PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: TÉCNICO EN PRODUCCION AGROPECUARIA
- Código del Programa de Formación: 733410 Versión 101
- Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS INTEGRALES DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS AGRÍCOLAS Y PECUARIOS EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DEPARTAMENTO DE BOYACA
- Fase del Proyecto: PLANEACION
- Actividad de Proyecto: DETERMINAR NECESIDADES NUTRICIONALES DE ESPECIES AGROPECUARIAS BAJO CRITERIOS DE BUENAS PRACTICA
- Competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS, ARGUMENTATIVAS Y PROPOSITIVAS EN FUNCIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- Duración de la Guía: 20 HORAS

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº3. PRELIMINARES

2. PRESENTACION



El éxito para la realización de un proyecto es el compromiso de los integrantes del equipo, el primer paso es establecer la organización del talento humano definiendo responsabilidades. La mayor parte de las ideas para desarrollar un proyecto surgen del diagnóstico de la situación imperante en el país, en una zona, en una región o en una localidad específica. Un buen diagnóstico permite reconocer aquellas situaciones problema que podemos utilizar como fuentes de ideas empresariales, por ejemplo:

- La existencia de necesidades no satisfechas o parcialmente satisfechas a las cual podemos responder, mediante soluciones innovadoras y eficaces.

- La identificación de los recursos naturales disponibles con el fin de buscar su mejor aprovechamiento.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1.1. Actividades de Reflexión inicial.

Se hará una lectura de reflexión personal titulada “Empuja la vaquita”. Se proyectará un video titulado la idea del Zapato. Una vez visto el video los aprendices harán la siguiente reflexión:

- ¿Un proyecto nace para cubrir una necesidad?
- ¿Será necesario plantear un problema, darle una solución y buscar logros?

3.1.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

A continuación se plantea un caso que le permitirá al aprendiz identificar los componentes generales de un proyecto productivo teniendo en cuenta seguir una estructura lógica y secuencial.



En algunos municipios del Departamento de Boyacá, en los últimos cuarenta años se ha venido desarrollando el monocultivo de cebolla cabezona, generando el deterioro de los suelos como problema crítico de la región; causado por la carencia de materia orgánica, mal manejo de los suelos; generado por el uso irracional de los recursos naturales, alta deforestación, baja diversificación de cultivos, así como alto uso de químicos y el monocultivo de cebolla cabezona. Lo enunciado antes es debido a la poca propagación de especies forestales en la región, la falta de concientización de los pobladores hacia la conservación y recuperación de los recursos naturales, la baja rotación de cultivos, carencia de abonos orgánicos al igual que a la inapropiada aplicación de prácticas agrícolas.

El deterioro de los suelos de estos municipios, está generando altos costos de producción y por ende baja rentabilidad en las explotaciones agrícolas, así mismo genera esterilidad en los terrenos reflejada en baja productividad en las unidades agrícolas, también dificultad en la creación de fuentes de empleo, de igual manera está causando alta residualidad en los productos agrícolas y por consiguiente deterioro en la salud de los consumidores.

Esta actividad le permitirá al estudiante identificar los pasos a seguir para dar solución a una necesidad, organizándola de una manera lógica y siguiendo una estructura, identificando los conocimientos previos relacionados con conceptos básicos de proyectos.

De acuerdo al caso planteado anteriormente resuelva los interrogantes que a continuación se relacionan.

1. Cuál será la necesidad encontrada?

2. Qué solución se podría plantear?
3. Qué Beneficios e importancia traerá la realización del proyecto, tanto para la comunidad como para los realizadores?
4. Proponga unos objetivos para dar solución a esa necesidad

3.1.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad cognitiva: Identificar los componentes generales de un proyecto productivo teniendo en cuenta la metodología a desarrollar.

Actividad procedimental: Elaborar los componentes generales del proyecto a implementar, teniendo en cuenta la metodología propuesta (Planteamiento del problema, justificación, objetivos).

Actividad valorativa – actitudinal: Asumir un compromiso frente a las alternativas de solución de los problemas y necesidades identificados en el entorno.

SUBACTIVIDADES

3.1.3.1. Los conceptos que se trabajaran en la guía son:

Estructura del proyecto: Necesidades / Oportunidad, Beneficios e importancia Objetivo General y específicos

A través de la explicación de conceptos de conocimientos y principios se identificará necesidades del entorno, para el desarrollo y redacción de los aspectos preliminares del proyecto. (Necesidad, beneficios e importancia, objetivos).

3.1.3.2. Los aprendices se reunirán en grupos de proyecto, se ubicarán en distintos sitios del ambiente de aprendizaje y procederán a identificar la necesidad encontrada en el entorno, mediante el uso de mapas, matriz del entorno, página web del municipio y observación. Analizarán la necesidad encontrada y una vez que se tenga identificada se procederá a redactar el texto tomando como modelo la plantilla entregada:

- **GENERALIDADES DEL PROYECTO**
- **Necesidad / oportunidad:**
- **Beneficios e importancia:**
- **Objetivo general:**
- **Objetivos específicos: (técnico, mercadeo, social, económico y ambiental)**

3.1.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Los aprendices por equipos de proyecto y de acuerdo a la idea de negocio escogida, elaborarán un documento escrito que contenga necesidad, beneficios e importancia y objetivos; socializarán ante sus compañeros el respectivo trabajo a su vez presentarán el trabajo escrito

3.2 Ambiente Requerido: Ambiente de aprendizaje tipificado (Aula de formación)

3.3 Materiales: tablero, videobeam, borrador, computador y marcadores

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: Informe escrito que contenga las generalidades del proyecto: (Necesidad / oportunidad, Beneficios e importancia, Objetivo general y Objetivos específicos: (técnico, mercadeo, social, económico y ambiental)	Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo	**Técnica**: Valoración de producto. **Instrumento**: Lista de chequeo de Producto.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

- **PROYECTO:** es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.
- **PROYECTO PRODUCTIVO:** Busca generar rentabilidad económica y obtener ganancia de dinero.
- **NECESIDAD:** Es una necesidad de carencia unida al deseo de satisfacerla.
- **OPORTUNIDAD:** Momento que resulta ser propicio para algo
- **PROBLEMA:** Situación en las que las cosas que tenemos son diferentes de las que deseamos.
- **EFECTO:** Es lo que sucede como consecuencia de una causa
- **OBJETIVO.**Un objetivo es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados**.**
- **JUSTIFICACION:** Explica las maneras como el proyecto entrará a solucionar el problema

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

BIBLIOGRAFIA

Contreras Buitrago, M. E. (1995). *Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá:* Unisur

Horacio Roura, Horacio Cepeda. *Manual de Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos de Desarrollo Rural*. Santiago de Chile, Diciembre de 1999.

Gaudencio Benítez Molina. Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios de Inversión 2000

WEBGRAFIA

http://www.cobaev.edu.mx/vinculacion/guia_pps.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ALBA ESTELA HERRERA AJUSTADA POR: CARMEN CECILIA BARRAGAN ACOSTA	INSTRUCTOR INSTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA. SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	Marzo 2014 Mayo 2015

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	LUZ MARINA SILVA TORRES FABIO LEONARDO JORDAN	INSTRUCTOR INTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA. SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	Marzo/17 JUNIO 2023	ACTUALIZACIÓN FORMATO Y AJUSTE DE INFORMACIÓN. ACTUALIZACION FORMATO


SENA

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: TÉCNICO EN PRODUCCION AGROPECUARIA
- Código del Programa de Formación: 733410 Versión 101
- Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS INTEGRALES DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS AGRÍCOLAS Y PECUARIOS EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DEPARTAMENTO DE BOYACA
- Fase del Proyecto: ANÁLISIS
- Actividad de Proyecto: ELABORAR UN DIAGNOSTICO PARTICIPATIVO
- Competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS, ARGUMENTATIVAS Y PROPOSITIVAS EN FUNCIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- Duración de la Guía: 8 HORAS

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 2 ENTORNO

2. PRESENTACION

Con el desarrollo de esta guía se busca que el aprendiz reconozca la importancia que tiene el entorno y la influencia que ejerce en la toma de decisiones para realizar o no desarrollar una determinada actividad productiva.



El éxito o fracaso en una determinada actividad empresarial depende de las condiciones que le rodean, el contexto en el que se mueve pueden ayudarle o dificultarle.

El entorno hace referencia a los factores externos a la empresa. Es conveniente diferenciar entre dos niveles de entorno: el entorno general y el entorno específico. El entorno general es aquella parte del entorno que ejerce una influencia indirecta sobre las empresas. Un mismo aspecto puede afectar más a las empresas de un sector que a las de otro o a las empresas de un determinado tamaño o zona geográfica.

Análisis del entorno.

