



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 1 de 16



CENTRO DE DESARROLLO AGROEMPRESARIAL

CHIA - CUNDINAMARCA

SENA 2011



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 2 de 16

PRESENTACION

En la actualidad, la educación exige herramientas didácticas pedagógicas, donde los aprendices puedan vivenciar desde la realidad de su contexto la comprensión de saberes en el área técnica de estudio, para ejercer un mayor compromiso y responsabilidad en su labor educativa, permitiendo con ello la convivencia y reciprocidad del proceso educativo.

Que es un proyecto productivo, educativo participativo?

Proyecto es una ordenación de actividades y recursos que se realizan con el fin de producir ya sea bienes o servicios, capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas

Es productivo porque sirve para desarrollar bienes, saberes y conocimientos necesarios para mejorar la calidad de vida. Es educativo porque promueve la vivencia en comunidad de manera organizada, enseña a tomar decisiones propias, a manejar recursos, a ser emprendedores, a resolver problemas, a ser competentes es una profesión u oficio. Además, es participativo porque los integrantes del equipo trabajan equitativamente desde el inicio hasta el fin del proyecto.

La educación en general, en especial la de los jóvenes, de alguna manera ha de ser pertinente para el trabajo, porque debe tener en cuenta las nuevas condiciones del mundo laboral que las personas necesitan con mejor formación básica, capaces de aprender y adaptarse al cambio, ya que adiestramientos específicos pierden vigencia rápidamente, los jóvenes deben comprender en términos generales los fundamentos de la ciencia y la tecnología.

La institución educativa, debe dar la oportunidad de explorar los distintos caminos que el estudiante puede ir generando desde la experiencia extraída de las necesidades que observa de su entorno, las cuales debe aprovechar en un sentido constructivo para así generar su actividad profesional.

La formación basada en competencias se conjuga muy bien con las alternativas emergentes en el mundo educativo, como son el autoaprendizaje, la desescolarización, el uso de las nuevas tecnologías y el aprendizaje en el trabajo. Las competencias laborales constituyen una alternativa interesante como principio organizado de la oferta de programas de actualización y formación continua que debe estar proyectado la institución educativa.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 3 de 16

Te invitamos a desarrollar la presente guía, en donde se conjuga la participación de los diferentes actores (estudiante, docente de la técnica, instructor técnico y padres de familia) para que logres demostrar resultados y competencias de los futuros empresarios, utilizando mecanismos integradores y reguladores de las múltiples y dispares ofertas existentes.

JUSTIFICACION

Por la experiencia que se tiene en el trabajo con el programa de Integración con la media técnica, se ha observado que es necesario fortalecer el desarrollo de los procesos productivos mediante una tecnología de enseñanza – aprendizaje, que facilite la ejecución del programa y a la vez permita a cada participante aprender haciendo, a planificar, a organizar y a ejecutar una tarea en equipo.

Por tal motivo, queremos presentar la siguiente guía y respectivo formato de Proyecto Productivo, para promover en los aprendices participantes, el desarrollo de competencias laborales, mediante la evaluación y formulación de proyectos , que favorezcan la participación activa de los jóvenes en el proceso y que además estimule sus capacidades y emprendimientos en la iniciación de negocios propios, siendo competentes, trabajando en sociedad y contribuyendo a eliminar el desempleo.

DESARROLLO DEL CONTENIDO

Para el desarrollo de los contenidos puedes consultar las distintas herramientas que te listamos a continuación, además de los documentos anexos

1. Motores de Búsqueda:

Google, Altavista, Excite, Hotbot, Infoseek, Lycos, Northern Ligth, Yahoo

2. Catálogos Temáticos:

Yahoo, Starmedia, Excite, Infoseek.

Virtual Library (www.vlib.org)

Argus Clearinghouse (clearinghouse.net)

The Mining Company (www.theminingcompany.com)



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 4 de 16

3. Anillos Web y páginas Gurú:

www.gobiernoenlinea.gov.co: Sector Público

www.vifinance.com: Venture Capital

sunsite.unc.edu: Sources and Experts

www.sic.gov.co: Industria y Comercio

MODULO 1. PRESENTACION

1.1 TITULO: Debe ser corto, claro y preciso.

1.2 INTEGRANTES: Querido aprendiz; para el desarrollo del proyecto debes formar un equipo de trabajo de no mas de 4 cuatro integrantes, lo que garantiza que todos puedan trabajar en equipo y hacer aportes de acuerdo con sus habilidades y conocimientos. Recuerda que deben permanecer juntos hasta el final del proceso. No olvides colocar el nombre de tu colegio o Institución Educativa.

1.3 PROGRAMA DE FORMACION: En este espacio debes anotar el nombre del programa en el que estas inscrito con la media Técnica en el SENA.

1.4 LUGAR DE REALIZACION DEL PROYECTO; Aquí debes tener presente el municipio, departamento y si es posible la dirección en donde posiblemente se ejecutaría el proyecto.

