

 <p>SENA SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE</p>	<p>PERFIL DE PROYECTO ETAPA PRÁCTICA</p>	<p>Fecha:</p> <p>Versión:</p> <p>Página 1 de 7</p>
--	---	--

1. IDENTIFICACIÓN

	Galería Máxima		
ESTADO	ANTEPROYECTO		PROYECTO X
LUGAR Y FECHA	Bello 28/07/2015		
PALABRAS CLAVES	publicidad ,diseño, innovación, creatividad		
REGIONAL	Antioquia		
CENTRO/COMPLEJO	Centro de servicios de gestión empresarial		
ÁREA DE FORMACIÓN	Artes graficas		
PROGRAMA DE FORMACIÓN	Pre prensa digital para medios impresos		
FICHA DE CARACTERIZACIÓN	721887		
DATOS DE CONTACTO EN LA COORDINACION DE LA I.E O EMPRESA DONDE SE REALIZA EL PROYECTO	NOMBRE: Juan Fernando CARGO: jefe de la empresa TELEFONO:253 04 88 MOVIL:318 767 29 06 CORREO:galeriamaximas@hotmail.com		

RESPONSABLE DEL PROYECTO	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA	MÓVIL
Stefany Múnera cano	wenstefa@hotmail.com	3207941733
PARTICIPANTES DEL PROYECTO	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA	MÓVIL
Daniel Steven Restrepo Arango	Restrepod578@gmail.com	3115419259
Alejandra Saldarriaga Caraballo	Aleja.gina18@gmail.com	3105438633
Angie Milena Ortiz Montes	Angiemilena9976@gmail.com	3112571067
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO (Enliste a quiénes está afectado el problema que usted evidencio o la necesidad que usted piensa y beneficiara este proyecto. Si existe beneficiarios indirectos, enliste quienes son.)		
-empresa -empleados -aprendices		

2. **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA** realizar una las estrategias del marco lógico que están dentro del paréntesis para **identificar el problema central que se piensa subsanar o mejorar de la situación actual.** ("Lluvia de ideas", "DOFA", "Espina de pescado", "Árbol de problema", etc.)

D: Falta de comunicación, el cliente es muy radical, carencia de tiempo
O: El cliente es un conocido muy allegados por lo tanto la comunicación es mejor
F: Falta de tiempo para reunirse personalmente con el cliente real
A: Que el cliente acuda a otros medios para mejorar su imagen publicitaria

2.1. Realice un Resumen que describa la situación actual, incluyendo los antecedentes y la propuesta en general del proyecto. Incluya el Marco Teórico(Esto consiste en buscar documentos que contengan información relevante que permitan detectar, extraer y recopilar información de interés y relacionado a los problemas)

Situación actual

Actualmente la elaboración del manual corporativo en Corel Draw está finalizada, sin embargo se han presentado algunas dificultades en el manejo de los programas de diseño gráfico faltantes por lo tanto no se ha elaborado el manual en estos programas.

Antecedentes

La empresa real presenta muchas falencias en su aspecto publicitario, anteriormente el dueño de esta no presentaba interés por cambiar su imagen corporativa

Propuesta general del proyecto

Generarle mejores oportunidades a la empresa mediante una buena imagen corporativa.

2.2. Pregunta problémica- (Redacte una pregunta que contenga o mencione el problema central que se detectó)

¿Qué oportunidades le podemos generar a la empresa mediante el cambio de su imagen corporativa?

3. JUSTIFICACIÓN

3.1. NECESIDADES DEL NEGOCIO

(La razón de este punto es Indicar las razones y el por qué se va a realizar el proyecto, cuales son los requerimientos generales de la I.E, la empresa o el área a mejorar.

Debe detallar-escribir en una lista cuáles son las necesidades que busca mejorar con el proyecto, cuales son los puntos en donde la organización etsa fallando o le falta mejorar)

- aumentar los ingresos de la empresa
- contrato de trabajadores más calificados
- mejor imagen publicitaria

3.2. OBJETIVOS 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)

- Obtener mejores oportunidades para trabajadores y para el jefe mediante una buena imagen corporativa

3.3. OBJETIVO ESPECÍFICO DEL PROYECTO (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, basado en el ciclo PHVA).
Planear: Se organiza una reunión con el dueño de la empresa Galería Máximas para definir cuáles eran las necesidades de la entidad y plantear las alternativas de solución.
Hacer: Se firmaron acuerdos y se presentaron diferentes bocetos de la imagen corporativa de la empresa Galería Máximas
Verificar: en el tiempo que por ahora llevamos trabajando en el proyecto se ha hecho toda la estructura del manual corporativo de l empresa Galería Máximas.
Actuar: en el tiempo que llevamos en el proceso hemos aprendido a manejar diferentes herramientas y programas de edición para llevar a cabo la ideación de imagen corporativa, manejo de marketing, psicologías y teorías de colores, identificar y aplicar todo en medio de la publicidad.