El objetivo del análisis del entorno es la captación de la información para aportar fuentes de oportunidades y amenazas, en el desarrollo presente y futuro de las estrategias de la empresa. Es necesario contar con herramientas específicas orientadas a facilitar la recopilación y el análisis de la información. Han de ser, precisas y simples, un exceso de información, puede ser inviable de analizar y asimilar.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1.1 Actividades de Reflexión inicial.



"LA FABULA DE LOS PATOS Y LAS MIGAS

En un amanecer agradable de otoño Joost (Joost Van Nispen, la persona que me contó esta historia y un gran gurú de marketing), iba paseando tranquilamente absorto en sus pensamientos. En un momento se sintió sobresaltado porque una pareja se le acercó alborotadamente y como si de una emergencia se tratase le preguntaba ¿Dónde están los patos? ¿Dónde están los patos? Estas personas llevaban una bolsa, y Joost (el protagonista de esta historia) les preguntó pausadamente, explíquenme cuál es su problema y lo intentaremos solucionar todos juntos.



Esta pareja le explicó que se les había acumulado mucho pan en su casa y que como no les gustaba tirarlo pensaron que lo mejor sería buscar unos patos para dárselas.

En esa ocasión hubo suerte porque Joost conocía un estanque cercano donde había muchos patos y se lo indicó a la pareja.

De esta manera los patos se dieron un gran banquete, la pareja se quedó contenta. Sin embargo Joost sacó la moraleja de esta fábula: "Antes de hacer las migas sepamos dónde están los patos"

- Analice e indique cual es el mensaje que nos trae la fábula, socialícelo con sus compañeros de clase.

3.1.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

"Se proyecta video la empresa y su entorno", de acuerdo a este responda las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los sectores de le economía?
- ¿Cómo se clasifican las empresas?
- ¿Qué es el entorno global?
- ¿Qué es el entorno específico?
- ¿Qué es el análisis DOFA?



3.1.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad cognitiva: Analizar el entorno identificando aspectos básicos.

Actividad procedimental: Identificar los principales problemas y necesidades teniendo en cuenta el análisis del entorno.

Actividad valorativa – actitudinal: Asumir una actitud de cambio hacia el mejoramiento de las condiciones existentes en el medio.

SUBACTIVIDADES

3.1.3.1. Los conceptos requeridos para el desarrollo de esta guía son:

Entorno global, general o macro entorno
Entorno específico o micro entorno
Clientes
Proveedores
Competidores
Productos sustitutos
Legislación
Políticas
Proyectos
Tipos de proyectos
Sectores Económicos
Necesidades
Deseos
Oportunidades



Con fundamento en los conceptos desarrollados en la sesión, y según el programa de formación cada aprendiz respondan las preguntas que se plantean a continuación:

1. ¿Cuál de los aspectos del entorno son relevantes?
2. ¿A qué sector de la economía pertenecen los proyectos productivos?
3. ¿Qué tipo de información requieren para el desarrollo de sus proyectos?
4. ¿Qué condiciones debe cumplir la información?

3.1.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Con la siguiente actividad se pretende dar aplicación práctica a cada uno de los conceptos adquiridos, las cuales deben hacer parte de la carpeta de evidencias.

En GAES, desarrolle y analice el taller Reconocimiento del entorno que se presenta a continuación, y presente un documento que contenga el análisis de los aspectos básicos de su entorno.

CONOCIMIENTO DEL ENTORNO
MUNICIPIO: (Lugar donde se llevará a cabo el proyecto productivo)
I.E.:
PROGRAMA DE FORMACION:
PROYECTO DE FORMACION:
INTEGRANTES:
INSTRUCTOR SENA:
DOCENTE:

FECHA:		
ASPECTO FISICO	ASPECTO SOCIO-CULTURAL	ASPECTO ECONOMICO
Localización:	Total Población:	Actividad económica principal a la cual se dedica la mayor parte de la población:
Límites:	Total población rural:	Actividades económicas secundarias:
clima, temperatura promedio:	Total población urbana:	
vías de acceso (veredales, municipales, etc):		

Con base en la información recolectada, realice un análisis e identifique; oportunidades, problemas y necesidades de su entorno, a los cuales usted pueda aportar con su proyecto de acuerdo con su formación.

3.2 **Ambiente Requerido**: Ambientes de aprendizaje tipificados (Aula de clase).

3.3 **Materiales:** Video beam, computador, tablero, borrador y marcadores

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: Un documento que contenga aspectos básicos de conocimiento del entorno.	Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas según requerimientos del proceso formativo en función de las demandas concretas de los contextos productivos y sociales	TÉCNICA: Valoración del producto INSTRUMENTO: Lista de chequeo de Producto.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Actitud Empresarial: Hace relación al conjunto de motivos que posee el empresario y que además puede extraer de la sociedad. Se manifiesta en el deseo de enfrentar retos y obtener logros.

Entorno político legal: La acción de los diferentes gobiernos y administraciones públicas afecta a las condiciones competitivas de la empresa por medio de la regulación de los sectores, medidas de fomento de determinadas condiciones relacionadas con la innovación, internacionalización, numerosas facetas de la práctica empresarial. La regulación del mercado laboral, la legislación mercantil, administrativa, política fiscal y tributaria (impuestos).

Entorno económico: Las condiciones del entorno económico condicionan sus rendimientos actuales y futuros de las empresas y viceversa.

Entorno socio cultural: Las empresas se desenvuelven en el seno de la sociedad, con todas sus características y sus procesos de cambio.

Entorno tecnológico: Una de las dimensiones que más están evolucionando a lo largo de las últimas décadas es la tecnológica. El desarrollo y su aceleración modifican constantemente las condiciones en las que compite la empresa. Suponen, la apertura de nuevas posibilidades para la empresa, o peligro para aquellas que no sepan adaptarse.

Emprendimiento: El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad. (Ley 1014 de 2006, Artículo 1º, numeral C, República de Colombia

Emprendedor: adj. Se aplica a la persona que tiene decisión e iniciativa para realizar acciones que son difíciles o entrañan algún riesgo: los descubridores de nuevas tierras eran gente emprendedora.

Empresario: Persona que tiene o dirige una empresa. El empresario es la persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El empresario espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la maximización del valor empresarial de su iniciativa. El empresario es ante todo un investigador, un curioso que está en disposición de asumir riesgos y obtener rentabilidad a través de operaciones comerciales generadas a través de una empresa.

Competente: Que tiene las cualidades o conocimientos adecuados para hacer un trabajo o desempeñar una función.
Competencia: Capacidad de la persona que es competente, que realiza su trabajo o desempeña su función de modo adecuado.

Competencias laborales: La Organización Internacional para el Trabajo (OIT) la define como la idoneidad para realizar una tarea o desempeñar un puesto de trabajo eficazmente por poseer las calificaciones requeridas para ello. En este caso, los conceptos competencia y calificación se asocian fuertemente dado que la calificación se considera una capacidad adquirida para realizar un trabajo o desempeñar un puesto de trabajo. Existe una cantidad de definiciones alrededor del tema de las competencias, que se sustentan sobre el tema no sólo de los conocimientos sino además de las actitudes, habilidades, capacidades, valores, comportamientos, destrezas, conductas, formas de hacer las cosas que caracterizan los individuos y los califican para acceder a un determinado puesto de trabajo. La mayoría de las definiciones tienen en común todos estos elementos.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

BIBLIOGRAFÍA:
La empresa y su entorno. Ed Mc Graw Hill. Unidad 1.

INFOGRAFÍA:
Biblioteca virtual Sena Ingrese a las BASE DE DATOS SENA. Puede acceder a Colecciones de libros, revistas, artículos, índices bibliográficos, resúmenes y tesis en texto completo en inglés y español, que pueden ser consultadas desde la red del SENA.

http://biblioteca.sena.edu.co/ dar clic en Bases de datos y puede acceder a: e-brary, Gale, Galé Cengage Learning, Océano para Administración, Knovel, Océano universitas P&M, Proquest.

WEBGRAFÍA:
es.wikipedia.org/wiki/Entorno_empresarial
www.entornoempresarial.com
www.monografias.com/trabajos5/entemp/entemp.shtml

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	MARIA ZITA SAENZ PUENTES	INSTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	2014

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	LUZ MARINA SILVA TORRES FABIO LEONARDO JORDAN	INSTRUCTOR INTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA. SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	Marzo/17 JUNIO 2023	ACTUALIZACIÓN FORMATO Y AJUSTE DE INFORMACIÓN. ACTUALIZACION FORMATO

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. **IDENTIFICACION DE LA GUIA DE APRENDIZAJE.**

- Denominación del Programa de Formación: TÉCNICO EN PRODUCCION AGROPECUARIA
- Código del Programa de Formación: 733410 Versión 101
- Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS INTEGRALES DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS AGRÍCOLAS Y PECUARIOS EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DEPARTAMENTO DE BOYACA
- Fase del Proyecto: EJECUCION
- Actividad de Proyecto: IMPLEMENTAR PRACTICAS DE PREPARACION DE SUELO DE ACUERDO A CRITERIOS DE BPA.
- Competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS, ARGUMENTATIVAS Y PROPOSITIVAS EN FUNCIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- Duración de la Guía: 10 HORAS

GUIA DE APRENIZAJE No 5 ESTUDIO DE MERCADOS.