MODULO 2. PLANEACION ESTRATEGICA

2.1 MATRIZ FODA: Querido aprendiz, la matriz FODA es una herramienta para el análisis de situaciones internas y externas que nos conduzcan a implementar acciones y medidas correctivas para la mejora del proyecto.

Para elaborarla debes tener en cuenta los siguientes aspectos:

El análisis FODA permite a la empresa u organización aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, anticipar y prepararse para aprovechar las oportunidades y prevenir oportunamente el efecto de las amenazas.

En las oportunidades se debe tener en cuenta las tendencias del entorno a nivel económico, político, social, familiar, cultural y tecnológico.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 5 de 16

Busca hacer un diagnóstico interno y un diagnóstico externo. Conocer las fortalezas y debilidades de tu proyecto, a través del análisis de los recursos; humanos, financieros, técnicos, productivos y comerciales. Identifica las amenazas y oportunidades que provienen del entorno estratégico, es necesario primero conocer bien tus productos, tus mercados, tus técnicas, aunque solo sea para poder delimitar el entorno útil que debe estudiarse para poder ofrecer productos o servicios de calidad.

VARIABLES: INTERNAS / EXTERNAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
DEBILIDADES	EN ESTE CRUCE DE VARIABLES SE TIENE LA POSIBILIDAD DE ELABORAR LOS PLANES DE DESARROLLO O MEJORAS	SE DETECTAN LOS CONFLICTOS / INMEDIATOS O FUTUROS. TOMA DE DECISIONES ESTRATEGICAS
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS AGRESIVAS DE DESARROLLO	PLANES DE CHOQUE- HACER ALIANZAS

Recuerda que las Fortalezas son las capacidades especiales con las que cuenta la organización y gracias a las cuales tienen una posición privilegiada frente a la competencia, están relacionadas con habilidades, recursos, capacidades y actividades.

Para conocer y documentar tus conocimientos acerca de cómo elaborar la matriz FODA, te recomendamos visitar las siguientes páginas:

www.slideshare.net/diplomatura/analisis-foda-s-i

http://www.uventas.com/ebooks/analisis_foda.pdf



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 6 de 16

2.2 MISION: Ten en cuenta que la misión es la razón de ser de un equipo, con lo que te permite existir, lograr la sostenibilidad o rentabilidad del proyecto. Esta debe constar de tres partes:

- Descripción de lo que la empresa hace
- Para quien está dirigido el esfuerzo y el mercado objetivo.
- Presentación de la particularidad, lo singular de la organización y el factor diferencial..

La misión es un componente principal de la planeación estratégica, su cumplimiento permitirá orientar los planes, los proyectos de innovación y las actividades del proyecto. A la misión se la puede definir como el gran objetivo que debe orientar todo el accionar; es decir, como la concreción de la finalidad del proyecto en un tiempo de duración en el mediano o largo plazo. También se le considera como el desafío alrededor de la cual se organizan las fuerzas, recursos y actividades en un tiempo determinado.

La Misión es el propósito principal se caracteriza por ser estratégico, responder a la realidad particular y ser el norte hacia el cual se dirija y en función del cual se elabora el proyecto

Para facilitar la búsqueda de información de cómo puedes formular la misión de tu proyecto, te recomendamos los siguientes links:

www.misionvisionvalores.com

www.webandmacros.com/Mision_Vision_Valores_CMI.htm

2.3 VISION: La visión es la visualización de cómo será el futuro de una organización. En esta se define cómo será la organización a través del esfuerzo o compromiso de sus integrantes por la cual encaminará todas sus acciones a hacer lo que tiene que hacer en la creación de sus productos, servicios o valores, para lograr así su trascendencia.

En pocas palabras la visión sugiere una misión futura a ser realizada en ese sitio donde se quiere estar. Una visión debe generar confianza en el liderazgo, generar entusiasmo acerca de esa Dirección que lleva al futuro, proveer el camino a seguir para llegar al lugar deseado, ofrecer criterios claros para el éxito en el desarrollo del proyecto



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 7 de 16

2.3.1 Elementos para plantear una visión. Una visión, debe dar respuesta a los siguientes interrogantes operacionales:

¿Que? Definir que se va a hacer o estar haciendo, es decir cuál será la razón de ser del negocio futuro. Para definirlo es importante utilizar un sólo verbo, que sea el de mayor valor agregado, es decir, aquel que describa de manera más amplia lo que se quiere realizar en el futuro, englobando las conductas, actos o acciones a realizar. Usar un solo verbo es importante, debido a que permite ver toda la organización en forma global. Ejemplo: proporcionar servicios financieros. Proporcionar es un verbo con un alto nivel de valor agregado, ya que significa poner en proporción y para ello es necesario conocer lo que se requiere, para saber que dar.

