



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

1. Información básica del proyecto

Código Proyecto SOFIA:	2032988	Código del Programa SOFIA:	631117	Versión del Programa:	1	Fichas asociadas:	1
1.1 Centro de Formación:	CENTRO LATINOAMERICANO DE ESPECIES MENORES			1.2 Regional:	REGIONAL VALLE		
1.3 Nombre del proyecto:	DIRECCIONAMIENTO DE ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS EN MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS MASIVOS						
1.4 Programa de Formación al que da respuesta:	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS MASIVOS						
1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):	12						
1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación: (si Existe)	SENA CLEM - I.E. EDUCATIVA						
1.7 Palabras claves de búsqueda:	Productos masivos, comercialización, presupuesto, clientes, inventarios, existencias, ética, mercadeo, materiales equipos.						
1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:	47	1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia	1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:				25
			1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto:				0
			1.9.3 Número de resultados de aprendizaje básicos que se alcanzan con el proyecto:				22

2. Estructura del proyecto

2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar

Conforme a lo establecido en estudios de las diferentes cámaras de comercio, según informes de varios años, del comportamiento empresarial en la región, la tendencia es el crecimiento de las unidades de negocio, que de acuerdo a las nuevas dinámicas del mercado, exigen que las unidades de negocios, deben establecer estrategias de mercado, para comercializar los productos que producen, la falta de tiempo de las personas para adquirir los productos desde los puntos que los comercializan es mayor, debido a esto, no se tienen segmentos seguros que comprometan la estabilidad propia de la unidad de negocio, así como la permanencia y crecimiento en cada una de sus fases: crecimiento, maduración y declive, pero de acuerdo al análisis realizado la gran mayoría de estas unidades no supero la etapa de maduración, demostrando así la falta de planificación en estrategias para la comercialización de productos masivos



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

2.2 Justificación del proyecto

Las nuevas tendencias de mercado obligan a los emprendedores y a los empresarios a crear nuevas estrategias de marketing, para lograr la sostenibilidad de la unidad de negocio con segmentos más seguros de mercados, implica esto que el emprendedor o empresario comprenda y analice el entorno, para saber el tipo de segmento en el cual va a comercializar los productos y los mecanismos que optimicen el desarrollo de estrategias tecnológicas, que le permitan a las personas la adquisición de los productos masivos con mayor facilidad, sin tener que desplazar al sitio de distribución, logrando la satisfacción del cliente en la compra, uso y consumo de los productos masivos en el sitio más conveniente con calidad en el servicio y posventa, permitiendo así romper mercados locales.

2.3 Objetivo general

Direccionar estrategias tecnológicas de marketing para la comercialización de productos masivos

2.4 Objetivos específicos

1. Realizar diagnóstico de cómo se realiza la distribución de productos de consumo masivo por parte de los sectores productivos y comerciales en el municipio de Tuluá.
2. Diseñar las estrategias de marketing para la comercialización de productos de consumo masivo en el municipio de Tuluá con base en los principios de innovación y creatividad.
3. Implementar las estrategias de marketing para la comercialización de productos de consumo masivo utilizando innovación y creatividad para impulsar las ventas
4. Evaluar el impacto de las estrategias de marketing implementadas para la comercialización de productos de consumo masivo

2.5 Alcance

2.5.1 Beneficiarios del proyecto

Aprendices de la institución educativa y el sector productivo y comercial del municipio

2.5.2 Impacto

Social: Mejoramiento del nivel socioeconómico de condiciones de calidad de vida, de los aprendices de la I.E.

Económico: Incremento de las dinámicas económicas de los entornos de los aprendices.

Ambiental: Mejoramiento de las buenas prácticas ambientales en el proceso de comercialización de productos

Tecnológico: Uso adecuado de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la comercialización de productos masivos

2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución

Deserción del estudiante por su situación económica y social, resistencia a nuevas metodologías y tecnologías, los constantes cambios en las políticas gubernamentales, asignación inoportuna de recursos.

Poca aceptación de los bienes y servicios dentro de la oferta.

La dificultad para la consecución de recursos tecnológicos, lo cual no permite el desarrollo del modelo.

