



## PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

### FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en Gestión de Proyectos de Desarrollo Económico y Social.
- **Código del Programa de Formación:** 122107
- **Nombre del Proyecto Formativo:** Propuesta para la formulación y evaluación de proyectos económicos y/o sociales.
- **Fase del Proyecto:** Ejecución
- **Actividad de Proyecto Formativo:** Identificar el entorno empresarial y su estructura administrativa, según normativa.
- **Competencia:** Proyectar las necesidades y requerimientos según el proceso o unidades de negocio.
- **Resultados de Aprendizaje:** Interpretar los pronósticos de la oferta y la demanda del mercado de bienes y servicios según los objetivos de la organización, para tenerlos en cuenta en la elaboración de presupuestos.
- **Duración de la Guía de Aprendizaje:** 272 horas

#### 2. PRESENTACIÓN

En el contexto empresarial actual, las organizaciones enfrentan constantes cambios derivados de las dinámicas económicas, sociales, tecnológicas y del comportamiento de los consumidores. Antes de formular un proyecto o realizar una inversión, resulta indispensable interpretar el comportamiento de la oferta y la demanda para disminuir la incertidumbre y fortalecer la toma de decisiones relacionadas con la asignación de recursos y la elaboración de presupuestos.



Durante el desarrollo de esta guía el aprendiz asumirá el reto de actuar como analista de proyectos, interpretando información proveniente del mercado para comprender cómo las variaciones de la oferta y la demanda influyen en la formulación de proyectos de desarrollo económico y social. A través de diferentes actividades analizará situaciones empresariales, utilizará herramientas para la elaboración de pronósticos, interpretará resultados y formulará propuestas que servirán como insumo para la planeación financiera de una organización.

Las actividades planteadas fortalecerán su pensamiento crítico, su capacidad investigativa, el trabajo colaborativo, el manejo de herramientas tecnológicas y la toma de decisiones basada en información objetiva.

### **3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

En esta guía se desarrollarán actividades de aprendizaje organizadas en los momentos de **reflexión inicial, contextualización, apropiación y transferencia del conocimiento**, las cuales le permitirán fortalecer las competencias necesarias para interpretar los pronósticos de la oferta y la demanda del mercado como insumo para la elaboración de presupuestos en la formulación de proyectos de desarrollo económico y social.

Durante el desarrollo de estas actividades participará en el análisis de situaciones empresariales, identificará conocimientos previos, interpretará información proveniente del mercado, aplicará herramientas para la elaboración de pronósticos y analizará los resultados obtenidos con el fin de apoyar la toma de decisiones dentro de una organización.



### **3.1 Actividades de reflexión inicial:**

Reconocer la importancia de interpretar los pronósticos de la oferta y la demanda mediante el análisis de situaciones empresariales, para comprender su influencia en la formulación de proyectos y la elaboración de presupuestos organizacionales.

#### **Descripción de las actividades:**

En este momento de aprendizaje se desarrollarán tres actividades orientadas a que el aprendiz reconozca la importancia de interpretar los pronósticos de la oferta y la demanda como un elemento fundamental para la formulación de proyectos y la elaboración de presupuestos organizacionales. Estas actividades tienen como propósito despertar el interés por los saberes que se abordarán durante la guía, favoreciendo la comprensión de la importancia de los estudios de mercado como insumo para la elaboración de los estudios técnicos en la fase de ejecución del proyecto formativo.

#### **Actividad 1. Descubro por qué algunos proyectos fracasan antes de iniciar**

Inicio mi proceso de aprendizaje observando un caso empresarial presentado por el instructor sobre una organización que realizó una inversión para lanzar un nuevo producto sin analizar previamente el comportamiento de la oferta y la demanda. Identifico las decisiones tomadas, los errores cometidos y las consecuencias sobre el presupuesto y la rentabilidad. Posteriormente participo en una mesa de diálogo con mis compañeros y elaboro una reflexión escrita sobre la importancia de interpretar los pronósticos del mercado antes de formular un proyecto.

