INTRODUCCION

Para hacer un proyecto no hay que seguir una normativa rígida, sino una serie de pautas que sirven para organizar las ideas, precisar los objetivos, establecer los recursos de acción, concretar una serie de actividades específicas y establecer criterios de evaluación.

* Concretar y precisar lo que se quiere realizar.
* Instrumentar de manera efectiva las decisiones tomadas, mediante el uso combinado de recursos humanos y no humanos.
* Seguir cursos de acción que conduzcan a la obtención de determinados productos y resultados.
* Establecer criterios que ayuden a valorar de forma sistemática lo realizado.

**Conceptualización**: El documento de proyecto es el plan de acción elegidos para producir o hacer realidad el evento que deseamos llevar a la práctica, un guion que anticipa una serie de cuestiones básicas en la intervención, implantación, seguimiento y evaluación.

Resulta imprescindible que los proyectos estén bien formulados, sean coherentes y tengan todos los elementos necesarios para su puesta en práctica, su seguimiento y evaluación.

Para ello, resulta indispensable haber realizado un buen diagnóstico de la situación de partida sobre la que se va a intervenir, que servirá para después justificar y fundamentar el proyecto adecuadamente.

Siguiendo este plan de acción o planificación, una vez hechos estos diagnósticos, se procede a la fase de programación, que consiste básicamente en dar respuesta a diez preguntas básicas sobre la acción planificada del proyecto.

**La mejor manera de organizar la mente para la acción consiste en formular diez preguntas básicas y dar respuesta a cada una de ellas.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Qué | Se quiere hacer | Descripción o Naturaleza del Proyecto |
| Por qué | Se quiere hacer | Origen y Fundamentación |
| Para qué | Se quiere hacer | Objetivos, Propósitos |
| Cuánto | Se quiere hacer | Metas |
| Dónde | Se quiere hacer | Localización física (ubicación en el espacio) |
| Cómo | Se va hacer | Actividades, tareas, metodología y organización |
| Cuándo | Se va hacer | Calendario de actividades o cronograma |
| A quienes | Va dirigido | Destinatarios o beneficiarios |
| Quienes | Lo van hacer | Entidad que lo desarrollará y organización RR.HH. |
| Con que | Se va hacer | Recursos materiales |
| Con que | Se va a costear | Recursos Financieros |

***Requisitos de Formación Empresarial.***

* ***1era Entrega:***

1- Nombre de la Empresa y logo fundamentos.

2- Presentación de Propósito de la Empresa y objetivos Generales.

3- Misión, Visión.

4- Valores de la Organización.

**1- Nombre:** Se trata de una tarea compleja difícil y que requiere de mucha creatividad y paciencia. El éxito o fracaso del negocio puede depender en gran medida de la elección del nombre.

* **Diferenciación:**¿Suena distinto a otras marcas en la misma categoría? Hay que buscar algo que realmente se destaque.
* **Brevedad:** ¿Es suficientemente corto para ser recordado y pronunciado fácilmente? Las marcas con nombres muy largos son difíciles de recordar.
* **Apropiado:** Es adecuado el nombre para el tipo de empresa y el mercado?
* **Pronunciación y escritura: ¿**Es fácil pronunciarlo y deletrearlo? Y ¿Cómo suena en español y en inglés? Y en otros idiomas?

Algunos ejemplos de marcas complejas Schweppes o Boehringer Ingelheim.

* **Agradable: ¿**disfruta la gente utilizando y pronunciando el nombre? ¿suena bien?

¿le gusta?

* **Protección y registro:** ¿puede registrarse la marca? ¿está el dominio y los perfiles en las redes sociales disponibles?
* **Haz que suena y sea diferente.**
* **No te dejes llevar por tendencias:** piensa a largo plazo. Piensa dos veces antes de llamar a tu empresa como el dominio.
* **No utilices nombres genéricos que describan tu producto o servicio.**
* **Memorabilidad: ¿**es fácil de recordar? Es uno de los más importantes.