4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

4.1. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS (en este ítem describa: que método piensa utilizar para elaborar o un producto, o como se piensa prestar el servicio, o cual va ser el proceso para constituir el negocio)				
-Búsqueda de un cliente real por medio de fuentes reales				
4.2. CONSIDERACIÓN TÉCNICAS (resuelva los siguientes puntos relacionados con los requerimientos y detalles del negocio, producto o servicio)				
4.2.1.1. Sector al que pertenece (Marque con una X o rellene el cuadro con color, referenciando el sector económico al que pertenece su producto)	Primario <input type="checkbox"/> (Producto directamente provenientes de la naturaleza)	Secundario <input type="checkbox"/> (producto terminados, después de un proceso de transformación)	Terciario <input checked="" type="checkbox"/> (creación o prestación de servicios)	Cuaternario <input type="checkbox"/> (Investigación, desarrollo, innovación e información)
4.2.1.2. Descripción del o de los servicios(Que se va a obtener del proyecto; enliste cual o cuales van a ser los productos, Servicios o el negocio que va a obtener después de terminar el proyecto y describa brevemente cada uno de estos)				

<ul style="list-style-type: none"> - Se obtendrá como resultado final un manual corporativo ya con las correcciones pertinentes. - Adquisición de conocimientos - Manejo de programas de diseño y edición
<p>4.2.1.3. Infraestructura (Describa que infraestructura o ambiente requiere para desarrollar su producto o servicio)</p> <p>-Un ambiente adecuado que obtenga lo necesario para el manejo de programas de diseño y edición.</p>
<p>4.2.1.4. Localización (Escriba donde va a ser la ubicación del proyecto, donde va a quedar ubicado el negocio, donde se va a prestar el servicio o si es un producto escriba donde se va a entregar, distribuir o vender el producto)</p> <p>-Puede ser en cualquier lugar donde se puedan hallar los programas de edición y diseño. En un ambiente controlado.</p>
<p>4.2.1.5. Valor agregado (Escriba cuales son las características que diferencian su negocio, producto o servicio de otros)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nuestro trabajo y dedicación, la buena manipulación de los respectivos programas, el conocimiento de diferentes puntos de vista de la publicidad.

5. ALCANCE

<p>ALCANCE (Describa en detalle el entregable final, delimitando hasta donde abarca el proyecto y teniendo en cuenta las restricciones y supuestos que se han podido apreciar.)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - nosotros como aprendices SENA, tenemos como objetivo final entregar un manual corporativo completo, ya que el cliente lleve de un estado magnético a físico el contenido de este, es nuestra prioridad.

6. RIESGOS Y RESTRICCIONES

6.1. RIESGOS			
Descripción del riesgo,	Impacto (Marque con	Probabilidad de	Describa la

nombre cuales riesgos pueden presentarse durante el proyecto. (El riesgo se define como aquél evento futuro que puede ocurrir y ocasionará un perjuicio para la ejecución del proyecto)	una X el nivel de impacto que genera el riesgo al proyecto en:			ocurrencia (Marque con una X si la probabilidad de que ocurra el riesgo es:			acción o estrategia que ayudara a mitigar el riesgo
	Alto	Medio	Bajo	Alto	media	bajo	
Riesgo A) Falta de comunicación	x			x			No perder contacto
Riesgo B) Falta de compromiso por parte de los integrantes del grupo	x			x			Hacer hasta lo imposible para entregar el trabajo así sea con un integrante menos
Riesgo C) Que el producto final no tenga una aceptación final afirmativa por parte del cliente	x			x			Mantener al tanto de todo al cliente
6.2. RESTRICCIONES (Mencione cuales son las restricciones que el proyecto tiene antes de iniciar en cuanto a: tiempo, conocimientos y/o dificultad en encontrar algún requerimiento para el producto)							
A) La principal restricción es el tiempo de entrega por que la comunicación fue casi que nula.							
B) Que los conocimientos sean escasos, y no complazcan al cliente en un 100%							

7. IMPACTO (describa como impacta su proyecto en siguientes aspectos)

7.1. Económico: Granizar sostenimiento de los ingresos a la empresa.
7.2. Social: Garantiza el empleo a personas con capacidades cognitivas y físicas.
7.3. Ambiental: Reutilización de maderas, donación de materiales reciclables.
7.4. Otros

8. ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO (Mencione los nombres de los participantes del proyecto y cuáles van a ser las responsabilidades que estos van a tener en la ejecución del proyecto)

ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO	
8.1. Nombre del participante	Responsabilidades
-Stefany Múnera Cano	-lider

- Angie Milena Ortiz Montes	- diseño y edición
- Alejandra Saldarriaga Caraballo	- diseño y edición
- Daniel Steven Restrepo Arango	- diseño y edición

9. **PRESUPUESTO DEL PROYECTO** (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.)