#### **CASO EMPRESARIAL No. 1**

##### **¿Por qué fracasó Café Montaña Verde?**

La empresa **Café Montaña Verde S.A.S.**, ubicada en el departamento del Valle del Cauca, nació como una pequeña organización dedicada a la comercialización de café especial producido por asociaciones campesinas.

Después de cinco años de crecimiento, sus directivos decidieron lanzar una nueva línea de bebidas frías a base de café con el propósito de aumentar sus ventas durante las temporadas de altas temperaturas.



Motivados por el éxito obtenido con sus productos tradicionales, realizaron una inversión cercana a **\$420.000.000** destinada a la compra de maquinaria, adecuación de un nuevo punto de producción, diseño de empaques, publicidad y contratación de personal.

Los directivos consideraron que el nuevo producto tendría una alta aceptación entre los consumidores y tomaron la decisión de iniciar la producción sin realizar un estudio previo del comportamiento del mercado, argumentando que "si el café tradicional se vende bien, las bebidas frías también lo harán".

Durante los primeros cuatro meses las ventas estuvieron muy por debajo de lo esperado.

Al analizar la situación encontraron que:

- Los consumidores preferían bebidas con menor contenido de azúcar.
- Existían tres empresas competidoras con productos similares y precios inferiores.
- La demanda del producto era estacional y disminuía considerablemente durante varios meses del año.
- La empresa no había identificado claramente su mercado objetivo.
- El presupuesto elaborado para el proyecto se basó únicamente en expectativas de venta y no en información proveniente de pronósticos del mercado.

Como consecuencia, la organización presentó pérdidas económicas importantes, exceso de inventarios y dificultades para recuperar la inversión realizada.

Actualmente la empresa ha contratado un equipo consultor encargado de analizar el comportamiento de la oferta y la demanda para determinar si el proyecto puede reestructurarse o si es necesario replantear completamente la estrategia comercial.

Ese equipo consultor serán ustedes durante el desarrollo de esta guía.



Una vez realizada la lectura y el análisis del caso empresarial, el aprendiz deberá responder de manera individual las preguntas orientadoras, argumentando cada una de sus respuestas con base en la información presentada y en sus conocimientos previos. Posteriormente, participará en una mesa de trabajo con sus compañeros para socializar sus respuestas, contrastar diferentes puntos de vista y construir conclusiones de manera colaborativa. Finalmente, consolidará los aportes más relevantes en un documento que evidencie el análisis realizado y la importancia de interpretar los pronósticos de la oferta y la demanda como insumo para la formulación de proyectos y la elaboración de presupuestos organizacionales.

### **Preguntas orientadoras**

1. ¿Cuál considera que fue el principal error cometido por la organización?
2. ¿Qué información del mercado hizo falta antes de realizar la inversión?
3. ¿Qué riesgos asumió la empresa al no elaborar un pronóstico de la demanda?
4. ¿De qué manera la competencia pudo influir en los resultados obtenidos?
5. ¿Qué relación existe entre los pronósticos del mercado y la elaboración del presupuesto?
6. Si usted fuera el gerente del proyecto, ¿qué decisiones tomaría para evitar una situación similar?

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación, aula con acceso a internet, video beam, tablero y espacios para trabajo colaborativo.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Aprendizaje Basado en Problemas, estudio de caso, discusión guiada y trabajo colaborativo.

**Materiales de formación:** Guía de aprendizaje, computador, cuaderno de apuntes

**Material de apoyo:** Caso empresarial elaborado por el instructor, informes del DANE, noticias económicas y videos sobre estudios de mercado.

**Duración de la actividad:** 2 horas.



## **ACTIVIDAD No. 2**

Con el propósito de fortalecer la comprensión sobre la importancia de los estudios de mercado en la formulación de proyectos, el aprendiz analizará la relación existente entre la oferta, la demanda y la toma de decisiones organizacionales mediante el estudio de experiencias empresariales nacionales e internacionales.

