PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Emprendimiento en producción de plátano
- Código del Programa de Formación: 73310029 v.1
- Nombre del Proyecto: ESTABLECIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS SOSTENIBLES DE PLATANO Y BANANO EN LA ZONA NORTE DEL VALLE
- Fase del Proyecto: fase IV comercialización
- Actividad de Proyecto: CONSTRUIR PLAN DE NEGOCIO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA
- Competencia

1. Sembrar cultivo de acuerdo con manual técnico y normativa.
2. Manejar labores culturales según procedimientos técnicos y buenas prácticas agrícolas.
3. Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.
4. Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico.

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

1. VERIFICAR LAS CONDICIONES DE LA SIEMBRA TENIENDO EN CUENTA LAS RECOMENDACIONES TÉCNICAS.
2. VERIFICAR LAS PRÁCTICAS CULTURALES TENIENDO EN CUENTA RECOMENDACIONES TÉCNICAS Y SISTEMA PRODUCTIVO.
3. RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.
4. DISEÑAR PROTOTIPO DE IDEA DE NEGOCIO DE ACUERDO CON TÉCNICAS DE VALIDACIÓN

- Duración de la Guía: 72 horas

2. PRESENTACIÓN

- Motivar hacia la actividad de aprendizaje en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de habilidades y destrezas
- Guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz

- Motivar a la acción, al trabajo autónomo sistemático y organizado
- Relacionar conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativa de los mismos
- Promover el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo

(Máximo 10 renglones)

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es)
- Ambiente Requerido
- Materiales

Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular.

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 Producto: EVALUACIÓN LABORES DE SIEMBRA DE PLATANO	PRESENTA INFORME DE LAS LABORES DE SIEMBRA SEGÚN RECOMENDACIONES TÉCNICAS Y NORMATIVA. REALIZA INSPECCIÓN DEL PROCESO DE LA SIEMBRA SEGÚN CRITERIO TÉCNICO.	Técnica de Evaluación: Valoración de producto. Instrumento de evaluación: Lista de Chequeo de producto
Evidencias de Desempeño: LABORES CULTURALES EN EL CULTIVO DE PLATANO- EVALUACIÓN DE PLAGAS -PICUDO	IDENTIFICA PROBLEMAS EN LAS LABORES CULTURALES REALIZADAS EN EL CULTIVO DE ACUERDO A CRITERIOS TÉCNICOS. CORROBORA LA REALIZACIÓN DE LAS LABORES CULTURALES EJECUTADAS DE ACUERDO CON REQUERIMIENTOS DEL CULTIVO Y CRITERIOS TÉCNICOS.	Técnicas de Evaluación: observación directa. Instrumento de evaluación: Lista de Chequeo.

	PRESENTA REPORTE DEL AJUSTE A LAS LABORES CULTURALES DEL CULTIVO SEGÚN CRITERIO TÉCNICO.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

SERNA J, CASTRO R, COLINAS M, SAHAGÚN J y RODRÍGUEZ J.

Aplicación foliar de ácido glutámico en plantas de jitomate

(Lycopersicon esculentum Mill.). Revista Chapingo. México.

17(1):9-13.

25. SRIVASTAVA, L. M. 2002. Crecimiento y desarrollo de las Plantas:

hormonas y ambiente. Ámsterdam, Holanda.

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)	MARIELA VALENCIA AGUDELO	INSTRUCTORA	PROGRAMA SER	10-09-2023

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

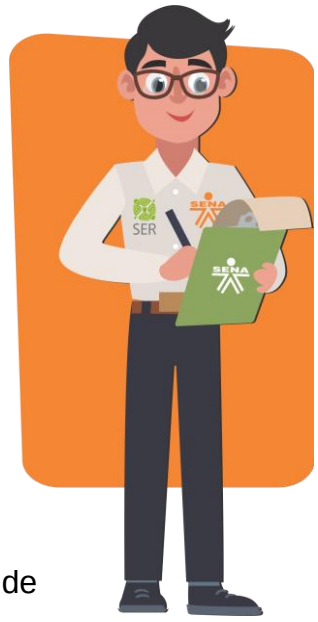
	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					

3.3.1 INVESTIGACIÓN DE LA COMPETENCIA

¿CONTRA QUIÉNES VA A COMPETIR?, el número de competidores en el área del mercado donde se piense establecer la Unidad Productiva en relación con el mercado potencial, le dará un indicador de la necesidad de una empresa. Si las empresas existentes no están proporcionando servicios o productos adecuados, un nuevo competidor habrá de captar una parte sustancial del mercado. Al identificar a los competidores, es importante saber que éstos pueden ser directos o indirectos. Es fácil saber quiénes son sus competidores directos, dado que venden el mismo producto o servicio que usted. Por otro lado, los competidores indirectos son los que venden productos o servicios a su mercado, aunque no exactamente lo mismo. Es decir, ellos compiten por el dinero del mercado. Por ejemplo, los gimnasios compiten indirectamente con todos aquellos productos para bajar de peso.

EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DEBE AYUDARLE A RESPONDER PREGUNTAS TALES COMO:

- ¿Qué tantos competidores existen, quiénes son, dónde están ubicados?
- ¿Cuál es el tamaño de la empresa competidora y sus fortalezas?
- ¿Cuál es el nivel de las ventas aproximadas de los competidores?
- ¿Cuál es la calidad del producto, mercancía o servicios ofrecidos por sus competidores actuales y potenciales



Si bien las empresas competidoras pueden ser muy productivas, puede ser también cierto que estén desatendiendo algunas áreas del mercado y, por lo tanto, nuestra Unidad Productiva deberá capturar ese mercado proporcionando cierto producto o servicio o, bien, dirigiéndose a un tipo particular de consumidor. El mercado para cualquier producto o servicio se compone de un mercado segmentado, esto significa que para cualquier grupo de productos o servicios existirán personas que integren el mercado, de todos los niveles de ingresos, grupos sociales y antecedentes.

A continuación, se presenta un instrumento para investigar y recolectar información de nuestras ***COMPETENCIA OBJETO DE ANÁLISIS SEGÚN EL MERCADO OBJETIVOS AL CUAL NOS DIRIGIMOS CON NUESTROS PRODUCTOS.*** Cada Unidad Productiva puede tener un instrumento de investigación diferente por su modelo de negocio y sector al cual se dirige con parámetros más especiales. El instrumento que se presenta es genérico y se puede modificar según cada necesidad para quitar, aumentar o modificar parámetros.

Al frente de cada parámetro se registra la información que identifico y gestiono de cada competidor.
Después de tener el instrumento totalmente diligencia se debe analizar la posición de la unidad productiva frente a las competencias

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA					
PARÁMETROS COMPARATIVOS	Nombre de nuestra unidad productiva	NOMBRE DE LOS COMPETIDORES			
		Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3	Notas
1. Ubicación – Dirección Puntos Venta					
2. Plataforma Web					
3. Redes sociales 1					
4. Redes sociales 2					
5. Portafolio de Productos					
6. Precio					
7. Calidad					
8. Canales de distribución					
9. Reconocimiento de marca					
10. Relación con los clientes					
11. Servicio al cliente					
12. Servicio Post-Venta					
13. Tiempo de entrega					
14. Formas de pago					
15. Promoción de medios digitales					

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para el **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA,** vamos a analizar una competencia de la Unidad Productiva existente en el municipio, te propongo:

1. Usar el instrumento sugerido y diligenciar el análisis para **1 COMPETIDOR IDENTIFICADO**.

Tomar nota en tu agenda – cuaderno de notas y envía la foto al WhatsApp de la formación.



3.3.2 PRESUPUESTO DE VENTAS

Amigo Aprendiz, el presupuesto de ventas es un documento que presenta las proyecciones en términos cuantitativos de niveles de producción e ingresos por ventas futuras de la Unidad Productiva.

- Cuando se analiza el presupuesto de ventas la Unidad Productiva planea la producción para alcanzar a cubrir la demanda proyectada generalmente con referencia a un año, luego el mes, y luego por día.
- De este presupuesto se desprende toda la operación de la Unidad Productiva para estimar los recursos necesarios para el capital de trabajo
- El presupuesto de ventas se elabora de acuerdo al área o aspectos en los cuales la Unidad Productiva tenga especial interés:
    - Líneas de productos
    - Ventas por clientes
    - Ventas por sucursales
    - Ventas por temporadas
    - Ventas por estrato social.



OBJETIVOS DEL PRESUPUESTO DE VENTAS

- Determinar las ventas en pesos por productos y por periodos.
- Determinar las ventas en unidades por productos y por periodos.
- Determinar las ventas por zonas, por productos y por periodos.

EL PRESUPUESTO DE VENTAS LE PERMITE AL APRENDIZ:

- Realizar una revisión permanente del plan estratégico de la unidad productiva y del cumplimiento de las metas presupuestadas, y si es necesario realinear las actividades para cumplir con las ventas esperadas.
- Con la determinación de las cantidades a vender se pueden proyectar gastos operacionales de administración y de ventas.
- Una vez elaborado el presupuesto se definen los costos de producción o costos de servicios para el caso de empresas de este sector servicios.
- Se pueden determinar la inversión de activos fijos.
- Permite realizar el flujo de efectivo que indican las necesidades de inversión

En el siguiente presupuesto se puede identificar 4 productos diferentes en una tabla de distribución donde se identifican las diferentes zonas – municipios, referencia para 1 año y 12 meses de venta. También se identifica los presupuestos por diferentes temporadas de consumo: por ejemplo, los uniformes escolares concentran más ventas en diciembre y -enero por ser temporadas escolares, los almuerzos son constantes todo el año dependiendo la capacidad del restaurante, Prenda de vestir Jeans con temporadas especiales de mitad año y diciembre por pago de primas de salario, arreglos florales con mayor concentración en fechas especiales de día de la madre y amor y amistad.