¿Dónde? Determinar dónde se va a estar ubicado en el futuro, esto es el enfoque o la posición organizacional o la posición en el mercado. Este elemento ofrece claridad acerca de la dirección futura que debe seguir la organización. Ejemplo: líderes en colocaciones del mercado nacional y altamente competitivos a nivel internacional.

¿Cómo? Establecer cómo se va a realizar, es decir, qué mecanismos y recursos materiales, equipos, herramientas, tecnologías, metodologías, etc., se van a utilizar para lograrlo. Ejemplo: contando con un equipo de trabajo efectivo y con la más avanzada tecnología.

¿Cuándo? En lo que respecta a cuando, una visión debe ser definida a largo plazo y proyectar a la organización por lo menos 10 años en el futuro, pero con un sentido infinito, ya que de lo contrario se convertiría en un objetivo. Cuando se dice, por ejemplo, que se desea ser altamente competitivos a nivel internacional, esto implica un sentido infinito, ya que la competitividad es un concepto que no termina nunca, aunque deberíamos ya estar incursionando en el ámbito internacional en un lapso no mayor de 10 años.

¿Para qué? Especificar para que se quiera hacer, este elemento debe indicar el fin último que se debe lograr con lo que se hace. Ejemplo: que garanticen el crecimiento continuo de nuestra cartera de clientes. Este para que, indica el resultado más resaltante que se desea lograr con la visión.

¿Para quién? Determinar para quien va a estar trabajando, es decir, quienes van a ser los futuros clientes. Ejemplo: en el ámbito nacional e internacional. Esto indica que en el futuro vamos a estar atendiendo clientes tanto en el país como en el extranjero.

¿Atributos de proceso? Determinar los atributos de proceso a desarrollar y obtener, que permitan garantizar los atributos de calidad del paquete de valor al cliente, es decir, las



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 8 de 16

características cuantitativas y cualitativas que este requiere. Ejemplo: calidad, innovación y efectividad.

¿Valores humanos?. Incluir los valores humanos claves, a resaltar en la visión, que son los que indicarán la rectitud del camino a seguir por la organización. Estos valores involucran la fuerza interna de dicha organización en términos de la gente. Ejemplo: honestidad, respeto al ser humano, colaboración y seguridad para nuestros clientes.

2.3.2 Redacción de la visión. La visión debe ser hilada en un solo párrafo. Debe incluir un verdadero reto y alentar así a la gente a realizarla e incluso a correr riesgos de ser necesario, para conseguir lo soñado. Debe generar el compromiso de la gente, al sentirse identificada y parte de ella. Debe ser trascendente, permitiendo a los miembros de la organización sentirse parte de un gran proceso y acompañarlos al estar conectados en una tarea importante y finalmente puede comenzar con la frase: “deseamos ser”.

Ejemplo de una visión, basado en los elementos desarrollados en los puntos anteriores.

“Deseamos ser una organización bancaria líder en colocaciones del mercado nacional y altamente competitiva en el ámbito internacional, que proporcione servicios financieros innovadores y de alta calidad, contando con un equipo de trabajo efectivo, en un ambiente de honestidad, respeto al ser humano, colaboración y la más avanzada tecnología que pueda garantizar seguridad para nuestros clientes y el crecimiento continuo de nuestra cartera”.

Si bien esta no es la única manera de definir una visión, es importante tener alguna guía metodológica para desarrollarla, de manera que no pueda omitir ningún detalle importante de la misma. La técnica utilizada exitosamente en el planteamiento de la visión en numerosas organizaciones es:

- Se hace una breve inducción para desplegar una primera aproximación a la visión de futuro.
- Se plasma a través de una lluvia de ideas escritas sobre lo que se quiere.
- Se realiza la lectura de las diferentes ideas propuestas por la plenaria.
- Se selección palabras claves.
- Se crea el texto concertado de la visión de futuro.

2.3.3 Criterios de la visión. Al mismo tiempo que la visión debe tener:

- **Coherencia:** Es la relación entre lo que se postula y las estrategias que se aplican.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 9 de 16

- **Dinamismo:** Es la apertura al cambio y a los nuevos avances institucionales y pedagógicos.
- **Participación:** Es lograr acuerdos consensuales con la intervención de los estamentos de la institución educativa.
- **Realismo:** Es que la propuesta sea capaz de llevarse a la práctica
- **Ajuste normativo Sistémico:** Es que se ajuste a la normatividad esencial básica.

2.3.4 Características que debe contener la visión. Esta debe reunir las siguientes características:

- Debe ser clara y sencilla, de fácil comunicación.
- Debe ser compartida.
- Debe ser factible alcanzarla,
- No debe ser una fantasía.
- La visión debe motivar e inspirar.
- Debe ser Hipótesis de futuro.

Uno de los aspectos iniciales y centrales de la planificación con visión estratégica, como dirección de desarrollo, es que la visión sea una hipótesis de futuro, que se desea alcanzar y es posible hacerlo viable, potenciando las tendencias positivas y anulando las negativas.