PRESUPUESTO DEL PROYECTO					
Ítem	Descripción	Unid. de medida	Cant	Valor Total	Por Adquirir Si-No
1	Enliste la MATERIA PRIMA necesaria para la elaboración del proyecto:	software	4	207.000	si
2	Enliste la MAQUINARIA necesaria para la elaboración del proyecto:	hardwar e	4	1'000.000	no
3	Enliste la MANO DE OBRA necesaria para la elaboración del proyecto	Días	247	247	no
TOTAL INVERSIÓN					

10. FUENTES DE FINANCIACIÓN

FUENTES DE FINANCIACIÓN		
Identifique cuales y de donde provienen los valores de inversiones y financiación otorgados en grado 10° y en grado 11° para el proyecto		
FUENTE	Valor Vigencia año 1	Valor Vigencia Año 2
1. Recursos SENA	0	0
2. Otros recursos (especificar):		
A Galería Máxima	0	400.000
B		
C		
....		

11. PROGRAMACIÓN DE LA EJECUCION

PROGRAMACIÓN - EJECUCION			
Fecha de inicio	31 octubre 2014		
Fecha estimada de terminación	31 octubre 2015		
Duración total en meses	12		
Entregable	Fecha entrega		
Plan de comunicación (Enliste cuales van a ser las estrategias para dar a conocer su proyecto a los beneficiarios y al entorno donde se va a ejecutar el proyecto)	DIA	MES	AÑO
	01	03	2015
Estudio de Mercado (Identifique quienes y cuantos pueden ser los clientes de sus producto, servicio o negocio en el futuro)	DIA	MES	AÑO
	07	03	2015
Estudio legal (mencione cuáles son las leyes o normas que deben tener en cuenta usted para desarrollar su producto, servicio o negocio.)	DIA	MES	AÑO
	15	03	2015
° Estudio financiero (Identifique cuales son los posibles ingresos, gastos y la utilidad que va a tener su proyecto en el futuro.)	DIA	MES	AÑO
	22	03	2015
EDT (Estructura de Distribución del Trabajo)(enliste cuales son las fases del proceso de ejecución y sus entregables)	DIA	MES	AÑO
	29	03	2015
Elaboración de actividades o paquetes de trabajo(enliste cuales son las actividades que realizaran para hacer su producto, servicio o constituir la empresa)	DIA	MES	AÑO
	01	04	2015

*Ver la Anexo EDT para la programación de la ejecución

° El estudio financiero solo será obligatorio para los proyecto de creación negocio

12. INDICADORES DEL PROYECTO

INDICADORES DEL PROYECTO					
Cree mínimo 2 indicadores que permitan medir el cumplimiento durante la fases del proyecto, como mecanismos de control					
N°	Indicador	Descripción	Formula	Resultado esperado	Resultado obtenido
1	Investigación de mercado	ENCUESTA	escrita	Identificar cuáles son la edades competentes (ADULTOS)	Adultos (25-90) para una mayor competencia
2	Manual corporativo	imagen corporativa	Escrita, magnética y física	Identificación, organización de reglas y	Imagen corporativa

				recomendaciones obteniendo así una imagen corporativa	
3					
...					

13. CONCLUSIONES DEL PROYECTO

CONCLUSIONES DEL PROYECTO (redacte en menos de 10 líneas cual fue el cumplimiento en cuanto al objetivos, el alcance y cuáles fueron los resultados obtenidos)

- La creación de una imagen corporativa
- La adquisición de conocimientos esenciales para la publicidad y creación de marca

14. APROBACIÓN (Ítem para el evaluador)

APROBACIÓN

El evaluador o los evaluadores del proyecto resolverán este numeral, después de la presentación final del proyecto con su aprobación o no del proyecto.

La presentación debe mostrar los resultados obtenidos en cuanto a objetivos, alcance y exponer el producto y el proceso del proyecto.

NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	FIRMA	APROBADO	
			SI	NO

15. OBSERVACIONES(Ítem para el evaluador)

OBSERVACIONES

Se redactan los comentarios y sugerencias del evaluador o evaluadores acerca del estado del proyecto, en el caso de que el proyecto requiera plan de mejoramiento se diligenciara en este punto.

Fecha de Aprobación: DD/MM/AA

Observaciones:

