**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación**: ELABORACION DE PRODUCTOS QUIMICOS PARA PROCEDIMIENTOS DE LIMPIEZA Y DESINFECCION**
- Código del Programa de Formación: 66120031 versión 1
- Nombre del Proyecto: NA
- Fase del Proyecto: NA
- Actividad de Proyecto: NA
- Competencia: REALIZAR LA FABRICACION DEL PRODUCTO QUIMICO DE ASEO DE ACUERDO CON LA ORDEN DE PRODUCCION
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: preparar logistica, equipos, materiales e insumos químicos necesarios para desarrollar el producto siguiendo el programa de producción y las normas de seguridad

**Objetivo:** Proporcionar al aprendiz la información necesaria que le permita ubicarse en un laboratorio para que reconozca y visualice la importancia de adquirir habilidad y destreza para llevar a cabo una buena práctica.

## 2. PRESENTACIÓN

Adoptar las medidas adecuadas para que los aprendices reciban todas las informaciones necesarias sobre los riesgos para la seguridad y la salud derivados de su actividad, así como de las medidas y actividades de protección aplicables es lo que se pretende lograr con la correcta elaboración y posterior lectura de las etiquetas.

Para los productos químicos la información sobre su peligrosidad y el riesgo derivado de su utilización está recogida:

- En la etiqueta
- Ampliada, para uso profesional, en la ficha de datos de seguridad (FDS)

Todo producto químico, sustancia o preparado, clasificado como peligroso debe incluir en su envase una etiqueta bien visible que es la primera información básica que recibe el usuario sobre los peligros inherentes al mismo y sobre las precauciones a tomar en su manipulación.[1] Esta etiqueta, redactada en el idioma oficial del Estado, contendrá:[1]

- Nombre de la sustancia.
- Nombre, dirección y teléfono del fabricante o importador.
- Símbolos e indicaciones de peligro normalizadas para destacar los riesgos principales.

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Se plantean distintos momentos con actividades de socialización de conceptos básicos y un taller que permita aclarar el tema durante la jornada de trabajo después de la visualización del video tutorial. Registrado en el siguiente link: https://youtu.be/YAlhhv7lux8

La actividad se realiza y se socializa de acuerdo a las especificaciones expresadas a continuación por el instructor(a).

**Actividades**

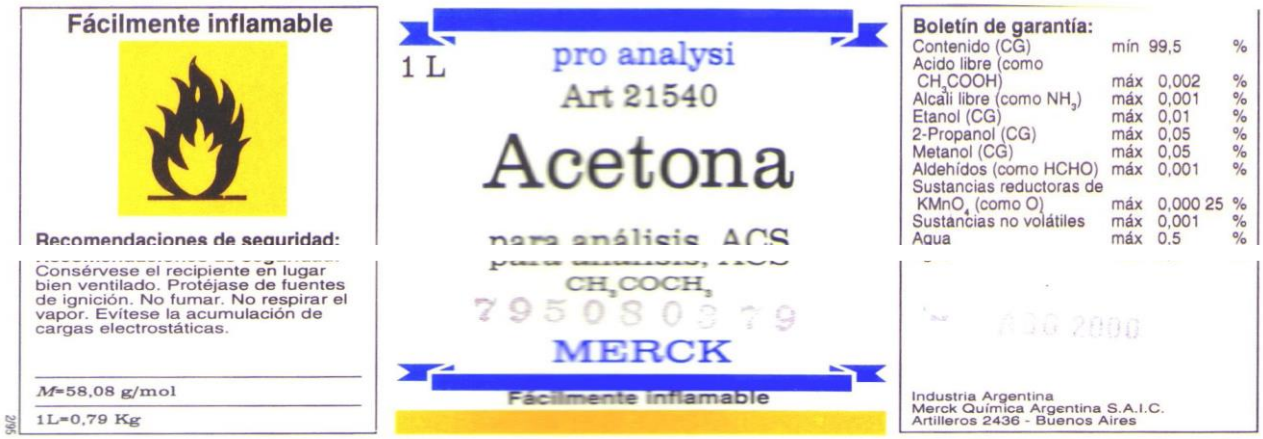
En la elaboración de productos de aseo lo más importante a tener en cuenta es la reflexión acerca de "la salud es lo primero". *Para ello se llevará a la realización de una reflexión sobre si la salud falla… para llegar a una toma de conciencia que permita la motivación y la responsabilidad necesaria para las tareas en un futuro laboral.*