Puedes consultar los links anteriores, y de igual manera, el siguiente blog, donde puedes encontrar de forma detallada como hacer la misión y visión de la empresa.

<http://blogpyc.wordpress.com/2008/11/15/%c2%bfcomo-hacer-la-mision-y-vision-de-mi-empresa>

www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm

MODULO 3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL: En este espacio debes redactar los logros que quieres alcanzar con la ejecución de una acción planificada.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 10 de 16

Lo constituye el enunciado global sobre el resultado final que se pretende alcanzar (¿qué?, ¿dónde?, ¿para qué?). Precisa la finalidad de la formulación del proyecto, en cuanto a sus expectativas más amplias. Debes utilizar entonces aquellas oraciones que expresan un logro sumamente amplio y son formulados como propósito general de estudio. La redacción del objetivo general guarda mucha similitud con el título del proyecto.

En el mundo de las organizaciones una de las causas que estimulan el éxito es la definición de objetivos. Saber qué se quiere hacer, a dónde se desea llegar, cómo se puede lograr, es indispensable para cualquier empresario.

Cuando en un proyecto se va a trabajar para aportar a la solución de un problema, se debe especificar en forma precisa y directa qué es lo que se va a hacer. Esta especificación expresada por escrito- constituye lo que formalmente se denomina el objetivo general de un proyecto.

Un objetivo general debe estar contextualizado. En primer lugar, el objetivo general debe aportar a la solución de un problema previamente identificado y descrito. En segundo lugar, el producto del objetivo general debe satisfacer una necesidad que esté detrás del problema; en otras palabras, debe haber un ente beneficiario del producto del objetivo. Si un objetivo general no tiene un producto asociado a él, la propuesta de un proyecto se vuelve confusa, tanto para quién evalúa la propuesta, cómo para quién evalúa el proyecto al finalizar el desarrollo de éste.

Para vislumbrar el logro del objetivo general, éste se descompone en objetivos de un alcance mas corto, cada uno de ellos con productos asociados que aportan a la obtención del producto del objetivo general.

No olvides que los objetivos deben expresarse con claridad y susceptibles de ser alcanzados. Por otra parte, vienen dados en función del tema y el planteamiento del problema y son declaraciones relativas a ¿qué?, ¿cómo?, ¿para qué? se tomo esa situación o problema en particular para desarrollar el proyecto productivo.

Deben ser redactados en tiempo infinitivo, por ejemplo: determinar, analizar, verificar, entre otros la intención, es el logro de los mismos. Es conveniente plantearse solamente aquellos objetivos de los cuales se tiene certeza de su cumplimiento.

Te recomendamos no utilizar verbos como: conocer y comprender, ya que pueden considerarse ambiguos y su interpretación puede confundir al lector deben utilizarse verbos duros. Los objetivos deben comenzar con un verbo en infinitivo; Verbo infinitivo es



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 11 de 16

aquel que no se ciñe a tiempos, números ni personas, y necesita otro verbo que determine el sentido, como: conviene callar: quiero escribir, etc

3.1.1 Características de Los objetivos generales. Los objetivos del proyecto tienen que reunir las siguientes características:

- 1 Deben estar redactados con claridad;
- 2 Deben contener unas actividades;
- 3 Deben estar dirigidos a la obtención de logros;
- 4 Deben ser alcanzables;
- 5 Deben contener un verbo en infinitivo
6. Debe cubrir todos los logros a alcanzar con los objetivos específicos.

Para mayor conocimiento y guía para que formules tu objetivo general visita los siguientes links:

www.slideshare.net/victorhugo/como-se-construye-el-objetivo-general

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS: Como su nombre lo indica, son aquellos que especifican de forma más concreta y pormenorizada los objetivos generales e identifican de manera clara y precisa lo que se pretende alcanzar con el proyecto.

Es la manera como se discrimina el objetivo general, representa los pasos que se han de realizar para alcanzar el objetivo general, facilitan su cumplimiento, mediante la determinación de etapas o cumplimiento de los aspectos necesarios del proceso.

Estos objetivos específicos se derivan del objetivo general y, como su palabra lo dice, inciden directamente en los logros a obtener. Debes formularlos en términos operativos, incluyendo las variables o indicadores que se desean medir; las causas o soluciones del problema orientan su redacción.

Los objetivos se deben formular empleando verbos en tiempos infinitivos como; observar, analizar etc. y han de expresar una sola acción por objetivo; Además, ten en cuenta que deben estructurarse en secuencia lógica, de lo más sencillo a lo más complejo. Es vital que los objetivos enunciados en el proyecto, sean alcanzados o logrados durante la realización de la misma.

Los objetivos deben expresarse con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación y deben ser susceptibles de alcanzarse; son las guías el estudio



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 12 de 16

durante todo su desarrollo deben tenerse presente, además tienen que ser congruentes entre sí.

También es necesario tener en cuenta que durante la formulación de tu proyecto pueden surgir objetivos adicionales, modificarse los objetivos iniciales e incluso ser sustituidos por nuevos objetivos, según la dirección que tome la investigación.