**1- Características del Logo:**

* Diseño Limpio y cuidado, utilizando formas y colores similares manteniendo una
* Fuentes modernas son perfectas para el diseño de logos, ya que son limpios y claros y fáciles de leer.
* Un buen logo crea sobretodo lealtad hacia la marca.
* Versátil, fácil de recordar y de entender.
* Debe impresionar y seducir con su simpleza
* En el caso de está app que muestre que sea para el caso de cualquier duda de enfermedad (ej estetoscopio, túnica blanca etc.)
* Logos Web en una de las 3 siguientes proporciones

1170 px de ancho y 150 px de alto, en caso emplear una nueva.

300 px de ancho y 150 px de alto, cuando se trata de un modelo minimalista y más moderno.

940 px y 150 px de alto, al utilizar un diseño básico y extendido.

**2- Propósito:**

* Es su razón de existir de permanecer, es el que porque haces las cosas. La columna vertebral de la cual dependemos para tomar decisiones.
* Con un propósito, podemos discernir entre decisiones que son correctas y generan valor real, de aquellos que son simplemente fáciles o incluso técnicamente elegibles.
* El propósito de una empresa es permanente
* Para construir un propósito efectivo debe ser motivacional, la empresa tiene que hacerle sentir a los demás el impacto que sus productos o servicios tienen en sus clientes. Expresa el por qué lo hace, por qué existe dicha empresa.
* Transforma lo sencilla en trascendental.
* Las iniciativas en movimientos.
* Para que el propósito sea efectivo además de motivacional, debe estar expresado de forma clara y concisa con verbos presentes o infinitivos.

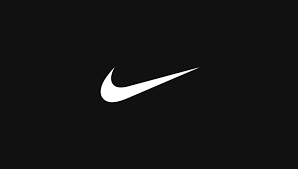
EJEMPLOS DE PROPOSITOS

: organizar la información de mundo y hacerla accesible a todos.

: Resolver problemas sin solución de forma innovadora.

: Hacer contribuciones técnicas para el regreso y el bienestar de la humanidad.

: Darle oportunidades ilimitadas a las mujeres.

: Experimentar la emoción de competir, ganar y aplastar a los competidores.

: Hacer feliz a la gente.

: Alimentar las familias para que puedan prosperar y florecer.

**OBJETIVOS GENERALES** Los logros a alcanzar a través del tiempo se plantean como metas antes de empezar, lo que permite orientar la investigación, las acciones hacía el logro de los mismos, permite medir los resultados.

**3-Misión: ¿Qué es la Misión?**

* **La Misión** de una empresa da sentido a la misma. Permite saber porque existe, como contribuye, que
* Aporta, para que exista.
* Por qué hace todo lo que hace. Es la motivación para trabajar cada día con entusiasmo.
* Una misión es una brújula, ayuda a tener la confianza que se camina en el sentido correcto, indica donde está el Norte de la empresa.
* Además permite fijar correctamente una visión, objetivos y metas.
* Da una referencia común sobre el propósito principal de la empresa. Permite que todos los miembros de la empresa tengan claro el por qué y para qué trabajan cada día.
* El logotipo nos identifica con el propósito de la empresa y de cara al exterior también queda claro comenzando por la representación gráfica que identifica a la empresa misma.
* Para crear una Misión:

1- ¿Cuáles son los talentos únicos de la empresa? ¿qué hace mejor que ninguna otra? ¿qué le hace única?

2- ¿Quiénes son las partes interesadas más influyentes en el entorno de la empresa?

-Interno

- Externo

3- ¿Cuáles son las necesidades principales de dichas partes interesadas? ¿Qué es lo que más le interesa ahora mismo? ¿Qué necesitan y todavía no tienen?

4- ¿Cómo puede la empresa poner su talento único al servicio de esas partes interesadas? ¿Cómo puede satisfacer sus necesidades utilizando sus talentos únicos?