento. Promocion 3x2 ó 35% de descuento	4	4	4	N	N	4,00	Ofrecer el producto con descuento como oferta de lanzamiento. Promocion 3x2 ó 35% de descuento
2								



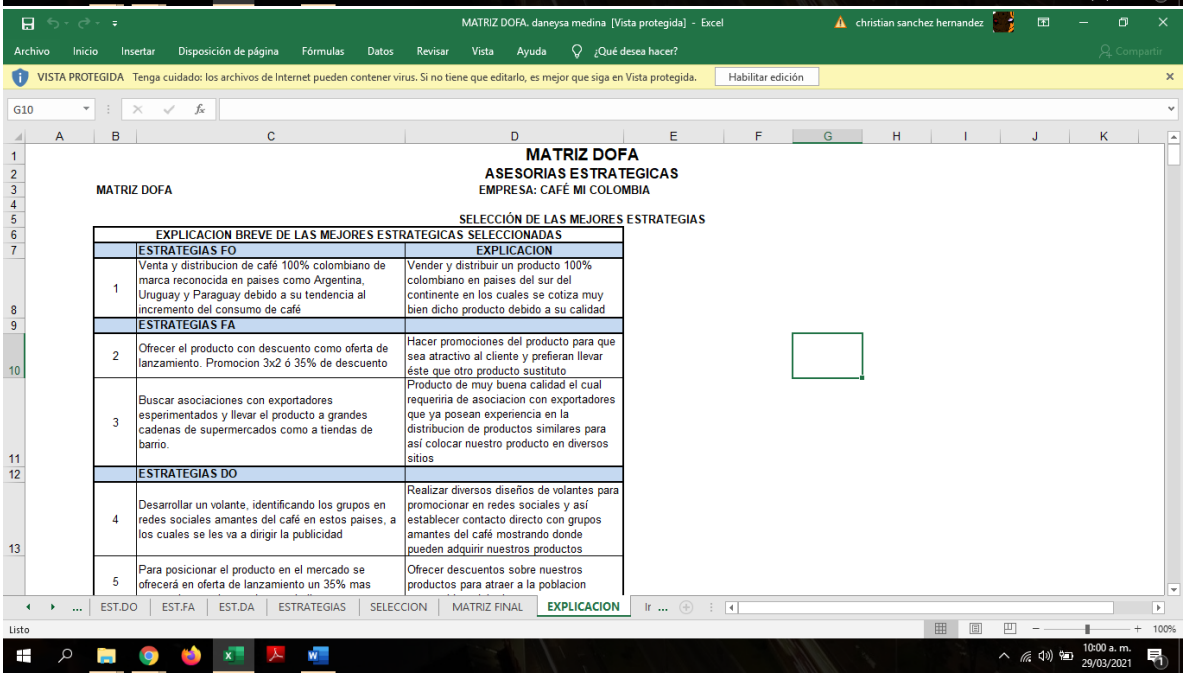
MATRIZ DOFA	EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA	
	FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
	Producto a buen precio	Experiencia en el mercado del café
	Adquisicion directa al proveedor	Poco marketing
	Café es 100% colombiano	Transporte al destino final
	Café es 100% colombiano	Informacion con respecto a los aranceles aduanales
	Mano de obra colombiana, economica y calificada	
	Marca reconocida	
	Compromiso por parte del personal empleado	
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIAS FO**	**ESTRATEGIAS DO**
Tendencia de Consumir un buen café colombiano en otros paises	Venta y distribucion de café 100% colombiano de marca reconocida en paises como Argentina, Uruguay y Paraguay debido a su tendencia al incremento del	Desarrollar un volante, identificando los grupos en redes sociales amantes del café en estos paises, a los cuales se les va a dirigir la publicidad
Poca variedad de tipos de café en venta		
Reduccion en los canales de distribucion		
Producto terminado, no		Para posicionar el producto en el mercado se

MATRIZ DOFA

ANALISIS INTERNO → / ANALISIS EXTERNO ↓	FORTALEZAS (F) LISTA DE FORTALEZAS	DEBILIDADES (D) LISTA DE DEBILIDADES
OPORTUNIDADES (O) LISTA S DE OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO USAR FORTALEZAS PARA APROVECHAR OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DO VENCER DEBILIDADES APROVECHANDO OPROTUNIDADES
AMENAZAS (A) LISTA DE AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA USAR FORTALEZAS PARA EVITAR AMENAZAS	ESTRATEGIAS DA REDUCIR A UN MINIMO DEBILIDAD Y EVITAR AMENAZAS



