**ORIENTACIONES PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO PRODUCTIVO ARTICULACIÓN CON LA MEDIA SENATIC**

**Introducción**

La formación profesional impartida en el proyecto SENATIC constituye un proceso educativo teórico práctico de carácter integral orientando al desarrollo de conocimientos técnicos, tecnológicos, de actitudes y valores para el desarrollo humano y la convivencia social que le permita al futuro técnico actuar crítica y creativamente en los contextos productivos y sociales.

Por lo anterior, el proyecto SENATIC contempla la ejecución de dos etapas: la lectiva, en la cual el aprendiz adquiere conocimientos y desarrolla habilidades a través de estrategias pedagógicas que le permiten el aprendizaje de competencias laborales; y la etapa productiva, que permite la aplicación de los conocimientos adquiridos, así como el desarrollo de nuevos aprendizajes relacionados con el programa de formación que está impartiendo. De esta manera, el aprendiz puede demostrar las habilidades, destrezas y resolución de problemas reales del sector productivo para asumir estrategias y metodologías de autogestión que le permitan desenvolverse en el mundo laboral con éxito.

**Objetivo**

Brindar los lineamientos para la realización de la etapa productiva mediante alternativa de proyecto productivo bajo enfoque empresarial. Dirigida a los aprendices matriculados en los programas de formación del proyecto Senatic en articulación con la media.

**Definiciones clave**

***Bitácora****:* Es un formato de registro en el que el aprendiz, diligencia de forma quincenal. Las actividades adelantadas en el desarrollo de su etapa productiva en cualquier alternativa.

***Innovación****:* Es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto bien o servicio, de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo.

***Modelo Canvas***: Es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear modelos de negocio de forma dinámica y visual.

***Modelo de negocio***: Es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones que permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica es una descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para la creación.

***Marco de referencia y normativa***: La implementación de la alternativa de participación en un proyecto productivo. Hace referencia a cuando se definen los proyectos en el marco de un programa de formación y estos posibilitan la simulación del entorno productivo real y la aplicación de conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa para cumplir con el objetivo de esta etapa productiva donde se concierta sobre las condiciones de estadía.

**Proyecto Productivo**

La implementación de la alternativa al proyecto productivo bajo estrategia de enfoque empresarial se encuentra conforme a las horas mínimas del diseño curricular de los programas de formación, teniendo en cuenta una duración para articulación con la media.

Esta alternativa de etapa productiva contempla los siguientes entregables finales, que son detallados en este mismo documento

* Formulación y sustentación de un proyecto productivo
* Desarrollo de un producto mínimo viable
* Sustentación de un documento tipo PPT en la feria empresarial

El desarrollo del proyecto productivo con identifica 3 componentes.

***Componente de seguimiento.*** Contiene planeación, seguimiento y evaluación del plan de trabajo de la etapa productiva. Bajo esta alternativa, se estima que el tiempo previsto de dedicación por parte del instructor designado para el desarrollo del seguimiento del proyecto productivo se realice simultáneamente durante el tiempo de ejecución de las etapas lectivas y productiva en grado 11.

***Componente técnico***. Para el desarrollo del producto mínimo viable se deben garantizar los aspectos ligados a las características técnicas del proyecto productivo, el tiempo para el desarrollo de esta actividad debe ser estimada por el instructor técnico asignado y según los cronogramas establecidos.