Para lograr los objetivos debe seguirse la guía paso a paso, es necesario llegar a uno para lograr el otro.

3.2.1 Requisitos para plantear objetivos. Para que un objetivo sea valioso y simplifique la tarea, debe cumplir con ciertos requisitos:

- Ser Concreto y específico: Debe consistir en un enunciado claro y determinado.
- Tener plazos determinados: Será más eficaz si determina un plazo para ejecutarlo.
- Debe tener control sobre el resultado.
- Medible: Debe ser susceptible de establecer un criterio de éxito para el mismo.
- Acotado: Preferentemente con resultados obtenibles en un plazo razonable o con base en un esfuerzo determinado.

Si quieres conocer más, revisa el siguiente sitio

www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos-productivos/justificacion-proyecto-definicion-objetivos

MODULO 4. JUSTIFICACION:

En este punto debes redactar las razones por las cuales se realiza la investigación, y sus posibles aportes desde el punto de vista teórico o práctico. Para su redacción, te recomendamos responder las siguientes preguntas:

- Por qué se hace la investigación?
- Cuáles van a ser sus aportes?



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 13 de 16

- A quienes pudiera beneficiar?

Te invitamos a visitar las siguientes paginas

www.mitecnologico.com/Main/JustificacionInvestigacion

MODULO 5. MERCADOS

5.1 ANÁLISIS DE MERCADO: Es este paso debes investigar y reunir bastante información acerca de la dinámica del mercado de tu proyecto, es decir de la Oferta y la Demanda. Realiza una síntesis de la información obtenida en la investigación de mercados si lo has hecho y además de las fuentes secundarias consultadas. Ten en cuenta que el Análisis de mercados comprende los siguientes aspectos:

El estudio de mercado tiene por objetivo suministrar información valiosa para la decisión final de invertir o no, en un proyecto determinado.

Al realizar el estudio de mercado en primer lugar, se recoge toda la información sobre los productos o servicios que se supone suministrará el proyecto.

El estudio de mercado debe servir para tener noción clara de la cantidad de consumidores que podrían y habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante periodos determinados, así como, a qué precio están dispuestos los clientes a obtenerlo.

Adicionalmente el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto que desea comprar el cliente le satisfacen.

Te debe proveer igualmente qué tipo de clientes son los interesados en los bienes y/o servicios que deseas ofrecer, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

Finalmente el estudio de mercado te dará la información acerca del precio apropiado para colocar al bien o servicio y competir con el mercado, o bien imponer nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte cuando el estudio de mercado se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio para instalar, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 14 de 16

A continuación, te presentamos una breve descripción de algunos métodos utilizados para la investigación de mercado:

- a) Encuestas: Consiste en la recolección de datos externos partiendo de un cuestionario elaborado para el efecto. Existen tres tipos de encuesta;
- Encuestas de hecho: El entrevistador pregunta cosas concretas y se limita a tomar nota de respuestas.
 - Encuesta de opinión: El entrevistador debe presentar los puntos de vista, opiniones y juicios respecto de un tema determinado.
 - Encuestas imperativas: el entrevistador debe descubrir en las respuestas porqué justifica tal o cual postura, conducta o opinión.
- b) De observación; Consiste en tomar nota de hechos que suceden ante los ojos del observador.
Este método tiene gran utilidad en los estudios de hábitos de compra, canales de distribución, efectos publicitarios, entre otros, porque mide el comportamiento externo de los individuos (acciones y reacciones físicas) dejándonos conocer la interpretación motivacional de los comportamientos, Es decir, por que compra la gente?
- c) Estadístico; Recoge cuantitativamente el fenómeno de un número de individuos, representantes de una colectividad (muestra). El proceso estadístico consiste en buscar unos datos para luego interpretarlos, analizarlos y organizarlos.

Adjunto encontraras una variedad de documentos en donde podrás consultar la información referente al análisis del mercado.

<http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20de%20mercado.htm>

<http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/mercadotecnia1/t35.htm>

http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2005362/lecciones/tema_1/2mezcla.htm

!

5.1.1 Productos y servicios a vender: En este punto debes enumerar los productos y servicios que vayas a ofrecer, indicando para cada uno sus características de presentación, peso, embalaje, presentación, etc. si es el caso.

El empaque: es el vestido del producto, lo protege, identifica e impulsa la compra; definir el empaque de sus productos es una tarea muy importante para la empresa



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 15 de 16

porque allí se deja ver la imagen de la empresa a los ojos de los clientes presentes y futuros; se distinguen tres tipos de empaques:

- El envoltorio: Recubre el artículo que llegará al cliente, requiere de un diseño acorde con el objetivo de la empresa, distinción, funcionalidad y sencillez.
- El envase: Contienen varias unidades del producto con su correspondiente envoltorio; en las promociones el envase, sustituye el envoltorio unitario.
- El embalaje: agrupa varios envases.

