PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación:
  EMPRENDIMIENTO EN LA ELABORACION DE QUESOS FRESCOS
- Código del Programa de Formación: 96151553 V1
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada):
  UNIDAD PRODUCTIVA DE QUESOS ARTESANALES EN EL NORTE DEL VALLE
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada): **FASE III PRODUCCIÓN**
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada): Elaborar los productos de quesos frescos artesanales, según ficha técnica, y parámetros de comercialización exigidos por el mercado.
- Competencia:
  - ✓ Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico.
  - ✓ Manipular alimentos de acuerdo con procedimiento técnico y normativa de alimentos.
  - ✓ Producir quesos según ficha técnica y manual operativo.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

✓ Diseñar prototipo de idea de negocio de acuerdo con técnicas de validación.

✓ Alistar instalaciones, maquinaria, equipos y herramientas, teniendo en cuenta procedimiento y normativa.

✓ Recepcionar leche e insumos de acuerdo con procedimiento y orden de producción

✓ Elaborar quesos frescos conforme a orden de producción y normativa.

✓ Verificar los parámetros establecidos para el queso fresco según ficha técnica

✓ Aplicar buenas prácticas de manufactura en la producción de quesos, conforme a la normatividad.

- Duración de la Guía: 176 HORAS

2. PRESENTACION

Bienvenido a la Fase III, la Producción de productos artesanales para la creación de Unidad Productiva, donde conoceremos los procesos agroindustriales, costos, formatos y registros de producción y control. Además, le ayudará a recordar ese gran espíritu emprendedor y le proporcionará herramientas técnicas, para la producción de la Unidad productiva. También aprenderemos el manejo de medios tecnológicos que nos permitirán alcanzar nuestros objetivos en medio de la contingencia nacional por la que estamos atravesando.

¡Emprende con Éxito!

"La diferencia entre dónde estás hoy y dónde estarás cinco años más tarde se encuentra en la calidad de los libros que lees". Jim Rohm.

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

La disciplina es el puente entre las metas y los logros.

Jim Rohn

Actividad 3.1.1. Importancia de la Producción artesanal.

Tome una carta de pokér, entregada por el instructor, de acuerdo con el número y/o palos –previamente determinado- conforme un grupo de trabajo, De acuerdo con lo observado en las tiendas de su región, responda las preguntas:

1. ¿Considera usted que el manejo que le dan a los productos es el correcto?
2. Indique que acciones correctas observa
3. Indique que acciones incorrectas observa
4. ¿Cómo prefiere usted comprar productos, en cuanto a presentación, tamaño, y sabor?
5. ¿Considera usted que los costos de producción de un alimento artesanal realmente se ajustan a la realidad?

Realice las conclusiones y socialícelos con los demás integrantes del grupo.

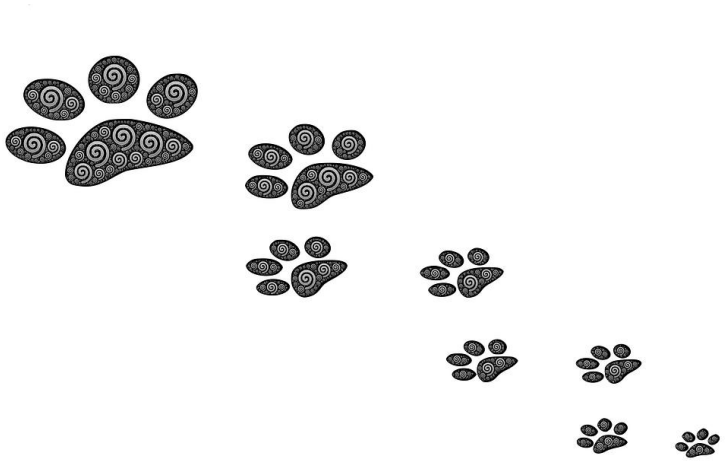
3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

El conocimiento esta dentro de tu corazón, de ti depende recordarla.