***Componente empresarial***. Contiene los aspectos administrativos y comerciales del proyecto productivo.

**Compromisos del aprendiz que desarrolla la alternativa de proyecto productivo**

* A disponer en promedio de 40 horas semanales para adelantar las actividades que contemplan esta alternativa productiva, según el cronograma de trabajo establecido.
* Disponer de acceso a Internet a las herramientas tecnológicas para realizar las actividades y evidencias requeridas.
* Registrar la alternativa del proyecto productivo en el formato establecido para tal fin
* Concertar con el instructor técnico la estrategia de seguimiento y evaluación de la etapa productiva, firmarlo y cargarlo en el espacio de proyecto productivo asignado al inicio de la etapa productiva.
* Cumplir con las actividades pactadas con el instructor técnico para la formulación y sustentación del Proyecto Empresarial y desarrollo de producto mínimo viable, de acuerdo con el plan de trabajo, cronogramas y tiempos establecidos
* Diligenciar, firmar y entregar al instructor técnico las 12 Bitácoras en las fechas establecidas en el cronograma de formulación las actividades de desarrollo del proyecto productivo SENATEC.
* Participar activamente en las sesiones de Evaluación y Seguimiento de Etapa Productiva con el instructor técnico responsable.
* Asistir a todas las sesiones individuales o grupales programadas por el instructor técnico responsable.
* Cumplir con las actividades pactadas con el instructor técnico para formulación de desarrollo, sustentación de proyecto.
* Realizar el desarrollo del prototipo o producto mínimo viable con asesoría del instructor técnico.
* Sustentar el proyecto mediante la plantilla de modelo de sustentación y a través de un pitch del proyecto con la plantilla diseñada para tal fin, a la hora fecha y lugar programado por el instructor técnico y el Establecimiento Educativo.
* Culminar satisfactoriamente la Etapa Productiva por medio de la alternativa de Proyecto Productivo.

El incumplimiento de la entrega de actividades se ha considerado como deserción de la alternativa etapa productiva y no podrá ejecutarla en futuras convocatorias de proyecto productivo. En caso de realizarse cierre de asesoría por retiro voluntario en cumplimiento de actividades. Se debe justificar el abandono del proceso y firmar el formato de acta de retiro por deserción en la alternativa de proyecto productivo como soporte del debido proceso.

**Entregables Alternativa Proyecto Productivo**

1. ***Elementos del Proyecto Productivo SENATIC***

Para el desarrollo del documento se deben tener en cuenta la siguiente estructura básica:

|  |  |
| --- | --- |
| Elemento | Descripción |
| Título | Nombre corto, claro y preciso que identifique el proyecto. |
| Integrantes | Equipo de trabajo conformado por aprendices (usualmente máximo 3 a 4 integrantes), que colaboran en el desarrollo del proyecto. |
| Descripción del proyecto | Explicación clara de qué se quiere hacer, detallando el producto, servicio o innovación que se desarrollará. |
| Justificación | Fundamentación o razón de ser del proyecto, explicando por qué es importante y necesario. |
| Objetivos | Propósitos y metas específicas que se quieren alcanzar con el proyecto. |
| Metas | Cuantificación de lo que se desea lograr en términos concretos. |
| Localización | Lugar físico o entorno donde se desarrollará el proyecto. |
| Actividades y cronograma | Detalle de las actividades, tareas, métodos y técnicas a emplear, junto con un cronograma que indique cuándo se realizarán. |
| Beneficiarios | Identificación de los destinatarios o beneficiarios del proyecto. |
| Plataforma  Estratégica | Definición de objetivos, misión, visión valores, organigrama, análisis DOFA |
| Análisis del  Mercado | Detalle de antecedentes y justificación, análisis del sector, el mercado y la competencia |
| Producto o  Servicio | Descripción detallada del producto o servicio que se ofrece |
| Análisis  Financiero | Detalle del valor de los recursos necesarios para realizar el producto o servicio |
| Análisis Legal | Descripción del tipo de empresa que desea conformar, así como las implicaciones de derecho de autor. |
| Análisis  Ambiental | Identificación de la normativa sobre medio ambiente y manejo de residuos. |
| Impacto | Descripción del impacto social , económico y ambiental del proyecto |
| Referentes Bibliográficos | Detalle el material bibliográfico o cibergráfico utilizado como soporte en el desarrollo del proyecto. |

