PROYECTO FORMATIVO

1. Información básica del proyecto

Código Proyecto SOFIA:	**983666**	**Código del Programa SOFIA:**	**63110059**	**Versión del Programa:**	**1**	**Fichas asociadas:**	**42**

1.1 Centro de Formación:	CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUICOLA	**1.2 Regional:**	REGIONAL GUAJIRA
1.3 Nombre del proyecto:	FORTALECIMIENTO PARA LA COMERCIALIZACIÓN EFECTIVA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN UNIDADES PRODUCTIVAS Y ASOCIACIONES RURALES DE LA GUAJIRA		
1.4 Programa de Formación al que da respuesta:	EMPRENDEDOR EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES		
1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):	2		
1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación: (si Existe)	SENA		
1.7 Palabras claves de búsqueda:	EMPRENDIMIENTO, PRODUCCION,COMERCIALIZACION, PROGRESO, NEGOCIO, NORMATIVIDAD, ORGANIZACIÓN.		

1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:	4	**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:**	4
			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:	0

2. Estructura del proyecto

2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar

La carencia de una clara estructura organizacional de las unidades productivas de los municipios, trae como consecuencia una falta de cooperación entre los socios lo cual impide el pleno surgimiento, crecimiento y desarrollo tanto empresarial como comercial, además lo anterior refleja una falta de sentido de pertenencia con la organización por parte de sus asociados, creando la necesidad de fortalecer su filosofía empresarial (misión, visión, objetivos y políticas), administración y plan de mercadeo con el fin que la organización pueda mejorar la toma de decisiones dentro de la unidad productiva.

2.2 Justificación del proyecto
Los productores de bienes y servicios de la región deben asumir que para competir en un mercado local no pueden actuar de manera aislada, sino en forma de asociaciones para así enfrentar los requerimientos de los mercados actuales, generando la necesidad de buscar capacitación e información causando efectos de aprendizaje e innovación y también se podrá experimentar un intercambio importante de información que ocurra entre los productores. Para que este proceso sea exitoso se requiere del acompañamiento de organizaciones públicas y privadas que brinden asesoría y fortalecimiento a las unidades productivas o a las asociaciones, generando competencias de cooperación y desarrollo. La asociatividad que se pueda generar el interior de las unidades productivas constituye un valor agregado para la competitividad y desarrollo para el departamento de la Guajira.

2.3 Objetivo general
IMPLEMENTAR Y DESARROLLAR ACCIONES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS PROCESOS DE: PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, PRODUCCIÓN, NEGOCIACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS Y ASOCIACIONES.

2.4 Objetivos específicos
BRINDAR ASESORÍA EN LOS TEMAS: ASOCIATIVIDAD, ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN, MERCADEO Y VENTAS. ANALIZAR LA DEMANDA REGIONAL Y DEPARTAMENTAL DEL PRODUCTO O SERVICIO PARA ELEGIR LOS ALIADOS ESTRATÉGICOS COMERCIALES MÁS ADECUADOS, ACORDANDO MEJORES CONDICIONES DE COMPRA, VENTA Y ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS. RECONOCER LA IMPORTANCIA DEL MANEJO DEL CICLO ADMINISTRATIVO Y EL PLAN DE MERCADEO PARA APLICARLO EN LAS UNIDADES PRODUCTIVAS. CONCIENCIAR AL PRODUCTOR DE LOS BENEFICIOS DE LA MEJORA CONTINUA Y LA CALIDAD DEL PRODUCTO BUSCANDO UN VALOR AGREGADO.

2.5 Alcance	
2.5.1 Beneficiarios del proyecto	Población rural vulnerable (comunidades de desplazados, madres cabeza de familia) y jóvenes en el rango de edad de 16 a 35 años
2.5.2 Impacto	
Social:	Asociacion, unidades productivas, comunidad.
Económico:	Mejoramiento en cuanto a las condiciones de compra, venta y comercialización de productos y servicios rurales.
Ambiental:	El compromiso de todos los socios en la implementación de las buenas prácticas agropecuarias, manejo de alimentos y cultura de cuidado medio ambiental.
Tecnológico:	Aplicación de herramientas tecnológicas para los procesos de negociación, control y comercialización.

2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución
La falta de sentido de pertenencia hacia la asociación por parte de los integrantes de la misma, apatía a la transformación del producto y conformidad en cuanto a la comercialización actual. La falta de motivación del productor quien carece de información acerca de los beneficios económicos y comerciales al tener mayor cooperación entre los asociados y aliados estratégicos, con un objetivo visionario en cuanto a la producción y transformación de productos o servicios rurales.