	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
14	Tendencia de Consumir un buen café colombiano en otros paises	Venta y distribucion de café 100% colombiano de marca reconocida en paises como Argentina, Uruguay y Paraguay debido a su tendencia al incremento del consumo de café	Desarrollar un volante, identificando los grupos en redes sociales amantes del café en estos paises, a los cuales se les va a dirigir la publicidad
15	Poca variedad de tipos de café en venta		
16	Reduccion en los canales de distribucion		Para posicionar el producto en el mercado se ofrecerá en oferta de lanzamiento un 35% mas economico que los productos similares
17	Producto terminado, no requiere refrigeracion		
18	No pago de Iva		
19	Mano de obra economica debido al alto nivel de desempleo		
20	**AMENAZAS**	**ESTRATEGIAS FA**	**ESTRATEGIAS DA**
21	Nuevos exportadores	Ofrecer el producto con descuento como oferta de lanzamiento. Promocion 3x2 ó 35% de descuento	Hacer las diligencias necesarias para establecer que tipos de aranceles se deben cancelar y los impuestos a pagar en el lugar de destino.
22	Sustitutos Imperfectos		
23	Imposicion tributaria/aduanera	Buscar asociaciones con exportadores esperimentados y llevar el producto a grandes cadenas de supermercados como	Realizar publicidad en plataformas digitales y explicar los beneficios de consumir el café
24	Epoca/Temporada		



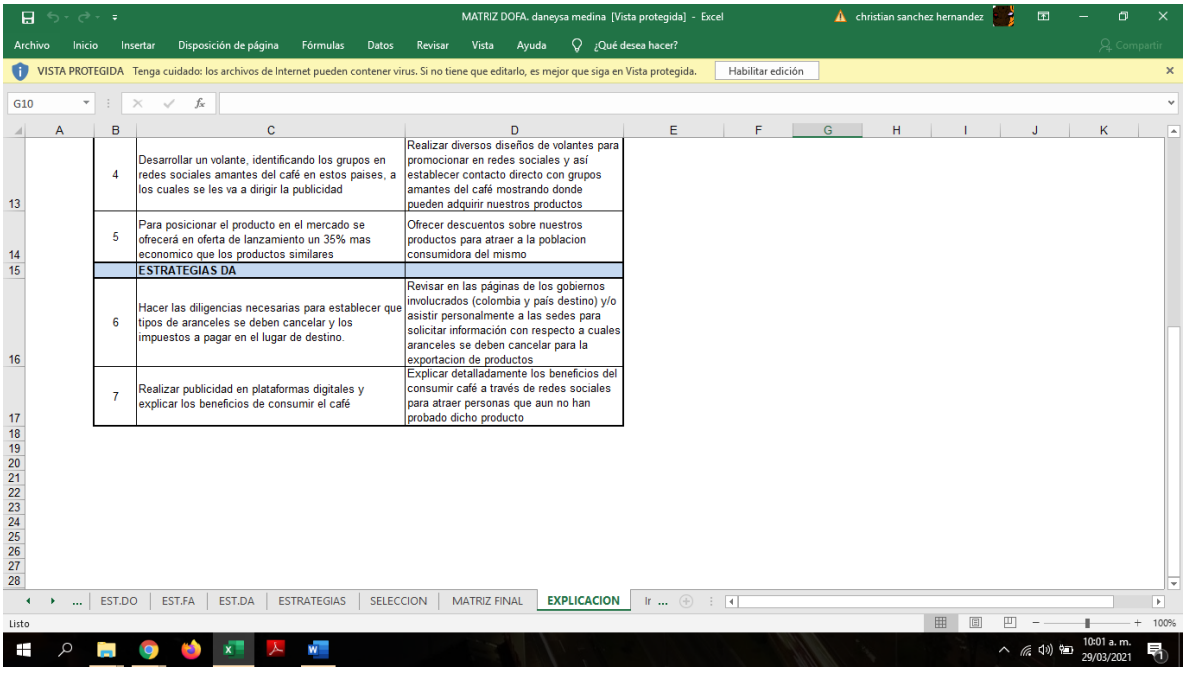
MATRIZ DOFA

ASESORIAS ESTRATEGICAS

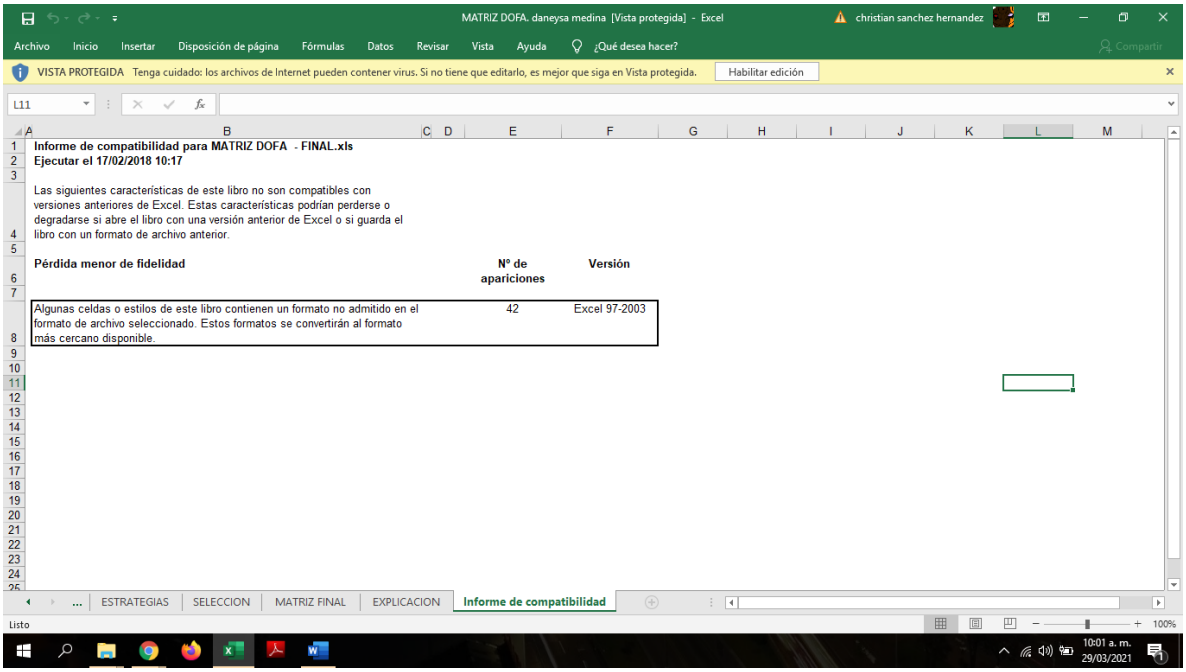
MATRIZ DOFA — **EMPRESA: CAFÉ MI COLOMBIA**