2. PRESENTACION

Cuando se desarrolla un plan de mercadeo dentro de una empresa para impulsar un producto o servicio se deben tener en cuenta cuatro aspectos importantes de la mercadotecnia que son: el producto, precio, plaza y promoción, conocidos como la mezcla de mercadeo necesarios para lograr los objetivos y metas de la empresa, conseguir nuevos clientes y mejorar la competitividad.

Una de las funciones del marketing es el diseño de estrategias, enfocadas principalmente en satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores teniendo en cuenta además sus características sociales, económicas y culturales.

Se debe tener en cuenta además la competencia, diseñando estrategias que saquen provecho a sus debilidades o que se basen en las estrategias que les estén dando buenos resultados.

En conclusión las estrategias de mercado señalan o bosquejan de forma específica el mercado objetivo o grupo de clientes seleccionado; el posicionamiento que se quiere conseguir en la mente de los consumidores; la combinación o mezcla de mercadotecnia, es decir, el producto con el que se pretende satisfacer las necesidades o deseos del cliente, el precio al que se lo ofrecerá, los medios que se utilizarán para que el producto llegue al lugar donde se encuentren los clientes y la promoción que se va a emplear para informar, persuadir o recordar a los clientes acerca de la existencia del producto o servicio.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1.1. Actividades de Reflexión inicial.



Se presenta el video Mezcla de Mercadotecnia donde se describen aspectos generales de las estrategias de mercado.

De acuerdo con lo visto en el video el aprendiz describe:

1. **Conceptos de mercado objetivo, mercado potencial y competencia para el producto.**
2. **Cuál es la finalidad de la formulación de estrategias de mercado.**
3. **Los cuatro componentes de la mezcla de mercado.**
4. **Otros términos relacionados con las estrategias de mercado.**

3.1.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Con base en la orientación dada sobre mercado objetivo, mercado potencial, competencia, las estrategias de mercado, el aprendiz reflexiona y participa respondiendo a los siguientes interrogantes.



1. ¿Qué es la mezcla de mercado?
2. ¿Cuál es la importancia de la identificación de las características de competencia?
3. ¿Qué significa el mercado objetivo y mercado potencial para una empresa y cuál es su importancia?
4. Para qué se utiliza el término de Posicionamiento?
5. Cuáles son las principales estrategias relacionadas con el producto?
6. ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta para definir el precio de venta del producto?
7. Cuáles son los principales medios para el desarrollo de la publicidad de un producto?
8. Qué estrategias se pueden desarrollar para la promoción del producto.
9. Cuáles son los principales canales de distribución? Desarrolle un diagrama.

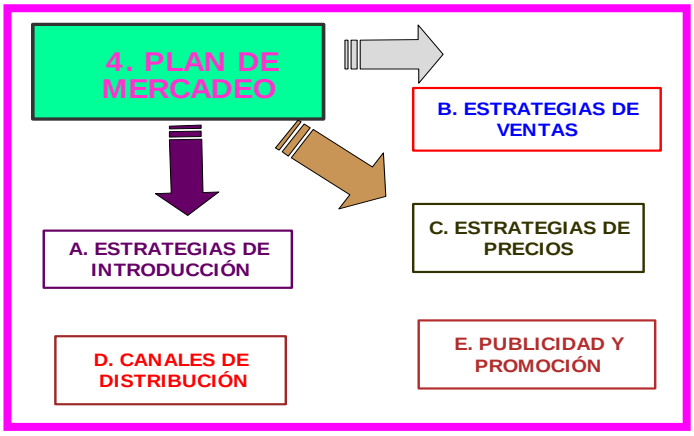
3.1.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad Cognitiva: Identificar las variables y componentes para desarrollar un estudio de mercado.
Actividad Procedimental: Realizar el estudio de mercado según parámetros establecidos
Actividad Valorativa- Actitudinal: Satisfacer responsablemente las necesidades de los consumidores teniendo en cuenta la calidad y pertinencia del producto.

SUBACTIVIDADES

3.1.3.1 Los conceptos que se apropiaran con el desarrollo de esta guía son:

1. Mercado objetivo
3. Competencia
3. Las estrategias de mercado: Producto, precio, Promoción, distribución o Plaza
4. Canal de comercialización



En su carpeta de evidencias organice un archivo que contenga el desarrollo de la siguiente actividad:

3.1.3.2 En GAES (grupos autónomos de estudio), realizar lectura del material de apoyo, denominada "Estrategia de Mercado" con la cual le servirá para conocer los conceptos que a continuación se indican:

- Mercado objetivo
- Competencia
- Estrategias de Mercado (Producto, Precio, Promoción Publicidad y Plaza).
- Canales de distribución.

Una vez efectuada y analizada la lectura, proceda a elaborar un documento que contenga la definición de cada uno de los anteriores conceptos, que después serán socializados seleccionando al azar un miembro de cada GAES .

3.1.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En GAES de acuerdo a los proyectos que se están ejecutando desarrollar el siguiente taller:

- **DEFINA EL MERCADO OBJETIVO:** Consiste en identificar el área geográfica y grupo de clientes o consumidores a los cuales será dirigido el producto. Los clientes pueden ser:

Consumidor final: el que adquiere el producto para consumirlo o usarlo directamente. Ejemplo: amas de casa porque tienen la decisión de compra.

Consumidor intermediario: el que adquiere el producto para venderlo nuevamente. Ejemplo: mayoristas de plazas de mercado, supermercados, tiendas, distribuidores.

Consumidor Institucional: organizaciones o negocios que adquieren el producto para suministrarlo a varios consumidores finales. Ejemplo: alcaldías, hospitales, ancianatos, policía, restaurantes escolares, hogares infantiles, restaurantes comerciales, panaderías, cafeterías.

Consumidor Agroindustrial: el que adquiere el producto para utilizarlo como materia prima y obtener un producto industrial. Ejemplo: Procesadores de papa (Margarita), frutas (California), cárnicos (Zenú), lácteos (Alpina), etc.

TENER PRESENTE QUE DE ACUERDO AL PRODUCTO A OFRECER EL TERMINO CONSUMIDOR PUEDE CAMBIAR A CLIENTE O USUARIO SEGÚN SEA EL CASO.

- **MERCADO OBJETIVO**

Una vez se ha identificado el mercado objetivo se debe precisar cuáles son los clientes de acuerdo a su clasificación a través de la siguiente tabla, para ello ubíquelos Según corresponda. Ver ejemplo

Mediante entrevista u observación directa se debe averiguar la siguiente información sobre los hábitos de compra del cliente según el producto ofrecido:

CLIENTE	Presentación del producto	Frecuencia de compra	Cantidad (unidad, kilo, arroba, litro, etc)	Precio (unidad, kilo, arroba, litro, etc)	Observaciones
FINAL					
INTERMEDIARIO					
INSTITUCIONAL					
AGROINDUSTRIAL					

- **ANALISIS DE LA COMPETENCIA**

Identificar a los demás productores de la zona que ofrecen el mismo producto o uno similar que afecte la venta de mi producto. Se realiza a través de la siguiente tabla.

NOMBRE DE LA COMPETENCIA	UBICACIÓN/ TELEFONO	PRECIO DE VENTA PRODUCTO
XXXX	XXXXX	Indique el precio según la unidad de medida (libras, kilos, etc)

Nota: Inserte filas según las necesidades de su competencia.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

- ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Explicar caracterización del producto: Físicas: tamaño, forma, estado de madurez. Organolépticas: Color, sabor, olor. Calidad del producto (con énfasis al manejo dado para obtener el producto) Recuerde que este se ajusta según el producto a ofrecer.

También: usos, importancia nutricional, ventajas del producto, tabla con composición nutricional.

Presentación de un producto Pecuario: indicar la raza, peso, edad, si se ofrece en pie o en canal, entre otros

Presentación de un producto Agrícola: en cascara, desgranado, verde, seco, manojos (peso), producto limpio, libre de residuos químicos.

Empaque del producto: cubeta, bolsa plástica, fibra, empaque al vacío, entre otras.

Etiqueta: Esta debe contener: Marca (nombre comercial del producto o de la empresa); Logotipo (imagen), Slogan (frase que invita a comprar el producto); información del producto (en forma resumida describir el producto que se vende, calidad, fecha de producción, fecha de vencimiento, cuidados, etc); información del productor (municipio, dirección , teléfono, email).