### *Plantilla Componente Técnico del Proyecto Productivo*

**Plataforma estratégica**

**Objetivos**

|  |
| --- |
| Defina el Objetivo general y los objetivos específicos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos **sociales**, **económicos,** **ambientales** y los demás que usted considere importantes. |
| **Objetivo General.** Cuál es la necesidad que va a cubrir el proyecto, este ítem debe ser desarrollado describiendo la acción que se va a realizar, la descripción debe comenzar con un verbo en infinitivo y no debe tener más de 10 líneas |
| Elaborar un sistema de mentorías en el que facilite el desarrollo personal, académico e intelectual de los participantes, guiados por mentores que se encargaran de su proceso, promoviendo el apoyo mutuo, trabajo en equipo, fortaleciendo valores como la tolerancia, empatía y la bondad, facilitando el aprendizaje del aprendiz y enriqueciendo los conocimientos del mentor. |
| **Objetivos Específicos:** Escriba en orden las acciones que se van a realizar para desarrollar el objetivo general, redactándolas con un verbo en infinitivo, guiarse de los procesos que tiene que hacer para completar/lograr el objetivo general. (Tres) |
| 1. **Compartir conocimientos con los demás, para enriquecer sus ideas.** 2. **Fortalecer los conocimientos de los mentores encargados de guiar a los aprendices** 3. **Reforzar los vínculos humanos por medio de conocimientos que enriquecen la mente de ambos lados** |

**Misión**

|  |
| --- |
| La función de la empresa debe ser corta, debe expresar y dejar la sensación de futuro, debe estar centrada en la necesidad que se va a atender más que en el producto, debe definir el negocio de la empresa, debe cautivar y motivar. |
| Tenemos como misión principal formar jóvenes capacitados para cualquier cosa en la que se especialicen, enriqueciendo sus habilidades y desempeño en el área especializada, también para que se enfrenten al ámbito laboral con los conocimientos previamente aprendidos. |

**Visión**

|  |
| --- |
| La visión denominada como el SUEÑO de la empresa, es una declaración de aspiración de la empresa a mediano o largo plazo, es la imagen a futuro de cómo deseamos que sea la empresa más adelante. |
| Transformarnos en el principal referente global totalmente capacitado en la formación de jóvenes con cuyos conocimientos, acompañado de un grupo de lideres/mentores totalmente capacitados para cuya formación y con conocimientos relevantes. |

**Valores Corporativos**

|  |
| --- |
| Los valores corporativos son estos aspectos que hacen a tu empresa diferente del resto, no es la marca o el logo, son aspectos más profundos que generan para la compañía una ventaja competitiva frente al resto. |
| compromiso: Nos responsabilizamos del crecimiento mutuo entre mentores y aprendices.  confidencialidad: Respetamos la privacidad de los participantes y garantizamos espacios de confianza y seguridad emocional  empatía: Escuchamos activamente, comprendemos las perspectivas ajenas y construimos relaciones humanas basadas en el respeto  integridad: Actuamos con ética, coherencia y honestidad cumpliendo lo que prometemos y dando ejemplo  colaboración: Promovemos el trabajo conjunto, el aprendizaje compartido de mentor a aprendiz  inclusión: Aceptamos y valoramos la diversidad en todas sus formas, genero, cultura, y experiencia  reconocimiento: Celebramos los logros de cada participante, reconociendo esfuerzos, avances y aportes al sistema  innovación: Buscamos mejorar constantemente los métodos de mentoría, usando herramientas creativas |

**Organigrama**

|  |
| --- |
| Un organigrama también conocido como diagrama de organizativo o gráfico de jerarquía, es un esquema que se utiliza para organizar una empresa, actividad o entidad. Del mismo modo, se puede utilizar para poder nombrar la representación gráfica de las operaciones que se llevan a cabo en un determinado proceso industrial e informático. |
|  |

**Logo y Slogan** (explicados en simbología y colores)

|  |
| --- |
| El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas. Los slogans se caracterizan por ser la frase que representa una compañía, producto o servicio, esto por medio de un juego de palabras que suele destacar las funciones principales de la mercancía. |
| “Formamos jóvenes, convertimos lideres” |

**Análisis D.O.F.A.**

Se construye recopilando toda la información obtenida en las diferentes áreas de la empresa.