2.5.4. Productos o resultados del proyecto
Organigrama, filosofía empresarial (misión, visión, objetivos y políticas), imagen de la empresa (eslogan y logotipo), para una plena identificación de los asociados y clientes con la U.P ó Asociación. Plan de mercadeo y portafolio de productos o servicios rurales. Alianzas estratégicas comerciales logradas en el desarrollo del proceso de fortalecimiento. Productos y procesos de producción de bienes o servicios competitivos para su comercialización. Negociación de productos y servicios con los aliados identificados para posibles mercados locales o regionales

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?	NO
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
EVALUAR	EVALUAR EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN PARA SU MEJORAMIENTO EN LA U.P Ó ASOCIACIÓN QUE CONLLEVEN A LA BÚSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS LOCALES Y DEPARTAMENTALES, PROMOVIENDO LA LEGALIZACIÓN DE	220106 - EVALUAR EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTA, LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.	260101021 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.
HACER	DOCUMENTAR LA FILOSOFIA EMPRESARIAL, ORGANIGRAMA, IMAGEN DE LA EMPRESA, LINEAS DE PRODUCTOS CON SUS RESPECTIVOS PRECIOS Y PORTAFOLIO EMPRESARIAL; EXAMINAR LAS NEGOCIACIONES CON CLIENTES Y	220107 - DESARROLLAR PLAN DE CIERRE DE VENTAS PARA APLICARLOS EN LA NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.	260101021 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.
HACER	DOCUMENTAR LA FILOSOFIA EMPRESARIAL, ORGANIGRAMA,	220108 - REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO	260101021 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS

	DE LA EMPRESA, LINEAS DE PRODUCTOS CON SUS RESPECTIVOS PRECIOS Y PORTAFOLIO EMPRESARIAL; EXAMINAR LAS NEGOCIACIONES CON CLIENTES Y	PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO.	ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.
PLANEAR	ELABORACION DE UN PLAN DE FORTALECIMEINTO EN COMERCIALIZACION DE SERVICIOS Y PRODUCTOS RURALES EN UNIDADES PRODUCTIVAS Y ASOCIACIONES.	220109 - DEFINIR LAS TÉCNICAS DE VENTAS EN LA NEGOCIACIÓN, DE ACUERDO A LOS PERFILES DE LOS CLIENTES.	260101021 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

3.5 Organización del proyecto

3.5.1 No. Instructores requeridos	1	3.5.2 No. Aprendices sugeridos para participar en el proyecto	25

3.6 Descripción del ambiente de aprendizaje requerido

Entorno empresarial de la unidad productiva a fortalecer, dotado de elementos normativos para la salud en el trabajo.

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
DOCUMENTAR LA FILOSOFIA EMPRESARIAL, ORGANIGRAMA, IMAGEN DE LA EMPRESA, LINEAS DE PRODUCTOS CON SUS RESPECTIVOS PRECIOS Y PORTAFOLIO EMPRESARIAL; EXAMINAR LAS NEGOCIACIONES CON CLIENTES Y ALIADOS ESTR	1					HORAS FORMACION	100	$ 20.401	$ 2.040.100				
ELABORACION DE UN PLAN DE FORTALECIMEINTO EN COMERCIALIZACION DE SERVICIOS Y PRODUCTOS RURALES EN UNIDADES PRODUCTIVAS Y ASOCIACIONES.	0.5					HORAS FORMACION	50	$ 20.401	$ 1.020.050				

EVALUAR EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN PARA SU MEJORAMIENTO EN LA U.P Ó ASOCIACIÓN QUE CONLLEVEN A LA BÚSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS LOCALES Y DEPARTAMENTALES, PROMOVIENDO LA LEGALIZACIÓN DE ASOCIACIONES.	0.5					HORAS FORMACION	50	$ 20.401	$ 1.020.050				

4. Rubros presupuestales

Recurso	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Rubro presupuestal por el que se financiará el proyecto
Talento Humano	200	$ 20.401	$ 4.080.200	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
		Total:	$ 4.080.200	

5. Equipo que participó en la formulación del proyecto

Nombre	Especialidad	Nombre Centro	Regional
ANDRES ALFONSO MARTINEZ	EQUIPO DESARROLLO CURRICULAR	CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUICOLA	REGIONAL GUAJIRA