Para los productos que no llevan etiqueta, se diseña una tarjeta de presentación .

NOTA: anexar una fotografía con el producto final, y el diseño de empaque y etiqueta.

- ESTRATEGIAS DE PRECIO

Realice un análisis de precios en el mercado local, para lo cual tenga en cuenta los precios de los últimos meses. Si este varía mucho, establezca el precio promedio, sumando los precios de los meses y divídalos por los meses consultados.

Proceda a establecer costo unitario por unidad del producto, determinar el precio de venta y el margen de ganancia, de acuerdo al siguiente cuadro:

Margen de ganancia

Costo del producto	Precio de venta	Margen de ganancia
Recuerde que este sale del estudio financiero	Es el precio al cual se vende el producto	Se indica en %. Sale de restar del precio de venta el costo del producto. Para sacar el porcentaje se hace una regla de tres. Precio de venta es el 100% y la diferencia que porcentajes es?

Finalmente definir si se aplica alguna estrategia de precio como: precio de lanzamiento, descuento a clientes especiales, descuento de acuerdo a volúmenes de producción, etc, para lo cual indique de cuanto y por cuanto tiempo lo va a manejar.

COMPARACIÓN DE PRECIOS PROYECTO VS COMPETENCIA

PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO EN EL PROYECTO	PRECIO DE LA COMPETENCIA	DIFERENCIA en $ y %	OBSERVACIONES
Ejemplo $5500	$5.000	$ 500 10%	El precio del producto en el proyecto es más alto que el de la competencia ya que es producido orgánicamente, aspecto innovador. Se ofrece un producto sano al consumidor.

- ESTRATEGIAS PUBLICIDAD Y PROMOCION

Para la estrategia de publicidad (conocida también como estrategia de comunicación), determinar de qué manera se va a dar a conocer el producto. Ejemplo:

Estrategias: videos, pagina web, blog, cuña radial. Folletos, cartillas, pancartas, tarjetas de presentación, carteleras.

Es obligatorio elegir un medio impreso (tarjeta de presentación y folleto) y otro medio masivo de comunicación (video (anexar cd con la evidencia), cuña radial (dejar el texto escrito en el proyecto))

ESTRATEGIA DE PROMOCION: En esta se maneja el Pague dos y lleve tres, producto gratis adicional, degustaciones, muestras gratis, rifas, obsequios(vaso, llavero, condimento, salsa)

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION

Hace referencia a la forma como se va a distribuir el producto, dentro de estas estrategias está a domicilio, puerta a puerta, por pedidos.

Presentar el canal de comercialización, que es la ruta como llevara su producto al consumidor final

Ejemplo:

CANAL DE COMERCIALIZACION

PRODUCTOR ⟹ CONSUMIDOR FINAL.

Canal de 0 etapas no interviene ningún intermediario, el productor tiene más contacto con el cliente y el precio llega más económico al consumidor.

PRODUCTOR ⟹ INTERMEDIARIO ⟹ CONSUMIDOR FINAL.

Canal de 1 etapa. Ya se pierde control sobre el cliente y el precio del producto llega más costoso al consumidor final.

3.2 **Ambiente Requerido**: Ambientes de aprendizaje tipificados (aulas de clase).

3.3 Materiales:(Video Bean, Computador, Tablero, Borrador, marcadores)

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: Informe escrito que contenga el estudio de mercado de acuerdo al producto a ofrecer.	Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos.	**TECNICA:** Valoración del producto terminado. **INSTRUMENTO:** Lista de chequeo de producto.

5. GLOSARIO DE TERMINOS:

BENEFICIO DEL PRODUCTO. Características del producto o servicio que son percibidas por el consumidor como una ventaja o ganancia actual

BIENES DE CONSUMO. Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo de venta.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN. El camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor final

COMUNICACIONES DE MERCADEO. Mensajes creados con el propósito de facilitar el proceso de mercadeo, como, por ejemplo, el texto de un anuncio publicitario, catálogos, etc

CONSUMIDOR. Persona que compra productos de consumo. En mercadeo se aplica a todo comprador

DEMANDA TOTAL: La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

DESCUENTO COMERCIAL. Reducción en precio que se hace a una persona u empresa, que forma parte del canal de mercadeo por sus servicios de mercadeo y venta.

DETALLISTA. Persona o compañía perteneciente a una cadena de mercadeo que vende productos directamente al consumidor final.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL. Las diversas actividades de distribución realizadas por numerosas personas y entidades que actúan como eslabones intermediarios y colaboran en el proceso de intercambio de productos es lo que se denomina "distribución comercial". Se realiza por medio de los canales de distribución.

ESLOGAN: Fórmula breve y original, utilizada para publicidad, propaganda política, etc

ESTRATEGIA DE MERCADEO. Plan general para usar los elementos de la mezcla de mercadeo con el fin de desarrollar el programa correspondiente

ETIQUETA. Identificador impreso en un empaque que contiene el nombre de marca, el del fabricante o distribuidor, los ingredientes del producto y los usos sugeridos.

HÁBITO DE COMPRA: Modo acostumbrado de comportarse del comprador con respecto a los lugares de compra, desplazamientos, tipos de establecimientos visitados, frecuencia de compra, momento de la compra y clases de productos adquiridos, así como los criterios de elección que regularmente utiliza y las actitudes y opiniones que suele tener sobre los establecimientos comerciales.

LOGOTIPO: Abreviado "Logo". Es la marca, el símbolo de una empresa.

MAILING: Envío masivo de publicidad, información, circulares y demás, por correo.

MARCA, DESARROLLO DE LA. Procesos de enseñar a los consumidores a asociar una palabra o frase con alguna propuesta de valor nueva.

MERCADEO DE NICHOS: Mercadeo que se hace a pequeños grupos de compradores que tienen necesidades especiales. Como puede ser comidas enlatadas especiales para grupos étnicos específicos.

MÉTODO DE VENTA. Modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada vendedor debe observar, para conseguir tener éxito en sus actividades.

MEZCLA DE MERCADEO. Los elementos de la mezcla de mercadeo incluyen producto, precio, promoción y distribución. En la cantidad o mezcla perfecta logran crear la atracción y satisfacción de los clientes.

NOMBRE DE MARCA. La porción de la identificación del producto que se puede expresar en forma verbal.

PLAN DE MEDIOS. Resultado de la planificación de los medios de comunicación que se usarán en una campaña publicitaria.

PRODUCTO. Cualquier elemento tangible o intangible que puede ofrecerse a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo

PUBLICIDAD. Cualquier forma pagada y no personal de presentación y promoción de ideas, bienes, o servicios por un patrocinador identificado.

PROVEEDOR: Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

COMPETENCIA: La competencia es el conjunto de esfuerzos que desarrollan los agentes económicos que, actuando independientemente, rivalizan buscando la participación efectiva de sus bienes y servicios en un mercado determinado.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS:

BIBLIOGRAFIA.

ANDERSON, R.G. Organización y Métodos, Biblioteca para Dirección de Empresas, Edaf.

Madrid..

MARTINEZ F, Carlos Eduardo: Administración de Organizaciones. Productividad y Eficacia.

Universidad Nacional de Colombia, 1996.

WEBGRAFIA

http://www.gerencie.com

7. CONTROL DEL DOCUMENTO:

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	DANIEL ORJUELA DIAZ	INSTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	2014

8. CONTROL DE CAMBIOS:

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	LUZ MARINA SILVA TORRES	INSTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	Marzo/17	ACTUALIZACIÓN FORMATO Y AJUSTE DE INFORMACIÓN.
	FABIO LEONARDO JORDAN	INTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	JUNIO 2023	ACTUALIZACION FORMATO

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: TÉCNICO EN PRODUCCION AGROPECUARIA
- Código del Programa de Formación: 733410 Versión 101
- Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS INTEGRALES DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS AGRÍCOLAS Y PECUARIOS EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DEPARTAMENTO DE BOYACA
- Fase del Proyecto: EJECUCION
- Actividad de Proyecto: IMPLEMENTAR PRACTICAS DE PREPARACION DE SUELO DE ACUERDO A CRITERIOS DE BPA.
- Competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS, ARGUMENTATIVAS Y PROPOSITIVAS EN FUNCIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- Duración de la Guía: 8 HORAS

GUIA DE APRENDIZAJE N° 6 ESTUDIO FINANCIERO

2. PRESENTACION



El objetivo del estudio financiero, es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores del proyecto (Estudio técnico y de mercado y organizacional) y elaborar los cuadros analíticos, que sirven de base para la evaluación económica.

El fin principal de las proyecciones financieras, es que el empresario visualice desde el principio hacia dónde conduce todos los esfuerzos que realiza en el proyecto, además de organizar información que puede servir para la toma de decisiones.