5.1.2 Clientes: Describe las características de tus clientes y el problema que tienen (aquel que deseas resolver con tus productos / servicios). Si lo consideras conveniente puedes separarlos en distintos grupos.

La clientela es la parte de mi segmento de mercado que efectivamente va a comprar mis productos o me contrata. Por ejemplos los niños de 10 a 14 años son el segmento de mercado de una empresa de ropa juvenil; pero la clientela de esta fábrica son las personas que compran efectivamente los bienes que se producen, es decir los padres o tutores de los niños con edades comprendidas entre 10 a 14 años.

5.1.3 Competencia: Es el conjunto de empresas que ofrecen productos iguales o similares a los de tu proyecto o producen bienes que sustituyen productos como el tuyo.

Se debe conocer la competencia para averiguar si estoy mejor, igual o peor que ellos. La competencia la conforma todas aquellas personas o empresas que; ofrecen productos o servicios iguales a los míos o que pueden reemplazarlos productos sustitutos porque satisfacen las mismas necesidades, por ejemplo: productos como el azúcar, la miel y la panela; son competencia, satisfacen lo mismo: endulzar los alimentos. Observa el siguiente link para conocer mas acerca de la competencia.

<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/compe.asp>



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 16 de 16

5.2 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS: En este punto debes diferenciar las materias primas, insumos y maquinaria si es necesario utilizar, en la producción de los bienes y servicios que se quieren ofrecer.

Recuerda que adjunto vas a encontrar material bibliográfico y cibergrafías, para que te documentes y fortalezcas los conocimientos en el área.

5.3 MEZCLA DE MERCADOS; Todo lo relacionado con estrategias, publicidad, ventas, canales de distribución, promoción y relaciones públicas se tocan en este punto, al igual que todas las estrategias que utilices para que tu producto llegue a los clientes.

5.3.1 Estrategias de precios: en el proyecto pueden definirse diferentes tipos de calidades del producto o servicio, de acuerdo a las líneas que se planean vender.

El precio entonces dependerá de factores como el sector hacia el cual irá dirigido el producto, las necesidades del cliente, precios de la competencia, leyes, de oferta y demanda, pero en últimas el más importante es el relativo a los costos de producción.

Otras formas de definir el precio para el producto es:

5.3.2 Descuentos por cantidad: son reducciones al precio de lista ofrecidas para animar a los consumidores a comprar grandes cantidades. Los descuentos se basan en el volumen de la venta, ya sea en dinero o en unidades.

5.3.3 Descuentos por pronto pago: Es una reducción otorgada a los clientes que pagan sus facturas dentro de un periodo especificado. Todo descuento por pronto pago incluye tres elementos:

- a) El propio porcentaje del descuento.
- b) El tiempo durante el cual debe aprovecharse el descuento.
- c) La fecha máxima para realizar el pago.

5.3.4 Descuentos y rebajas: Si observas en tu entorno, hay empresa que ofrecen productos en temporadas, puede otorgar descuentos entre un 5%,10% o 20% al cliente , puedes tenerlo en cuenta para utilizar los descuentos y rebajas como estrategia para conseguir mas clientes.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 17 de 16

5.3.5 Precio de venta: Es el valor que está dispuesto a pagar el cliente por un producto que le satisfaga su necesidad y, a la vez, permita ganancias razonables para la empresa. Para fijar la lista de precios de mis productos debo tener en cuenta los siguientes criterios:

- Los costos: Asigno los precios a mis productos añadiendo un margen preestablecido de ganancia a su costo unitario. Este margen puede ser fijo o variar según las diversas líneas de productos, pero debe ser suficiente para cubrir los gastos generales, los costos totales y proporcionar una razonable ganancia en función de la inversión realizada.
- Los ingresos de mis clientes: Buscaré vender productos que estén al alcance del bolsillo de la clientela.
- Los precios de la competencia: Ofrezco precios iguales o mejores que mi competencia, sin poner en peligro las ganancias de mi empresa.
- La demanda y la oferta: en ocasiones o temporadas especiales los precios suben o bajan dependiendo de la cantidad de productos para vender y la demanda de ellos, según el comportamiento del mercado.
- Precios reglamentados: Existen ciertos productos con precios regulados por el estado quien acuerda con productores y proveedores o los impone.
- El prestigio del producto: Puedo fijar mis precios de acuerdo al buen prestigio o posicionamiento de mis productos en el mercado. Los clientes prefieren comprar mi producto que es un poco más costoso que el de la competencia, porque obtienen otros beneficios como: durabilidad, status o vanidad.

5.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN: Un canal de distribución es la ruta o camino que sigue un producto al ser transferida su propiedad, directa o indirectamente, desde su fabricante hasta el consumidor o cliente final, por el conducto de intermediarios.