Liliana Ocampo Yepes

Actividad 3.2.1. Sabemos sobre elaboración de productos.

Divida el Grupo en dos equipos con igual número de participantes, el instructor entregara un material que contiene las etapas del proceso de producción.



En equipo realice un recorrido en el suelo a lo largo del salón, de acuerdo con las etapas que ustedes consideran debe ser el orden lógico de la producción, desde el inicio hasta el final del proceso de producción.

Una vez terminado el camino, será revisado y aprobado por el instructor, Una vez aprobado cada integrante del equipo debe recorrer el camino, dando un paso a paso sobre cada etapa desde el inicio hasta el final del proceso.

Mediante la técnica de la ropa extendida, ubique secuencialmente cada etapa del proceso, de principio a fin.

El equipo que realice la actividad en menor tiempo será quien gane el desafío.

Al finalizar la actividad cada equipo socializara el proceso con los demás compañeros y registre la actividad en su cuaderno.

3.3 Actividades Apropiación de Conocimientos.

PROCESAR PRODUCTOS APLICANDO BPM Y NORMATIVIDAD VIGENTE.

Aprender es el comienzo de la riqueza.
Aprender es el comienzo de la salud.
Aprender es el comienzo de la espiritualidad.
En la búsqueda y aprendizaje es donde comienza el proceso milagroso.
Jim Rohm.

Actividad 3.3.1. Aprendiendo Buenas Prácticas de Manufactura

Enumérese de 1 a 3 consecutivamente, forme grupo con las personas que tengan el mismo número, lea el documento sobre las Bpm, elabore en un pliego de papel una colcha de retazos, ubique en columnas:

- La forma correcta e incorrecta de manipular los alimentos.
- Los buenos y los malos hábitos del manipulador de alimentos.
- Los deberes y derechos del manipulador de alimentos

Forma correcta e incorrecta de manipular los alimentos.	*Buenos y malos hábitos del manipulador de alimentos.*	*Deberes y derechos del manipulador de alimentos*

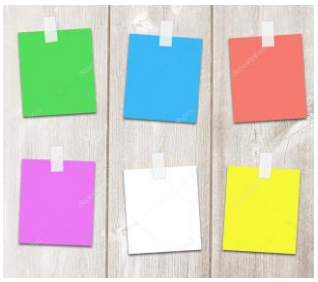
Responda en un cuaderno u hoja con lápiz o lapicero. Socialícelo con los demás compañeros y guarde su evidencia en su cuaderno o carpeta. Cualquier inquietud será resuelta por el instructor.

Disfruta el aprendizaje.

Actividad No. 3.3.2 Conociendo la Materia Prima

Tome una carta de póker, entregada por el instructor, de acuerdo
con el numero conforme un grupo de trabajo, con 3 integrantes, resuelva el taller didáctico sobre los ingredientes utilizados en la producción, para ello utilice el material suministrado por el instructor.

Una vez desarrollado el taller, cada equipo en orden de acuerdo con su número de equipo, escribe una pregunta en un papel nota adhesivo suministrada por el instructor, el segundo equipo debe escribir la respuesta ambos grupos deben pegar en el tablero pregunta y respuesta y socializarla con los demás compañeros.



Los adhesivos de preguntas y respuestas serán entregados al instructor una vez finalizada la actividad.

Cartilla de Quesos Frescos. SENA. página del 4 al 21. Pdf.

Responda en un cuaderno u hoja con lápiz o lapicero, y guarde su evidencia en su cuaderno o carpeta.

Pausa Activa: Las puertas del tren

Aprendices los invitamos a jugar unos minutos, el instructor explicara la dinámica de las puertas del tren.

Conforme dos equipos con igual número de participantes.

- Cada equipo se toma de las manos,
- cada unión de manos es una puerta del tren que será nombrada con un número y/o nombre de ingrediente de elaboración del producto.