|  |  |
| --- | --- |
| **DEBILIDADES:** Factores internos que impiden el crecimiento de la empresa o su buen funcionamiento (Escasez de recursos, espacios locativos, ubicación, calidad, desempeño interno de los socios, entre otros). Descríbalos, mínimo 4 ítems. | - Alta dependencia de la calidad y formación de los mentores  - Ausencia de indicadores claros para medir resultados  - Redacción confusa de la visión institucional  - Potencial escasez de recursos humanos y económicos |
| **OPORTUNIDADES:** Factores externos que pueden beneficiar la empresa. Descríbalas, mínimo 4 ítems | - Tendencia creciente hacia programas de desarrollo personal y mentoría  - Potenciales alianzas con instituciones educativas, ONG y empresas  - Incorporación de tecnologías educativas para escalar el modelo  - Revalorización social y profesional del rol del mentor |
| **FORTALEZAS:** Factores internos que benefician la empresa (ubicación, espacio locativo, calidad, precio, entre otros). Descríbalas, mínimo 4 ítems | - Propósito y estructura bien definidos  - Desarrollo integral: personal, académico e intelectual  - Valores sólidos: empatía, inclusión, integridad, colaboración, etc.  - Beneficio mutuo entre mentor y aprendiz  - Enfoque innovador en la mentoría |
| **AMENAZAS**: Factores externos que pueden afectar la empresa (clima, violencia, modificaciones de socios, ser nuevo en el mercado, entre otros). Descríbalas, mínimo 4 ítems | - Falta de compromiso o motivación de los participantes  - Competencia con programas similares ya establecidos  - Inestabilidad política o económica que limite apoyo externo  - Riesgos asociados a la confidencialidad y manejo |

**Análisis Del Mercado**

**Justificación y Antecedentes del Proyecto**

|  |
| --- |
| **Justifique** en qué consiste su proyecto, cuál es la innovación, valor agregado y a que da respuesta; cuáles son los **antecedentes** de su propuesta, experiencia, conocimiento y perfil de los **emprendedores**. |
| Nuestro proyecto consiste en crear una pagina de mentorías, en el que se encuentran personas con experiencia del proceso que necesiten, se encargan de guiar y brindar ayuda a nuestros aprendices, la innovación de dicho proyecto está en que todo se organiza en una sola plataforma, fácil de usar, donde se conectan mentores y aprendices según sus intereses y necesidades, el valor agregado es que esta pagina no solo se encarga de brindar conocimiento, si no también mentores que se encargan de motivar a los estudiantes de su proceso y metas, también con este proyecto queremos responde a la necesidad de muchas personas que quieren aprender de forma práctica y con apoyo de profesionales.  Como antecedente, hemos visto que las mentorías funcionan muy bien en empresas y universidades, pero pocas veces están al alcance de cualquier persona de manera sencilla, por eso creamos esta pagina para que accedas a estos servicios sin importar en el lugar en que te encuentres.  El equipo de mentores tiene experiencia en educación, asesorías y manejo de grupos, lo cual será más fácil conectar con los aprendices, ya que nosotros consideramos que si se emplea una buena actitud y manera de enseñar los estudiantes acatan rápido y se interesarían más. |

**Análisis del sector**

|  |
| --- |
| Consigne en pocas palabras el comportamiento del **sector productivo** y mencione las **estadísticas básicas** de los últimos **3 años** al que pertenece su producto, su evolución y tendencia prevista para los próximos años. En qué sector de la economía se ubicará la empresa: (primario, secundario, terciario, cuaternario), ubicarlo dentro de los subsectores donde se ubicaría la empresa, investigar ese sector y analizar cómo está mi idea de empresa respecto al mismo |
| Nuestra página de sistema de mentorías (MentorLab), pertenece al sector terciario, ya que este sector engloba la prestación de servicios en lugar de producir bienes materiales, lo cual encaja perfectamente con nuestra página, la cual es un servicio de acompañamiento, formación y asesoría a aprendices.  Nuestra página pertenece a un mercado global en expansión, con un crecimiento anual compuesto estimado entre 12 % y 23 %, desde USD 0.5–1.5 mil millones hasta USD 3–3.6 mil millones en la próxima década.  Teniendo en cuenta la información de las estadísticas básicas, nuestra página se encuentra bien alineada con tendencias tecnológicas, digitales y de formación.  EL reto clave al que nos enfrentaríamos seria adaptarse a la realidad local (costos, cultura y tamaño de empresas), mientras aprovecha la oportunidad de innovar mediante IA, personalización y medición de resultados. |

