

Departamento Administrativo de Planeación
Planeación del Desarrollo Local y Presupuesto Participativo



Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos

Ficha perfil de proyecto 2017

I. IDENTIFICACIÓN Idea de proyecto o alternativa de solución.	
1. Comuna/Corregimiento	Corregimiento 80 - San Antonio de Prado.
2. Idea de proyecto o alternativa de solución.	Construir planes participativos de marketing territorial y marcas territoriales. Proyecto participativo de marketing territorial y marcas territoriales
3. Ubicación en el Plan de Desarrollo Local de la comuna o corregimiento.	Línea 2 Desarrollo Económico Local. Programa Fomento al desarrollo económico local
4. Posición en el programa de ejecución.	8
5. Nombre del proyecto en el tarjetón	Capacitación colectiva en marketing para la promoción del territorio
6. Dependencia ejecutora.	Desarrollo Económico
II. FORMULACIÓN de la Idea de proyecto o alternativa de solución.	
7. Descripción del problema central.	Poco reconocimiento y valoración de los atributos del corregimiento.
8. Magnitud actual del problema existente (Línea base).	8.700 emprendedores y empresarios apoyados en los CEDEZO hasta el 2015.

9. Causas del problema.	<p>-Inexistencia de una estrategia de promoción del territorio. -Insuficiente desarrollo del sector turístico en el corregimiento y débil nivel asociativo de los actores del desarrollo económico.</p>
10. Efectos del problema	<p>Débil desarrollo de la economía rural</p>
11. Población afectada.	<p>Corregimiento 80-San Antonio de Prado</p>
12. Población objetivo	<p>Emprendedores residentes del corregimiento San Antonio de Prado, mayores de 18 años</p>
13. Descripción de enfoques aplicados y cómo se evidencian (Si aplica).	<p>Enfoque territorial Economía social y solidaria</p>
14. Localización de la alternativa.	<p>Corregimiento 80 - San Antonio de Prado</p>
15. Características demográficas de la Población.	<p>Hombres y Mujeres</p>

16. Descripción de la alternativa.	Construcción colectiva de propuesta sobre marketing y promoción del territorio, bajo la modalidad de talleres.
17. Objetivo General.	Construcción colectiva de un documento impreso sobre marketing y promoción del territorio, bajo la modalidad de talleres dirigidos por un profesional especializado
18. Objetivos Específicos.	Fortalecer estrategia de promoción del territorio.
19. Productos.	Documento sobre marketing territorial de San Antonio de Prado
20. Acciones generales coherentes a los objetivos específicos	Diseñar el plan: Mesas sectoriales. Encuentros. Complementar diagnóstico existente en el territorio

21. Beneficios directos.	Ingresos percibidos debido a la divulgación y promoción del corregimiento
22. Costeo General de la alternativa.	\$150 millones
III.OBSERVACIONES	
NA	