Un estado financiero muestra el total de efectivo que ingresó o que salió de la empresa durante un periodo determinado.

El flujo de caja permite proyectar de manera concreta y confiable, la situación de la empresa en tiempos futuros, facilitando a la vez, tanto el cálculo de las cantidades de dinero que se requerirán en fechas posteriores (para compra de equipo, materia prima, pago de deudas, pago de sueldos, etc.), y como de las cantidades de dinero que ingresará a la empresa, por concepto de ventas, intereses, otros ingresos, etc.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1.1 Actividades de Reflexión inicial.

Se proyectará el video inteligencia financiera – La Parábola del acueducto y se socializa el mensaje.
Se responderá a las preguntas:
Cuál es la enseñanza que trae?
Porque es importante asegurar ingresos permanentes?
Es bueno vivir con lo que a diario se gana?

3.1.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Se proyectará los siguientes videoclips:

1. Ventajas de la Educación financiera.
2. Proyectando metas hacia el futuro.
3. Pasos para planificar.
4. El costo de nuestras decisiones.
5. Gastar en ahorro e inversión la mejor opción.



Una vez analizados los videos los aprendices deben contestar las siguientes preguntas:

1. Por qué es importante la capacitación financiera?
2. Qué beneficio ofrece fijar metas?
3. Qué pasos se deben tener en cuenta para una planificación?
4. Qué significa, costo de las decisiones?
5. Por qué es importante invertir?

"Si fallamos en prepararnos, nos estamos preparando para fallar"
Benjamín Franklin

3.1.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad cognitiva:
- Identificar los recursos y procesos necesarios para la implementación de un proyecto productivo.
- Identificar cada uno de los componentes del estudio financiero tendiente a establecer la viablidad del proyecto.

Actividad Procedimental:

-Especificar los recursos y proceso productivo a establecer teniendo en cuenta el proyecto productivo a ejecutar.

- Elaborar el estudio financiero a partir de los procesos y recursos requeridos en la implementación del proyecto productivo.

Actividad valorativa-actitudinal:

-Asumir de manera responsable la implementación del proyecto productivo teniendo en cuenta un uso eficiente de los recursos disponibles.

-Manejar responsable y eficientemente los recursos disponibles para el desarrollo del proyecto.

SUBCTIVIDADES

3.1.3.1 Los conceptos requeridos para el desarrollo de esta guía son:

- Inversiones
- Activos
- Pasivos
- Patrimonio
- Ingresos
- Egresos
- Gastos
- Costos
- Costos operacionales
- Costos directos
- Costos indirectos
- Costos fijos
- Costos variables
- Mano de obra directa e indirecta
- Materias primas directas e indirectas
- Indicadores Financieros: margen de contribución y relación beneficio costo.
- Flujo de caja.
- Nómina y prestaciones sociales





Antes de empezar un negocio es esencial calcular su rentabilidad.

3.1.3.2 Con los conceptos que se han construido y teniendo en cuenta la idea de proyecto y su tamaño, el aprendiz elabora el listado de recursos necesarios en cuanto a :

Inversiones:

Maquinaria y equipo, cantidades y valores

Costos de Producción:

Materia prima: directas e indirectas, cantidades y valores.

Mano de obra requerida: directa e indirecta.

Servicios: Agua, luz, gas.

Gastos
Administración
Ventas.

- Ambiente Requerido: Ambientes de aprendizaje tipificados. (Aulade clase)
- Materiales: Video vean, computador, tablero, borrador marcadores

3.1.4 Actividades de transferencia del conocimiento



Teniendo en cuenta los datos arrojados (en los estudios de mercados, técnico y organizacional) y los registros que han venido adelantando en la parte técnica, los aprendices en grupos de proyecto desarrollan el taller financiero que se deja a continuación para poner en práctica los conceptos adquiridos, su organización y consolidación.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permite establecer los costos y gastos que puede generar el proyecto y los ingresos que se esperan recibir cuando se vendan los productos que se pueden obtener. Este estudio nos permite analizar si el proyecto es rentable o no o qué ajustes requiere.

INVERSION INICIAL

Corresponden a los desembolsos requeridos en la adquisición de los bienes que la empresa requiere para alojar la unidad productiva y que permiten la realización de los procesos productivos, tales como: construcción de instalaciones, adecuación de instalaciones, maquinaria equipo y herramientas. En la siguiente tabla enumere los conceptos y valores que correspondan a la inversión inicial

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
INSTALACIONES			
MAQUINAS, EQUIPOS, HERRAMIENTAS, EQUIPO DE OFICINA, MUEBLES Y ENSERES			
SEMOVIENTES (CICLOS MAYORES A UN AÑO)			
PLANTAS (CICLOS MAYORES A UN AÑO)			

TOTAL INVERSION INICIAL			

INGRESOS

Ingreso: Recursos económicos que se obtienen por la venta de productos. En la siguiente tabla consigne las ventas realizadas a la fecha y las que se esperen realizar con los productos obtenidos.

FECHA	PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNITARIO	VALOR TOTAL
TOTAL INGRESOS					

EGRESOS

Son desembolsos que causa el proyecto para su realización y se cuantifican de acuerdo al estudio de mercado, técnico y organizacional. Está compuesto por costos y gastos

COSTOS: Los costos son los desembolsos relacionados con el proceso de producción, tales como mano de obra, insumos, arrendamiento (lote o instalaciones), alquiler (maquinaria, equipo, herramientas), servicios públicos, transporte, etc. Diligencie las siguientes tablas de acuerdo a los costos de producción generados en su proyecto

En la siguiente tabla relacione las materias primas, insumos y empaques primarios necesarios en el desarrollo del proceso productivo, teniendo en cuenta la cantidad a producir.

INSUMOS CANTIDAD A PRODUCIR: _____ CICLO DE PRODUCCION _____

INSUMOS /MATERIAS PRIMAS	**UNIDAD MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
TOTAL INSUMOS				

MANO DE OBRA

ACTIVIDAD DEL PROCESO PRODUCTIVO	TIEMPO/HORAS
TOTAL MANO DE OBRA HORAS	
No. DE HORAS X VALOR HORA SEGÚN SMLV(Valor que se ajusta de acuerdo al Valor del SMLV o del jornal)	

OTROS

DETALLE	TIEMPO	VALOR TOTAL
Arriendo		
Alquiler de equipos		
Servicios públicos		
Transporte		
Amortización (semovientes, plantas, mayor de un año)		
Otros		
TOTAL OTROS		

TOTAL COSTOS DE PRODUCCION

DETALLE	VALOR
TOTAL INSUMOS	
TOTAL MANO DE OBRA	
TOTAL OTROS	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	

GASTOS: Desembolsos que se generan por concepto de administración de la empresa y ventas de los productos.

DETALLE	VALOR TOTAL
Administración - Ventas (4% M.O)	
Publicidad	
Promoción	

TOTAL GASTOS	

TOTAL EGRESOS

DETALLE	VALOR
TOTAL COSTOS	
TOTAL GASTOS	
TOTAL EGRESOS	

RESULTADO DEL EJERCICIO

INGRESOS-EGRESOS

Realice la operación Ingresos – Egresos. Señale la utilidad o pérdida obtenida.

VALOR UNITARIO

VALOR UNITARIO = EGRESOS / # UNIDADES PRODUCIDAS

PRECIO DE VENTA

PRECIO DE VENTA = VALOR UNITARIO + MARGEN DE UTILIDAD

ANALISIS DEL EJERCICIO

Presente un pequeño análisis sobre el resultado obtenido.

3.2 Ambiente Requerido: Ambientes de aprendizaje tipificados (Aulas de Clase, unidades productivas).

3.3 Materiales: (Video Beam, Computador, Tablero, Borrador y marcadores);

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: Informe escrito que contenga los procesos y recursos necesarios para la implementación del proyecto	Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas.	TÉCNICA: Valoración del producto INSTRUMENTO: Lista de chequeo de Producto.
Evidencias de Producto: Un informe que contenga los ingresos y egresos necesarios para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta los procesos identificados.	Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas.	TÉCNICA: Valoración del producto INSTRUMENTO: Lista de chequeo de Producto.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Análisis: Examen y división de cualquier cosa en sus componentes principales

Año Base: Año elegido para cálculo de un índice, o cualquier otro calculo

Bienes Duraderos: Bienes de consumo que se pueden usar más de una vez y duran por mucho tiempo.

Bienes Perecederos: Bienes de consumo que se usan por un período corto. Ejemplo: La comida.

Capital: Activos netos de una empresa, sociedad o figura semejante, incluyendo la inversión original y todas las ganancias y beneficios sobre la misma.

Capital de Trabajo: Es la cantidad total de dinero que invierten os dueños de la empresa para formar la misma, y sirve como base para el inicio de operaciones de ésta.