**Análisis del Mercado**

|  |
| --- |
| A que grupo poblacional está dirigido el proyecto, ¿cuáles son sus características (edad, sexo, estrato, ingresos estimados, frecuencia de compra, donde compra, quien decide la compra, quien compra, cuanto compra, ¿cuál es su intención de compra de SU PRODUCTO O SERVICIO), personas con que hábitos de consumo (¿académicos, comerciantes, ejecutivos, deportistas, profesionales, amas de casa, transportadores, quienes?). A esto se le denomina segmentación del mercado |
| Nuestro proyecto está dirigido a jóvenes que quieren aprender, con una edad mínima de 7 años hasta la edad máxima de 24 años, ambos sexos pueden acceder, tanto hombre como mujer, en cuento a estratos únicamente medio y medio-alto (estratos 3, 4 y 5 en Colombia), con acceso a internet y dispositivos tecnológicos, tiene que contar con ingresos estimados de aproximadamente $1.500.000 COP en adelante, ya que pueden destinar parte de su presupuesto a formación personal o profesional, la frecuencia de compra seria mensual, sin importar el paquete que escojas, esta compra se realizaría de manera virtual, y la persona que decide la compra depende, ya que algunos de nuestros paquetes son infantiles, escolares, familiares entonces en este caso el representante de dichos paquetes escoge la compra, el caso del paquete juvenil, lo escoge la persona interesada, es decir, el aprendiz, cuanto compra seria dependiendo del numero de horas semanales, ya que este sistema de mentorías cuenta con un horario.  La intención de compra de los usuarios es aprender, fortalecer conocimientos o en casos profesionales capacitarse profesionalmente, el público objetivo incluye estudiantes de colegio y universidad, es decir, académicos, u intención de compra es alta cuando perciben que el servicio les ayudará a mejorar su rendimiento académico, lograr metas profesionales o recibir orientación vocacional. |

**Análisis de la Competencia**

|  |
| --- |
| Identifique a sus principales competidores y elabore una base de datos con datos básicos y principales fortalezas y debilidades. |
| Competencia 1: Platzi  Competencia 2: Mujer 2.0  Competencia 3: SmartBeemo |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CRITERIO** | **COMPETENCIA 1** | **COMPETENCIA 2** | **COMPETENCIA 3** |
| **Fortaleza Principal** | Amplia variedad de cursos y reconocimiento internacional en educación online. | Enfoque especializado en mujeres emprendedoras con red de contactos y acompañamiento integral. | Contenido especializado en marketing digital con enfoque latinoamericano. |
| **Debilidad Principal** | Poca personalización; formato de cursos más que de mentorías directas. | Público objetivo limitado (no atiende a jóvenes en general). | Oferta centrada en una sola área (marketing), con menor diversidad de temas. |
| **Atractivo de la organización** | Gran comunidad estudiantil y constante actualización de contenidos. | Comunidad sólida y enfoque de empoderamiento femenino. | Marca reconocida en capacitación digital y comercio electrónico. |
| **Producto o servicio que ofrece** | Cursos online en tecnología, diseño, marketing, negocios y más. | Mentoría, networking y formación para mujeres con ideas o negocios en marcha. | Cursos y capacitaciones online en marketing, ventas y negocios digitales. |
| **Proveedores** | Instructores expertos, creadores de contenido, plataformas de streaming educativo. | Mentoras especializadas, plataformas virtuales, aliadosde emprendimiento**.** | Expertos en marketing, herramientas digitales, plataformas de e-learning. |

En el siguiente cuadro realice una comparación general de los competidores, donde corresponde a los valores que se le dan a continuación:

1: Deficiente

2: Regular

3: Aceptable

4: Bueno

5. Excelente

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ASPECTO** | **COMPETIDOR 1** | **COMPETIDOR 2** | **COMPETIDOR 3** |
| **Precio** | **3** | **4** | **3** |
| **Descuento** | **4** | **2** | **3** |
| **Canal de Distribución** | **5** | **3** | **4** |
| **Posicionamiento** | **5** | **3** | **4** |
| **Garantía post-venta (respaldo luego de la venta)** | **4** | **3** | **3** |
| **Calidad** | **5** | **4** | **4** |
| **Estrategia Comercial** | **5** | **3** | **4** |
| **Promoción y Publicidad** | **5** | **3** | **4** |

**Concepto del Producto o Servicio**

|  |
| --- |
| Defina y describa sus productos y/o servicios, mencione las características principales de cada uno, aplicación y/o uso. |
| Mi sistema de mentorías es un servicio que ofrece acompañamiento personalizado a jóvenes para ayudarlos en su desarrollo académico, y metas personales, funciona tanto de forma presencial como virtual, usando una plataforma fácil de manejar. Cuenta con mentores especializados en diferentes áreas de estudio, cada programa se adapta a las necesidades y metas de cada joven, incluye un plan de trabajo claro, seguimiento constante y materiales de apoyo. |

**Información sobre el producto o del servicio**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PRODUCTO/SERVICIO** | **CARACTERISTICA** | **VENTAJAS (Frente a la competencia)** | **BENEFICIOS** |
| **1. Paquete infantil** | Mentorías diseñadas para niños de 7 a 12 años, con actividades lúdicas y educativas | Contenidos divertidos y adaptados a su edad, mentores con experiencia en infancia | Desarrollo de hábitos de estudio, y confianza desde temprana edad |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **2. Paquete juvenil** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **3. Paquete escolar** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

NOTA: Añada o retire las celdas necesarias

**Estrategias para el nuevo producto o servicio a desarrollar**

|  |  |
| --- | --- |
| **ASPECTO** | **DESCRIPCIÓN** |
| **NOMBRE COMERCIAL** |  |
| **LOGOSIMBOLO** |  |
| **SLOGAN** |  |
| **ESTRATEGIAS PARA ESTIMULAR LAS VENTAS** |  |
| **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICITARIAS** |  |

**Estrategias de (Distribución, Precio, Promoción, Comunicación y Servicio)**

|  |
| --- |
| Especifique alternativas de *comercialización*, canal de *distribución* a utilizar (directo o indirecto), estrategia de *precios a emplear* de acuerdo al precio de venta de sus competidores y el precio promedio del costo de su producto, tipo promoción (descuentos por volúmenes a realizar), estrategia de *comunicación (*folletos, tarjetas, pendón, brochure, etc.) *y* estrategia de *servicio* (garantías, servicios postventa) a emplear. |
| **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx** |

**Análisis de Producción**

**Ficha técnica del producto o servicio**

Describa 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. Ver ejemplo. <https://issuu.com/rapilunchcucuta/docs/ficha_tecnica_de_producto_terminado>

**Descripción del proceso**

Relacione y describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto ó servicio. Ver video. <https://www.youtube.com/watch?v=HwFPiwWC004>

**Necesidades y requerimientos**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **EQUIPOS** | **CANTIDAD** | **VALOR UNITARIO ($)** | **VALOR TOTAL ($)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Análisis Financiero**

Enliste los recursos necesarios para realizar el producto, servicio o negocio, escriba la cantidad y el valor de estos. Adicionalmente señale si es necesario adquirir el recurso o la I.E, Empresa ya lo tiene.

Los valores de los recursos que SI se necesitan adquirir se suman para conocer el Total de la inversión necesario.

**Costos fijos mensuales**

|  |
| --- |
| 1. **COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN** |
| **Salario \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_$**  **Prestaciones sociales\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_$**  **Arriendo\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ $**  **Servicios\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_$**  **Transporte\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ $**  **Mantenimiento (maquinaria y equipo) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **TOTAL COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN: $** |

|  |
| --- |
| **¿Cuál es el margen de utilidad mínimo? (Expresado en porcentaje):** |
| **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx** |

**Análisis Legal Y Ambiental**

|  |
| --- |
| Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cuál es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos ó Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades, liste los documentos necesarios para la conformación. |
| **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx** |

