PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación: Emprendedor de procesamientos de productos derivados de cacao

Código del Programa de Formación: 96151519

- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada): BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURAEN LA PREPARACION DE ALIMENTOS
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada): Análisis
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada)
- **Competencia: 1**- Contabilizar los recursos de operación, inversión y financiación de acuerdo con las normas y políticas organizacionales.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar: 1**- Interpretar los conceptos y propósitos de la contabilidad de costos, para una efectiva aplicación en actividades de costeo por procesos, por órdenes de producción o cualquier otro sistema de costos.
- **Competencia: 2-** Proyectar el mercado de acuerdo con la categoría de producto, necesidades y expectativas de consumidores y/o usuarios.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar: 1-** Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio, para identificar el potencial de mercado y capacidad de ventas de la empresa según política empresarial.
  2- Identificar segmentos de mercado de acuerdo con tipos de producto y población establecidos en el plan de segmentación
  3-Determinar los precios de los productos y servicios según los tipos de mercados y de productos, mediante la aplicación de métodos de fijación de precios
- **Competencia: 3-** Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar: 1-** Utilizar estrategias para apoyar la presentación de los producto o servicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según protocolo establecido por la empresa.
  2- Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de negociación.
- **Competencia: 4-** Coordinar proyectos de acuerdo con los planes y programas establecidos por la empresa.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:1-** Definir el emprendimiento y las características del emprendedor que refleje la capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, innovación y creatividad.
  2-Identificar el problema o necesidad a resolver con base en el estudio de mercado y el requerimiento de la empresa o comunidad.
  3-Identificar la estructura del proyecto, sus características y especificaciones de acuerdo con la tipología y necesidad de la empresa.
- Duración de la Guía: 90 horas

2. PRESENTACIÓN



Aprendiz, recuerde que el aprendizaje autónomo promueve una autogestión del conocimiento para educarse a sí mismo, desarrollando ámbitos de actuación que apropian estrategias cognitivas y metacognitivas las cuales favorecen el dominio de las habilidades de pensamiento de orden superior. Por otra parte, el aprendizaje autónomo requiere de una autorregulación que evalúe el aprendizaje intelectual y social como medio de planificación, de control y de planes de mejoramiento a favor de estrategias de aprendizaje que promuevan una reflexión consciente del modo de aprender a aprender.



Dentro del mercado laboral actual, el perfil más solicitado para un puesto bien remunerado es aquél que destaca en aptitudes y actitudes en trabajo en equipo. A menudo encontramos ofertas de trabajo cuyo requisito de saber trabajar en grupo es el más determinante. Así es que adelante con tu unidad productiva en grupo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

1. **MODULO EMPRENDIMIENTO**
   a. **Objetivos:** concientizar a los aprendices de su nuevo rol de emprendedores y sentar las bases de su empresa
   b. **Duración del módulo**: 16 Horas
   c. **Temas incluidos en el módulo**:
      I. ¿Qué es el emprendimiento?
      II. Importancia del emprendimiento en el ámbito rural
      III. Características de un emprendedor
      IV. Definición de marca, eslogan y logotipo
      V. Definición de la misión, visión y objetivos de la empresa.
      VI. Definición y características (asesoría) de tipos de empresa que aplicarían al modelo: asociaciones, cooperativas y SAS
   d. **Resultados esperados**:

      I. Que los aprendices generen la marca, eslogan y logotipo (bosquejo) de su propia empresa

II. Que los aprendices decidan el tipo de empresa a constituir y sepan la normatividad requerida para hacerlo
III. Que los aprendices empiecen a trabajar en los requerimientos para constituir y registrar legalmente su unidad productiva
IV. Que los aprendices entreguen la documentación que incluye la visión, misión y objetivos de la empresa.

e. **Actividades por realizar**:
I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
II. Lluvia de ideas para escoger el nombre, eslogan y logo.
III. Ejemplos gráficos de logos y eslogan.
IV. Actividades grupales para generar visión, misión y objetivos.