2.5.4. Productos o resultados del proyecto

1. Informe en medio digital del diagnóstico de cómo se realiza la distribución de productos de consumo masivo por parte de los sectores productivos y comerciales
2. Plan con el Diseño de las estrategias de marketing para la comercialización de productos de consumo masivo en el municipio de Tuluá
3. Informe y videos con la implementación de las estrategias de marketing para la comercialización de productos de consumo masivo utilizando innovación y creatividad
4. Informe con la Evaluación de las estrategias de marketing implementadas para la comercialización de productos de consumo masivo



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol
Procedimiento Ejecución de la Formación
PROYECTO FORMATIVO

2.6 Innovación/Gestión Tecnológica

El proyecto resuelve una necesidad del sector productivo?	SI
El proyecto mejora el proceso/producto/servicio existente?	SI
El proyecto involucra el uso de nuevas técnicas y tecnologías de proceso?	SI
Los productos finales son susceptibles a protección industrial y/o derechos de autor?	SI
Los productos obtenidos en el proyecto pueden ser posicionados en el mercado?	SI

2.7 Valoración Productiva

Con el desarrollo del proyecto se puede satisfacer la necesidad de un cliente potencial?	SI
Viabilidad de proyecto para plan de negocio?	SI

3. Planeación del proyecto

3.1. Fases del Proyecto	3.2. Actividades del Proyecto	3.3. Resultados de Aprendizaje Específicos, Transversales y Básicos (a partir del programa de formación)	3.4. Competencia Asociada
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTICO	292664 - COMPRENDER FRASES Y VOCABULARIO HABITUAL SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS	240201501 - COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTICO	292668 - ENCONTRAR VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ANUNCIOS, FOLLETOS, PÁGINAS WEB, ETC	240201501 - COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE	292673 - ASUMIR LOS DEBERES Y DERECHOS CON BASE EN LAS LEYES Y LA NORMATIVA	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

	PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	INSTITUCIONAL EN EL MARCO DE SU PROYECTO DE VIDA.	LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292676 - CONCERTAR ALTERNATIVAS Y ACCIONES DE FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA FORMACIÓN, CON BASE EN LA POLÍTICA INSTITUCIONAL.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292717 - INTERACTUAR EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES EN FUNCIÓN DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES UNIVERSALES.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292718 - RECONOCER EL ROL DE LOS PARTICIPANTES EN EL PROCESO FORMATIVO, EL PAPEL DE LOS AMBIENTES DE APRENDIZAJE Y LA METODOLOGÍA DE FORMACIÓN, DE ACUERDO CON LA DINÁMICA ORGANIZACIONAL DEL SENA	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292720 - IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES QUE EL SENA OFRECE EN EL MARCO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE ACUERDO CON EL CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292721 - GESTIONAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN DISPONIBLES.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292725 - DETERMINAR LOS REQUERIMIENTOS FÍSICO, DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA TOMA DE INVENTARIOS DE ACUERDO CON LA POLÍTICA DE LA EMPRESA.	210601005 - INVENTARIAR LOS MATERIALES, EQUIPOS Y ELEMENTOS, TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

	TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC		
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292730 - IDENTIFICAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN LA POLÍTICA DE MERCADEO.	260101047 - REALIZAR LAS VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292739 - INTERPRETAR LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y SU RELACIÓN CON LA POLÍTICA DEL SERVICIO A LOS CLIENTES, TOMANDO COMO REFERENTE LOS MANUALES, PROTOCOLOS Y PORTAFOLIOS DE LA ORGANIZACIÓN.	260101042 - INTERACTUAR CON CLIENTES DE ACUERDO CON POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292742 - IDENTIFICAR LA POLÍTICA DE SERVICIO DE CARA AL CLIENTE DE ACUERDO CON LOS INDICADORES DE SERVICIO Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.	260101034 - HACER SEGUIMIENTO A LOS CLIENTES CON BASE EN LOS ACUERDOS COMERCIALES Y EL PLAN DE SERVICIO A CLIENTES.
1. ANÁLISIS	REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTIC	292745 - IDENTIFICAR LA DINÁMICA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE	280201060 - MANEJAR PRESUPUESTOS APLICANDO LAS POLÍTICAS EMPRESARIALES Y LA NORMATIVIDAD.
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292663 - ENCONTRAR INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y PREDECIBLE EN ESCRITOS SENCILLOS Y COTIDIANOS	240201501 - COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292665 - COMPRENDER LA IDEA PRINCIPAL EN AVISOS Y MENSAJES BREVES, CLAROS Y SENCILLOS EN INGLÉS TÉCNICO	240201501 - COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292669 - ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS , ARGUMENTATIVAS Y PROPOSITIVAS EN FUNCIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292670 - ASUMIR RESPONSABLEMENTE LOS CRITERIOS DE PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y DE DESARROLLO SOSTENIBLE, EN EL EJERCICIO DE SU DESEMPEÑO LABORAL Y SOCIAL.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292672 - DESARROLLAR PROCESOS COMUNICATIVOS EFICACES Y ASERTIVOS DENTRO DE CRITERIOS DE RACIONALIDAD QUE POSIBILITEN LA CONVIVENCIA, EL ESTABLECIMIENTO DE ACUERDOS, LA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DEL CONOCIMIENTO Y LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292675 - GENERAR PROCESOS AUTÓNOMOS Y DE TRABAJO COLABORATIVO PERMANENTES, FORTALECIENDO EL EQUILIBRIO DE LOS COMPONENTES RACIONALES Y EMOCIONALES ORIENTADOS HACIA EL DESARROLLO HUMANO INTEGRAL.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292724 - REGISTRAR LAS ENTRADAS Y SALIDAS EN LA PERIODICIDAD Y PRECISIÓN DE LOS PEDIDOS, SEGÚN LAS NORMAS DE REGISTRO DE INVENTARIOS DE MATERIALES, EQUIPOS Y ELEMENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.	210601005 - INVENTARIAR LOS MATERIALES, EQUIPOS Y ELEMENTOS, TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292726 - REGISTRAR LAS EXISTENCIAS Y TIPOS DE INVENTARIOS CONSIDERANDO LOS ELEMENTOS DEVOLUTIVOS Y DE CONSUMO SEGÚN LA LEGISLACIÓN Y NORMAS VIGENTES.	210601005 - INVENTARIAR LOS MATERIALES, EQUIPOS Y ELEMENTOS, TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA	292734 - ORGANIZAR LAS ACCIONES DE EXHIBICIÓN Y MERCHANDISING DE PRODUCTOS	260101036 - IMPULSAR LAS VENTAS EN EL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS Y



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN LINEAMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.	POLÍTICAS DE VENTAS.
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292736 - ALISTAR MANUALES, PROCEDIMIENTOS Y PROTOCOLOS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN POLÍTICA DE LA COMPAÑÍA	260101042 - INTERACTUAR CON CLIENTES DE ACUERDO CON POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA
2. PLANEACIÓN	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN	292747 - ELABORAR LOS PRESUPUESTOS Y SUS SOPORTES CONTABLES DE ACUERDO CON CÁLCULOS HISTÓRICOS ESTADÍSTICA, PRESUPUESTOS Y PROYECCIONES	280201060 - MANEJAR PRESUPUESTOS APLICANDO LAS POLÍTICAS EMPRESARIALES Y LA NORMATIVIDAD.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292666 - COMUNICARSE EN TAREAS SENCILLAS Y HABITUALES QUE REQUIEREN UN INTERCAMBIO SIMPLE Y DIRECTO DE INFORMACIÓN COTIDIANA Y TÉCNICA	240201501 - COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292667 - LEER TEXTOS MUY BREVES Y SENCILLOS EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO	240201501 - COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292671 - APLICAR TÉCNICAS DE CULTURA FÍSICA PARA EL MEJORAMIENTO DE SU EXPRESIÓN CORPORAL, DESEMPEÑO LABORAL SEGÚN LA NATURALEZA Y COMPLEJIDAD DEL ÁREA OCUPACIONAL.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA	292719 - DESARROLLAR PERMANENTEMENTE LAS HABILIDADES PSICOMOTRICES Y DE PENSAMIENTO EN LA EJECUCIÓN DE LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

	IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA		
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292722 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES EN SU ESTILO DE VIDA PARA GARANTIZAR LA PREVENCIÓN DE RIESGOS OCUPACIONALES DE ACUERDO CON EL DIAGNÓSTICO DE SU CONDICIÓN FÍSICA INDIVIDUAL Y LA NATURALEZA Y COMPLEJIDAD DE SU DESEMPEÑO LABORAL.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292723 - APLICAR LAS METODOLOGÍAS PARA LA MEDICIÓN DE EXISTENCIAS Y EL MANEJO DE INVENTARIOS DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS Y ESTADOS DE CONSERVACIÓN DE LOS OBJETOS.	210601005 - INVENTARIAR LOS MATERIALES, EQUIPOS Y ELEMENTOS, TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292727 - ASESORAR A LOS CLIENTES EN SITUACIONES REALES SEGÚN LOS OBJETIVOS Y EL PLAN DE MERCADEO.	260101047 - REALIZAR LAS VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292728 - HACER EL CIERRE DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS Y OBJETIVOS ESTABLECIDOS.	260101047 - REALIZAR LAS VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292731 - DESARROLLAR EL PROCESO Y LA ESTRATEGIA UTILIZADA PARA LA PRESENTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO.	260101047 - REALIZAR LAS VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292732 - APLICAR TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS VIGENTES.	260101036 - IMPULSAR LAS VENTAS EN EL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE VENTAS.



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292733 - APOYAR LAS PRUEBAS DEMOSTRATIVAS DE PRODUCTOS EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN EL PLAN PROMOCIONAL.	260101036 - IMPULSAR LAS VENTAS EN EL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE VENTAS.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292735 - APLICAR ACCIONES PROMOCIONALES DE PRODUCTOS SEGÚN EL PLAN PROMOCIONAL	260101036 - IMPULSAR LAS VENTAS EN EL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE VENTAS.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292737 - APLICAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y PRINCIPIOS DE COMPORTAMIENTO EN EL MANEJO DE SITUACIONES DE SERVICIO SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL SERVICIO.	260101042 - INTERACTUAR CON CLIENTES DE ACUERDO CON POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292741 - CONTROLAR EL COMPORTAMIENTO DE LA CARTERA DE LOS CLIENTES CON RELACIÓN A LAS VENTAS DE ACUERDO CON LA POLÍTICA DE LA ORGANIZACIÓN.	260101034 - HACER SEGUIMIENTO A LOS CLIENTES CON BASE EN LOS ACUERDOS COMERCIALES Y EL PLAN DE SERVICIO A CLIENTES.
3. EJECUCIÓN	IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTASD, PRESENTANDO INFORME CON LA	292744 - REALIZAR LOS REGISTROS DE INGRESOS Y EGRESOS DE ACUERDO CON LAS DIFERENTES ACTIVIDADES DE LA UNIDAD DE NEGOCIO	280201060 - MANEJAR PRESUPUESTOS APLICANDO LAS POLÍTICAS EMPRESARIALES Y LA NORMATIVIDAD.
4. EVALUACIÓN	EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUAIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING	292661 - APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN	999999999 - RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
4. EVALUACIÓN	EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA	292662 - REALIZAR INTERCAMBIOS SOCIALES Y PRÁCTICOS MUY BREVES, CON UN VOCABULARIO SUFICIENTE PARA HACER UNA	240201501 - COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING	MANTENER UNA CONVERSACIÓN SENCILLA SOBRE TEMAS TÉCNICOS	
4. EVALUACIÓN	EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING	292674 - REDIMENSIONAR PERMANENTEMENTE SU PROYECTO DE VIDA DE ACUERDO CON LAS CIRCUNSTANCIAS DEL CONTEXTO Y CON VISIÓN PROSPECTIVA.	240201500 - PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
4. EVALUACIÓN	EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING	292729 - REALIZAR INFORMES DEL SERVICIO POST VENTA DE ACUERDO CON LA POLÍTICA DE LA ORGANIZACIÓN.	260101047 - REALIZAR LAS VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.
4. EVALUACIÓN	EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING	292738 - REALIZAR REPORTES RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE DE ACUERDO CON LA POLÍTICA DE LA ORGANIZACIÓN	260101042 - INTERACTUAR CON CLIENTES DE ACUERDO CON POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA
4. EVALUACIÓN	EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING	292740 - ELABORAR INFORMES DE LOS RESULTADOS DE LA TRAZABILIDAD SOBRE LOS REQUERIMIENTOS Y RESPUESTAS DE LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LA POLÍTICA DE SERVICIO.	260101034 - HACER SEGUIMIENTO A LOS CLIENTES CON BASE EN LOS ACUERDOS COMERCIALES Y EL PLAN DE SERVICIO A CLIENTES.
4. EVALUACIÓN	EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING	292743 - INTERPRETAR EL COMPORTAMIENTO DE LOS INDICADORES DE GESTIÓN FRENTE A LA INFORMACIÓN RESULTANTE DE LOS PROCESOS DE MONITOREO DEL SERVICIO	260101034 - HACER SEGUIMIENTO A LOS CLIENTES CON BASE EN LOS ACUERDOS COMERCIALES Y EL PLAN DE SERVICIO A CLIENTES.
4. EVALUACIÓN	EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUACIÓN DE LAS	292746 - INTERPRETAR LOS RESULTADOS DE LA EJECUCIÓN, PROYECCIONES Y AJUSTES DE PRESUPUESTOS DE ACUERDO CON LOS SOPORTES CONTABLES Y LOS INDICADORES DE EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO	280201060 - MANEJAR PRESUPUESTOS APLICANDO LAS POLÍTICAS EMPRESARIALES Y LA NORMATIVIDAD.