**Análisis Ambiental**

|  |
| --- |
| Determine qué tipo de medidas son necesarias adoptar, en la actividad que se va a desarrollar, respecto a la normativa sobre medio ambiente y manejo de residuos. |
| **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx** |

**Impacto (describa como impacta su proyecto en los siguientes aspectos)**

|  |
| --- |
| **Económico:**  Se puede determinar cómo las consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo. |
| **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx** |
| **Social:**  se entiende como los efectos en las personas y comunidades que ocurren como resultado de una acción, actividad, proyecto, programa o política. |
| **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx** |
| **Ambiental:**  Se define impacto ambiental como la “Modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza”. |
| **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx** |
| **Otros** |
|  |

**Referentes Bibliográficos**

|  |
| --- |
| Describa en detalle el material bibliográfico o cibergráfico utilizado como soporte en el desarrollo del proyecto bajo normas APA |
| **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx**  **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx**  **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx**  **xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx** |

### *Plantilla para Presentación Feria Empresarial Mediante Lienzo Canvas*

**Diagrama Modelo Canvas**

El lienzo de modelo de negocio, también llamado Modelo Canvas, diseñado por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, es una forma estratégica para entender tu negocio. Tiene nueve componentes: completa cada uno de ellos con notas adhesivas, enlaces, dibujos a mano, imágenes y videos. Colabora con tu equipo y encuentra una mejor manera de explicar y visualizar tu negocio.

**Escala de tiempo

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.**

|  |
| --- |
| **1. Socios clave**  Haz una lista de las alianzas clave en las que tu negocio se base para lograr el éxito. Incluye los recursos o el valor que tu negocio obtenga de estas alianzas. En la actualidad del mundo empresarial, cada vez es más común establecer relaciones con terceros cuando se inicia un negocio, no solo para impulsar la colaboración sino también para compartir costes en una fase inicial.  Para completar este apartado deberías de poder responder a la pregunta de ¿con quién vas a trabajar? Puede ser toda colaboración externa ya sea de forma individual o de agencias. Se debe incluir a toda persona/agencia que va a colaborar a que el proyecto sea un éxito. |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |
| **2. Actividades clave**  Resume las actividades más importantes que permiten a tu negocio ofrecer servicios y cumplir tu propuesta de valor. Es una de las partes más complejas de elaborar en el Modelo Canvas porque es una de las más determinantes. Hay que dejar claro en este punto qué es lo que queremos ser. |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |
| **3. Recursos clave**  Haz una lista de los recursos clave que tu negocio usa para funcionar y ofrecer servicios. Para completar este punto se debe responder a la pregunta ¿con qué medios voy a contar? Es el momento de dejar por escrito cuál será la propuesta de valor y quién te va a ayudar a llevarla a cabo. Se deben incluir todo tipo de recursos ya sean físicos o no físicos, es decir, desde oficinas, tiendas, ordenadores hasta software, documentos…) |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |
| **4. Propuesta de valor**  Haz un resumen de las distintas ofertas de valor que distingan a tu negocio de la competencia. ¿Qué es lo que distingue a nuestro producto/servicio de la competencia? Este apartado es quizá el más importante a la hora de buscar financiación porque será lo primero que quieran ver los posibles inversores. |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |
| **5. Relaciones con los clientes**  Define y describe las relaciones principales que tengas con tus clientes; por ejemplo, cómo interactúas con ellos, cómo difieren estas interacciones entre los distintos tipos de clientes, cuáles son las necesidades de distintos clientes y cuál es el nivel de apoyo que reciben los diferentes clientes.  Puedes detallar si las relaciones serán personales, automatizadas mediante bots, a través de una compañía externa… Es una parte esencial en la cultura de la marca y debería ser un punto clave en el lienzo de modelo de negocio. |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |
| **6. Canales**  Detalla cómo te comunicas con tus clientes, cómo se ofrecen los servicios, tus distintos canales de distribución y cómo se cumple tu propuesta de valor. También es un elemento que definirá cómo vamos a ofrecer nuestra propuesta de valor a los clientes en todo momento, no solo en el proceso de la venta, sino antes y después. Puede que cuando lances un producto quieras enviar una newsletter, crear una página web, hacer una campaña de marketing a través de una determinada plataforma. En el proceso de venta quizá te interese añadir un chat automatizado por si los clientes tienen preguntas durante la transacción o una vez que lo compren querrás que te hagan la mejor review y para ello necesitas volver a enviar una newsletter y ofrecerles un descuento en la siguiente compra |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |
| **7. Segmento de clientes**  Define el perfil de cliente ideal al que quieres beneficiar con tu propuesta de valor y después describe las diferencias clave entre estos segmentos y los pasos potenciales del recorrido del cliente. Sin clientes no hay negocio por lo que aunque tengas el mejor producto posible, si no te enfocas en el que será tu cliente objetivo poco se podrá hacer de forma efectiva |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |
| **8. Estructura de costes**  Identifica los principales costes relacionados con el funcionamiento de tu negocio y la oferta de tus servicios y luego detalla la relación entre estos gastos y otras funciones del negocio. Este es el apartado imprescindible para el equipo de finanzas. Normalmente los negocios suelen perder dinero hasta que despegan pero ese tiempo tiene que quedar definido en esta etapa. Se puede prever que los primeros meses se va a ingresar x pero vamos a tener que pagar dos veces esa cantidad durante un tiempo hasta que la empresa despegue. Hay que tener en cuenta cómo se va a cobrar, cómo se van a pagar los salarios, cómo se van a pagar a los proveedores, etc. El ciclo de venta es esencial en este momento así que intenta detallarlo tanto como te sea posible para convencer a los inversores. |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |
| **9. Flujos de ingresos**  **Describe la forma en la que tu negocio genera ingresos mediante el cumplimiento de tu propuesta de valor. Hay que saber las formas en las que se va a ingresar en una etapa inicial. Es cierto que esto puede variar con el tiempo pero el lienzo de modelo de negocio tiene que dejar claro desde el primer momento desde dónde se van a recibir los ingresos y de qué forma.** |
| **XXXXXXXXXXXXXXXXXXX** |