Para definir cuál canal de distribución vas a utilizar, debes tener en cuenta los objetivos del proyecto:

- Qué cobertura del mercado pretendo abarcar.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 18 de 16

- Qué control quiero tener para que mi producto llegue al cliente en óptimas condiciones.
- Qué costos estoy dispuesto a pagar por la comercialización de mi producto.
- Qué medios de transporte se utilizarán.
- Qué tiempos demora el transporte.
- Necesito bodega.

5.4.1 Tipos de Canal: Venta directa: es la que realizo personalmente como empresario o través de mis vendedores en mis locales o puntos de venta en el centro comercial, puerta a puerta, a domicilio o por internet. Venta con intermediarios: es la venta en donde uso uno a uno más distribuidores entre mi empresa y el cliente final.

5.4.2 Formas de distribución: Entre las formas de distribución tenemos:

- Intensiva: Es la que se realiza con muchos distribuidores.
- Exclusiva: Se le da la representación a un solo distribuidor.
- Selectiva: Es la que utiliza pocos distribuidores.

MODULO 6. OPERATIVO

6.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO: En este apartado debens colocar las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.

6.2 PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES: En este punto hay que tener en cuenta que algunos negocios como por ejemplo, del sector agropecuario, existen diferentes parámetros técnicos como tasas de mortalidad, niveles de conversión, carga por animal, plantas por ha, etc.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 19 de 16

6.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO: En este punto es importante que conozcas el proceso para la obtención de tus productos o el protocolo para la prestación de los servicios, dependiendo cual sea el objetivo de tu proyecto. Debes relacionar y describir en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de tu producto ó servicio .

6.3.1 Flujogramas: Este esquema significa que se puede subdividir un proyecto en etapas, de modo que la ejecución de una etapa sea IMPUTS (entrada) para la ejecución del siguiente, es representar el flujo de energía las diferentes partes de un proceso de forma gráfica.

Procedimiento para crear flujogramas:

1-hacer un listado con todas las estrategias o etapas a desarrollar a corto, mediano y largo plazo.(Lluvia de ideas)

2- ordenarlas de acuerdo a la secuencia lógica (frente a cada una escribir el número correspondiente)

3-Seleccionar la figura correspondiente del diagrama de flujo y dibujarlo frente a cada etapa

4-Elaborar el diagrama de flujo de corto, mediano y largo plazo

Para la construcción de los flujogramas, existen figuras con su correspondiente significado, estas son:



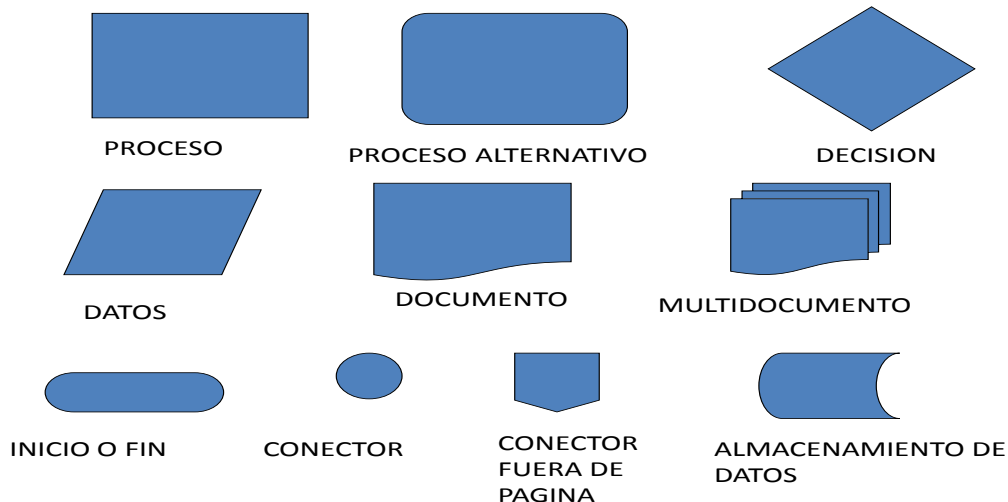
Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 20 de 16



6.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES: Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad debes registrar las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período. Para mayor información visita el siguiente enlace

www.slideshare.net/Elutslide/cronograma-de-actividades-del-proyecto

MODULO 7. ADMINISTRATIVO Y OPERACIONAL.

7.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES:

En este punto debes Especificar el Tipo de sociedad que conformarías o cual es el estado legal actual si ya se hubiere constituido; Es importante que hagas una investigación acerca de la Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 21 de 16

regule la actividad económica, la comercialización de los Productos ó Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.

El diccionario de la Real Academia de Colombia la palabra “Empresa” significa en una de sus acepciones, “casa o sociedad mercantil o industrial para emprender o llevar a cabo construcciones, negocios o proyectos de importancia”. Por su parte, el código de comercio que agrupa toda la legislación sobre el comerciante, define la empresa en estos términos: “Artículo 25. Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio”:

Existen varias clasificaciones de las empresas y esto depende de los aspectos relevantes que se tienen en cuenta. A continuación te presentamos clasificaciones de empresas con base a la naturaleza, el objeto y otras de acuerdo al número de propietarios y la procedencia del capital:

1. Por su naturaleza Jurídica:

- Sociedades de hecho: Las que no cumplen con los requisitos legales.
- Sociedades irregulares: las que cumplen con algunos requisitos legales.
- Sociedades de derecho o regulares las que cumplen con todos los requisitos legales.

