



Nombre del Grupo: **Lacteos Los Lirios**

Fecha:

Etapas	Explicación		Estado de los trabajos (descripción)	Acciones	Fecha
<b>Etapa de preparación</b>					
•Desarrollo de una idea de negocio		<input type="checkbox"/>			
•Generalidades del proyecto		hecho			
- Definición visión / misión / valores	La visión se enfoca en las metas de la organización a largo plazo, es decir, la expectativa ideal. La misión de una organización se enfoca en el ahora, el presente. Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.	<input type="checkbox"/>		Revisar si se está cumpliendo, la visión, misión, los valores	jul-18
- Analisis del mercado, del grupo de destinatarios, de la competencia	¿Cómo se divide el mercado? (p/e: privados, negocios, oficiales, escuelas, jóvenes, adultos, ricos, familias, formación, regional, nacional,... ) ¿Cuáles son sus destinatarios? ¿Cuáles son las necesidades, deseos, motivos de sus destinatarios? ¿Qué esperan mis destinatarios de mi producto? ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tan numeroso es la competencia? ¿Qué ofrece la competencia / cuáles productos ya hay en el mercado? ¿Cómo actúa la competencia en el cultivo de mercado? ¿Cuál es el potencial de mercado, en los mercados de destino/objetivos? ¿Qué tan fuerte está saturado el mercado? (Necesidad) ¿Cómo puede cambiar el mercado? (p/e por razones jurídico, social, moda, gustos, político, tecnológico). ¿Qué tan fiable es mi proveedor? ¿Cómo puedo prevenir cambios de precios? ¿Qué alternativas tengo?	<input type="checkbox"/>	Falta la realización del análisis del mercado	Hacer un análisis de mercado.	jul-18 jul-18
- Plan de marketing	¿Cómo y dónde encuentran sus destinatarios con su producto y la publicidad? (p/e en el mercado, en internet, en el radio, television, con prospectos, personalmente, llamadas. ....)	<input type="checkbox"/>	Falta marketing d ela empresa	Crear el plan de marketing	ago-18
- FODA	La FODA es una sigla que se forma con los términos “fortalezas”, “oportunidades”, “debilidades” y “amenazas”. Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.	<input type="checkbox"/>		Recvisar el análisis foda de nuestra empresa.	ago-18
- Propuesta de valor / punto diferenciador	Descripciones breves de tu organización y el valor que provee, lo que define el cliente y por qué elegirán tu oferta de producto (o servicio) por sobre otras alternativas.	<input type="checkbox"/>			
- Estrategia y Definición del modelo del negocio	¿Quién hará la distribución de tu producto? (p/e ventas directas, agentes contratados, tiendas o kioskos, grandes distribuidores, tiendas en línea, etc. ¿Cuál es el precio al que ellos pueden vender el producto vs. el precio al que tú se los ofreces?	<input type="checkbox"/>			
- Objetivo a corto, mediano y largo plazo y acciones	¿Cuáles son los objetivos de nuestros negocios a 10, 3 y 1 año. Qué acciones tenemos que hacer para obtener estos objetivos?	<input type="checkbox"/>			
- cifras de negocio / beneficio planificado	Estimación realista	<input type="checkbox"/>			

- Definición de la forma jurídica	Ejemplo: Empresario individual, sociedad anonima, cooperativa ... etc.	<input type="checkbox"/>			
<b>Etapas de fundación</b>					
<b>Actos formales</b>		<b>hecho</b>			
- fundación		<input type="checkbox"/>			
- Contrato de sociedad		<input type="checkbox"/>			
- Estatutos		<input type="checkbox"/>			
<b>Aplicación</b>		<b>hecho</b>			
- Optención de medios de producción		<input type="checkbox"/>			
- Encontrar local / ubicación a corto y a largo plazo		<input type="checkbox"/>			
- Producción		<input type="checkbox"/>			
- Marketing		<input type="checkbox"/>		Hacer una estrategia d emarketing	ago-18
- Ganar clientes		<input type="checkbox"/>		Ampliar mercado, seguir contribuyendo a la ganancia de los clientes	ago-18
<b>Formación</b>		<b>todo claro</b>	En estos temas nesecito más informaciones		
- Liderazgo	Escucha activa, visión, comunicación, dar ejemplo, estado de ánimo	<input type="checkbox"/>			
- Venta	prototipo, red de colaboración, narrativa, comunicación,	<input type="checkbox"/>			
- Comunicación	lenguaje, escucha activa, ciclo de trabajo	<input type="checkbox"/>		Capacitaciones de contabilidad	12-jul
- Contabilidad	Calculación de precios,	<input type="checkbox"/>		Seguir animando y creando estrategias de crecimiento del negocio.	ago-18
- Seguimiento de proyectos		<input type="checkbox"/>			
- Otros					



Nombre del Grupo: **PROANIC S.A.**

Fecha:

Etapas	Explicación		Estado de los trabajos (descripción)	Acciones	Fecha
<b>Etapa de preparación</b>					
<b>Desarrollo de una idea de negocio</b>		<input type="checkbox"/>			
<b>Generalidades del proyecto</b>		<b>hecho</b>			
- Definición visión / misión / valores	La visión se enfoca en las metas de la organización a largo plazo, es decir, la expectativa ideal. La misión de una organización se enfoca en el ahora, el presente. Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.	<input type="checkbox"/>			
- Analisis del mercado, del grupo de destinatarios, de la competencia	¿Cómo se divide el mercado? (p/e: privados, negocios, oficiales, escuelas, jóvenes, adultos, ricos, familias, formación, regional, nacional,... ) ¿Cuáles son sus destinatarios? ¿Cuáles son las necesidades, deseos, motivos de sus destinatarios? ¿Qué esperan mis destinatarios de mi producto? ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tan numeroso es la competencia? ¿Qué ofrece la competencia / cuáles productos ya hay en el mercado? ¿Cómo actúa la competencia en el cultivo de mercado? ¿Cuál es el potencial de mercado, en los mercados de destino/objetivos? ¿Qué tan fuerte está saturado el mercado? (Necesidad) ¿Cómo puede cambiar el mercado? (p/e por razones jurídico, social, moda, gustos, político, tecnológico). ¿Qué tan fiable es mi proveedor? ¿Cómo puedo prevenir cambios de precios? ¿Qué alternativas tengo?	<input type="checkbox"/>		Hacer un análisis de mercado para la línea de licor de cacao.	ago-18
- Plan de marketing	¿Cómo y dónde encuentran sus destinatarios con su producto y la publicidad? (p/e en el mercado, en internet, en el radio, television, con prospectos, personalmente, llamadas, .....)	<input type="checkbox"/>		Trabajar en costo de producción y distribución	ago-18
- FODA	La FODA es una sigla que se forma con los términos "fortalezas", "oportunidades", "debilidades" y "amenazas". Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.	<input type="checkbox"/>			
- Propuesta de valor / punto diferenciador	Descripciones breves de tu organización y el valor que provee, lo que define el cliente y por qué elegirán tu oferta de producto (o servicio) por sobre otras alternativas.	<input type="checkbox"/>			
- Estrategia y Definición del modelo del negocio	¿Quién hará la distribución de tu producto? (p/e ventas directas, agentes contratados, tiendas o kioscos, grandes distribuidores, tiendas en línea, etc. ¿Cuál es el precio al que ellos pueden vender el producto vs. el precio al que tú se los ofreces?	<input type="checkbox"/>		Trabajar en costo de producción y distribución de producto	ago-18
- Objetivo a corto, mediano y largo plazo y acciones	¿Cuáles son los objetivos de nuestros negocios a 10, 3 y 1 año. Qué acciones tenemos que hacer para obtener estos objetivos?	<input type="checkbox"/>			
- cifras de negocio / beneficio planificado	Estimación realista	<input type="checkbox"/>			

- Definición de la forma jurídica	Ejemplo: Empresario individual, sociedad anonima, cooperativa ... etc.	<input type="checkbox"/>			
<b>Etapas de fundación</b>					
<b>Actos formales</b>		<b>hecho</b>			
- fundación		<input type="checkbox"/>			
- Contrato de sociedad		<input type="checkbox"/>			
- Estatutos		<input type="checkbox"/>			
<b>Aplicación</b>		<b>hecho</b>			
- Optención de medios de producción		<input type="checkbox"/>			
- Encontrar local / ubicación a corto y a largo plazo		<input type="checkbox"/>			
- Producción		<input type="checkbox"/>			
- Marketing		<input type="checkbox"/>		Elaborar estrategias de mercado, canales de distribución, mejorar publicidad	sep-18
- Ganar clientes		<input type="checkbox"/>		Elaborar rutas de clientes potenciales y ofertar el producto	sep-18
<b>Formación</b>		<b>todo claro</b>	En estos temas necesito más informaciones		
- Liderazgo	Escucha activa, visión, comunicación, dar ejemplo, estado de ánimo	<input type="checkbox"/>			
- Venta	prototipo, red de colaboración, narrativa, comunicación,	<input type="checkbox"/>		Diseñar una estrategia para acaparar clientes, concientización y organización.	oct-18
- Comunicación	lenguaje, escucha activa, ciclo de trabajo	<input type="checkbox"/>			
- Contabilidad	Calculación de precios,	<input type="checkbox"/>			
- Seguimiento de proyectos		<input type="checkbox"/>			
- Otros					



Nombre del Grupo:

Productores de fresas

Fecha:

Etapas	Explicación		Estado de los trabajos (descripción)	Acciones	Fecha
<b>Etapa de preparación</b>					
•Desarrollo de una idea de negocio		<input type="checkbox"/>			
•Generalidades del proyecto		hecho			
- Definición visión / misión / valores	La visión se enfoca en las metas de la organización a largo plazo, es decir, la expectativa ideal. La misión de una organización se enfoca en el ahora, el presente. Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.	<input type="checkbox"/>		Mejorar visión, misión y crear valores	jul-18
- Analisis del mercado, del grupo de destinatarios, de la competencia	¿Cómo se divide el mercado? (p/e: privados, negocios, oficiales, escuelas, jóvenes, adultos, ricos, familias, formación, regional, nacional,... ) ¿Cuáles son sus destinatarios? ¿Cuáles son las necesidades, deseos, motivos de sus destinatarios? ¿Qué esperan mis destinatarios de mi producto? ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tan numeroso es la competencia? ¿Qué ofrece la competencia / cuáles productos ya hay en el mercado? ¿Cómo actúa la competencia en el cultivo de mercado? ¿Cuál es el potencial de mercado, en los mercados de destino/objetivos? ¿Qué tan fuerte está saturado el mercado? (Necesidad) ¿Cómo puede cambiar el mercado? (p/e por razones jurídico, social, moda, gustos, político, tecnológico). ¿Qué tan fiable es mi proveedor? ¿Cómo puedo prevenir cambios de precios? ¿Qué alternativas tengo?	<input type="checkbox"/>		Crear análisis de mercado. (Mejorar empaque, crear marcas, realizar etiquetas.) Dar valor agregado Capacitación sobre comercialización y mercado.  Pulpería, negocio, superes, hospitales, restaurantes, pobladores. La necesidad del cliente fresa fresca de buena calidad, a buen precio. Competencia otros productores y exportadores de fresa.	
- Plan de marketing	¿Cómo y dónde encuentran sus destinatarios con su producto y la publicidad? (p/e en el mercado, en internet, en el radio, television, con prospectos, personalmente, llamadas. ....)	<input type="checkbox"/>	Falta marketing d ela empresa	Aumentar más productos para ofrecer más productos.	jul-18
- FODA	La FODA es una sigla que se forma con los términos "fortalezas", "oportunidades", "debilidades" y "amenazas". Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.	<input type="checkbox"/>		Revisar el análisis foda de nuestra empresa.	jul-18
- Propuesta de valor / punto diferenciador	Descripciones breves de tu organización y el valor que provee, lo que define el cliente y por qué elegirán tu oferta de producto (o servicio) por sobre otras alternativas.	<input type="checkbox"/>		Somos un grupo de pequeños productores con ganas de salir adelante y producir fresas de alta calidad de forma agroecologica	jul-18
- Estrategia y Definición del modelo del negocio	¿Quién hará la distribución de tu producto? (p/e ventas directas, agentes contratados, tiendas o kioskos, grandes distribuidores, tiendas en línea, etc. ¿Cuál es el precio al que ellos pueden vender el producto vs. el precio al que tú se los ofreces?	<input type="checkbox"/>		El producto se vende a 40 córdobas, el distribuidor lo vende a 60 córdobas Distribuidores, pulperías, superes, negocios, hospitales, restaurantes y pobladores	
- Objetivo a corto, mediano y largo plazo y acciones	¿Cuáles son los objetivos de nuestros negocios a 10, 3 y 1 año. Qué acciones tenemos que hacer para obtener estos objetivos?	<input type="checkbox"/>		Hacer onjetivos y metas	12-jul
- cifras de negocio / beneficio planificado	Estimación realista	<input type="checkbox"/>		Un estimado realista es de 4,000 libras al año.	

- Definición de la forma jurídica	Ejemplo: Empresario individual, sociedad anonima, cooperativa ... etc.	<input type="checkbox"/>			
<b>Etapa de fundación</b>					
<b>•Actos formales</b>		<b>hecho</b>			
- fundación		<input type="checkbox"/>			
- Contrato de sociedad		<input type="checkbox"/>			
- Estatutos		<input type="checkbox"/>			
<b>•Aplicación</b>		<b>hecho</b>			
- Optención de medios de producción		<input type="checkbox"/>			
- Encontrar local / ubicación a corto y a largo plazo		<input type="checkbox"/>			
- Producción		<input type="checkbox"/>			
- Marketing		<input type="checkbox"/>			
- Ganar clientes		<input type="checkbox"/>			
<b>•Formación</b>		<b>todo claro</b>	En estos temas necesito más informaciones		
- Liderazgo	Escucha activa, visión, comunicación, dar ejemplo, estado de ánimo	<input type="checkbox"/>			
- Venta	prototipo, red de colaboración, narrativa, comunicación,	<input type="checkbox"/>			
- Comunicación	lenguaje, escucha activa, ciclo de trabajo	<input type="checkbox"/>			
- Contabilidad	Calculación de precios,	<input type="checkbox"/>			Fortatecer formación de contabilidad
- Seguimiento de proyectos		<input type="checkbox"/>			
- Otros					



Nombre del Grupo:

José María Hoyes

Fecha:

Etapas	Explicación		Estado de los trabajos (descripción)	Acciones	Fecha
<b>Etapa de preparación</b>					
•Desarrollo de una idea de negocio		<input type="checkbox"/>			
•Generalidades del proyecto		hecho			
- Definición visión / misión / valores	La visión se enfoca en las metas de la organización a largo plazo, es decir, la expectativa ideal. La misión de una organización se enfoca en el ahora, el presente. Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.	<input type="checkbox"/>		Hacer visión, misión y crear valores	ago-18 sep-18
- Analisis del mercado, del grupo de destinatarios, de la competencia	¿Cómo se divide el mercado? (p/e: privados, negocios, oficiales, escuelas, jóvenes, adultos, ricos, familias, formación, regional, nacional,... ) ¿Cuáles son sus destinatarios? ¿Cuáles son las necesidades, deseos, motivos de sus destinatarios? ¿Qué esperan mis destinatarios de mi producto? ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tan numeroso es la competencia? ¿Qué ofrece la competencia / cuáles productos ya hay en el mercado? ¿Cómo actúa la competencia en el cultivo de mercado? ¿Cuál es el potencial de mercado, en los mercados de destino/objetivos? ¿Qué tan fuerte está saturado el mercado? (Necesidad) ¿Cómo puede cambiar el mercado? (p/e por razones jurídico, social, moda, gustos, político, tecnológico). ¿Qué tan fiable es mi proveedor? ¿Cómo puedo prevenir cambios de precios? ¿Qué alternativas tengo?	<input type="checkbox"/>		Realizar análisis de mercado.	
- Plan de marketing	¿Cómo y dónde encuentran sus destinatarios con su producto y la publicidad? (p/e en el mercado, en internet, en el radio, television, con prospectos, personalmente, llamadas. ....)	<input type="checkbox"/>	Falta marketing d ela empresa	Hacer plan de marketing	jul-18
- FODA	La FODA es una sigla que se forma con los términos "fortalezas", "oportunidades", "debilidades" y "amenazas". Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.	<input type="checkbox"/>		Recvisar el análisis foda	jul-18
- Propuesta de valor / punto diferenciador	Descripciones breves de tu organización y el valor que provee, lo que define el cliente y por qué elegirán tu oferta de producto (o servicio) por sobre otras alternativas.	<input type="checkbox"/>		Realizar propuesta de valor	sep-18
- Estrategia y Definición del modelo del negocio	¿Quién hará la distribución de tu producto? (p/e ventas directas, agentes contratados, tiendas o kioskos, grandes distribuidores, tiendas en línea, etc. ¿Cuál es el precio al que ellos pueden vender el producto vs. el precio al que tú se los ofreces?	<input type="checkbox"/>			
- Objetivo a corto, mediano y largo plazo y acciones	¿Cuáles son los objetivos de nuestros negocios a 10, 3 y 1 año. Qué acciones tenemos que hacer para obtener estos objetivos?	<input type="checkbox"/>		Hacer acciones de corto, mediano y largo plazo.	12-jul
- cifras de negocio / beneficio planificado	Estimación realista	<input type="checkbox"/>		Un estimado realista es de 4,000 libras al año.	oct-18

- Definición de la forma jurídica	Ejemplo: Empresario individual, sociedad anonima, cooperativa ... etc.	<input type="checkbox"/>			oct-18
<b>Etapa de fundación</b>					
<b>•Actos formales</b>		<b>hecho</b>			
- fundación		<input type="checkbox"/>			
- Contrato de sociedad		<input type="checkbox"/>			
- Estatutos		<input type="checkbox"/>			
<b>•Aplicación</b>		<b>hecho</b>			
- Optención de medios de producción		<input type="checkbox"/>			
- Encontrar local / ubicación a corto y a largo plazo		<input type="checkbox"/>			
- Producción		<input type="checkbox"/>			
- Marketing		<input type="checkbox"/>		Hacer marketing, buscar más clientes	mar-19
- Ganar clientes		<input type="checkbox"/>			mar-19
<b>•Formación</b>		<b>todo claro</b>			
- Liderazgo	Escucha activa, visión, comunicación, dar ejemplo, estado de ánimo	<input type="checkbox"/>			
- Venta	prototipo, red de colaboración, narrativa, comunicación,	<input type="checkbox"/>			
- Comunicación	lenguaje, escucha activa, ciclo de trabajo	<input type="checkbox"/>			
- Contabilidad	Calculación de precios,	<input type="checkbox"/>		Recibir capacitaciones de contabilidad	feb-19
- Seguimiento de proyectos		<input type="checkbox"/>			
- Otros					





Nombre del Grupo:

Augusto Gámez

Fecha:

Etapas	Explicación		Estado de los trabajos (descripción)	Acciones	Fecha
<b>Etapa de preparación</b>					
•Desarrollo de una idea de negocio		<input type="checkbox"/>			
•Generalidades del proyecto		hecho			
- Definición visión / misión / valores	La visión se enfoca en las metas de la organización a largo plazo, es decir, la expectativa ideal. La misión de una organización se enfoca en el ahora, el presente. Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.	<input type="checkbox"/>			
- Analisis del mercado, del grupo de destinatarios, de la competencia	¿Cómo se divide el mercado? (p/e: privados, negocios, oficiales, escuelas, jóvenes, adultos, ricos, familias, formación, regional, nacional,... ) ¿Cuáles son sus destinatarios? ¿Cuáles son las necesidades, deseos, motivos de sus destinatarios? ¿Qué esperan mis destinatarios de mi producto? ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tan numeroso es la competencia? ¿Qué ofrece la competencia / cuáles productos ya hay en el mercado? ¿Cómo actúa la competencia en el cultivo de mercado? ¿Cuál es el potencial de mercado, en los mercados de destino/objetivos? ¿Qué tan fuerte está saturado el mercado? (Necesidad) ¿Cómo puede cambiar el mercado? (p/e por razones jurídico, social, moda, gustos, político, tecnológico). ¿Qué tan fiable es mi proveedor? ¿Cómo puedo prevenir cambios de precios? ¿Qué alternativas tengo?	<input type="checkbox"/>		Realizar análisis de mercado.	mar-19
- Plan de marketing	¿Cómo y dónde encuentran sus destinatarios con su producto y la publicidad? (p/e en el mercado, en internet, en el radio, television, con prospectos, personalmente, llamadas. ....)	<input type="checkbox"/>		Hacer marca, buscar ayuda con otras personas.	ago-18
- FODA	La FODA es una sigla que se forma con los términos "fortalezas", "oportunidades", "debilidades" y "amenazas". Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.	<input type="checkbox"/>			jul-18
- Propuesta de valor / punto diferenciador	Descripciones breves de tu organización y el valor que provee, lo que define el cliente y por qué elegirán tu oferta de producto (o servicio) por sobre otras alternativas.	<input type="checkbox"/>		Realizar propuesta de valor	ago-18
- Estrategia y Definición del modelo del negocio	¿Quién hará la distribución de tu producto? (p/e ventas directas, agentes contratados, tiendas o kioskos, grandes distribuidores, tiendas en línea, etc. ¿Cuál es el precio al que ellos pueden vender el producto vs. el precio al que tú se los ofreces?	<input type="checkbox"/>			
- Objetivo a corto, mediano y largo plazo y acciones	¿Cuáles son los objetivos de nuestros negocios a 10, 3 y 1 año. Qué acciones tenemos que hacer para obtener estos objetivos?	<input type="checkbox"/>			12-jul
- cifras de negocio / beneficio planificado	Estimación realista	<input type="checkbox"/>			oct-18

- Definición de la forma jurídica	Ejemplo: Empresario individual, sociedad anonima, cooperativa ... etc.	<input type="checkbox"/>			oct-18
<b>Etapas de fundación</b>					
<b>•Actos formales</b>		<b>hecho</b>			
- fundación		<input type="checkbox"/>		Realización de la personería juiridica y estatutos	oct-18
- Contrato de sociedad		<input type="checkbox"/>			
- Estatutos		<input type="checkbox"/>			
<b>•Aplicación</b>		<b>hecho</b>			
- Optención de medios de producción		<input type="checkbox"/>			
- Encontrar local / ubicación a corto y a largo plazo		<input type="checkbox"/>			
- Producción		<input type="checkbox"/>			
- Marketing		<input type="checkbox"/>		Hacer la marca del producto	abr-19
- Ganar clientes		<input type="checkbox"/>		Buscar más clientes	dic-18
<b>•Formación</b>		<b>todo claro</b>			
- Liderazgo	Escucha activa, visión, comunicación, dar ejemplo, estado de ánimo	<input type="checkbox"/>			
- Venta	prototipo, red de colaboración, narrativa, comunicación,	<input type="checkbox"/>			
- Comunicación	lenguaje, escucha activa, ciclo de trabajo	<input type="checkbox"/>			
- Contabilidad	Calculación de precios,	<input type="checkbox"/>		Recibir capacitaciones de contabilidad	feb-19
- Seguimiento de proyectos		<input type="checkbox"/>			
- Otros					



Nombre del Grupo: **Fertinic**

Fecha:

Etapas	Explicación		Estado de los trabajos (descripción)	Acciones	Fecha
<b>Etapa de preparación</b>					
•Desarrollo de una idea de negocio		<input type="checkbox"/>			
•Generalidades del proyecto		hecho			
- Definición visión / misión / valores	La visión se enfoca en las metas de la organización a largo plazo, es decir, la expectativa ideal. La misión de una organización se enfoca en el ahora, el presente. Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.	<input type="checkbox"/>			
- Analisis del mercado, del grupo de destinatarios, de la competencia	¿Cómo se divide el mercado? (p/e: privados, negocios, oficiales, escuelas, jóvenes, adultos, ricos, familias, formación, regional, nacional,... ) ¿Cuáles son sus destinatarios? ¿Cuáles son las necesidades, deseos, motivos de sus destinatarios? ¿Qué esperan mis destinatarios de mi producto? ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tan numeroso es la competencia? ¿Qué ofrece la competencia / cuáles productos ya hay en el mercado? ¿Cómo actúa la competencia en el cultivo de mercado? ¿Cuál es el potencial de mercado, en los mercados de destino/objetivos? ¿Qué tan fuerte está saturado el mercado? (Necesidad) ¿Cómo puede cambiar el mercado? (p/e por razones jurídico, social, moda, gustos, político, tecnológico). ¿Qué tan fiable es mi proveedor? ¿Cómo puedo prevenir cambios de precios? ¿Qué alternativas tengo?	<input type="checkbox"/>		Realizar análisis de mercado.	En los próximos meses
- Plan de marketing	¿Cómo y dónde encuentran sus destinatarios con su producto y la publicidad? (p/e en el mercado, en internet, en el radio, television, con prospectos, personalmente, llamadas. ....)	<input type="checkbox"/>		Ampliar más la publicidad	sep-18
- FODA	La FODA es una sigla que se forma con los términos "fortalezas", "oportunidades", "debilidades" y "amenazas". Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.	<input type="checkbox"/>			jul-18
- Propuesta de valor / punto diferenciador	Descripciones breves de tu organización y el valor que provee, lo que define el cliente y por qué elegirán tu oferta de producto (o servicio) por sobre otras alternativas.	<input type="checkbox"/>		Especificar los clientes, según cada línea.	Próxima semana
- Estrategia y Definición del modelo del negocio	¿Quién hará la distribución de tu producto? (p/e ventas directas, agentes contratados, tiendas o kioskos, grandes distribuidores, tiendas en línea, etc. ¿Cuál es el precio al que ellos pueden vender el producto vs. el precio al que tú se los ofreces?	<input type="checkbox"/>			
- Objetivo a corto, mediano y largo plazo y acciones	¿Cuáles son los objetivos de nuestros negocios a 10, 3 y 1 año. Qué acciones tenemos que hacer para obtener estos objetivos?	<input type="checkbox"/>		Puntualizar acciones	12-jul
- cifras de negocio / beneficio planificado	Estimación realista	<input type="checkbox"/>		Hacer cifras de negocios por línea.	ago-18

- Definición de la forma jurídica	Ejemplo: Empresario individual, sociedad anonima, cooperativa ... etc.	<input type="checkbox"/>			
<b>Etapas de fundación</b>					
<b>Actos formales</b>		<b>hecho</b>			
- fundación		<input type="checkbox"/>			
- Contrato de sociedad		<input type="checkbox"/>			
- Estatutos		<input type="checkbox"/>			
<b>Aplicación</b>		<b>hecho</b>			
- Optención de medios de producción		<input type="checkbox"/>			
- Encontrar local / ubicación a corto y a largo plazo		<input type="checkbox"/>			
- Producción		<input type="checkbox"/>			
- Marketing		<input type="checkbox"/>		Análizar marketing	sep-18
- Ganar clientes		<input type="checkbox"/>		Buscar más clientes	sep-18
<b>Formación</b>		<b>todo claro</b>			
- Liderazgo	Escucha activa, visión, comunicación, dar ejemplo, estado de ánimo	<input type="checkbox"/>			
- Venta	prototipo, red de colaboración, narrativa, comunicación,	<input type="checkbox"/>			
- Comunicación	lenguaje, escucha activa, ciclo de trabajo	<input type="checkbox"/>			
- Contabilidad	Calculación de precios,	<input type="checkbox"/>			
- Seguimiento de proyectos		<input type="checkbox"/>			
Capacitación de informática				Martes en la tarde para formación 2:pm	cada martes



Nombre del Grupo: **ASIDCON**

Fecha:

Etapas	Explicación		Estado de los trabajos (descripción)	Acciones	Fecha
<b>Etapa de preparación</b>					
<b>Desarrollo de una idea de negocio</b>		<input type="checkbox"/>			
<b>Generalidades del proyecto</b>		<b>hecho</b>			
- Definición visión / misión / valores	La visión se enfoca en las metas de la organización a largo plazo, es decir, la expectativa ideal. La misión de una organización se enfoca en el ahora, el presente. Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.	<input type="checkbox"/>			
- Analisis del mercado, del grupo de destinatarios, de la competencia	¿Cómo se divide el mercado? (p/e: privados, negocios, oficiales, escuelas, jóvenes, adultos, ricos, familias, formación, regional, nacional,... ) ¿Cuáles son sus destinatarios? ¿Cuáles son las necesidades, deseos, motivos de sus destinatarios? ¿Qué esperan mis destinatarios de mi producto? ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tan numeroso es la competencia? ¿Qué ofrece la competencia / cuáles productos ya hay en el mercado? ¿Cómo actúa la competencia en el cultivo de mercado? ¿Cuál es el potencial de mercado, en los mercados de destino/objetivos? ¿Qué tan fuerte está saturado el mercado? (Necesidad) ¿Cómo puede cambiar el mercado? (p/e por razones jurídico, social, moda, gustos, político, tecnológico). ¿Qué tan fiable es mi proveedor? ¿Cómo puedo prevenir cambios de precios? ¿Qué alternativas tengo?	<input type="checkbox"/>	No hemos realizado un análisis de mercado que abarque los puntos presentados. Tenemos diferencias respecto a la competencia dentro del mercado a nivel departamental, así como la manera de operación y las mismas	Realizar estudio de mercado a nivel de departamento de Estelí Establecer alianzas con proveedores y otras involucradas.	julio-agosto
- Plan de marketing	¿Cómo y dónde encuentran sus destinatarios con su producto y la publicidad? (p/e en el mercado, en internet, en el radio, television, con prospectos, personalmente, llamadas. ....)	<input type="checkbox"/>	Tenemos precisado los aspectos de marketing sin haberlos ejecutados	Crear página web, anuncios televisivos, micropildora, canal, youtube, catalogos, banner, etc.	Septiembre
- FODA	La FODA es una sigla que se forma con los términos "fortalezas", "oportunidades", "debilidades" y "amenazas". Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.	<input type="checkbox"/>			
- Propuesta de valor / punto diferenciador	Descripciones breves de tu organización y el valor que provee, lo que define el cliente y por qué elegirán tu oferta de producto (o servicio) por sobre otras alternativas.	<input type="checkbox"/>			
- Estrategia y Definición del modelo del negocio	¿Quién hará la distribución de tu producto? (p/e ventas directas, agentes contratados, tiendas o kioscos, grandes distribuidores, tiendas en línea, etc. ¿Cuál es el precio al que ellos pueden vender el producto vs. el precio al que tú se los ofreces?	<input type="checkbox"/>	La distribución de nuestros servicios de realizar actualmente por medio de visitas personales y digital	Formar una lista de contactos de nuestras redes Establecer nuevas rutas de distribución	Octubre-Noviembre
- Objetivo a corto, mediano y largo plazo y acciones	¿Cuáles son los objetivos de nuestros negocios a 10, 3 y 1 año. Qué acciones tenemos que hacer para obtener estos objetivos?	<input type="checkbox"/>	Como empresa tenemos objetivos a largo plazo, pero no velamos por aquellos de corto plazo.	Especialización técnica	
- cifras de negocio / beneficio planificado	Estimación realista	<input type="checkbox"/>	No lo hemos desarrollado	Realizar estudio de nuestros beneficios proyectados	

- Definición de la forma jurídica	Ejemplo: Empresario individual, sociedad anonima, cooperativa ... etc.	<input type="checkbox"/>		Establecernos como sociedad anónima	
<b>Etapa de fundación</b>					
<b>•Actos formales</b>					
- fundación		<input type="checkbox"/>			
- Contrato de sociedad		<input type="checkbox"/>	Actualmente funcionamos atraves de un contrato legal	Establece run contrato de sociedad	Diciembre
- Estatutos		<input type="checkbox"/>	Ninguno	Título, licencias, permisos	
<b>•Aplicación</b>					
- Optención de medios de producción		<input type="checkbox"/>	Para la realización de neustros productos, empleamos neustras computadoras	Requerimos 2 pc clonadas, estación total <a href="#">Medios de presupuesto</a> , imprsora ploter, proyector	
- Encontrar local / ubicación a corto y a largo plazo		<input type="checkbox"/>	Compartimos oficinas con la factoría del concoimiento	Oficina adecuadas para el trabajo de ingeniería	
- Producción		<input type="checkbox"/>	Necesitamos reforzamiento técnico en neustros servicios profesionales	Capacitación en: arquitectura, diseño estructural, Totogalpa, Pedagoía, instalaciones, costos y presupeusto, gerencia, miniacueducto, MAG-MABE	
- Marketing		<input type="checkbox"/>		Broshure, camisas, propagasndas, promociones atc.	Enero
- Ganar clientes		<input type="checkbox"/>		Desarrollar un plan estartegico de ventas	Enero
<b>•Formación</b>					
- Liderazgo	Escucha activa, visión, comunicación, dar ejemplo, estado de ánimo	<input type="checkbox"/>	Falta la comunicación entre nosotros como miembros de empresa	Realizar nuestra comunicación, a traves de caapcitación	Febrero
- Venta	prototipo, red de colaboración, narrativa, comunicación,	<input type="checkbox"/>	Audencia de sistemas d eventas	Necesitamos reforzamiento en ventas	Febrero
- Comunicación	lenguaje, escucha activa, ciclo de trabajo	<input type="checkbox"/>	Mejorar la comunicación y el lenguaje	Desarrollar tratos optimos con las demás personas y miembros de empresa.	Febrero
- Contabilidad	Calculación de precios,	<input type="checkbox"/>	Defciencia en el área de contabilidad y balances.	Capacitación externa para contaduría de neustra empresa.	Febrero
- Seguimiento de proyectos		<input type="checkbox"/>	Debilidad en el área de gestión, control y calidad	Establecer un control y seguimiento Capacitación en administración de proyectos	Febrero
<a href="#">Capacitación en idiomas</a>			Dificultad en la comunicación con personas del extranjero.	Capacitación en idiomas.	Febrero