Para el desarrollo de la actividad, investigará y analizará casos de organizaciones que lograron posicionar exitosamente un producto o servicio gracias a la adecuada interpretación del comportamiento del mercado, así como experiencias en las que la ausencia de estudios de oferta y demanda ocasionó pérdidas económicas, disminución en las ventas o el fracaso de proyectos de inversión. Esta actividad busca desarrollar la capacidad de análisis, el pensamiento crítico y la toma de decisiones fundamentadas en información confiable del entorno, competencias esenciales para la formulación de proyectos. El uso de recursos visuales como las infografías favorece la organización, síntesis y comunicación efectiva de la información en los procesos de aprendizaje.

Como actividad complementaria, elaborará una infografía creativa y visualmente atractiva, en la que sintetice los aspectos que considera indispensables para comprender el comportamiento del mercado antes de elaborar un presupuesto. La infografía deberá incorporar información proveniente de fuentes confiables.

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Aprendizaje basado en evidencias.

**Materiales de formación:** Computador con acceso a internet, Herramientas para diseño de infografías (Canva, PowerPoint, Genially o similar).

Material de apoyo: Artículos y estudios de mercado de entidades oficiales y especializadas.

Duración de la actividad: 2 horas.

### **3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:**

Identificar los conocimientos previos relacionados con los estudios de mercado, la oferta, la demanda y los métodos de pronóstico mediante el análisis de información y el trabajo colaborativo, para fortalecer las bases conceptuales requeridas en la formulación de proyectos.

#### **Estimado aprendiz:**

En este momento de aprendizaje se desarrollarán actividades orientadas a identificar y fortalecer los conocimientos previos del aprendiz sobre el comportamiento de la oferta y la demanda, los estudios de mercado y la importancia de los pronósticos en la formulación de proyectos. Mediante el análisis de



información, la consulta de fuentes especializadas, el trabajo colaborativo y el reconocimiento de conceptos fundamentales, el aprendiz establecerá las bases necesarias para comprender los métodos y herramientas que se abordarán durante el desarrollo de la guía. Estas actividades permitirán contextualizar el proceso de aprendizaje y relacionar los saberes previos con la elaboración de los estudios técnicos del proyecto formativo.

### **ACTIVIDAD No. 3.2.1**

#### **Descripción de la actividad:**

Con el propósito de reconocer la importancia de la información del mercado en la formulación de proyectos, el aprendiz realizará una consulta en fuentes oficiales como el DANE, el Departamento Nacional de Planeación (DNP), la Cámara de Comercio, el Banco de la República y otros organismos especializados, con el fin de identificar indicadores económicos y sociales que influyen en el comportamiento de la oferta y la demanda.

Posteriormente organizará la información recopilada en una matriz de análisis donde establecerá la relación entre cada indicador y su posible impacto sobre la formulación de proyectos y la elaboración de presupuestos.

Finalmente socializará los principales hallazgos con sus compañeros y participará en una discusión orientada por el instructor.

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Aprendizaje basado en investigación, consulta guiada, Aprendizaje colaborativo, Socialización.

**Materiales de formación:** Computador,

**Material de apoyo:** Tabla anexo webgrafía



### **ACTIVIDAD No. 3.2.2 Identificando los factores que modifican la oferta y la demanda**

#### **Descripción de la actividad**

A partir de diferentes situaciones económicas planteadas por el instructor, el aprendiz analizará cómo variables el precio, los ingresos, la inflación, el desempleo, la competencia, la tecnología, los cambios demográficos y las preferencias del consumidor afectan el comportamiento de la oferta y la demanda.

Como producto de la actividad construirá un mapa conceptual donde represente la relación existente entre estas variables y su influencia en la formulación de proyectos.

Posteriormente sustentará el mapa conceptual ante sus compañeros argumentando la importancia de comprender el entorno económico antes de realizar proyecciones del mercado.

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Aprendizaje basado en investigación, consulta guiada, Aprendizaje colaborativo, Socialización.