2. MODULO COMERCIALIZACION

a. **Objetivos:** Dar las bases de todo el proceso de comercialización y mercadeo de la empresa. Cumplir con la metodología CANVAS
b. **Duración del módulo**: 42 Horas
c. **Temas incluidos en el módulo**:
I. Segmentación de clientes: descubrir y agrupar a los posibles clientes en segmentos definidos y describir sus necesidades. Tamaño de mercado, georreferenciacion, gustos.
II. Productos (Propuesta de valor): describir los productos o servicios a ser entregados a los clientes, incluyendo un aspecto innovador.
III. Canales de distribución encontrar la forma óptima de llevar los productos o servicios a los clientes encontrados. Se deben incluir estadísticas que permitan monitorear el comportamiento del canal.
IV. Estrategias de marketing (relación con clientes): describir los recursos de tiempo y monetarios usados para mantener la comunicación con el cliente y la estrategia publicitaria a usar (como la empresa va a dar a conocer sus productos y servicios)
V. Servicio al cliente (relación con clientes): describir los canales de comunicación que se van a establecer entre la empresa y sus consumidores (tratar de incluir TIC´S)
VI. Competencia: conocer a los competidores de la unidad productiva y saber sus estrategias de venta (precios, ubicación, mercado al que llegan, descuentos)
VII. Proveedores: describir los proveedores necesarios para la producción optima de la unidad productiva, saber cómo negociar con ellos (negociación ganar - ganar), alternativas de proveedores (al menos tres opciones por cada proveedor), tener registro de los proveedores para poder organizar un cronograma de pedidos.
VIII. Ventar: técnicas de negociación. Conocer y entender el significado de los conceptos de oferta y demanda. Conceptos básicos de la económica (tipos de mercados, dólar) Proyecciones de ventas.

d. Resultados esperados:

I. Que los aprendices tengan claro su mercado, que conozcan a sus clientes y tengan clara la propuesta de valor con la que van a llegar a ellos, que identifiquen los canales de distribución de sus productos/servicios, que generen estrategias de marketing y de atención al cliente, así como también que conozcan sus fortalezas y debilidades frente a su competencia.
II. Que los aprendices organicen su proceso de compras a través de un cronograma sencillo
III. Que los aprendices tengan habilidades para proyectar sus ventar futuras
IV. Que los aprendices empiecen a manejar indicadores de gestión básicos sobre cada uno de los temas aprendidos.

e. **Actividades por realizar**:
I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices
II. Introducción magistral de los conceptos básicos con socialización de los conceptos por parte de los aprendices
III. Diseño de encuesta para determinar el grado de aceptación del producto o servicio de la unidad productiva
IV. Generar base de datos de clientes potenciales con su ubicación geográfica.

3. MODULO FINANCIERO

a. **Objetivos:** estructurar financieramente la unidad productiva con el fin de que esta sea sostenible en el tiempo. Cumplir con la metodología CANVAS
b. **Duración del módulo**: 24 horas
c. **Temas incluidos en el módulo**:
I. Costos de producción (estructura de costos administrativos y de producción)
II. Margen de contribución (utilidad)
III. Precio de venta
IV. Punto de equilibrio
V. Balance general básico
VI. Proyección de ingresos
VII. Impuestos básicos para el tipo de empresa escogido

d. Resultados esperados
I. Que los aprendices lleven la contabilidad básica de su negocio (debe/haber/saldo)
II. Que los aprendices conozcan el costo de producción real de sus productos o servicios
III. Que los aprendices establezcan un precio de venta que les genere utilidad para su empresa.
IV. Que los aprendices logren proyectar los ingresos de su unidad productiva en un periodo determinado.
V. Que los aprendices conozcan y cumplan la normatividad impositiva correspondiente a su negocio.

e. **Actividades por realizar**:

I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
II. Realizar un balance básico con un ejercicio entregado por el instructor, acorde con la unidad productiva.
III. Generar base de datos con la lista de precios de los productos, con sus respectivos costos de producción, la utilidad esperada y el precio de venta sugerido al público.