Nombre del Grupo:

Municipio Totogalpa

Fecha:

Etapas	Explicación		Estado de los trabajos (descripción)	Acciones	Fecha
<b>Etapa de preparación</b>					
•Desarrollo de una idea de negocio		<input type="checkbox"/>			
•Generalidades del proyecto		hecho			
- Definición visión / misión / valores	La visión se enfoca en las metas de la organización a largo plazo, es decir, la expectativa ideal. La misión de una organización se enfoca en el ahora, el presente. Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.	<input type="checkbox"/>		Crear un municipio modelo, con acompañamiento permanente, innovadores y emprendedores, Centro de iniciativa propia.	jul-18
- Analisis del mercado, del grupo de destinatarios, de la competencia	¿Cómo se divide el mercado? (p/e: privados, negocios, oficiales, escuelas, jóvenes, adultos, ricos, familias, formación, regional, nacional,... ) ¿Cuáles son sus destinatarios? ¿Cuáles son las necesidades, deseos, motivos de sus destinatarios? ¿Qué esperan mis destinatarios de mi producto? ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tan numeroso es la competencia? ¿Qué ofrece la competencia / cuáles productos ya hay en el mercado? ¿Cómo actúa la competencia en el cultivo de mercado? ¿Cuál es el potencial de mercado, en los mercados de destino/objetivos? ¿Qué tan fuerte está saturado el mercado? (Necesidad) ¿Cómo puede cambiar el mercado? (p/e por razones jurídico, social, moda, gustos, político, tecnológico). ¿Qué tan fiable es mi proveedor? ¿Cómo puedo prevenir cambios de precios? ¿Qué alternativas tengo?	<input type="checkbox"/>	Falta la realización del análisis del mercado	No hay competencia, municipio modelo ante los otros municipios	jul-18
- Plan de marketing	¿Cómo y dónde encuentran sus destinatarios con su producto y la publicidad? (p/e en el mercado, en internet, en el radio, television, con prospectos, personalmente, llamadas. ....)	<input type="checkbox"/>	Falta marketing de la empresa	Crear el plan de marketing	ago-18
- FODA	La FODA es una sigla que se forma con los términos "fortalezas", "oportunidades", "debilidades" y "amenazas". Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.	<input type="checkbox"/>		Revisar el análisis foda de nuestra empresa.	ago-18
- Propuesta de valor / punto diferenciador	Descripciones breves de tu organización y el valor que provee, lo que define el cliente y por qué elegirán tu oferta de producto (o servicio) por sobre otras alternativas.	<input type="checkbox"/>			
- Estrategia y Definición del modelo del negocio	¿Quién hará la distribución de tu producto? (p/e ventas directas, agentes contratados, tiendas o kioscos, grandes distribuidores, tiendas en línea, etc. ¿Cuál es el precio al que ellos pueden vender el producto vs. el precio al que tú se los ofreces?	<input type="checkbox"/>			
- Objetivo a corto, mediano y largo plazo y acciones	¿Cuáles son los objetivos de nuestros negocios a 10, 3 y 1 año. Qué acciones tenemos que hacer para obtener estos objetivos?	<input type="checkbox"/>			
- cifras de negocio / beneficio planificado	Estimación realista	<input type="checkbox"/>			

- Definición de la forma jurídica	Ejemplo: Empresario individual, sociedad anonima, cooperativa ... etc.	<input type="checkbox"/>			
<b>Etapas de fundación</b>					
<b>Actos formales</b>		<b>hecho</b>			
- fundación		<input type="checkbox"/>			
- Contrato de sociedad		<input type="checkbox"/>			
- Estatutos		<input type="checkbox"/>			
<b>Aplicación</b>		<b>hecho</b>			
- Optención de medios de producción		<input type="checkbox"/>			
- Encontrar local / ubicación a corto y a largo plazo		<input type="checkbox"/>			
- Producción		<input type="checkbox"/>			
- Marketing		<input type="checkbox"/>		Hacer una estrategia d emarketing	ago-18
- Ganar clientes		<input type="checkbox"/>		Ampliar mercado, seguir contribuyendo a la ganancia de los clientes	ago-18
<b>Formación</b>		<b>todo claro</b>	En estos temas nesecito más informaciones		
- Liderazgo	Escucha activa, visión, comunicación, dar ejemplo, estado de ánimo	<input type="checkbox"/>			
- Venta	prototipo, red de colaboración, narrativa, comunicación,	<input type="checkbox"/>			
- Comunicación	lenguaje, escucha activa, ciclo de trabajo	<input type="checkbox"/>			12-jul
- Contabilidad	Calculación de precios,	<input type="checkbox"/>			ago-18
- Seguimiento de proyectos		<input type="checkbox"/>			
- Otros					