El instructor o delegado seleccionara el nombre de la puerta por donde debe ingresar el tren, los integrantes de cada equipo deben ingresar por la puerta nombrada tomados de la mano y bailando según el ritmo escogido por el instructor o delegado.

El equipo que realice la actividad sin error será el ganador, el equipo que se equivoque tendrá una actividad constructiva asignada por el equipo contrario.

3.3.2.1 Actividades Radiales

Apreciado aprendiz, es muy importante estar pendiente cada semana de las audiciones de radio, En el programa ***Por los Saberes del Campo al Aire,*** donde se emitirá tema complementario de la formacion y se dejaran las respectivas actividades de la semana.

Las Emisoras Aliadas son:

- Radio Viva 106,6 FM y www.emisoraradioviva.com,
- Versalles Stereo 90.3 FM,
- El Cairo Stereo 88.6 FM y elcairostereo (play Store).

Emisora virtual: www.summastereo.com
Redes: https://www.facebook.com/senaemprenderuralcartago, #Sersenacartago, #Porlossaberesdelcampoalaire.
Blog: http://senacartago.blogspot.com/p/ser-sena-emprende-rural.html.

Actividad 3.3.3. Aprendiendo las Enfermedades Transmitidas por Alimentos

Lea el documento sobre las ETAS, escuche el tema emitido en las emisoras aliadas según iten 3.3.2.1, sobre esta temática.

Consulte a través del uso de las Tecnologias, la siguiente temática:

¿Que es un Virus?

¿Como funciona un virus?

¿Cual es el ciclo vital de un virus?

¿Como puede contrarrestarse un virus?

¿Que implica la presencia de un virus en el alimento?

Responda en un cuaderno u hoja con lápiz o lapicero. Entregela al instructor y guarde su evidencia en su cuaderno o carpeta.

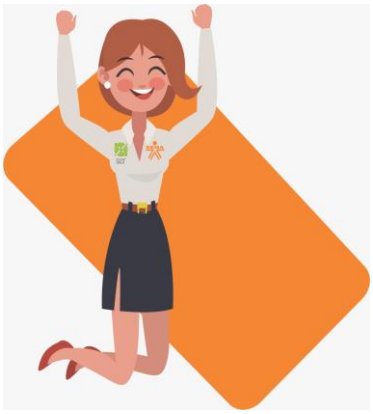
Actividad 3.3.3.1 Crucigramiando

Aprendiz, mientras esperamos el tiempo de proceso de los productos, el instructor hará entrega de un Crucigrama, para ser diligenciado y que servirá como recordatorio de los procesos y sus parámetros de control.

Este debe terminarse en la jornada de proceso y luego guardarlo en la carpeta de evidencias

Disfruta el aprendizaje.

3.3.4 GENERALIDADES DEL PRECIO



Aprendiz desde la comodidad de tu hogar vamos a revisar ***QUÉ ES EL PRECIO*** como variable de la **MEZCLA DE MERCADEO** para los **PRODUCTOS y SERVICIOS DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS**.

El Precio es la cantidad de dinero que el cliente estaría dispuesto a pagar (en nuestra Moneda Nacional "El Peso $") a un Productor / Fabricante / comercializador para adquirir un bien: producto o servicio ofrecido en venta para la satisfacción de una necesidad

COMPRA DE ESCRITORIO	
Precio $350.000	Precio $200.000
Se entrega armado y listo para disfrutar	Se entrega en caja, sin armar, en caja despiezado
Entregado a domicilio	No hay domicilio
Financiación para pagarlo en cuotas de 1 año	No tiene crédito – Pago de contado

PROCESO EN LA FIJACIÓN DEL PRECIO:

Aprendiz, para la fijación del **PRECIO DE LOS PRODUCTOS y SERVICIOS** de la **UNIDAD PRODUCTIVA** vamos a tener en cuenta 3 parámetros básicos:

1. Selección del objetivo en la fijación del precio
2. Selección del método en la fijación del precio
3. Selección de la estrategia de precio