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

ESTRATEGIAS DE MARKETING

3.5 Organización del proyecto

3.5.1 No. Instructores requeridos

2

3.5.2 No. Aprendices sugeridos para participar en el proyecto

40

3.6 Descripción del ambiente de aprendizaje requerido

Ambientes con buena iluminación que contengan equipos de computo y conectividad, tableros borra seco y papelografos, sala de sistemas, mipymes del entorno, ambientes simulados

3.7. Recursos estimados

Actividades del proyecto	Duración (Meses)	Equipos / Herramientas				Talento Humano (Instructores)				Materiales de formación consumibles			
		Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total	Especialidad	Cant.	V. Unit.	V. Total	Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total
IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO UTILIZANDO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA IMPULSAR LAS VENTAS, PRESENTANDO INFORME CON LA	3					Talento humano capacitado e idóneo para orientar la FPI	2	\$ 2.735.720	\$ 5.471.440				
REALIZAR DIAGNÓSTICO DE CÓMO SE REALIZA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO POR PARTE DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ, PRESENTANDO INFORME DEL DIAGNÓSTICO	3					Talento humano capacitado e idóneo para orientar la FPI	2	\$ 1.367.860	\$ 2.735.720				
DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ CON BASE EN LOS PRINCIPIOS DE INNOVACIÓN	3					Talento humano capacitado e idóneo para orientar la FPI	2	\$ 275.720	\$ 551.440				



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

Y CREATIVIDAD, PRESENTANDO PLAN CON EL D													
EVALUAR EL IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, PRESENTANDO INFORME CON LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE	3					Talento humano capacitado e idoneo para orientar la FPI	2	\$ 2.735.720	\$ 5.471.440				

4. Rubros presupuestales

Recurso	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Rubro presupuestal por el que se financiará el proyecto
Talento Humano	2	\$ 11.279.595	\$ 22.559.190	CONTRATACION INSTRUCTORES
Total:			\$ 22.559.190	

5. Equipo que participó en la formulación del proyecto

Nombre	Especialidad	Nombre Centro	Regional
MARTHA CECILIA RAMIREZ	EQUIPO DESARROLLO CURRICULAR	CENTRO LATINOAMERICANO DE ESPECIES MENORES	REGIONAL VALLE