**Cronograma de Ejecución Proyecto Productivo**

Mediante el establecimiento del cronograma de ejecución del proyecto productivo, se busca garantizar el cumplimiento de los tiempos y acciones de ejecución del proyecto productivo.

A continuación, encontrará la relación detallada del contenido de las Bitácoras que los aprendices deben diligenciar. La bitácora número 12 es la entrega final del proyecto con el producto o servicio materializado, acompañado de las evidencias recogidas en cada fase, con el propósito de emitir el juicio (aprobado o no aprobado) por el evaluador asignado.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DESCRIPCIÓN ENTREGA DE BITÁCORAS** | | |
| **BITACORA** | **TIPO DE EVIDENCIA** | **FECHA LIMITE ENTREGA** |
| 1 | **Plataforma Estratégica**: Objetivo General y Específicos. **Alcance del Proyecto**: Misión y Visión | may-15 |
| 2 | **Alcance del Proyecto:** Valores corporativos, organigrama, logo y eslogan | may-30 |
| 3 | **Alcance del Proyecto**: Análisis Dofa | jun-15 |
| 4 | **Análisis del Mercado**: Justificación y antecedentes, Análisis del sector, Análisis del mercado | jun-30 |
| 5 | **Análisis del Mercado:** Análisis de la competencia, Concepto del producto o servicio, Información sobre el producto o servicio, Estrategias para el nuevo producto o servicio. | jul-15 |
| 6 | **Análisis de Producción:** Fichas técnicas, descripción del proceso productivo (producto o servicio) | jul-30 |
| 7 | **Análisis de Producción:** Necesidades y requerimientos | ago-15 |
| 8 | **Análisis Financiero: Costos** | ago-30 |
| 9 | **Análisis legal y Análisis Ambiental** | sep-15 |
| 10 | **Presentación Feria Empresarial:** Modelo Canvas | sep-30 |
| 11 | **Entrega Proyecto** **Productivo** | oct-15 |
| 12 | **Consideraciones, observaciones e impacto** del proyecto productivo en la Comunidad | oct-30 |