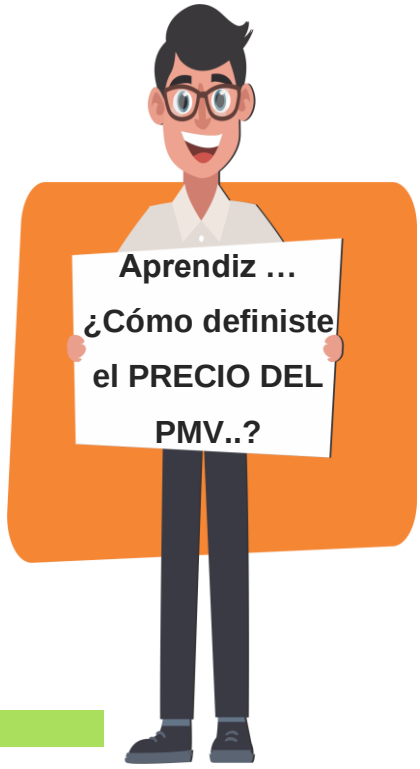
4. PARÁMETRO 1 - OBJETIVOS DE LA FIJACIÓN DE PRECIOS

5. En este caso se define la meta que se quiere lograr para la venta de los productos; *o buscando hacer muchas ventas, o buscando altas utilidades.*

- METAS ORIENTADAS A LAS VENTAS: Incrementar un volumen de ventas buscando lograr un rápido crecimiento en Ingresos / Promociones de Descuentos / Perdidas a corto plazo.

- MÉTODO MANTENER O AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO: Se busca gestionar la participación del mercado con la eficiencia en costos de producción / gestionando una apariencia dominadora con los consumidores

- METAS ORIENTADAS A LAS UTILIDADES: busca maximizar utilidades / Obtener tanto dinero como sea posible en el corto plazo /



PARÁMETRO 2 - MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIO

Ahora vamos a definir la forma o metodología de definición de los precios de los productos, con relación a estos dos métodos:

- MÉTODO 1 - COSTO TOTAL UNITARIO MÁS GANANCIA UNITARIA: poner el precio de una unidad de un producto es igual a sumar todos los costos totales unitarios más la ganancia deseada de la unidad de producto. Ejemplo: construcción y venta de 10 condominios

En este ejemplo vamos a sumar todos los costos de fabricar 10 apartamentos en lo relacionado a los materiales – mano de obra – costos / gastos generales de fabricación y luego aumentamos el 10% para la venta y dividimos por 10 apartamentos para conocer el precio de un solo apartamento

Costos de M.O y materiales (CV)	750'000
costos operativos (CF)	150'000
costos totales (CT)	900'000
ganancia deseada 10% del CT	90'000
Ventas totales	990'000
Precio por condominio	99'000

- MÉTODO 2 - PRECIO FIJADO SOLO EN RELACIÓN CON EL PRECIO DEL MERCADO: El Aprendiz revisa la banda de precios donde se identifica las competencias con las cuales se va a enfrentar con referencia al segmento de mercado definido / admite el margen de ganancia del mercado y los intermediarios.

- ASIGNACIÓN DE PRECIO POR ENCIMA DE LA COMPETENCIA**:** Ubica el precio del producto por encima con productos diferenciados / productos con innovación y valores diferenciados / Busca consolidar una marca / Ejemplos: Productos de marcas a destacar.

PARÁMETRO 3 - ESTRATEGIAS DE LOS PRECIOS

ESTRATEGIA 1 - DE ENTRADA AL MERCADO DE NUEVOS PRODUCTOS: DESCREMADO DEL MERCADO **-** Productos con precios altos con características muy diferenciadas / Productos protegidos / Ejemplos: Productos de Tecnología nueva.