**Materiales de formación:** Computador, Canva O CmapTools

**Material de apoyo:** Casos económicos.

### **ACTIVIDAD No. 3.2.3 Relacionando el estudio de mercado con la formulación de proyectos**

#### **Descripción de la actividad**

El aprendiz analizará el estudio de mercado de un proyecto previamente formulado e identificará sus componentes principales: análisis del consumidor, análisis de la demanda, análisis de la oferta, análisis de precios y estrategias de comercialización.

Con base en este análisis elaborará una ficha técnica donde describirá la función de cada componente y explicará cómo la información obtenida contribuye a la elaboración de los estudios técnicos y presupuestales del proyecto.

Finalmente participará en una plenaria donde compartirá las conclusiones obtenidas.



**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Aprendizaje basado en proyectos, Estudio de caso, Aprendizaje colaborativo.

**Materiales de formación:** Computador, Canva O CmapTools

**Material de apoyo:** Casos económicos.

**Duración de la actividad:** 20 horas.

### **3.3 Actividades de apropiación:**

#### **Estimado aprendiz:**

En esta actividad de aprendizaje aplicará métodos y herramientas para la elaboración e interpretación de pronósticos de oferta y demanda, mediante el análisis de información estadística y estudios de mercado. Estos conocimientos le permitirán apoyar de manera técnica la formulación de proyectos y la elaboración de presupuestos organizacionales, fortaleciendo la toma de decisiones en diferentes contextos empresariales.

Durante este proceso desarrollará conocimientos conceptuales, procedimentales y actitudinales relacionados con la estimación del comportamiento futuro del mercado. Para ello, analizará información estadística, aplicará diferentes métodos de pronóstico, utilizará herramientas tecnológicas especializadas y resolverá situaciones prácticas que simulan escenarios reales del entorno organizacional.

Al finalizar esta experiencia de aprendizaje, estará en capacidad de interpretar y sustentar técnicamente los resultados obtenidos, proyectar el comportamiento de la oferta y la demanda, y emplear esta información como insumo para la formulación de proyectos, la planificación de recursos y la elaboración de presupuestos que contribuyan al logro de los objetivos estratégicos de una organización.



### **ACTIVIDAD No. 3.3.1 Interpretando la información del mercado**

#### **Descripción de la actividad:**

El aprendiz analizará información estadística proveniente de fuentes oficiales como el DANE, el Banco de la República y estudios sectoriales, con el propósito de reconocer tendencias del mercado, identificar variaciones en la oferta y la demanda e interpretar el comportamiento de diferentes indicadores económicos relacionados con un proyecto productivo.

A partir de la información suministrada por el instructor, elaborará un informe técnico en el que identifique las variables analizadas, describa su comportamiento y establezca conclusiones acerca de la incidencia de estos resultados en la formulación del proyecto y en la elaboración del presupuesto.

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Aprendizaje basado en problemas, Estudio de caso, Investigación guiada.

**Materiales de formación:** Computador, Microsoft Excel,

**Material de apoyo:** Bases estadísticas del DANE.

**Evidencias de aprendizaje:** Informe técnico de análisis de indicadores económicos

**Instrumentos de evaluación:** Lista de chequeo

**Duración de la actividad:** 21 horas.

### **ACTIVIDAD No. 3.3.2 Aplicando métodos de pronóstico de la demanda**

#### **Descripción de la actividad:**

Con el propósito de fortalecer mis competencias para interpretar el comportamiento futuro del mercado, aplico diferentes métodos de pronóstico de la demanda, tales como promedio móvil, promedio móvil ponderado, suavización exponencial y regresión lineal, utilizando datos históricos de ventas suministrados por el instructor.



Durante el desarrollo de la actividad analizo la información disponible, realizo los cálculos correspondientes mediante el uso de Microsoft Excel y comparo los resultados obtenidos con cada uno de los métodos aplicados. Posteriormente, identifico el método que ofrece mayor confiabilidad para el caso de estudio y justifico técnicamente mi elección, teniendo en cuenta las características de los datos y las necesidades de la organización.

Como evidencia de aprendizaje, elaboro una hoja de cálculo en Microsoft Excel que contiene el desarrollo de cada uno de los métodos de pronóstico, las fórmulas empleadas, los gráficos comparativos, el análisis de los resultados y las conclusiones derivadas del ejercicio, evidenciando cómo la interpretación de los pronósticos contribuye a la toma de decisiones y a la elaboración de presupuestos en la formulación de proyectos.