2. Por su objetivo o finalidad:

- Empresas de lucro o comerciales.
- Empresas sin lucro o de economía social.

3. Por el número de propietarios.

- Empresas por asociación de propietarios o sociedades.

4. Por la procedencia de capital:

- Empresas privadas o particulares.
- Empresas públicas del sector oficial.
- Empresas de economía mixtas.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 22 de 16

Si quieres conocer mas información sobre la clasificación de las empresas, te invitamos a consultar los siguientes links:

<http://armandovelazquezseminario.blogspot.com/2007/06/aspectos-legales-para-la-constitucion-de.html>

<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

7.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: En este punto debes describir la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva si la hay, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Igualmente, es importante que relaciones los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo. Visita y busca imágenes sobre las estructuras organizacionales y te podrás hacer una idea de cómo formular la de tu proyecto.

www.google.com.co en imágenes, busca estructura organizacional

MODULO 8. ANALISIS FINANCIERO

8.1 COSTO UNITARIO DE PRODUCTOS: Este valor se refiere a los gastos que se tienen para producir una unidad del producto. Puedes encontrar bastante información en el link

<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm>

8.2 ACTIVOS FIJOS E INVENTARIOS: Es aquel bien que esta destinado para ser utilizado en la empresa, y no es para comercializarlo. En general la maquinaria, los equipos, etc. Son activos fijos, te damos una ayudita en estos links, visítalos por favor.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 23 de 16

www.gerencie.com/concepto-o-definicion-de-activo-fijo.html
<http://www.monografias.com/trabajos11/conin/conin.shtml>

8.3 MATRIZ DE VENTAS: esta matriz la diligencias en el formato de Excel, pero debes tener en cuenta la capacidad de producción, el presupuesto que tienes para la compra de materias primas, pagos de servicios, etc. Y el resto de gastos administrativos.

8.4 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO: Son los ingreso y egresos registrados en un periodo determinado, por esta razón constituyen un indicador importante para medir la liquidez del proyecto productivo

Puedes encontrar un video tutorial que te facilitara la comprensión de este modulo.

<http://www.youtube.com/watch?v=GvF92lf1j0s>

MODULO 9. ANÁLISIS DE RIESGOS

Este modulo está enfocado al análisis e investigación que debes hacer sobre los riesgos relacionados a las operaciones del proyecto dentro de algunos riesgos que se pueden encontrar se destacan por ejemplo:

- La caída de precios en el futuro
- El alza del costo de materiales o insumos
- Un mercado con un crecimiento menor al esperado
- Efectos climáticos o externos sobre el aprovisionamiento de materiales e inclusive sobre la producción, por ejemplo en el caso minero, pesquero o agrícola.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**INSTRUCTIVO PARA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS PRODUCTIVOS CON
LA FORMACIÓN MEDIA TECNICA**

Fecha: Marzo 2011

Versión: DP01

Página 24 de 16

A medida que avanza el proyecto, la evaluación de riesgo también se utiliza para verificar que: el plan del proyecto, los supuestos y los cálculos de los proyectos se cumpla.

Es importante que realices análisis de riesgos pues este es un planteamiento preventivo para trazar las causas, efectos y las posibles acciones con respecto a los obstáculos que se detecten. Es un método que se usa por lo general para analizar productos y procesos.

Debes hacer énfasis en el análisis de los procesos, por lo que hay que buscar en cada fase del proceso, respuestas a preguntas, por ejemplo sobre cómo puede fracasar la ejecución de un proceso, cuales son las posibles causas para esto, qué pasa si fracasa la ejecución del proceso y como podrías prevenirlo.

Encuentra mas información en los siguientes links:

<http://www.eumed.net/libros/2007a/232/3h.htm>

<http://www.apice.org.co/Libro-bogota-2003/A.%20JorgeH.%20Gomez%20U.%20Rosario%204.pdf>

MODULO 10. RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo es la primera parte o sección de un plan de negocios. Consiste en un resumen de los puntos más importantes de las demás partes del plan, por lo que debe ser puesto al inicio de éste, pero ser elaborado después de haber culminado las demás partes.

1. Modulo de mercados
2. **Modulo Operativo.**
3. **Modulo Administrativo y organizacional.**
4. **Modulo financiero.**
5. **Análisis de riesgos.**

Te recomendamos visitar:

<http://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-1-el-resumen-ejecutivo/http://nakuy.rcp.net.pe/cabinas/resumen.htmlhttp://www.opencoffeemvd.org/imagenes/stories/borrador%20resumen%20ejecutivo%20fe.pdf>