Se advierte así la importancia de leer las etiquetas de los productos químicos, en el momento en que un consumidor compre un producto "debe" leer su etiquetado para garantizar o eliminar los efectos perjudiciales que para la salud puede causar, por lo que es de "vital importancia" ya que las etiquetas de los envases recogen la información para conocer dichos efectos. En este sentido, ha indicado que antes de comenzar a utilizar un producto químico "es necesario" conocer los peligros de las sustancias químicas.[2]

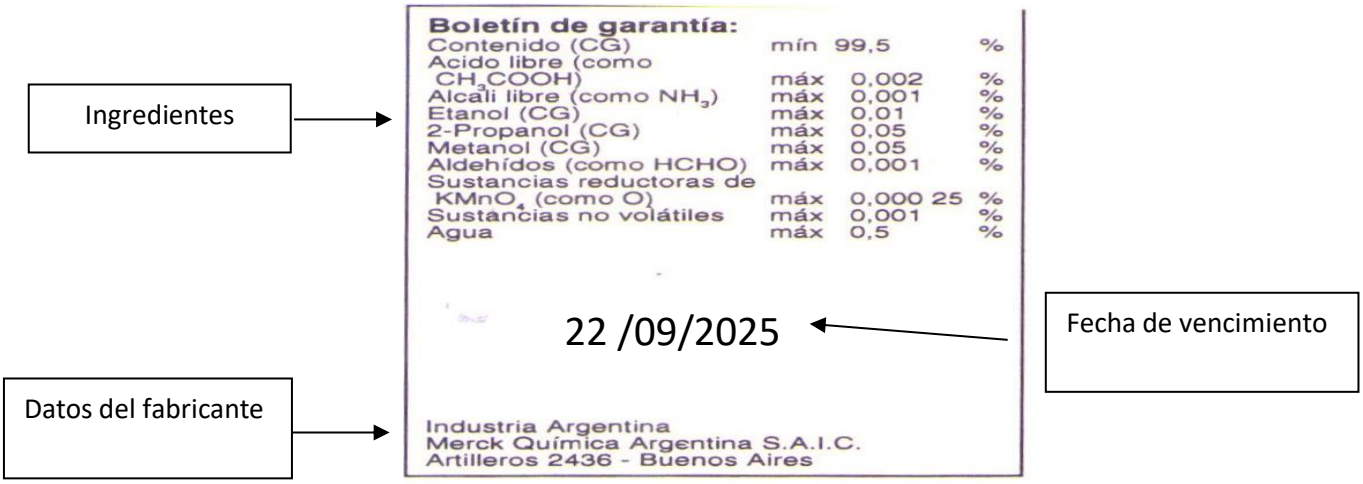
*Para lo cual se necesita conocer:*

Los recipientes que contienen sustancias químicas deben contener información que permita identificarlas y conocer sus riesgos. Los diseños de las etiquetas de las sustancias químicas varían según la marca, pero la información que deberían contener es la siguiente:

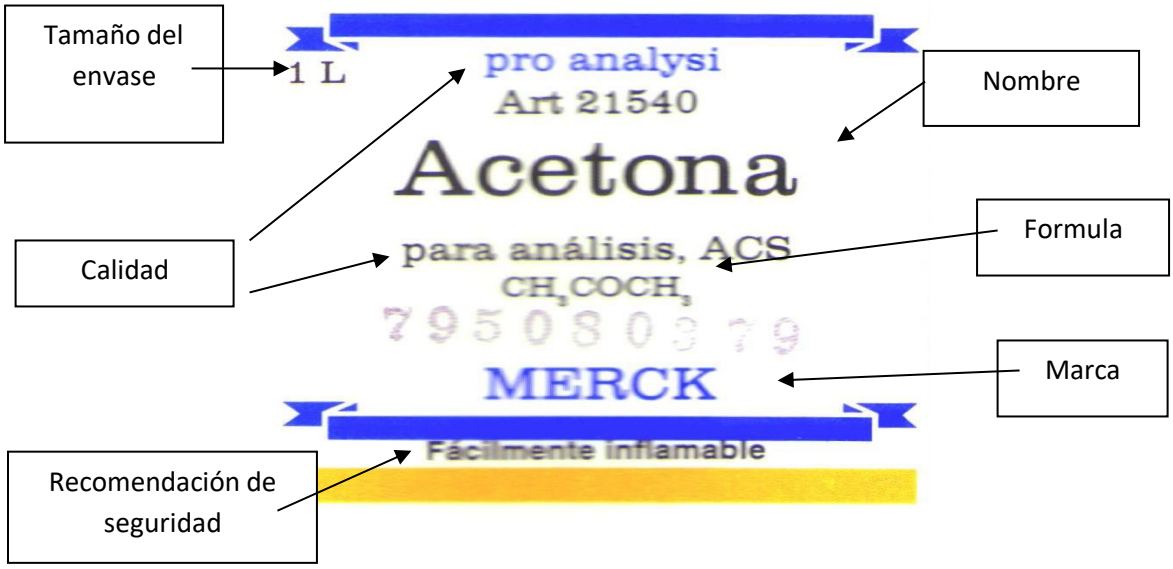
**Etiqueta de producto químico –presentación inicial (vista frontal del envase)**




**Etiqueta de producto químico –presentación inicial (vista posterior del envase)**



**Información básica de una etiqueta de producto químico (vista frontal)**




**Información básica de una etiqueta de producto químico (vista posterior)**



***Ejemplo de etiquetas de producto comercial de aseo de uso doméstico e higiene personal (vista frontal –vista posterior)***







## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Se realizará por medio del desarrollo de un cuestionario que nos indicara que tan claro están los concentos básicos, las habilidades comunicativas y los distintos términos empleados para desarrollar una buena práctica. Se cierra el taller con una charla de retro-alimentación, permitiendo consolidar los conceptos básicos sobre las etiquetas de producto químico y de producto comercial.
De acuerdo con el desarrollo de la actividad anterior elabore una etiqueta para los productos de aseo y limpieza que se van a elaborar en la formación.

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento:** Etiqueta de producto de aseo<br><br>**Evidencias de Desempeño:** Participación en las actividades de Lectura y análisis de los temas propuestos | Etiqueta los productos elaborados de acuerdo con los lineamientos establecidos | LISTA DE CHEQUEO |

| | | |
|---|---|---|
| **Evidencias de Producto:**<br>Producto terminado | | |

## 5. GLOSARIO DE TERMINOS

**LOS EMPAQUES** Los empaques en el mundo moderno cumplen varias funciones dentro del cambiante comercio mundial que facilitan el intercambio de información, la distribución, y la seguridad del consumidor, el producto, y el medio ambiente.

El empaque cumple tres funciones básicas:

- **Protección**: protege y ayuda a preservar el producto
- **Función comercial**: exhibir el producto ante los ojos del comprador motivándole su necesidad o deseo de adquisición y llamando la atención sobre sus fortalezas y beneficios.
- **Función de identificación**: brinda información útil sobre el producto, debe contener datos que informen acerca de: nombre del producto, marca, tamaño, grado variedad peso neto embarcador, país de origen, y datos útiles al consumidor.

**La marca** (marca comercial) es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de éstos que se le asigna a un producto para identificarlo y distinguirlo de los demás productos que existen en el mercado.

Pero además de permitir identificar y distinguir un producto de los demás productos de la competencia, otras utilidades o funciones de la marca son:

- ***función distintiva***: permite distinguir o diferenciar un producto o servicio de los demás productos o servicios de la competencia.
- ***función de indicación de calidad***: permite hacer notar a los consumidores la calidad de un producto, lo cual a su vez permite que, por ejemplo, si un producto es de buena calidad, un nuevo producto que se lance al mercado y que cuente con la misma marca, tenga una buena acogida.
- ***función de indicación del origen empresarial***: permite hacer saber a los consumidores la procedencia del producto, es decir, la empresa o negocio que los produce o comercializa.
- ***función publicitaria***: permite realzar la publicidad, así como persuadir su adquisición y familiarizar el producto o servicio en los consumidores.