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Taller práctico, Estudio de caso, Simulación de escenarios, Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).

**Materiales de formación:** Computador, acceso a internet.

**Material de apoyo:** Base de datos suministrada por el instructor, Documento de apoyo sobre métodos de pronóstico de la oferta y la demanda.

**Evidencias de aprendizaje:** Hoja de cálculo en Microsoft Excel

**Instrumentos de evaluación:** Rúbrica analítica.

**Duración de la actividad:** 21 horas.



### **ACTIVIDAD No. 3.3.3 Elaborando el estudio de oferta y demanda del proyecto**

#### **Descripción de la actividad:**

Con el propósito de fortalecer mis competencias en la formulación de proyectos, recopilo información del mercado objetivo utilizando fuentes oficiales y especializadas. Identifico la oferta existente, caracterizo la demanda potencial, analizo el comportamiento del mercado y aplico los métodos de pronóstico estudiados para estimar el comportamiento futuro de la oferta y la demanda.

Posteriormente, organizo la información obtenida, interpreto los resultados de los pronósticos y elaboro el estudio de mercado del proyecto, incorporando tablas, gráficos, análisis estadísticos y conclusiones que sustentan técnicamente la elaboración del presupuesto y la toma de decisiones para la ejecución del proyecto formativo.

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Taller práctico, Estudio de caso, Simulación de escenarios, Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).

**Materiales de formación:** Computador, acceso a internet.

**Material de apoyo:** Base de datos suministrada por el instructor, Documento de apoyo sobre métodos de pronóstico de la oferta y la demanda.

**Evidencias de aprendizaje:** Hoja de cálculo en Microsoft Excel

**Instrumentos de evaluación:** Rúbrica analítica.

**Duración de la actividad:** 22 horas.



### **ACTIVIDAD No. 3.3.4 Socializando y sustentando los resultados obtenidos**

#### **Descripción de la actividad**

Con el propósito de fortalecer mis habilidades comunicativas y argumentativas, socializo los resultados obtenidos durante la elaboración del estudio de oferta y demanda del proyecto. Presento la metodología utilizada, explico las fuentes de información consultadas, argumento la selección de los métodos de pronóstico aplicados y sustento las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis realizado.

Durante la sustentación respondo las preguntas formuladas por el instructor y mis compañeros, defendiendo mis planteamientos con argumentos técnicos y propongo acciones que contribuyan al fortalecimiento de la formulación del proyecto y a la toma de decisiones organizacionales fundamentadas en información del mercado.

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Sustentación técnica, Exposición oral..

**Materiales de formación:** Computador, acceso a internet, Video beam, Presentación digital, Estudio de mercado elaborado.

**Material de apoyo:** Proyecto formativo, Presentación elaborada por el aprendiz.

**Evidencias de aprendizaje:** Sustentación oral del estudio de mercado

**Instrumentos de evaluación:** Rúbrica de sustentación.

**Duración de la actividad:** 22 horas.



### **3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:**

Aplicar los conocimientos adquiridos sobre el análisis de la oferta, la demanda y los métodos de pronóstico mediante la elaboración del estudio de mercado del proyecto formativo, con el fin de sustentar técnicamente la formulación del proyecto y la elaboración de presupuestos organizacionales.

#### **Estimado aprendiz:**

En este momento de aprendizaje aplico de manera integrada los conocimientos, habilidades y actitudes desarrollados durante la guía, utilizando métodos y herramientas para interpretar los pronósticos de la oferta y la demanda en un contexto real o simulado. A partir del análisis de información del mercado y la aplicación de técnicas de pronóstico, elaboro un estudio de mercado que aporta información confiable para la formulación del proyecto y la elaboración de presupuestos, fortaleciendo mi capacidad para tomar decisiones fundamentadas y responder a las necesidades del entorno productivo.