SELECCIÓN DE LAS MEJORES ESTRATEGIAS

	EXPLICACION BREVE DE LAS MEJORES ESTRATEGICAS SELECCIONADAS	
	ESTRATEGIAS FO	**EXPLICACION**
1	Venta y distribucion de café 100% colombiano de marca reconocida en paises como Argentina, Uruguay y Paraguay debido a su tendencia al incremento del consumo de café	Vender y distribuir un producto 100% colombiano en paises del sur del continente en los cuales se cotiza muy bien dicho producto debido a su calidad
	ESTRATEGIAS FA	
2	Ofrecer el producto con descuento como oferta de lanzamiento. Promocion 3x2 ó 35% de descuento	Hacer promociones del producto para que sea atractivo al cliente y prefieran llevar éste que otro producto sustituto
3	Buscar asociaciones con exportadores esperimentados y llevar el producto a grandes cadenas de supermercados como a tiendas de barrio.	Producto de muy buena calidad el cual requeriria de asociacion con exportadores que ya posean experiencia en la distribucion de productos similares para así colocar nuestro producto en diversos sitios
	ESTRATEGIAS DO	
4	Desarrollar un volante, identificando los grupos en redes sociales amantes del café en estos paises, a los cuales se les va a dirigir la publicidad	Realizar diversos diseños de volantes para promocionar en redes sociales y así establecer contacto directo con grupos amantes del café mostrando donde pueden adquirir nuestros productos
5	Para posicionar el producto en el mercado se ofrecerá en oferta de lanzamiento un 35% mas	Ofrecer descuentos sobre nuestros productos para atraer a la poblacion



4	Desarrollar un volante, identificando los grupos en redes sociales amantes del café en estos paises, a los cuales se les va a dirigir la publicidad	Realizar diversos diseños de volantes para promocionar en redes sociales y así establecer contacto directo con grupos amantes del café mostrando donde pueden adquirir nuestros productos
5	Para posicionar el producto en el mercado se ofrecerá en oferta de lanzamiento un 35% mas economico que los productos similares	Ofrecer descuentos sobre nuestros productos para atraer a la poblacion consumidora del mismo
	ESTRATEGIAS DA	
6	Hacer las diligencias necesarias para establecer que tipos de aranceles se deben cancelar y los impuestos a pagar en el lugar de destino.	Revisar en las páginas de los gobiernos involucrados (colombia y país destino) y/o asistir personalmente a las sedes para solicitar información con respecto a cuales aranceles se deben cancelar para la exportacion de productos
7	Realizar publicidad en plataformas digitales y explicar los beneficios de consumir el café	Explicar detalladamente los beneficios del consumir café a través de redes sociales para atraer personas que aun no han probado dicho producto



MATRIZ DOFA. daneysa medina [Vista protegida] - Excel

christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

Informe de compatibilidad para MATRIZ DOFA - FINAL.xls
Ejecutar el 17/02/2018 10:17