Demanda: Se aplica a los artículos muy solicitados

Deuda: Dinero, servicios o materias primas que se deben a otra persona o institución como consecuencia de una acuerdo previo.

Efectivo: Vocablo de sentido amplio asociado con cualquier transacción comercial que implique la utilización de dinero

Estudio de Factibilidad: Investigación encaminada a establecer las posibilidades de éxito de una determinada actividad empresarial.

Factible: Que puede ser posible y conveniente hacer un determinado negocio

Financiamiento Externo: Obtener fondos para hacer alguna actividad de inversión en el negocio.

Garantía: Las que ofrecen las empresas como terrenos o edificios, etc., a una acreedor para asegurar el cumplimiento de las obligaciones del deudor

Intangible: Que carece de materia; existe, pero no tiene un cuerpo físico (por ejemplo derechos de autor, patentes, marcas)

Interés: Precio pagado por el uso de dinero prestado

Políticas de Crédito: Son las decisiones que toma una empresa para hacer sus ventas y recuperaciones.

Porcentaje: Cantidad mínima que se cobra por el uso del dinero

Producto Estacional: Son productos que se dan según la estación del año por ejemplo el Café, azúcar, algodón, etc.

Producto Semi–terminado: Aquel producto que su producción no ha sido terminado, y por lo tanto no está listo para ser vendido.

Productividad: Producir más de lo que anteriormente se estaba produciendo, utilizando los mismos recursos.

Proyección: Hacer una predicción de lo que se piensa según el análisis de un determinado número de variables, por ejemplo se puede hacer para los gastos, ingresos, etc.

Satisfacción: Es cuando se está conforme con algo

Segmentación de mercado: Es cuando dividimos el mercado en grupos, como por gustos, edad, lugares, etc.

Subproducto: Es cuando existen desperdicios del producto original, por ejemplo cuando se trabaja en un taller de metal mecánica los desperdicios que quedan se pueden utilizar para hacer algún otro producto.

Tangible: Que se puede percibir por medio del tacto, se utiliza para describir a los activos fijos como edificios o terrenos

Utilidad Bruta: Es la ganancia que se obtiene antes de restarle el impuesto sobre la renta

Volumen de Ventas: Es la cantidad de ventas que se tiene en un periodo.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- LEDESMA MARTÍNEZ, ZULEIMA. Análisis Económico Social de un Proyecto de Inversión Hidráulica. 1997
- MARCO ELIAS CONTERAS, Formulación y Evaluación de Proyectos, 1998
- CIRCULO DE LECTORES, Curso Básico De Administración. Editorial Norma. Colombia, 1991
- ANAD, D.G., Mecánica para Ingenieros, CECSA, México, 1976
- BUFFA, ELWOOD, Administración técnica de la producción, Limusa – Wilely, México, 1982

- BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, 4ª. Edición, McGRAW-HILL, 2001

http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Glosario.htm

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	LUZ MARINA SILVA TORRES	INSTRUCTORA	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	MAYO DE 2015

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	LUZ MARINA SILVA TORRES	INSTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	Marzo/17	ACTUALIZACIÓN FORMATO Y AJUSTE DE INFORMACIÓN.
	FABIO LEONARDO JORDAN	INTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	JUNIO 2023	ACTUALIZACION FORMATO

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: TÉCNICO EN PRODUCCION AGROPECUARIA
- Código del Programa de Formación: 733410 Versión 101
- Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS INTEGRALES DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS AGRÍCOLAS Y PECUARIOS EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DEPARTAMENTO DE BOYACA
- Fase del Proyecto: EVALUACION
- Actividad de Proyecto: DETERMINAR LA EFICIENCIA DEL PROCESO DE PRODUCCION AGROPECUARIO DE ACUERDO A LA INFORMACION RECOLECTADA
- Competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS, ARGUMENTATIVAS Y PROPOSITIVAS EN FUNCIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.
  Duración de la Guía: 8 HORAS

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 7 IMPACTOS, RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

2. PRESENTACION

La implementación y operación de un proyecto siempre va a generar efectos en menor o mayor grado sobre el entorno en el cual se ubique, es falso cuando se afirma que el proyecto no genera impactos.



FUENTE:https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q

De ahí, que todo proyecto que se realice debe tener un módulo en el cual se pueda medir las situaciones antes (escenario sin proyecto) y las condiciones después de este (escenario con proyecto), lo cual se hace comprobando los efectos reales que son ocasionados , y es lo que comúnmente se conoce como Impacto.

Un impacto no sólo involucra al proyecto sino a todas las acciones emprendidas por las personas que desean generar un cambio, siendo estos observables en el mediano y largo plazo.

El identificar los impactos es un proceso que requiere de un análisis profundo para reconocer como el proyecto que se va a desarrollar afecta positiva o negativamente el entorno (aspectos sociales, económicos, tecnológicos y ambientales).

Una vez, elaborado el proyecto, se debe realizar una serie de conclusiones y recomendaciones de acuerdo al proyecto y a la experiencia del emprendedor, que servirá de ayuda a futuros emprendedores.

Con las actividades propuestas en esta Guía, se pretende dotar a los aprendices de los conocimientos para que puedan identificar, analizar y evaluar los impactos que generan sus proyectos.

Con el desarrollo de esta guía de aprendizaje se establecerán los impactos, conclusiones y recomendaciones del proyecto.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1.1 Actividades de Reflexión inicial.

En la actividad de Reflexión inicial encontrará la siguiente lectura de Gabriel, que le permitirá identificar la importancia de definir los impactos del proyecto, sus conclusiones y recomendaciones.

LECTURA N0. 1: Gabriel, el emprendedor y su proyecto..

Gabriel, es el emprendedor de "LA ESPERANZA SAS", empresa sogamoseña que desarrollará actividades relacionadas con el sector agropecuario y agroindustrial , ofreciendo productos procesados e innovadores tipo exportación, quien se ha interesado en analizar los impacto que genera su proyecto, definir una serie de conclusiones y recomendaciones para compartirlo con las personas que deseen conocerlo.



Según su análisis, este proyecto contribuirá a aumentar las exportaciones nacionales de productos agropecuarios, ya que tendrá como mercado objetivo las empresas exportadoras ubicadas en Bogotá, quienes tendrán como destino final el mercado de Japón y Rusia.

Es una actividad creciente en la que se observa una gran demanda insatisfecha siendo esta del 70 % (según encuestas realizadas por el emprendedor), debido esto a las limitantes en los volúmenes requeridos para la exportación. Con la oferta de productos de mejor calidad y en forma constante se beneficiarán a la vez, las exportadoras al recibir mayores ingresos por el incremento en los volúmenes y calidad ofertados al mercado internacional y mayor posicionamiento del país como proveedor suramericano.

En la región, se mejoraran los ingresos económicos y condiciones de vida para 5 familias, con la generación de fuentes de empleos que serán requeridos en la empresa, así:
-2 para personas de nivel de escolaridad media (uno de nómina y el otro de medio tiempo), y de estrato socioeconómico 2 o 3 quienes serán requeridos para labores de producción.
-3 para profesionales, un empleo directo para el técnico, otro indirecto que manejará el área contable y el empleo correspondiente al gerente propietario de la empresa con lo que se tendrá impactos sociales y económicos positivos.

En lo ambiental, la empresa hará manejo racional del recurso hídrico, ya que cada equipo contará con un sistema de ahorro que incide en el bajo consumo, tecnología utilizada en pocas empresas, sumado a la reutilización del agua previamente tratada para las actividades agrícolas y de los residuos orgánicos para la elaboración de abono que serán aplicados a los cultivos establecidos en la finca.

Gabriel concluye que es un proyecto con impacto positivo , porque tiene una gran incidencia social, económica y ambiental sobre en el entorno en el cual se establecerá :Beneficio social, dado por las personas que se involucrarán directa e indirectamente con el proyecto; se generará un beneficio económico por los tributos que se otorgaran al municipio y mejoramiento de los ingresos de las personas contratadas.
Beneficio ambiental y tecnológico, debido al uso racional de los recursos naturales, y aplicación de tecnología que permite la optimización de los procesos.

Él recomienda, hacer un estudio profundo en los aspectos de mercados para garantizar el éxito de todo proyecto y analizar cada uno de sus componentes para identificar los impactos y su grado de incidencia sobre el entorno.

Una vez efectuada la lectura relacionada con los impactos del proyecto, conclusiones y recomendaciones, responda las siguientes preguntas, de acuerdo al análisis realizado:

1. ¿Considera que es importante conocer los impactos que genera un proyecto?
2. ¿Qué ventajas tiene el conocerlos?



Socializar la actividad, según indicaciones del instructor.

3.1.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

La siguiente actividad permite identificar conocimientos previos relacionados con los impactos, conclusiones y recomendaciones de un proyecto.