#### **ACTIVIDAD 3.4.1 Elaborando el estudio de mercado del proyecto formativo**

##### **Descripción de la actividad:**

Con el propósito de integrar los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la guía, recopilo, organizo y analizo información del mercado utilizando fuentes oficiales y especializadas. Caracterizo el mercado objetivo, identifico la oferta existente, estimo la demanda potencial y aplico los métodos de pronóstico estudiados para proyectar el comportamiento futuro del mercado.

Con base en los resultados obtenidos, elaboro el estudio de mercado del proyecto formativo, integrando el análisis de la oferta, la demanda, la segmentación del mercado, el perfil del consumidor, la competencia, los pronósticos realizados y las conclusiones que sustentan técnicamente la elaboración del presupuesto y la viabilidad del proyecto.

Finalmente, presento el documento al instructor y realizo los ajustes derivados de la retroalimentación recibida.



**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Sustentación técnica, Exposición oral..

**Materiales de formación:** Computador, acceso a internet, Video beam, Presentación digital, Estudio de mercado elaborado.

**Material de apoyo:** Proyecto formativo, Presentación elaborada por el aprendiz.

**Evidencias de aprendizaje:** Sustentación oral del estudio de mercado

**Instrumentos de evaluación:** Rúbrica de sustentación.

**Duración de la actividad:** 43 horas

### **ACTIVIDAD 3.4.2. Sustentando técnicamente el estudio de mercado**

#### **Descripción de la actividad**

Con el propósito de demostrar mis competencias para comunicar y argumentar técnicamente los resultados obtenidos, presento el estudio de mercado elaborado durante el desarrollo de la guía.

Expongo la metodología utilizada, interpreto los resultados de los pronósticos realizados, justifico las decisiones adoptadas durante el análisis y argumento cómo la información obtenida contribuye a la formulación del proyecto y a la elaboración del presupuesto.

Durante la sustentación atiendo las observaciones realizadas por el instructor y mis compañeros, respondo las preguntas formuladas y fortalezco el documento a partir de la retroalimentación recibida.

**Ambiente requerido:** Ambiente de formación con acceso a internet y equipos audiovisuales.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Sustentación técnica, Exposición oral, debate académico.

**Materiales de formación:** Computador, acceso a internet, Video beam, Presentación digital, Estudio de mercado elaborado.

**Material de apoyo:** Estudio de mercado desarrollado, Proyecto formativo, Presentación elaborada por el aprendiz, Bibliografía consultada.

**Evidencias de aprendizaje:** Sustentación técnica del estudio de mercado del proyecto formativo

**Instrumentos de evaluación:** Rúbrica de sustentación.

**Duración de la actividad:** 43 horas



#### 4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

| Fase del proyecto formativo | Actividad del proyecto formativo                                                    | Actividad de aprendizaje                                                                                                                                                                 | Evidencias de aprendizaje                                                                                                   | Criterios de evaluación                                                                                                          | Técnicas e instrumentos de evaluación                                          |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ejecución</b>            | Identificar el entorno empresarial y su estructura administrativa, según normativa. | <b>3.3.1 Interpretando la información del mercado.</b><br>Analiza información estadística proveniente de fuentes oficiales para interpretar el comportamiento de la oferta y la demanda. | Informe técnico de análisis de indicadores económicos.                                                                      | Analiza, cuantifica y proyecta las variables de la oferta y la demanda de acuerdo con el producto.                               | <b>Técnica:</b> Valoración de producto. <b>Instrumento:</b> Lista de chequeo.  |
| <b>Ejecución</b>            | Identificar el entorno empresarial y su estructura administrativa, según normativa. | <b>3.3.2 Aplicando métodos de pronóstico de la demanda.</b><br>Aplica métodos de pronóstico utilizando datos históricos de ventas mediante herramientas informáticas.                    | Hoja de cálculo en Microsoft Excel con la aplicación de los métodos de pronóstico, gráficos e interpretación de resultados. | Utiliza modelos de pronósticos de acuerdo con la demanda estimada. Proyecta el mercado de acuerdo con los métodos seleccionados. | <b>Técnica:</b> Valoración de producto. <b>Instrumento:</b> Rúbrica analítica. |