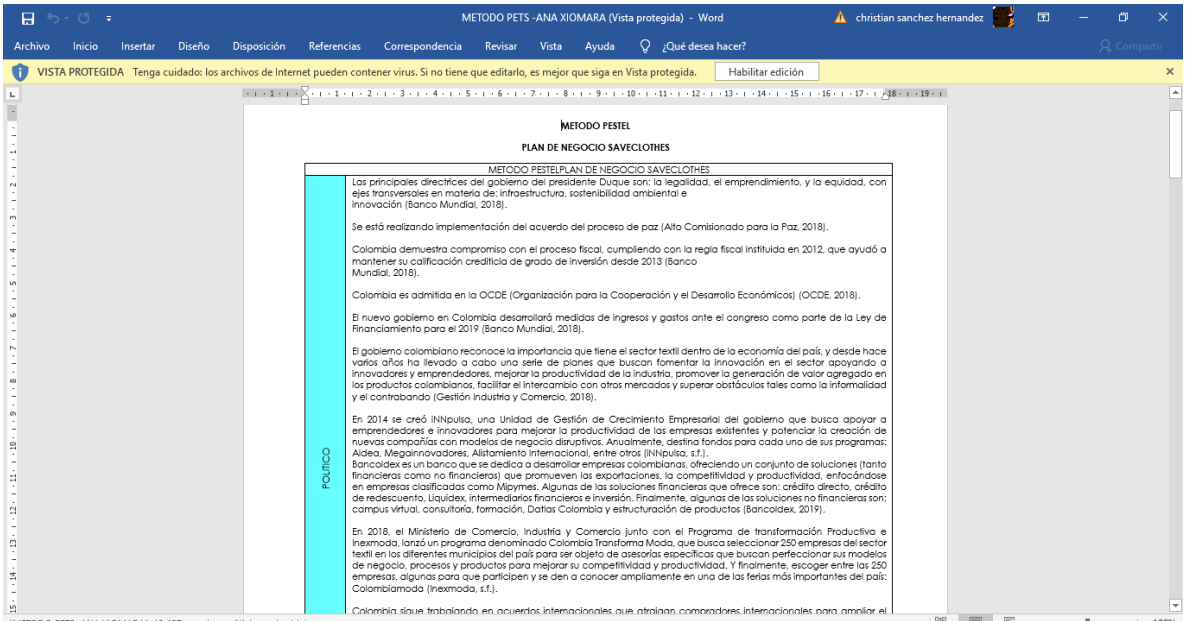
Las siguientes características de este libro no son compatibles con versiones anteriores de Excel. Estas características podrían perderse o degradarse si abre el libro con una versión anterior de Excel o si guarda el libro con un formato de archivo anterior.

Pérdida menor de fidelidad	Nº de apariciones	Versión
Algunas celdas o estilos de este libro contienen un formato no admitido en el formato de archivo seleccionado. Estos formatos se convertirán al formato más cercano disponible.	42	Excel 97-2003