ESTRATEGIA 2 - PENETRACIÓN DEL MERCADO: Ponerle al producto precios bajos buscando muchas ventas / Productos indiferenciados / se buscan economías de escala con los proveedores / ejemplo: lanzamiento de nuevos productos

ESTRATEGIA 3 - PRECIOS PSICOLÓGICOS: 1 - PRECIOS PROMOCIONALES - descuentos y rebajas a intermediarios / Precios temporales a los productos / Incrementa la demanda. 2 - DESCUENTO POR CANTIDAD - no acumulativo: Basado en el tamaño de un pedido individual de uno o más productos y Acumulativos: Basado en el volumen total comprado al cabo de un periodo especifico.

ESTRATEGIA 4 - DESCUENTOS COMERCIALES: reducciones de precio dadas al intermediario por realizar funciones de marketing - impulso / Ejemplo: Un precio de $100.000 con descuentos comerciales de 40% (por compra al por mayor) y 10% (por el impulso en góndola)

No acumulativo

Pedido	% dto.
1-5	0
6-12	2
13-25	3.5
Mas de 25	5

Acumulativos

Compra de $1’000’000 en dos meses Tiene un descuento del 4% es decir $40’000 menos

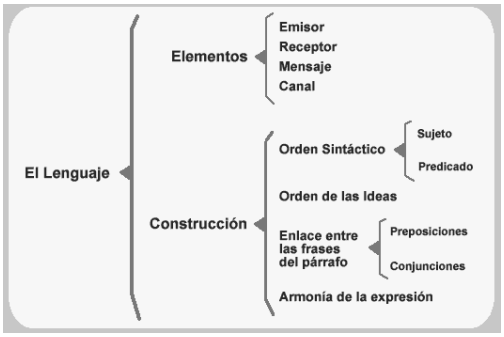
ESTRATEGIA 5 - DESCUENTOS POR PRONTO PAGO: reducción de precio por pagar dentro de un plazo especifico / el descuento puede ser por el periodo de pago durante que puede tomar el descuento 5/10 (descuento del 5% por cago dentro de 10 días, n/30 (descuento del n% por pago a los 30 días)

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la definición del **PRECIO DEL PRODUCTO / SERVICIO** te propongo:

1. Debes retomar los cálculos de costos de fabricación de la FASE II: costos variables – mano de obra – costos / gastos generales de fabricación de los productos
2. Te invito a consultes los precios del mercado, de los productos similares al producto
3. Definir el **OBJETIVO DE LA FIJACIÓN DE PRECIO**
4. Definir el **MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIO**
5. Definir la **ESTRATEGIA DE PRECIO**
6. Con estos parámetros definimos **EL PRECIO DEL PRODUCTO**

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

Actividad 3.3.5. Conociendo la Norma de los Alimentos



Tome en Decreto 3075 de 1997 y la Resolución 2674 de 2013, suministrado por el instructor, escriba en su cuaderno los títulos, nombre y que contiene cada título del Decreto y Resolución.

Realice un cuadro sinóptico en su cuaderno de actividades, este será revisado y aprobado por el instructor.

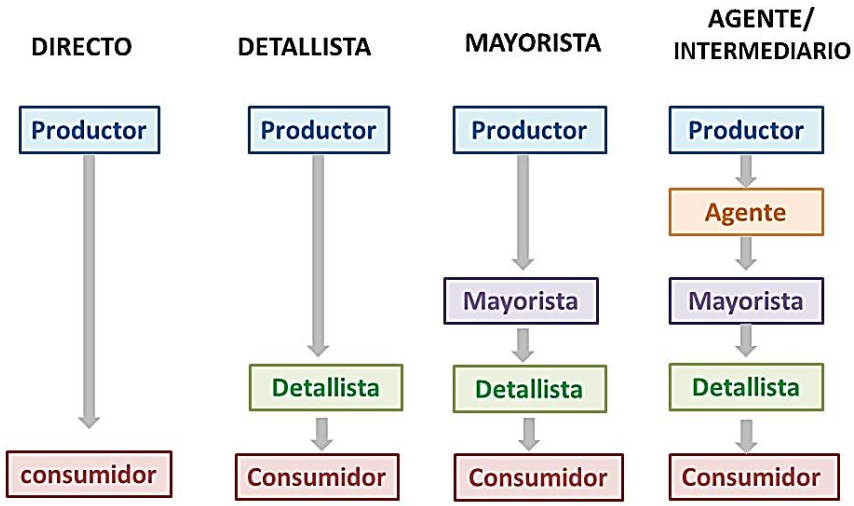
Como apoyo, escuche el tema emitido en la emisora radial en radio viva 106.6 FM, www.radioviva.org, y www.summastereo.com, sobre esta temática.