**LA ETIQUETA** es una garantía de seguridad. Su presencia es obligatoria y debe decir la verdad. La información debe figurar en el envase, de forma fácilmente comprensible, en un lugar destacado y de manera que no pueda borrarse ni manipularse. En la etiqueta tiene siempre que aparecer el nombre del producto y el nombre y domicilio del fabricante, envasador o vendedor. En la mayoría de los casos también debe aparecer la lista de ingredientes, la cantidad neta, la fecha de consumo preferente o la de caducidad y el lote de fabricación.

**LOGOTIPO** Constituye la representación tipográfica del nombre de la marca, constituye la identidad visual de una empresa o institución.

**Características Importantes para una Comunicación Efectiva a través de un Logotipo:**

- La Tipografía (en caso de tenerla) debe transmitir un mensaje por sí sola y debe formar parte representativa de la compañía. Por lo general, podría variar de acuerdo al sector o área comercial a la cual se dedica su empresa.
- En el Logotipo deben expresarse los valores y características de su empresa sin necesidad de recurrir a textos descriptivos o frases que lo identifiquen. Específicamente:

    1. Debe poseer un diseño simple y sencillo, cuanto más complejo sea el diseño más difícil será recordarlo.
    2. Debe contener la menor cantidad de colores.
    3. Debe ser versátil, ubicable en cualquier lugar en que se desee, fácil de reproducir por medios audiovisuales en cierta medida, fácil de reproducir por el público.

- El Mensaje que transmite un Logotipo debe ser preciso, claro y fuerte, sin ambigüedades o difusión. Todas éstas características deben cumplirse cuando un logotipo está correctamente compuesto y diseñado.

**SLOGAN** El slogan debe ser corto y memorable; profundo y brillante; simple y único; impactante, perdurable, creíble y relevante. El buen eslogan debe ser corto, original e impactante. El mayor éxito de un eslogan es que los consumidores lo repitan.

Las características del slogan efectivo son las siguientes:

- Declara los beneficios principales del producto o marca para el comprador o cliente potencial.
- Destaca las diferencias entre su producto y el de otras firmas, por supuesto, dentro de los requisitos legales.
- Hace una declaración simple, concisa, tajante, directa y apropiada.
- A menudo es ingenioso, si bien no todos los eslóganes publicitarios deben serlo.
- Adopta una personalidad “distintiva” respecto al resto.
- Da una impresión creíble de la marca o producto.
- Hace que el consumidor se sienta “bien”.
- Hace que el consumidor sienta un deseo o una necesidad
- Es difícil de olvidar, se adhiere a la memoria (quieras que no), especialmente, si se acompaña con instrumentos nemotécnicos como estribillos, ritmos, imágenes o secuencias de anuncios televisivos.

## 6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

Gil, J. (2009, Diciembre). Cómo cerrar con éxito una venta, Josep María Rex. Recuperado de: http://www.wezstudio.com/blog/como-cerrar-con-exito-una-venta-conferencia-de-josep-maria-rex/

Ellis, G. Depósito de documentos de la FAO. (2013, Diciembre). ¿Por qué necesitamos investigación de mercados? Recuperado de: http://www.fao.org/docrep/006/y4532s/y4532s03.htm#TopOfPage

Elias, A. (2012, agosto). La marca de un producto. Recuperado de: http://techtastico.com/post/como-hacer-un-slogan/

Kathe1606 (2018, agosto) Normas de etiquetado y rotulado. Recuperado de: http://www.slideshare.net/kathe1606/normas-de-etiquetado-y-rotulado-5706285

1 http://www.europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-rsc-etiquetado-productos-limpieza-debe-mostrar-informacion-basica-peligros-inherentes-mismo-20060703105302.html

2 http://www.20minutos.es/noticia/2366250/0/ses-advierte-importancia-leer-etiquetas-productos-quimicos/

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **ESTHER JULIA ANDRADE CAMPO** | **Instructor** | **Comercio y Servicios** | **29/3/2021** |