PROYECTO FORMATIVO

1. Información básica del proyecto

Código Proyecto SOFIA:	**3050026**	**Código del Programa SOFIA:**	**124101**	**Versión del Programa:**	**1**	**Fichas asociadas:**	**1**

1.1 Centro de Formación:	COMPLEJO TECNOLÓGICO MINERO AGROEMPRESARIAL	**1.2 Regional:**	REGIONAL ANTIOQUIA
1.3 Nombre del proyecto:	IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE PUERTO BERRÍO.		
1.4 Programa de Formación al que da respuesta:	DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO		
1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):	27		
1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación: (si Existe)	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA		
1.7 Palabras claves de búsqueda:	Mercadeo, Marketing, Productos, Servicios, Clientes, Segmentación, Consumidor, Investigación, Merchandising, Comunicación, Distribución, Precio		

1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:	64	**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:**	63
			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:	1

2. Estructura del proyecto

2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar

Las Mipymes normalmente y en razón a sus recursos técnicos, humanos y financieros, se caracterizan porque sus estructuras organizacionales en muchas ocasiones no están definidas, carecen de un plan estratégico y adolecen de sistemas de Planificación de Actividades de Mercadeo, para poder responder a las exigencias de un mercado cada vez más competitivo y creciente en términos de la competencia. Lo anterior se ve reflejado en pérdidas de esfuerzos por no conocer los aspectos relevantes del mercado que se pretende atender, sus necesidades, expectativas y deseos, el comportamiento de la competencia y del sector económico; todos ellos elementos fundamentales para poder formular objetivos y ejecutar estrategias efectivas que permitan verdaderamente llegar al mercado con productos y servicios a la medida. El empresario eventualmente es reacio a asignar recursos para desarrollar procesos técnicos en el área de mercadeo, porque no siente que estos aporten verdaderamente a obtener información específica que permita tomar acciones para la generación de mayores ingresos y prefieren aprender con un método costoso como lo es el ensayo y error. Surge entonces la pregunta: ¿Cuál debe ser la estructura específica del Plan de Mercadeo de

productos y/o servicios de acuerdo con la dinámica cambiante de los mercados para las Mipymes?

2.2 Justificación del proyecto

Las diferentes alternativas que ofrecen los Planes de Mercadeo actuales en cada una de sus fases, hacen que las empresas no implementen el modelo adecuado para generar los resultados esperados. En este sentido, se deben definir variables específicas que permitan ajustar el Plan a las condiciones de la organización para hacerlo efectivamente viable, con el fin de que todos los esfuerzos de recursos tecnológicos, humanos y financieros que emprendan las Mipymes para investigar el mercado y proponer estrategias de Producto, Precio, Promoción y Distribución, estén acordes con su realidad y con el segmento de mercado al cual quieren apuntar con los bienes y/o servicios ofertados, logrando obtener resultados económicos y de posicionamiento en el corto, mediano y largo plazo. Se eligen las Mipymes como objeto de estudio porque no cuentan con la infraestructura en términos funcionales para aplicar técnicamente este tipo de procesos. Según el Dane, las Mipymes generan alrededor de 67% del empleo y aportan 28% del Producto Interno Bruto (PIB). De acuerdo con Confecámaras las micro, pequeñas y medianas empresas son fundamentales para el sistema productivo colombiano, como lo demuestra el hecho de que, según el Registro Único Empresarial y Social (Rues), en el país 94,7% de las empresas registradas son microempresas y 4,9% pequeñas y medianas. Esto justifica la importancia del proyecto, en el sentido de buscar un robustecimeinto del área comercial de este tipo de empresas para que sigan jalonando la economía nacional.