PRESUPUESTO DE UNIDADES A PRODUCIR Y VENDER POR AÑO Y MESES														
PRESUPUESTO AÑO 1	**ZONA**	**Ene.**	**Feb**	**Mar**	**Abr**	**May**	**Jun**	**Jul**	**Ago**	**Sep**	**Oct**	**Nov**	**Dic**	**Total Año**
Uniforme Escolar	Cartago	**150**	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	**100**	**350**
Almuerzos	El Cairo	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	**600**
Jeans	Ulloa	10	10	10	10	10	**60**	10	10	**30**	10	10	**120**	**300**

Arreglos Florales	El Aguila	20	20	20	20	60	20	20	20	40	20	20	20	300
	TOTAL	230	90	90	90	130	140	90	90	130	90	90	290	1.550

Los ingresos por venta fluctúan dependiendo la programación de las cantidades producidas y vendidas, se multiplican las cantidades presupuestadas mes por el valor precio de venta, asi se obtiene el programa proyectado de ingresos venta.

PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTA POR AÑO Y MESES														
PRESUPUESTO AÑO 1	PRECIO	ENE.	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO
Uniforme Escolar	$ 500	$ 75.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 5.000	$ 50.000	$ 175.000
Almuerzos	$ 50	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 2.500	$ 30.000
Jeans	$ 300	$ 3.000	$ 3.000	$ 3.000	$ 3.000	$ 3.000	$ 18.000	$ 3.000	$ 3.000	$ 9.000	$ 3.000	$ 3.000	$ 36.000	$ 90.000
Arreglos Florales	$ 100	$ 2.000	$ 2.000	$ 2.000	$ 2.000	$ 6.000	$ 2.000	$ 2.000	$ 2.000	$ 4.000	$ 2.000	$ 2.000	$ 2.000	$ 30.000
TOTAL		$ 82.500	$ 12.500	$ 12.500	$ 12.500	$ 16.500	$ 27.500	$ 12.500	$ 12.500	$ 20.500	$ 12.500	$ 12.500	$ 90.500	$ 325.000

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la construcción del **PRESUPUESTO DE VENTAS,** vamos a definir para el **PRODUCTO QUE CONSIDERES TIENE MÁS POTENCIAL**, su presupuesto año 1, te propongo:

1. Retoma el calculo que se realizó en la



3.3.3 PLAN BÁSICO DE MERCADEO

3.3.4 PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocios es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito. En este sentido, el plan de negocios presenta un análisis del mercado y establece el plan de acción que seguirá para alcanzar el conjunto de objetivos que se ha propuesto.

Como tal, el plan de negocios tiene un uso interno, desde el punto de vista de gestión y planificación, y otro externo, como herramienta de promoción y comunicación de la idea del negocio, bien sea para venderla, bien para obtener financiamiento.

El plan de negocios, en este sentido, sirve de brújula para el Aprendiz, pues te permite tener un mejor entendimiento del negocio, al mismo tiempo que lo obliga a investigar, reflexionar y visualizar todos los factores, tanto internos como externos, que incidirán en la marcha de su negocio. Del mismo modo, los planes de negocio son documentos que se encuentran sujetos a constantes actualizaciones y replanteamientos, conforme con las dinámicas propias de la gestión empresarial.

PARTES DE UN PLAN DE NEGOCIOS

El **plan de negocios** es un documento que sintetiza la manera en que una iniciativa empresarial debe organizarse y actuar para tener éxito. En este sentido, el plan de negocios define los objetivos que la empresa se propone alcanzar. De allí que existan varios elementos que todo plan de negocios, a la hora de ser elaborado, debe contemplar:

- una página de presentación y el índice;
- un resumen ejecutivo y el perfil de la empresa;
- un Componente de de mercadeo;
- un componente de operaciones;
- un componente de recursos humanos; y
- un componente financiero.

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la construcción del **PLAN DE NEGOCIO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA,** vamos a unir todos los componentes vistos a través de la formación y a organizar un solo documento que reúna y resumen nuestro PLAN DE NEGOCIO:

1. Los invito junto con el Instructor de Técnico y el Instructor de Emprendimiento a organizar y tener listo el Plan de Negocio en sus dos componente: Documento “SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN” y documento “ESTRUCTURA SEGUIMIENTO INTEGRADA UP 2020”



5. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de producto: Documento sobre instalar el cultivo de flores y follajes aplicando el paquete tecnológico basado en el manejo integral.	Siembra el material vegetal; de acuerdo con requerimientos técnicos y procedimientos establecidos por la empresa.	Técnicas de evaluación: observación directa. Instrumento de evaluación: lista de chequeo