Continuando con la lectura N0. 1 de *Gabriel, el emprendedor y su proyecto*, en GAES desarrollar los siguientes puntos:

1. Defina ¿que entienden por impacto?
2. Identifique los tipos de impactos que se pueden presentar con un proyecto.
3. Explique ¿en qué consiste cada uno de los impactos?
4. Explique ¿cuál es el propósito de analizar los impactos de un proyecto?
5. Cuál es el insumo para realizar las conclusiones y recomendaciones del proyecto? Explique

Socializar la actividad, de acuerdo a orientación de la instructora.

3.1.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad cognitiva: Identificar los impactos que puede generar la implementación de un proyecto productivo, teniendo en cuenta las características del entorno.
Actividad procedimental: Establecer los impactos sociales, económicos, tecnológicos y ambientales que se generan con la ejecución del proyecto productivo.
Actividad valorativa-actitudinal: Asumir con responsabilidad los efectos que pueda llegar a generar el proyecto en el entorno.

SUBACTIVIDADES

3.1.3.1 Los conceptos que se apropiaran con el desarrollo de esta guía son:

- Impactos. Definición Tipos y clasificación de los impactos.
- Conclusiones. Definición. Pasos
- Recomendaciones. Definición. Pasos.

En su carpeta de evidencias organice un archivo que contenga el desarrollo de las siguientes actividades:

3.1.3.2 En GAES, realizar lectura del material de apoyo:

- No.1 Impactos, material recopilado por los aprendices
- No.2 Incidencia del proyecto en su entorno, autor Marcos Elias Contreras Buitrago.
- No.3 Aspectos Generales – Evaluación, autor desconocido-
- No 4. Evaluación Ambiental, autor desconocido.

3.1.3.3 En GAES, efectúen una consulta sobre el tema de conclusiones y recomendaciones, donde ustedes puedan refrescar dichos conocimientos y tener claridad de como redactar tanto las conclusiones como las recomendaciones de su proyecto.

3.1.3.4 En GAES, efectúen una consulta sobre el tema de impactos y socializarlo a sus compañeros.

3.1.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En GAES de 3 a 5 aprendices (grupo de proyectos) y de acuerdo al material de apoyo elaborarán un documento escrito con el desarrollo de los impactos del proyecto, las conclusiones y recomendaciones.

Terminada la actividad cada grupo presenta, explica y sustenta cada ítem planteado.

3.2 Ambiente requerido: Ambiente de aprendizaje tipificado (Aula de clase, unidades productivas)

3.3 Materiales: Video bean, computador, tablero, borrador y marcadores

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación

Evidencias de Producto : Un informe que contenga el análisis de alcances e impactos que genera la ejecución del proyecto	Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento según la naturaleza del problema.	**Técnica**: Valoración del producto terminado. **Instrumento**: Lista de chequeo de Producto.

Sostenibilidad: acción y efecto de sostenerse (mantenerse, sustentarse) durante el tiempo de vida útil diseñado del programa o proyecto.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Conclusión: Se conoce con el término de conclusión a toda aquella fórmula o proposición que sea el resultado obtenido luego de un proceso de experimentación o desarrollo y que establezca parámetros finales sobre lo observado. La palabra conclusión puede ser utilizada tanto en el ámbito científico como en el área literaria y en muchos otros ámbitos en los cuales da la idea de fin o de cierre de una serie de eventos o circunstancias más o menos ligadas entre sí.
- Fin de una cosa, especialmente de aquello que es elaborado o llevado a cabo por una persona.
-Decisión, juicio o solución a los que se llega después de haber reflexionado sobre el asunto.

Efectividad: Facultad de alcanzar los resultados programados a través del uso óptimo de los recursos involucrados.

Eficacia: Grado con el que una acción alcanza los resultados esperados.

Eficiencia (productividad): Se refiere al uso óptimo de los recursos asignados en programas, subprogramas y proyectos.

Evaluación: es una valoración exhaustiva y sistemática de una intervención el Estado y sus efectos (positivos o negativos, esperados o no) para determinar su relevancia, eficiencia, efectividad, impacto o sostenibilidad. El objetivo fundamental de evaluar e incorporar las lecciones aprendidas para mejorar las decisiones relacionada con mantener, ampliar, reorientar, crear o eliminar una política, un programa o un arreglo institucional.

Evaluación exante: proceso de comparación de alternativas de solución a partir de la identificación y preparación y evaluación. Las aplicaciones y metodologías determinan problemas o necesidades a solucionar, identifican alternativas de solución, evalúan costos y beneficios y, finalmente, recomienda la selección de la mejor alternativa.

Evaluación expost: se refiere a la evaluación de un proyecto a partir del segundo año de la etapa de operación y mantenimiento; consiste en una valoración exhaustiva y sistemática de una intervención del estado y sus efectos (positivos o negativos, esperados o no) para determinar su relevancia, eficiencia, efectividad, impacto y sostenibilidad.
Impacto: se refiere al resultado de los efectos esperados; miden la contribución del programa o proyecto sobre el diagnóstico inicial, como resultado de la operación del mismo. Son los resultados reales a largo

plazo producidos por la intervención, sean positivos o negativos, primarios o secundarios, directos o indirectos, previstos o imprevistos.

Impacto ambiental es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente.

Proyecto es un conjunto de actividades coordinadas que se ejecutan para lograr objetivos específicos con arreglo a parámetros de tiempo, costo y desempeño definidos. También se definen como: "…los proyectos son la materialización de la inversión pública y privada." "…en el nivel micro, los proyectos son la materialización de la inversión pública y privada, y que hacer esfuerzos por encontrar las mejores alternativas de uso de esos recursos es fundamental para contribuir a obtener un crecimiento acelerado…" (Silva Lira, Iván. Preparación y Evaluación de Proyectos de Desarrollo Local, Chile, 1998).

Tecnología de punta hace referencia a toda tecnología que fue desarrollada muy recientemente y que es **de avanzada** (es decir, que supone un adelanto o algo innovador respecto a los productos ya existentes).

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS.

CONTRERAS, Campo Elías, Formulación y evaluación de proyectos, UNAD 2004

GUIO MOYANO, José del Carmen. Identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversión económica. Orión Editores.2003

MENDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de proyectos, ICONTEC. Cuarta edición.2006.

MIRANDA MIRANDA, Juan José Gestión de proyectos. Identificación – Formulación y Evaluación Financiera –Económica – Social – Ambiental. Cuarta Edición.

MORALES, Arturo y MORALES, José Antonio. Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Mc Graw Hill.

RONCANCIO B., Luis Carlos y MONTFORT, Jan Van, Manual para la Formulación de Proyectos Comunitarios, SENA, 1995.

INFOGRAFÍA:

Biblioteca virtual Sena Ingrese a las BASE DE DATOS SENA. Puede acceder a Colecciones de libros, revistas, artículos, índices bibliográficos, resúmenes y tesis en texto completo en inglés y español, que pueden ser consultadas desde la red del SENA.

WEBGRAFÍA:

http://www.semarnat.gob.mx/transparencia/transparenciafocalizada/impactoambiental
http://www.definicionabc.com/general/conclusion.php#ixzz2vsaWY17V
Definición de tecnología de punta - Qué es, Significado y Concepto http://definicion.de/tecnologia-de-punta/#ixzz2vk545ctW

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	CARMEN CECILIA BARRAGÁN ACOSTA	INSTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	2014

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	LUZ MARINA SILVA TORRES	INSTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	Marzo/17	ACTUALIZACIÓN FORMATO Y AJUSTE DE INFORMACIÓN.
	FABIO LEONARDO JORDAN	INTRUCTOR	SENA CEDEAGRO REGIONAL BOYACA.	JUNIO 2023	ACTUALIZACION FORMATO

INSERTAR EL TÍTULO DEL PROYECTO AQUÍ

Se puede incluir los logos de la institución educativa y del SENA en los espacios sin texto o como fondo de la hoja a manera de marca de agua o “detrás del texto”

ESCRIBA LOS NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS DEL AUTOR O AUTORES (si son más de un autor organízalos por orden alfabético)

ESCRIBE EL NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
ARTICULACION CON LA EDUCACIÓN MEDIA – SENA CEDEAGRO
ESCRIBA EL NOMBRE DEL PROGRAMA ARTICULADO
ESCRIBA LA CIUDAD
2023

1. **DESCRIPCION DEL PROYECTO**: proyecto a ejecutar, área o cantidad de animales, cuál es su énfasis y /o valor agregado, ubicación.

1.2 NECESIDAD / OPORTUNIDAD: Establecer el problema, necesidad u oportunidad que da origen al proyecto

Indique si la empresa nace de una necesidad o de una oportunidad, recuerden que estos aspectos los analizamos según el entorno, especialmente del mercado…Si las personas compran mucho el producto, es decir hay alta demanda, se convierte en oportunidad.