2.3 Objetivo general

Implementar un plan de mercadeo de productos y servicios en las Mipymes del municipio de Puerto Berrío que permita su posicionamiento en el mercado

2.4 Objetivos específicos

Diagnosticar el mercado utilizando herramientas de diagnóstico que permitan establecer el estado actual de la empresa.
Investigar el mercado a través de técnicas que permitan conocer la competencia, el sector productivo y las necesidades de los clientes
Formular las estrategias de mezcla de mercadeo acorde con los segmentos de mercado, productos y/o servicios y los objetivos de la organización para facilitar la recolección de la información.
Ejecutar un piloto del Plan de Mercadeo en una muestra del segmento de mercado definido para la investigación
Evaluar los resultados del Piloto estableciendo los ajustes necesarios al Plan de Mercadeo para extender la estrategia a las Mipymes

2.5 Alcance	
2.5.1 Beneficiarios del proyecto	1. Aprendices del programa de formación Tecnólogos en Desarrollo de Procesos de Mercadeo. 2. Empresas del sector productivo. 3. Empresarios. 4. Consumidores o usuarios. 5. Comunidad. 6. Estado
2.5.2 Impacto	
Social:	El desarrollo de la capacidad emprendedora de los aprendices al generar nuevas formas de trabajo independiente mejorando sus condiciones de vida y las de su familia, o que se vincule a una empresa que reconozca su experiencia en este programa y le genere unas condiciones laborales favorables. Permite la consolidación de las empresas seleccionadas y de aplicación de conocimientos de los aprendices
Económico:	Incremento de la rentabilidad de las Mipymes que implementan Planes de Mercadeo, logrando un mayor equilibrio en las condiciones laborales y promoviendo el desarrollo de funciones especializadas en el área de Mercadeo, acorde con las exigencias de competitividad del mercado.
Ambiental:	Compromiso sostenible con el medio ambiente y la humanidad, creando una cultura ambiental a partir del uso racional de las tecnologías que comprometan los recursos naturales.
Tecnológico:	Implementación del uso de las nuevas tecnologías en actividades propias que demanden recurso humano capacitado en áreas específicas, factor relevante para sobrellevar el proceso de globalización, teniendo en cuenta el objeto social de las empresas.

2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución
Dificultad para obtener información del sector productivo. Para mitigarlo se pueden crear alianzas entre el Sena y el sector productivo. Resistencia por parte del empresario a la entrega de la información y a trabajar conjuntamente en el desarrollo del portafolio de servicios del programa; para ello, se deben firmar cláusulas de confidencialidad de la información. Cambios bruscos en las variables del mercado que afecten el desarrollo de la propuesta técnica presentada a las Mipymes, se debe presentar un plan de contingencia ante los cambios del mercado. Subjetividad en los diseños y aplicación de herramientas que pueden alterar los resultados de la investigación, se debe minimizar el impacto del sesgo estadístico creando instrumentos de evaluación objetivos y capacitando al encuestador. Falta de compromiso por parte de los empresarios para facilitar el desarrollo

2.5.4. Productos o resultados del proyecto
1. Diagnóstico de mercado 2. Investigación de mercados 3. Plan de Distribución 4. Plan de Merchandising 5. Plan de Precios 6. Plan de comunicación integral 7. Plan de Mercadeo 8. Informe de evaluación del plan de mercadeo

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
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610724 - RA2. INVESTIGAR MERCADOS TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. 240H	260101061 - Formular el plan según objetivos y metodologías
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610725 - RA3. SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	260101061 - Formular el plan según objetivos y metodologías
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	260101061 - Formular el plan según objetivos y metodologías
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610740 - RA2 ESTABLECER RELACIONES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO A PARTIR DEL BIEN COMÚN COMO APORTE PARA EL DESARROLLO SOCIAL.	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610741 - RA4 CONTRIBUIR CON EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE PAZ A PARTIR DE LA DIGNIDAD HUMANA Y LAS ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE CONFLICTOS.	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610742 - RA1 PROMOVER MI DIGNIDAD Y LA DEL OTRO A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS COMO APORTE EN LA INSTAURACIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ.	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610743 - RA3 PROMOVER EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES A PARTIR DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD ÉTICA Y NORMATIVA	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610744 - RA1 COMPRENDER INFORMACIÓN SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES Y FUTURAS A TRAVÉS DE INTERACCIONES SOCIALES DE FORMA ORAL Y ESCRITA. 48H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON	610767 - RA3 ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los

	OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	DE MERCADO.	contextos productivo y social.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610768 - RA2 CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610769 - RA4 VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610770 - RA1 INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610779 - RA1 ANALIZAR EL CONTEXTO PRODUCTIVO SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610780 - RA2 ESTRUCTURAR EL PROYECTO DE ACUERDO A CRITERIOS DE LA INVESTIGACIÓN.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610781 - RA3 ARGUMENTAR ASPECTOS TEÓRICOS DEL PROYECTO SEGÚN REFERENTES NACIONALES E INTERNACIONALES.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610782 - RA4 PROPONER SOLUCIONES A LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610783 - RA1 IDENTIFICAR MODELOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL PROBLEMA PLANTEADO EN CONTEXTOS SOCIALES Y PRODUCTIVO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610784 - RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610785 - RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA	610786 - RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de

	INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.	manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610791 - RA3 EVALUAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610792 - RA2 APLICAR FUNCIONALIDADES DE HERRAMIENTAS Y SERVICIOS TIC, DE ACUERDO CON MANUALES DE USO, PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y BUENAS PRÁCTICAS.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610793 - RA4 OPTIMIZAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LA VERIFICACIÓN.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
ANÁLISIS	CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610794 - RA1 ALISTAR HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC), DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
ANÁLISIS	INDUCCIÓN	610723 - RA APROPIAR CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DEL SENA EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN INSTITUCIONAL DE ACUERDO CON SU ROL PROYECTO DE VIDA Y DESARROLLO PROFESIONAL.	240201530 - Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
EJECUCIÓN	ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610735 - RA3. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE ACUERDO CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 96H	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
EJECUCIÓN	ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610737 - RA2. ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN DE ENDOMARKETING DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA. 96H	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
EJECUCIÓN	ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610746 - RA3 DISCUTIR SOBRE POSIBLES SOLUCIONES A PROBLEMAS DENTRO DE UN RANGO VARIADO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES. 96H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EJECUCIÓN	ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610749 - RA4 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA RELACIONADAS CON EL USO DE EXPRESIONES, ESTRUCTURAS Y DESEMPEÑO SEGÚN LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE FORMULADOS PARA EL PROGRAMA. 48H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EJECUCIÓN	ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE	610795 - RA2 ARGUMENTAR EN FORMA ORAL Y ESCRITA ATENDIENDO LAS EXIGENCIAS Y	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS,

	ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	PARTICULARIDADES DE LAS DIVERSAS SITUACIONES COMUNICATIVAS MEDIANTE LOS DISTINTOS SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN.	EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
EJECUCIÓN	ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610796 - RA1 ANALIZAR LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS, INTENCIONALIDAD Y CONTEXTO.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
EJECUCIÓN	ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610797 - RA4 ESTABLECER PROCESOS DE ENRIQUECIMIENTO LEXICAL Y ACCIONES DE MEJORAMIENTO EN EL DESARROLLO DE PROCESOS COMUNICATIVOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL CONTEXTO.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
EJECUCIÓN	ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610798 - RA3 RELACIONAR LOS PROCESOS COMUNICATIVOS TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE LÓGICA Y RACIONALIDAD.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
EVALUACIÓN	APLICAR LOS CONOCIMIENTOS EN CONTEXTOS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO	609605 - 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
EVALUACIÓN	EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610738 - RA2. VALIDAR LOS RESULTADOS DEL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN. 96H	260101009 - Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
EVALUACIÓN	EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610739 - RA1. SELECCIONAR TÉCNICA DE EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL PLAN DE MERCADEO SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 96H	260101009 - Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
EVALUACIÓN	EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610747 - RA5 PRESENTAR UN PROCESO PARA LA REALIZACIÓN DE UNA ACTIVIDAD EN SU QUEHACER LABORAL DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS DESDE SU PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EVALUACIÓN	EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610748 - RA6 EXPLICAR LAS FUNCIONES DE SU OCUPACIÓN LABORAL USANDO EXPRESIONES DE ACUERDO AL NIVEL REQUERIDO POR EL PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EVALUACIÓN	EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y	610763 - RA2 PRACTICAR HÁBITOS SALUDABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE NUTRICIÓN E HIGIENE.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS

	POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN		PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EVALUACIÓN	EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610764 - RA1 DESARROLLAR HABILIDADES PSICOMOTRICES EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EVALUACIÓN	EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610765 - RA4 IMPLEMENTAR UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUNCIÓN	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EVALUACIÓN	EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610766 - RA3 EJECUTAR ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ORIENTADAS HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CONDICIÓN FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
PLANEACIÓN	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	610732 - RA2. APLICAR MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ACUERDO CON TENDENCIAS DEL MERCADO. 96H	260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
PLANEACIÓN	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	610733 - RA3. UTILIZAR ESTRATEGIAS DE PRECIOS EN EL PLAN DE MERCADEO A PARTIR DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
PLANEACIÓN	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	610734 - RA4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 96H	260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
PLANEACIÓN	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	610745 - RA2 INTERCAMBIAR OPINIONES SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN CONTEXTOS SOCIALES ORALES Y ESCRITOS.	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
PLANEACIÓN	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	610775 - 01- Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
PLANEACIÓN	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN	610776 - 03- Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

	MERCADEO		
PLANEACIÓN	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	610777 - 02- Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
PLANEACIÓN	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	610778 - 04- Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610727 - RA3. SELECCIONAR LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA CONDICIONES DEL MERCADO. 144H	260101050 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	260101050 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610729 - RA2. PLANTEAR EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA MARKETING DE ACUERDO CON CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO. 96H	260101050 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610730 - RA4. APLICAR ACCIONES DEL PLAN DE MERCHANDISING EN EL CANAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE MERCADEO Y NORMATIVA.	260101050 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610736 - RA1. ESTRUCTURAR EL BRIEF DE COMUNICACIÓN SEGÚN ESPECIFICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL SEGMENTO. 96H	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610771 - RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA PARA EL MANEJO AMBIENTAL Y EL CONTROL DE LA SST, DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE TRABAJO, COLABORATIVO, COOPERATIVO Y COORDINADO EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL	610772 - RA1 ANALIZAR LAS ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LOS IMPACTOS	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD

	LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES LABORALES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y EL ENTORNO SOCIAL.	EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610773 - RA2 IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610774 - RA3 REALIZAR SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL DESARROLLO DE LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y SST, SEGÚN EL ÁREA DE DESEMPEÑO.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610787 - RA1 IDENTIFICAR LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE ACUERDO AL CONTEXTO PRODUCTIVO.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610788 - RA3 VERIFICAR LAS TRANSFORMACIONES FÍSICAS DE LA MATERIA UTILIZANDO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610789 - RA2 SOLUCIONAR PROBLEMAS ASOCIADOS CON EL SECTOR PRODUCTIVOS CON BASE EN LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
PLANEACIÓN	PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610790 - RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE ACUERDO CON LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

3.5 Organización del proyecto

3.5.1 No. Instructores requeridos	24	3.5.2 No. Aprendices sugeridos para participar en el proyecto	31

3.6 Descripción del ambiente de aprendizaje requerido

Ambiente de aprendizaje con capacidad para 30 personas, mesas y sillas ergonómicas, propicios para el manejo de la comunicación asertiva
Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal con elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Ambiente Virtual de aprendizaje: Sistema de gestión de aprendizaje (LMS), recursos educativos y biblioteca virtual

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
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3	Computadores	31	€ 180.000	€ 5.580.000								
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3	Impresora Laser	1	€ 700.000	€ 700.000								
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3	Sistema POS	1	€ 1.700.000	€ 1.700.000								
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3	Software de estadística	1	€ 3.000.000	€ 3.000.000								
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3	Televisor	1	€ 1.800.000	€ 1.800.000								
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3	Sobre de manila tamaño carta	100	€ 400	€ 40.000								
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3									Sobre de manila tamaño oficio	100	€ 450	€ 45.000

ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3									Post-it	31	€ 12.000	€ 372.000
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3									Marcadores borrables	10	€ 5.000	€ 50.000
ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	3					Instructores	3	€ 13.396.635	€ 40.189.905				
APLICAR LOS CONOCIMIENTOS EN CONTEXTOS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO	5.4					Instructor de seguimiento	1	€ 6.698.318	€ 6.698.318				
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4	Software de estadística	1	€ 3.000.000	€ 3.000.000								
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4	Memorias USB	31	€ 35.000	€ 1.085.000								
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4	Impresora Laser	1	€ 700.000	€ 700.000								
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4	Software de georeferenciación	1	€ 3.000.000	€ 3.000.000								
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE	5.4	Televisor	1	€ 1.800.000	€ 1.800.000								

ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES													
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4	Computadores	31	€ 600.000	€ 18.600.000								
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4									Marcadores borrables	5	€ 5.000	€ 25.000
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4									Resma papel tamaño carta	8	€ 17.000	€ 136.000
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4									Marcadores permanentes	15	€ 3.500	€ 52.500
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4									Resma papel tamaño oficio	10	€ 24.000	€ 240.000
CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.4					Instructores	7	€ 24.113.943	€ 168.797.601				
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4	Computadores	31	€ 144.000	€ 4.464.000								
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4	Televisor	1	€ 1.800.000	€ 1.800.000								

ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4	Impresora Laser	1	€ 700.000	€ 700.000								
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4									Sacaganchos	31	€ 2.500	€ 77.500
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4									Ganchos Clip	31	€ 2.700	€ 83.700
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4									Perforadora	31	€ 3.700	€ 114.700
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4									Resaltadores	100	€ 2.000	€ 200.000
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4									Cosedora	31	€ 3.500	€ 108.500
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4									Esferos	100	€ 1.500	€ 150.000
ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	2.4					Instructores	3	€ 10.717.308	€ 32.151.924				
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1	Computadores	31	€ 126.000	€ 3.906.000								
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS	2.1	Televisor	1	€ 1.800.000	€ 1.800.000								

DE LA ORGANIZACIÓN													
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Caja de colores x24	31	€ 26.000	€ 806.000
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Tijera Común	31	€ 2.500	€ 77.500
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Cartón Paja	100	€ 2.500	€ 250.000
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Bisturí	31	€ 1.800	€ 55.800
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Lápiz	100	€ 1.500	€ 150.000
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Regla 30 cm	31	€ 1.200	€ 37.200
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Sacapuntas	31	€ 500	€ 15.500
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Block papel rayado	31	€ 5.400	€ 167.400
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	2.1									Borrador de nata	31	€ 400	€ 12.400
EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN	2.1					Instructores	3	€ 9.377.645	€ 28.132.935				

CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN													
INDUCCIÓN	0.33	Impresora Laser	1	€ 700.000	€ 700.000								
INDUCCIÓN	0.33	Computadores	31	€ 18.000	€ 558.000								
INDUCCIÓN	0.33	Televisor	1	€ 1.800.000	€ 1.800.000								
INDUCCIÓN	0.33									Resma papel tamaño carta	1	€ 17.000	€ 17.000
INDUCCIÓN	0.33									Marcadores borrables	2	€ 5.000	€ 10.000
INDUCCIÓN	0.33					Instructores	4	€ 1.339.664	€ 5.358.656				
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3	Televisor	1	€ 1.800.000	€ 1.800.000								
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3	Software de estadística	1	€ 3.000.000	€ 3.000.000								
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3	Software de georeferenciación	1	€ 3.000.000	€ 3.000.000								
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3	Impresora Laser	1	€ 700.000	€ 700.000								
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3	Computadores	31	€ 378.000	€ 11.718.000								
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS	6.3	Sistema POS	1	€ 1.700.000	€ 1.700.000								

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META													
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									Papel Kimberly	50	€ 14.500	€ 725.000
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									Papel Iris	50	€ 4.100	€ 205.000
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									Cinta de enmascarar	31	€ 8.500	€ 263.500
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									Pegastic	31	€ 3.100	€ 96.100
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									Cinta adhesiva	31	€ 7.500	€ 232.500
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									Marcadores borrables	10	€ 5.000	€ 50.000
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									Pegante liquido	31	€ 6.000	€ 186.000
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									Cartulina Surtida	31	€ 48.000	€ 1.488.000

PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3									FOMI	50	€ 11.500	€ 575.000
PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	6.3					Instructores	3	€ 28.132.934	€ 84.398.802				