ESTRATEGIAS SELECCION MATRIZ FINAL EXPLICACION **Informe de compatibilidad**

Listo

10:01 a. m. 29/03/2021



METODO PETS -ANA XIOMARA (Vista protegida) - Word

christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

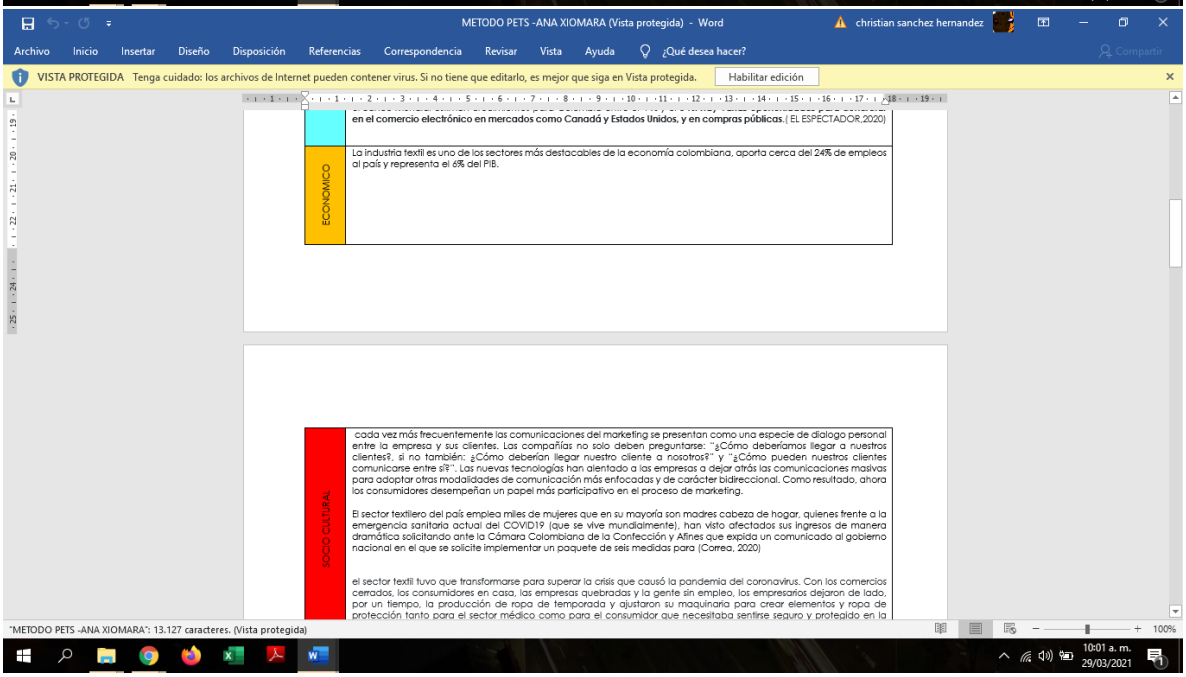
METODO PESTEL

PLAN DE NEGOCIO SAVECLOTHES

METODO PESTELPLAN DE NEGOCIO SAVECLOTHES	
POLITICO	Las principales directrices del gobierno del presidente Duque son: la legalidad, el emprendimiento, y la equidad, con ejes transversales en materia de: infraestructura, sostenibilidad ambiental e innovación (Banco Mundial, 2018). Se está realizando implementación del acuerdo del proceso de paz (Alto Comisionado para la Paz, 2018). Colombia demuestra compromiso con el proceso fiscal, cumpliendo con la regla fiscal instituida en 2012, que ayudó a mantener su calificación crediticia de grado de inversión desde 2013 (Banco Mundial, 2018). Colombia es admitida en la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) (OCDE, 2018). El nuevo gobierno en Colombia desarrollará medidas de ingresos y gastos ante el congreso como parte de la Ley de Financiamiento para el 2019 (Banco Mundial, 2018). El gobierno colombiano reconoce la importancia que tiene el sector textil dentro de la economía del país, y desde hace varios años ha llevado a cabo una serie de planes que buscan fomentar la innovación en el sector apoyando a innovadores y emprendedores, mejorar la productividad de la industria, promover la generación de valor agregado en los productos colombianos, facilitar el intercambio con otros mercados y superar obstáculos tales como la informalidad y el contrabando (Gestión Industria y Comercio, 2018). En 2014 se creó INNpulsa, una Unidad de Gestión de Crecimiento Empresarial del gobierno que busca apoyar a emprendedores e innovadores para mejorar la productividad de las empresas existentes y potenciar la creación de nuevas compañías con modelos de negocio disruptivos. Anualmente, destina fondos para cada uno de sus programas: Aldea, Megainnovadores, Alistamiento Internacional, entre otros (INNpulsa, s.f.). Bancoldex es un banco que se dedica a desarrollar empresas colombianas, ofreciendo un conjunto de soluciones (tanto financieras como no financieras) que promueven las exportaciones, la competitividad y productividad, enfocándose en empresas clasificadas como Mipymes. Algunas de las soluciones financieras que ofrece son: crédito directo, crédito de redescuento, Liquidex, intermediarios financieros e inversión. Finalmente, algunas de las soluciones no financieras son: campus virtual, consultoría, formación, Datlas Colombia y estructuración de productos (Bancoldex, 2019). En 2018, el Ministerio de Comercio, Industria y Comercio junto con el Programa de transformación Productiva e Inexmoda, lanzó un programa denominado Colombia Transforma Moda, que busca seleccionar 250 empresas del sector textil en los diferentes municipios del país para ser objeto de asesorías específicas que buscan perfeccionar sus modelos de negocio, procesos y productos para mejorar su competitividad y productividad. Y finalmente, escoger entre las 250 empresas, algunas para que participen y se den a conocer ampliamente en una de las ferias más importantes del país: Colombiamoda (Inexmoda, s.f.). Colombia sigue trabajando en acuerdos internacionales que atraigan compradores internacionales para ampliar el

"METODO PETS -ANA XIOMARA": 13.127 caracteres. (Vista protegida)

10:01 a. m. 29/03/2021



METODO PETS -ANA XIOMARA (Vista protegida) - Word

christian sanchez hernandez

Archivo Inicio Insertar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

	en el comercio electrónico en mercados como Canadá y Estados Unidos, y en compras públicas.(EL ESPECTADOR,2020)
ECONOMICO	La industria textil es uno de los sectores más destacables de la economía colombiana, aporta cerca del 24% de empleos al país y representa el 6% del PIB.

SOCIO CULTURAL	cada vez más frecuentemente las comunicaciones del marketing se presentan como una especie de dialogo personal entre la empresa y sus clientes. Las compañías no solo deben preguntarse: "¿Cómo deberíamos llegar a nuestros clientes?, si no también: ¿Cómo deberían llegar nuestro cliente a nosotros?" y "¿Cómo pueden nuestros clientes comunicarse entre sí?". Las nuevas tecnologías han alentado a las empresas a dejar atrás las comunicaciones masivas para adoptar otras modalidades de comunicación más enfocadas y de carácter bidireccional. Como resultado, ahora los consumidores desempeñan un papel más participativo en el proceso de marketing. El sector textilero del país emplea miles de mujeres que en su mayoría son madres cabeza de hogar, quienes frente a la emergencia sanitaria actual del COVID19 (que se vive mundialmente), han visto afectados sus ingresos de manera dramática solicitando ante la Cámara Colombiana de la Confección y Afines que expida un comunicado al gobierno nacional en el que se solicite implementar un paquete de seis medidas para (Correa, 2020) el sector textil tuvo que transformarse para superar la crisis que causó la pandemia del coronavirus. Con los comercios cerrados, los consumidores en casa, las empresas quebradas y la gente sin empleo, los empresarios dejaron de lado, por un tiempo, la producción de ropa de temporada y ajustaron su maquinaria para crear elementos y ropa de protección tanto para el sector médico como para el consumidor que necesitaba sentirse seguro y protegido en la

"METODO PETS -ANA XIOMARA": 13.127 caracteres. (Vista protegida)

10:01 a. m. 29/03/2021

el sector textil tuvo que transformarse para superar la crisis que causó la pandemia del coronavirus. Con los comercios cerrados, los consumidores en casa, las empresas quebradas y la gente sin empleo, los empresarios dejaron de lado, por un tiempo, la producción de ropa de temporada y ajustaron su maquinaria para crear elementos y ropa de protección tanto para el sector médico como para el consumidor que necesitaba sentirse seguro y protegido en la calle. (EL ESPECTADOR, 2020)

TECNOLOGICO

El MinTIC diseñó el implementó la iniciativa denominada APPS.CO el cual tiene como objetivo ser mediador y gestor del emprendimiento digital en el país, de tal forma que potencie la generación de capacidades y conocimiento TIC de forma masiva entre los colombianos, priorizando el desarrollo de aplicaciones móviles, plataformas web, Software y contenidos digitales (Apps.co).