Si se observa que el producto que se ofrece es escaso, poco fresco, o se comercializa con defectos, con algún grado de daño, entre otros aspectos QUE NO SATISFACEN al cliente, se considera como necesidad o problema.

Para ello analicen el origen de su empresa, ya sea necesidad u oportunidad.

Una vez identificado el origen, se analiza las causas y consecuencias y se procede a redactar.

1.3 BENEFICIOS / IMPORTANCIA: Mencionar las ventajas y beneficios que se obtienen con el desarrollo del proyecto

Se redactan todos aquellos aspectos generales que permiten defender su empresa y las líneas de producción, el aprovechamiento de los terrenos, de la infraestructura, se escribe el beneficio que se brinda a los clientes, el beneficio a los asociados, el cuidado del medio ambiente y demás aspectos que consideren necesarios. Recuerden colocar el componente innovador que hace a la empresa diferente.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL:

Enunciado que define de manera concreta el planteamiento del problema o necesidad y se inicia con un verbo en modo infinitivo, es medible, alcanzable y conlleva a una meta.

La función principal de todo objetivo general es formular el **propósito** del proyecto; por lo que este debe establecer qué es lo que se va a hacer en el desarrollo del mismo, para dar respuesta a la situación planteada. El objetivo general de un proyecto debe ser concreto, viable, preciso, claro, sin ambigüedad, y susceptible de alcanzar. Todo objetivo general de un proyecto está estrechamente ligado con el título.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS (TÉCNICO, SOCIAL, ECONÓMICO, AMBIENTA)

Enunciados que dan cuenta de la secuencia lógica para alcanzar el objetivo general del proyecto. No debe confundirse con las actividades propuestas para dar alcance a los objetivos.

Los objetivos específicos definen las metas a lograr para cumplir con el objetivo general del proyecto, se recomienda tener más de 3 objetivos específicos y no más de 5, estos objetivos se convierten en los entregables principales en la ejecución del proyecto.

2 ANALISIS DE ASPECTOS RELACIONADOS CON LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO. En la siguiente matriz realice un análisis de los aspectos favorables y posibles factores de incertidumbre o riesgo relacionados con los componentes de producción, mercado, financiero que influyen en la implementación y desarrollo del proyecto propuesto.

ASPECTO/ANALISIS	CONDICIONES FAVORABLES	CONDICIONES DE RIESGO	ALTERNATIVAS DE ACCION
PRODUCCION			
MERCADO			
FINANCIERO			

3EVALUACIÓN DEL ENTORNO ESPECIFICO DEL PROYECTO

Competidores: Identifique cuáles son sus competidores en la zona, sus característica, como desarrollan las activades.

Clientes: Identifique los clientes que compran el producto que usted va a comercializar, sus características, ubicación.

Proveedores: identifique los proveedores de las materias primas e insumos requeridos para el proceso de producción de su proyecto, ubicación.

Competidores Potenciales: identifique cuales posibles productores ingresarían a la comercialización.

Productos sustitutos: Identifique cuales productos sustitutos de su producto hay en el municipio, ubicación, características etc.

Análisis comportamiento Precios: Identifique el o los precios del producto que va a comercializar en el municipio, alrededores.

4 ESTUDIO TECNICO AGRICOLA

4.1 LOCALIZACION

Ítem	*Descripción*
Nombre de la finca	*La salina*
Área	2 hectáreas
Ubicación	La finca se ubica en la Vereda pavas del municipio de Jericó
Vías de acceso	Sobre la vía que conduce del municipio de Jericó a chita en km 35
Disponibilidad de agua	La finca cuenta con un punto de agua del acueducto
Características Agroecológicas	Altura, temperatura etc. pluviosidad humedad relativa, coordenadas

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.3 MARCO TEORICO: Realizar una revisión bibliográfica y establecer los siguientes aspectos:

4.3.1 ESPECIE A CULTIVAR.

4.3.2 CONTENIDO NUTRICIONAL

4.3.3 CLASIFICACIÓN TAXONÓMICA

4.3.4 REQUERIMIENTOS NUTRICIONALES, edáficos, climáticos e hídricos según etapa fisiológica (cuadro anexo).

4.3.5 MÉTODO Y CONDICIONES DE SIEMBRA, distancias y densidad de siembra.

Labores culturales requeridas en el cultivo a desarrollar.

4.3.6 PRINCIPALES PLAGAS Y ENFERMEDADES que se pueden presentar en el cultivo.

Poscosecha, empaque y almacenamiento.

4.3.7 FORMATOS DE REGISTROS a diligenciar durante el proceso.

4 ESTUDIO TECNICO PECUARIO

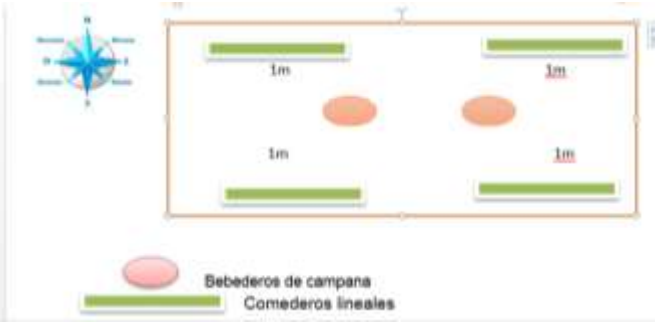
4.1 LOCALIZACION

Ítem	*Descripción*
Nombre de la finca	*La salina*
Área	2 hectáreas
Ubicación	La finca se ubica en la Vereda pavas del municipio de Jericó
Vías de acceso	Sobre la vía que conduce del municipio de Jericó a chita en km 35
Disponibilidad de agua	La finca cuenta con un punto de agua del acueducto
Características Agroecológicas	Altura, temperatura etc. pluviosidad humedad relativa, coordenadas

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES de la especie pecuaria y raza a establecer

4.4 INSTALACIONES: determinación y selección de área. Diseño de la instalación o alojamiento, Descripción materiales paredes, techos, piso, etc. Planos y medidas



4.5 MANEJO DE LA ALIMENTACIÓN: Tabla de alimentación según especie y etapa productiva

Requerimientos nutricionales, climáticos e hídricos según la especie y etapa fisiológica

Ciclo de producción: Tiempo transcurrido entre la compra de los animales y la venta del producto final.

Ganancia de peso diario según etapa

Manejo Sanitarios a tener en cuenta en la explotación y esquemas de vacunación y prevención, de acuerdo a las condiciones del entorno.

4.6 FORMATOS DE REGISTROS a diligenciar durante el proceso

5 REQUERIMIENTOS DE IMPLEMENTACION

ELEMENTO	CANTIDAD	DISPONIBILIDAD (Se tiene ó se debe adquirir o contratar)
EQUIPOS Y HERRAMIENTAS		
INSUMOS		
MANO DE OBRA		

6 PROGRAMACION DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	FECHA PROGRAMADA	FECHA EJECUCION	EVIDENCIA (Registros técnicos, fotos, visita)

7 REGLAMENTO DE TRABAJO:

Establecer condiciones y responsabilidades para el desarrollo del proyecto, por parte de los integrantes del grupo de trabajo, tales como:

Horarios: para el desarrollo de actividades, participación o rotación en el desarrollo de actividades diarias o de rutina en la ejecución del proyecto.

Derechos: mínimo 5 derechos

Deberes: mínimo 5 deberes

sanciones y/o multas por incumplimiento de labores asignadas.

8 CRONOGRAMA DESARROLLO DE ETAPA PRÁCTICA

ACTIVIDAD/PERIODO	Febrero – Abril 2023	Mayo – Agosto 2023	Septiembre – Noviembre 2023	Febrero – Abril 2024	Mayo – Agosto 2024	Septiembre – Noviembre 2024
DESARROLLO DE COMPETENCIAS	X	X	X	X	X	
IDENTIFICACION DE LA IDEA DE PROYECTO	X					
ELABORACION DE ANTEPROYECTO		X				
ALISTAMIENTO PARA IMPLEMENTACION DE PROYECTO		X				
DESARROLLO PRIMER CICLO (Proyectos de ciclo corto)			X			
IMPLEMENTACION DE PROYECTO (Ciclo Largo)			X			
DESARROLLO CICLOS PENDIENTES / MANEJO DE PROYECTOS CICLO LARGO				X	X	
DILIGENCIAMIENTO DE REGISTROS			X	X	X	
ELABORACION DE PROYECTO ESCRITO FINAL				X	X	
SUSTENTACION DE PROYECTOS						X

9 BIBLIOGRAFÍA *Escriba aquí las referencias bibliográficas de su trabajo, organizados en orden alfabético y congruente con la estructura de las normas icontec.*