4. MODULO PROYECTOS

a. **Objetivos**: lograr generar propuestas sencillas que sean presentadas a las distintas posibles fuentes de financiación (gobierno municipal, banco agrario, comité de cafeteros, asociaciones pertinentes, fundaciones)
b. **Duración del módulo:** 8 Horas
c. **Temas incluidos en el módulo**:
   I. Planificación de un proyecto: donde estamos (punto de partida), a donde queremos llegar (punto final), que hacemos para llegar ahí (intervención), como llegaremos (plan de trabajo), como sabremos cuando hemos llegado (indicadores)
   II. Contexto
      1. ¿**Qué**?: es la definición más específica del tema del proyecto, luego de tener una "idea" del mismo. Con esta respuesta se debe definir que se quiere o puede lograr con el proyecto para atender un problema o cambiar una situación.
      2. ¿**Dónde**?: el ámbito de un proyecto se plantea en torno a las siguientes variables: * Población meta o población objetivo: entendida como grupo objetivo al que se dirigen, en forma directa, la acción y los beneficios del proyecto. * cobertura: indicar la localización, área geográfica de incidencia del proyecto.
      3. ¿**Cuándo**?: se debe plantear inicialmente el plazo considerado para la ejecución del proyecto, lo cual puede luego ajustarse dependiendo de los recursos disponibles o la definición del cronograma de actividades que se van a realizar.
      4. ¿**Quiénes**?: a partir de un análisis de involucrados, se identificarían: * Beneficiarios: reciben los resultados y beneficios del proyecto. * ejecutores: quienes van a participar en la realización del proyecto. * afectados: aunque no son ejecutores ni beneficiarios, se afectan por la realización de este.
      5. ¿**Para qué**?: que se espera alcanzar con el proyecto.
   III. Indicadores.
d. **Resultados esperados**:
   I. Que los aprendices puedan presentar propuestas para la cofinanciación de su proyecto a las diferentes instancias antes mencionadas.
e. **Actividades por realizar**:
   i. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
   ii. Presentar una propuesta a una de las entidades públicas/privadas/ONG, para financiamiento de la unidad productiva.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento :	Identifica la realidad económica y laboral de su sector.	**Lista de chequeo**
Evidencias de Desempeño	Describe la estructura del proyecto, identificando características y especificaciones de acuerdo con la tipología del proyecto.	**Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	Elabora comparativo entre emprendimiento y emprendedor, identificando características y cualidades. Identifica ideas de negocio con base en la realidad económica y laboral del sector.	**Lista de chequeo**

a. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Emprendimiento:** El emprendimiento es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o startup, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso.
- **Líder:** El líder es un estratega, emprendedor, motivador y facilitador, teniendo siempre en vistas los objetivos propuestos. Debe tener capacidad de mando y de conducción de grupos, empatía, y facilidad de comunicación y diálogo.
- **Oferta:** En economía, se define la oferta como aquella propiedad dispuesta para ser enajenada a cambio de un precio. Cuando las condiciones de mercado vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta.

- **Segmentación del mercado:** La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas
- **Segmentación:** Se conoce como segmentación al acto y consecuencia de segmentar (es decir, de dividir o formar segmentos o porciones). ... Es posible hablar de la segmentación de mercado, por ejemplo, para nombrar a la división de éste en conjuntos más pequeños cuyos integrantes comparten determinadas características y requerimientos.
- **Demanda**: El término demanda, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. Oferta, hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones.
- **Demográfico:** El análisis de crecimiento poblacional o de crecimiento demográfico es el cambio en la población en un cierto plazo, y puede ser cuantificado como el cambio en el número de individuos en una población por unidad de tiempo para su medición
- **producto:** En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia.
- **Promoción de ventas :** La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.
- **Liderazgo empresarial:** El liderazgo empresarial es detentado por aquel directivo o gerente de la empresa que logra captar la voluntad de sus empleados para que estos se vean compenetrados con el rumbo de la empresa y acepten sus directivas, consejos, sugerencias, de buen grado, reconociendo en él la capacidad de mando y la competencia
- **Recursos de operación:** Los recursos de una empresa son todos aquellos factores que proveen a una organización de los medios necesarios para realizar su actividad. Estos factores pueden ser de cualquier tipo: personas, maquinaria, dinero, una tecnología concreta, entre otros.

b. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- https://www.oleoshop.com/blog/segmentacion-de-clientes
- https://www.grandespymes.com.ar/2013/09/07/guia-para-elaborar-correctamente-la-vision-y-mision-de-la-empresa/
- https://www.antevenio.com/blog/2017/10/12-pasos-para-una-estrategia-de-marketing-online/
- https://globalkamconsultoresretail.com/calcular-el-precio-de-venta/
- https://rubenmanez.com/segmentacion-de-mercado/
- https://enciclopediaeconomica.com/demanda-de-mercado/
- https://definicion.de/crecimiento-demografico/
- https://definicion.de/producto/
- https://www.crecenegocios.com/la-promocion-de-ventas-definicion-y-ejemplos/

- https://www.incp.org.co/que-son-actividades-de-inversion-operacion-y-financiacion-en-el-estado-de-flujos/

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Jenny lucia Arevalo Muñoz**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**30/03/2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					