|                  |                                                                                     |                                                                                                                                                                             |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                   |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ejecución</b> | Identificar el entorno empresarial y su estructura administrativa, según normativa. | <b>3.3.3 Elaborando el estudio de oferta y demanda del proyecto.</b><br>Recopila información, caracteriza el mercado y elabora el estudio de oferta y demanda del proyecto. | Estudio de mercado del proyecto con análisis de oferta, demanda, pronósticos y conclusiones. | Desarrolla el estudio de prefactibilidad del mercado según el proyecto. Analiza, cuantifica y proyecta las variables de la oferta y la demanda de acuerdo con el producto. Identifica la participación de la empresa en el mercado según el producto. Determina el tipo de mercado del producto según la clasificación seleccionada. | <b>Técnica:</b> Valoración de producto. <b>Instrumento:</b> Rúbrica analítica.    |
| <b>Ejecución</b> | Identificar el entorno empresarial y su estructura administrativa, según normativa. | <b>3.3.4 Socializando y sustentando los resultados obtenidos.</b><br>Sustenta técnicamente el estudio de mercado y los pronósticos realizados.                              | Sustentación oral del estudio de mercado.                                                    | Proyecta el mercado de acuerdo con los métodos seleccionados. Analiza y sustenta las variables de la oferta y la demanda de acuerdo con el producto.                                                                                                                                                                                 | <b>Técnica:</b> Observación directa. <b>Instrumento:</b> Rúbrica de sustentación. |



|                  |                                                                                     |                                                                                                                                                                              |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                   |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ejecución</b> | Identificar el entorno empresarial y su estructura administrativa, según normativa. | <b>3.4.1<br/>Elaborando el estudio de mercado del proyecto formativo.</b><br>Integra todos los conocimientos desarrollados para elaborar el estudio de mercado del proyecto. | Estudio de mercado del proyecto formativo (documento final).                 | Desarrolla el estudio de prefactibilidad del mercado según el proyecto. Elabora la investigación de mercados según el objetivo del proyecto. Proyecta el mercado de acuerdo con los métodos seleccionados. Segmenta el mercado de acuerdo con características demográficas. Analiza, cuantifica y proyecta las variables de la oferta y la demanda de acuerdo con el producto. | <b>Técnica:</b> Valoración de producto. <b>Instrumento:</b> Rúbrica analítica.    |
| <b>Ejecución</b> | Identificar el entorno empresarial y su estructura administrativa, según normativa. | <b>3.4.2<br/>Sustentando técnicamente el estudio de mercado.</b><br>Presenta y argumenta los resultados del estudio de mercado y los métodos de pronóstico aplicados.        | Sustentación técnica del estudio de mercado apoyada en presentación digital. | Proyecta el mercado de acuerdo con los métodos seleccionados. Elabora el estudio de prefactibilidad del mercado según el proyecto. Analiza las variables de la oferta y la demanda de acuerdo con el producto.                                                                                                                                                                 | <b>Técnica:</b> Observación directa. <b>Instrumento:</b> Rúbrica de sustentación. |



## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Análisis de mercado:** Proceso mediante el cual se recopila, organiza e interpreta información sobre clientes, competidores y condiciones del entorno para apoyar la toma de decisiones.

**Base de datos:** Conjunto organizado de información que permite almacenar, consultar y analizar datos para la elaboración de estudios y pronósticos.

**Competencia:** Conjunto de organizaciones que ofrecen productos o servicios similares y que buscan satisfacer las mismas necesidades de los consumidores.

**Consumidor:** Persona u organización que adquiere y utiliza un bien o servicio para satisfacer una necesidad.

**Demanda:** Cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado durante un período específico.

**Elasticidad de la demanda:** Medida que permite determinar cómo varía la cantidad demandada de un producto frente a cambios en su precio u otros factores del mercado.

**Entorno económico:** Conjunto de factores económicos, sociales, tecnológicos, políticos y legales que influyen en el comportamiento del mercado y en las organizaciones.