En cuanto a este sector se plantea lo referido por (Centro Virtual de Negocios, 2019). "la Organización Internacional del Trabajo (ILO, por sus siglas en inglés), la robótica, la analítica, la inteligencia artificial, las tecnologías cognitivas, la nanotecnología y el Internet de las cosas (IoT), son actualmente las bases de esta nueva etapa industrial que cobija a todos los sectores industriales, incluido el textil.

El uso de materia prima inteligente marcará el avance de la industria textil en la producción de prendas, materiales como los polímeros, carbono o residuos reciclados serán los elementos utilizados para la fabricación de nuevas fibras de alto rendimiento. También se apunta a mejorar los trajes de los bomberos o prendas médicas que sean capaces de detectar, actuar, almacenar y comunicar. Es aquí donde los wearables se combinan por medio de soluciones como el Internet de las Cosas, análisis de datos o la Inteligencia a Artificial. (Centro Virtual de Negocios, 2019)

las iniciativas del Gobierno Nacional está previsto apoyar la industria textil a través de los llamados bonos naranja, enmarcados en la Economía Naranja del Plan Nacional de Desarrollo. Estos bonos son un instrumento financiero que está destinado para financiar o refinanciar, vía crédito, las actividades y proyectos de las empresas del sector textil con un enfoque sostenible. (Centro Virtual de Negocios, 2019).
Se están desarrollando las Fibras Ecológicas o Fibras Sostenibles, las cuales deben cumplir con requisitos de sostenibilidad y propiedades de incorporación a los procesos productivos (Fundación LCI Education, 2016).

Se ha presentado un aumento del 12% en la adquisición de maquinaria de última tecnología para el sector textil colombiano (Fashion Network, 2018).

Enka es la única empresa en Colombia que ha desarrollado tecnología de punta para el reciclaje de PET para la elaboración de materias primas para el sector textil (Enka, s.f).
Se están desarrollando estudios para la creación de prendas textiles a partir de residuos de ropa y similares (Agencia de Noticias de la Universidad Nacional de Colombia, 2018).

Materiales como el elástano, neopreno y combinación de fibras sintéticas se están desarrollando con el fin de alargar la vida de las prendas, su uso y funcionalidad. (Villegas Marín & Beatriz, 2013)

METODO PETS -ANA XIOMARA (Vista protegida) - Word
christian sanchez hernandez
Archivo Inicio Insertar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?
VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

ECOLOGICO

De igual manera, el MADS, cuenta con un Plan de acción Nacional de Compras Públicas Sostenibles - CPS (2016-2020) el cual tiene como objetivo: 1. Incentivar el uso de las Compras Públicas Sostenibles en las entidades estatales, Desarrollar herramientas que permitan aumentar el uso de las Compras Públicas Sostenibles, y 3. Aumentar incentivos, eliminar/reducir barreras y generar alianzas - sinergias con sectores e instrumentos (eco innovación, economía verde, etc.)

El Plan Nacional de Desarrollo PND, estableció en su artículo 170, el mandato para la formulación de la política de crecimiento verde a largo plazo hasta el 2030, el cual tiene como enfoque que propende por un desarrollo sostenible que garantice el bienestar económico y social de la población en el largo plazo

El consumidor actual cada día es más exigente y está más pendiente de su salud, por lo que requiere de ropa que sea resistente, durable, flexible y ligera, tendencias van dirigidas hacia un público más consciente que busca una mayor cohesión en la industria textil, es decir, que no esperan solo recibir prendas que los hagan lucir bien, sino que trasciendan este concepto a uno de mayor funcionalidad, ofreciendo así nuevos desafíos tecnológicos, pero abriendo también las oportunidades hacia escenarios más incluyentes de consumidores con responsabilidad social y ambiental.

Sobre las telas inteligentes se plantea según (Cámara de Comercio de Bogotá., 2018) "Las telas inteligentes son una de las tendencias más prometedoras para el 2018, es decir, textiles con filtro UV, anti bacteriales, biodegradables, repelentes, con adaptaciones especiales a las condiciones y cambios medio ambientales".

Antioquia y Santander fueron los departamentos, después de Bogotá, que aportaron más al aprovechamiento de residuos sólidos durante el 2016 con un aporte de 11% y 3,5 respectivamente (Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, 2017).

Los residuos menos aprovechados con los textiles y los maderables, con un aporte del 0,4% y 2% respectivamente. Bogotá es la zona del país que más residuos genera, pero tiene un índice de aprovechamiento14 de3,5. (Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, 2017).