3.7.1 Detalle de los recursos estimados

Herramientas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Fuente Recurso
Sobre de manila tamaño carta	100	€ 400	€ 40.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
		Total:	€ 40.000	

Equipos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Fuente Recurso
Televisor	1	€ 1.800.000	€ 1.800.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Impresora Laser	1	€ 700.000	€ 700.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Memorias USB	31	€ 35.000	€ 1.085.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Sistema POS	1	€ 1.700.000	€ 1.700.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Computadores	31	€ 18.000	€ 558.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Computadores	31	€ 600.000	€ 18.600.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Software de georeferenciación	1	€ 3.000.000	€ 3.000.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Computadores	31	€ 126.000	€ 3.906.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Software de estadística	1	€ 3.000.000	€ 3.000.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL

Computadores	31	€ 180.000	€ 5.580.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Computadores	31	€ 378.000	€ 11.718.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Computadores	31	€ 144.000	€ 4.464.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
		Total:	€ 56.111.000	

Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Fuente Recurso
Resma papel tamaño carta	8	€ 17.000	€ 136.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Sacaganchos	31	€ 2.500	€ 77.500	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Sobre de manila tamaño oficio	100	€ 450	€ 45.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Cinta de enmascarar	31	€ 8.500	€ 263.500	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Cinta adhesiva	31	€ 7.500	€ 232.500	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Post-it	31	€ 12.000	€ 372.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Marcadores borrables	2	€ 5.000	€ 10.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Marcadores permanentes	15	€ 3.500	€ 52.500	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Resma papel tamaño oficio	10	€ 24.000	€ 240.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Borrador de nata	31	€ 400	€ 12.400	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Cartulina Surtida	31	€ 48.000	€ 1.488.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Papel Iris	50	€ 4.100	€ 205.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Ganchos Clip	31	€ 2.700	€ 83.700	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Marcadores borrables	10	€ 5.000	€ 50.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL

Marcadores borrables	5	€ 5.000	€ 25.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Bisturí	31	€ 1.800	€ 55.800	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Block papel rayado	31	€ 5.400	€ 167.400	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Caja de colores x24	31	€ 26.000	€ 806.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Resaltadores	100	€ 2.000	€ 200.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Cosedora	31	€ 3.500	€ 108.500	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Resma papel tamaño carta	1	€ 17.000	€ 17.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Cartón Paja	100	€ 2.500	€ 250.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Sacapuntas	31	€ 500	€ 15.500	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Tijera Común	31	€ 2.500	€ 77.500	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Regla 30 cm	31	€ 1.200	€ 37.200	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Pegastic	31	€ 3.100	€ 96.100	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Papel Kimberly	50	€ 14.500	€ 725.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Pegante liquido	31	€ 6.000	€ 186.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Perforadora	31	€ 3.700	€ 114.700	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Esferos	100	€ 1.500	€ 150.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Lápiz	100	€ 1.500	€ 150.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
FOMI	50	€ 11.500	€ 575.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
		Total:	€ 7.024.800	

Talento Humano	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Fuente Recurso
Instructores	3	€ 28.132.934	€ 84.398.802	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructores	3	€ 13.396.635	€ 40.189.905	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor de seguimiento	1	€ 6.698.318	€ 6.698.318	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructores	7	€ 24.113.943	€ 168.797.601	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructores	3	€ 9.377.645	€ 28.132.935	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructores	3	€ 10.717.308	€ 32.151.924	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructores	4	€ 1.339.664	€ 5.358.656	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
		Total:	€ 365.728.141	

4. Rubros presupuestales

Recurso	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Rubro presupuestal por el que se financiará el proyecto
Equipos	25	€ 2.747.680	€ 68.692.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Materiales de Formación	35	€ 231.637	€ 8.107.295	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Talento Humano	24	€ 15.238.672	€ 365.728.128	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
		Total:	€ 442.527.423	

5. Equipo que participó en la formulación del proyecto

Nombre	Especialidad	Nombre Centro	Regional
JUAN SEBASTIAN MARTINEZ	EQUIPO DESARROLLO CURRICULAR	COMPLEJO TECNOLÓGICO MINERO AGROEMPRESARIAL	REGIONAL ANTIOQUIA