**Estudio de mercado:** Investigación que permite conocer las características del mercado, la oferta, la demanda, la competencia y el comportamiento de los consumidores para apoyar la formulación de proyectos.

**Fuentes de información:** Recursos de donde se obtiene información para realizar estudios de mercado. Pueden ser primarias (encuestas, entrevistas, observación) o secundarias (DANE, Banco de la República, Cámara de Comercio, informes sectoriales, entre otros).

**Indicador económico:** Variable estadística que refleja el comportamiento de la economía y sirve como apoyo para analizar el mercado y elaborar pronósticos.

**Investigación de mercados:** Proceso sistemático de recolección, análisis e interpretación de información relacionada con clientes, competidores y mercado objetivo.

**Mercado:** Espacio físico o virtual donde interactúan compradores y vendedores para intercambiar bienes y servicios.

**Métodos de pronóstico:** Técnicas utilizadas para estimar el comportamiento futuro de una variable a partir del análisis de datos históricos o información disponible.

**Oferta:** Cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer al mercado en un período determinado y bajo ciertas condiciones.



**Presupuesto:** Plan financiero que estima los ingresos, costos y gastos requeridos para ejecutar las actividades de una organización o un proyecto.

**Producto:** Bien o servicio que una organización ofrece al mercado para satisfacer las necesidades de los consumidores.

**Pronóstico:** Estimación fundamentada del comportamiento futuro de una variable, elaborada mediante el análisis de información histórica y técnicas estadísticas.

**Promedio móvil:** Método cuantitativo de pronóstico que calcula el promedio de un conjunto de datos recientes para estimar valores futuros.

**Promedio móvil ponderado:** Método de pronóstico que asigna diferentes pesos a los datos históricos, otorgando mayor importancia a la información más reciente.

**Regresión lineal:** Método estadístico utilizado para identificar la relación entre variables y proyectar su comportamiento futuro mediante una ecuación matemática.

**Segmentación de mercado:** Proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores con características y necesidades similares para orientar las estrategias de una organización.

**Serie de tiempo:** Conjunto de datos organizados cronológicamente que permiten analizar tendencias y elaborar pronósticos.

**Suavización exponencial:** Método de pronóstico que utiliza datos históricos asignando mayor importancia a las observaciones más recientes para estimar la demanda futura.

**Tendencia:** Dirección general que presenta una variable a lo largo del tiempo, permitiendo identificar comportamientos de crecimiento, disminución o estabilidad.

**Variable:** Característica o factor que puede cambiar y que influye en el comportamiento de la oferta, la demanda o cualquier fenómeno económico.



## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

### Normatividad y documentos institucionales

- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (2023). *Guía para el desarrollo curricular de la Formación Profesional Integral*.
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). *Formato GFPI-F-135. Guía de Aprendizaje*.
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). *Programa de Formación: Tecnólogo en Gestión de Proyectos de Desarrollo Económico y Social*.
- Departamento Nacional de Planeación. (2015). *Metodología General Ajustada (MGA)*.

### Fuentes oficiales

- Banco de la República. (s. f.). Estadísticas económicas e indicadores financieros. <https://www.banrep.gov.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (s. f.). Información estadística oficial de Colombia. <https://www.dane.gov.co>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (s. f.). Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional. <https://www.dnp.gov.co>
- Confecámaras. (s. f.). Información empresarial y estudios económicos. <https://www.confecamaras.org.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s. f.). Información para el desarrollo empresarial. <https://www.mincit.gov.co>
- ProColombia. (s. f.). Información económica y comercial para empresarios. <https://www.procolombia.co>



## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

|                   | Nombre                   | Cargo      | Dependencia | Fecha               |
|-------------------|--------------------------|------------|-------------|---------------------|
| <b>Autor (es)</b> | Juan Felipe Bueno Vargas | Instructor | CEAI        | 17 de julio de 2026 |

## 8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

|                   | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|-------------------|--------|-------|-------------|-------|------------------|
| <b>Autor (es)</b> |        |       |             |       |                  |