En el mundo se generan alrededor de 100000 millones de prendas de vestir y cerca del 95% pueden ser reutilizadas o recicladas (Bureau of International Recycling, s.f).
La industria textil mundial es la segunda actividad económica más contaminante del mundo (El Espectador, 2018).

el Programa Integral de Gestión Ambiental Sectorial (Sector Textil) (Convenio Interadministrativo UN-MADS No.. 338/2015, 2015). En donde se llevó a cabo un diagnóstico de los impactos ambientales generados por dicho sector y se construyó un plan para solucionar las problemáticas encontradas a través del estudio, y prevenir posibles problemáticas futuras. En este estudio se encontraron impactos ambientales en todo el proceso productivo, desde la fabricación de las fibras, la tejeduría, la tintorería y la confección. A continuación, se discutirán algunos de los impactos

"METODO PETS -ANA XIOMARA": 13.127 caracteres. (Vista protegida)
100%
10:01 a. m.
29/03/2021

METODO PETS -ANA XIOMARA (Vista protegida) - Word
christian sanchez hernandez
Archivo Inicio Insertar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?
VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

LEGAL

Sistema General de Riesgos Laborales (Ley 1562 de 2012): Es el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan. Con esta ley la seguridad de riesgos laborales dejo de ser voluntaria a pasar de obligatoria cumplimiento
Libro Blanco del Teletrabajo en Colombia es uno de los manuales más completos que existen en esta materia en español, proyectado para que las entidades públicas y privadas del país puedan seguir la metodología del teletrabajo. Las empresas interesadas en adoptar esta modalidad laboral pueden seguir la metodología propuesta y pedir apoyo gratuito de la Comisión Asesora del Teletrabajo a través del correo teletrabajo@colombiadigital.net.

El Ministerio del Trabajo mediante el Decreto 1352 de 2013, reglamenta la organización y el funcionamiento de las Juntas de Calificación de Invalidez. La experiencia del personal que conformarán las juntas (médicos, psicólogo, terapeuta físico u ocupacional, será mínimo de cinco (5) años

Decreto 0472 de 2014: Por el cual se reglamentan los criterios de graduación de las multas por infracción a las normas de Seguridad y Salud en el Trabajo y Riesgos Laborales, se señalan normas para la aplicación de la orden de clausura del lugar de trabajo o cierre definitivo de la empresa y paralización o prohibición inmediata de trabajos o tareas y se dictan otras disposiciones.

Resolución 1223 de 2014: Por la cual se establecen los requisitos del curso básico obligatorio de capacitación para los conductores de vehículos de carga que transportan mercancías peligrosas y se dicta una disposición.

Según cifras oficiales de gobierno, como lo afirma (Gonzalez, 2018) "en el país hay 1080 Pequeñas y Medianas empresas (pymes) de moda registradas, la mayoría de ellas, de índole de confección y exportadoras.

La Superintendencia de Industria y Comercio y la Cámara de Comercio definen las pymes como pequeñas y medianas empresas que emplean entre 2 y 400 personas y cuentan con una facturación de hasta 15 000 millones de pesos anuales. Esta figura es, según la Asociación de Industriales de Colombia (ANDI), la más apropiada para la industria textil y es en efecto la de mayor crecimiento con más de 10 nuevos registros oficiales mensuales y un crecimiento anual entre un 10% y un 15%.

Este modelo de negocio se ha venido desarrollando en Colombia de la mano de la denominación SAS o Sociedad por Acciones Simplificadas que permite a los empresarios gozar de los beneficios y exenciones del gobierno a través de ProColombia y de los clústeres textiles. En el país cerca del 20% de las empresas textiles responden por el 55% del total de la facturación, gracias a los grandes grupos textiles del país, no obstante, la nueva generación de pymes, que se hace con el 80% restante de las empresas, aportan el 45% de la facturación, beneficiando la repartición del mercado".

Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 1116 de 2006. Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.

"METODO PETS -ANA XIOMARA": 13.127 caracteres. (Vista protegida)
100%
10:01 a. m.
29/03/2021

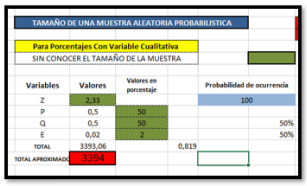
Nombres: DANEYSA ROSA MEDINA CORTES

Identifique el tamaño de la muestra de los siguientes problemas.

1- Se desea estimar la proporción de aprendices del SENA regional Quindío, que prefieren consumir la nueva empanada de tamal con una confianza del 98% y un error del 2%.

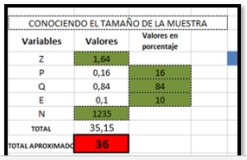
a) No se conoce el tamaño de estudiantes y no hay encuestas anteriores.

Se necesitan realizar 3394 encuestas para estimar la proporción de aprendices del SENA regional Quindío, que prefieren consumir la nueva empanada de tamal con una confianza de 98% y un error del 2%, esto sin conocer el tamaño del estudiantado y sin poseer encuestas anteriores.



b) En el SENA hay 1235 aprendices y en una encuesta anterior, solamente el 16% de aprendices manifestaron que comprarían la empanada, siempre y cuando tenga papa.

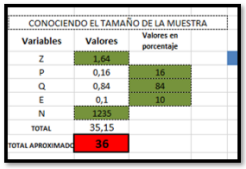
Se necesitan realizar 36 encuestas para estimar la proporción de aprendices del SENA regional Quindío, que prefieren consumir la nueva empanada de tamal con una confianza de 90% y un error del 10%, sabiendo que de los 1235 aprendices en una encuesta anterior solo el 16% manifestó que compraría la empanada siempre y cuando tenga papa.



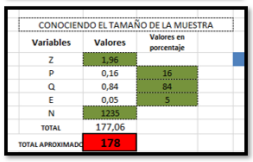
taller muestras (Vista protegida) - Word
christian sanchez hernandez
Archivo Inicio Insertar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?
VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

que comprarían la empanada, siempre y cuando tenga papa.

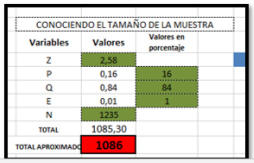
Se necesitan realizar 36 encuestas para estimar la proporción de aprendices del SENA regional Quindío, que prefieren consumir la nueva empanada de tamal con una confianza de 90% y un error del 10%, sabiendo que de los 1235 aprendices en una encuesta anterior solo el 16% manifestó que compraría la empanada siempre y cuando tenga papa.



Se necesitan realizar 178 encuestas para estimar la proporción de aprendices del SENA regional Quindío, que prefieren consumir la nueva empanada de tamal con una confianza de 95% y un error del 5%, sabiendo que de los 1235 aprendices en una encuesta anterior solo el 16% manifestó que compraría la empanada siempre y cuando tenga papa.



Se necesitan realizar 1086 encuestas para estimar la proporción de aprendices del SENA regional Quindío, que prefieren consumir la nueva empanada de tamal con una confianza de 99% y un error del 1%, sabiendo que de los 1235 aprendices en una encuesta anterior solo el 16% manifestó que compraría la empanada siempre y cuando tenga papa.



Página 1 de 3 849 palabras 100%
10:02 a. m. 29/03/2021

taller muestras (Vista protegida) - Word
christian sanchez hernandez
Archivo Inicio Insertar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?
VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

2- Se desea estimar la proporción de consumidores en el mercado Quindiano, que prefieren comprar la nueva línea de ropa "mami rico y papi rico" con un nivel de confianza del 91% y un error del 9%.

a) No se conoce el tamaño de consumidores en el departamento y no hay encuestas anteriores.

Se requiere realizar 90 encuestas para estimar la proporción de consumidores en el mercado Quindiano, que prefieren comprar la nueva línea de ropa "mami rico y papi rico" con un nivel de confianza del 91% y un error del 9%, esto sin tener el tamaño de consumidores del departamento ni encuestas realizadas anteriormente



b) En la ciudad hay 8.000 consumidores directos de ropa y en una encuesta anterior, solamente el 20% de consumidores manifestaron que comprarían la ropa, siempre y cuando se la vean puesta a Natalia Paris.

Se requiere realizar 43 encuestas para estimar la proporción de consumidores en el mercado Quindiano, que prefieren comprar la nueva línea de ropa "mami rico y papi rico" con un nivel de confianza del 90% y un error del 10% sabiendo que en la ciudad hay 8000 consumidores directos de ropa y en una encuesta anterior solamente el 20% manifestó que compraría la ropa siempre y cuando se la vean puesta a Natalia Paris.



Se requiere realizar 239 encuestas para estimar la proporción de consumidores en el mercado Quindiano, que prefieren comprar la nueva línea



Página 2 de 3 849 palabras 100%
10:02 a. m. 29/03/2021

VISTA PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

3- Se desea estimar el gasto promedio mensual en pesos que un aprendiz del SENA gasta en comprarle pasteles de pollo a Adriana.

a) Calcule cuantos aprendices se deben tomar como muestra con una confianza del 95% y un error $1.000 pesos m/cte. Un experto en pasteles de pollo estimó la desviación estándar de $9.000 pesos m/cte.

Se deben realizar 312 encuestas para estimar el gasto promedio mensual en pesos que un aprendiz del SENA gasta en comprarle pasteles de pollo a Adriana con una confianza del 95% y un error de $1.000m/cte con una desviación estándar de $9.000 pesos m/cte.

Para Promedios Con Variable Cuantitativa	
Sin conocer el Tamaño de la Muestra	
Variables	Valores
Z	1,96
E	1000
SIGMA O DESVIACION	9000
TOTAL	311,17
TOTAL APROXIMADO	312

b) Haga el cálculo para un nuevo centro de formación con 950 aprendices con un 99% de confianza y un error de $1.500 pesos m/cte. considerando la desviación estándar con un valor de $8.000 pesos m/cte.

Se deben realizar 159 encuestas para estimar el gasto promedio mensual en pesos que un aprendiz del SENA gasta en comprarle pasteles de pollo a Adriana en una población de 950 aprendices con una confianza del 99% y un error de $1.500m/cte con una desviación estándar de $8.000 pesos m/cte.

Conociendo el Tamaño de la Muestra	
Variables	Valores
Z	2,58
E	1500
SIGMA O DESVIACION	8000
N	950
TOTAL	158,01
TOTAL APROXIMADO	159