3.3.6 CANALES DISTRIBUCIÓN

Aprendiz el canal de distribución es poner el producto a disposición de los consumidores en ***LA CANTIDAD, EL LUGAR Y EL MOMENTO APROPIADOS***, y con los servicios necesarios.

UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN ES EL CONDUCTO que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor

DE LA FORMA MÁS COMPLETA, EFICIENTE Y ECONÓMICA POSIBLE, *entiéndase como l*a ruta por la que circulan los productos desde su creación en la Unidad Productiva hasta su consumo por el cliente. Está formado por el conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto hasta llegar a manos del consumidor.



FUNCIONES QUE CUMPLE UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- Centralizan decisiones básicas de la comercialización
- Contribuyen a reducir costos en los productos por facilitar almacenaje, transporte, venta en lugares de difícil acceso y no rentables en la Unidad Productiva
- Intervienen en la fijación de precios, aconsejando el más adecuado.
- Tienen una gran información sobre el producto, competencia y mercado.
- Participan activamente en actividades de promoción posicionando el producto en el lugar que consideran más adecuado.
- Intervienen directa o indirectamente en el servicio posventa.
- Colaboran en la imagen de la empresa
- Actúan como fuerza de ventas de la Unidad Productiva

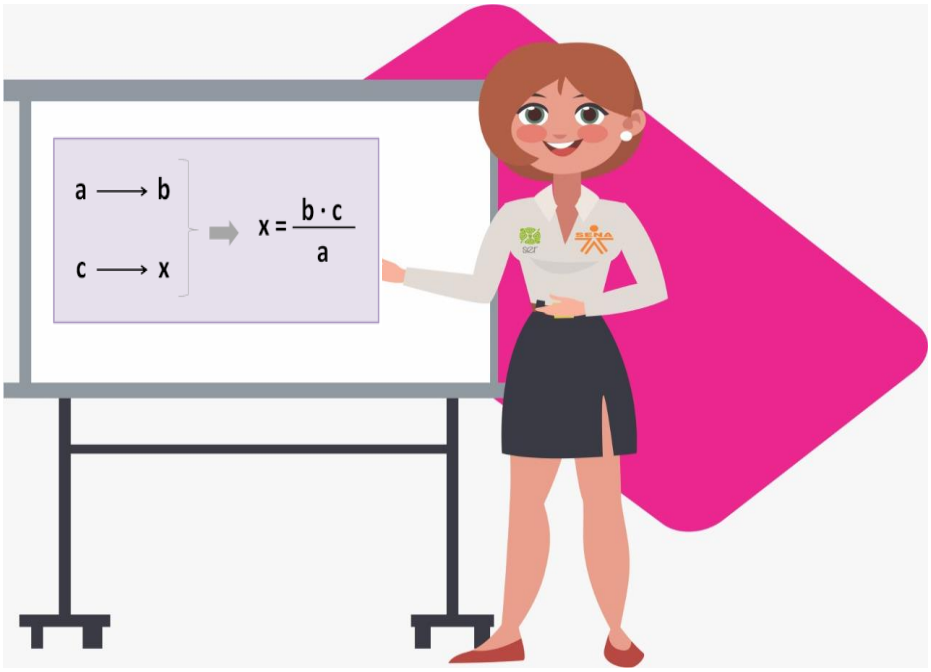
AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la definición del **CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO** te propongo:

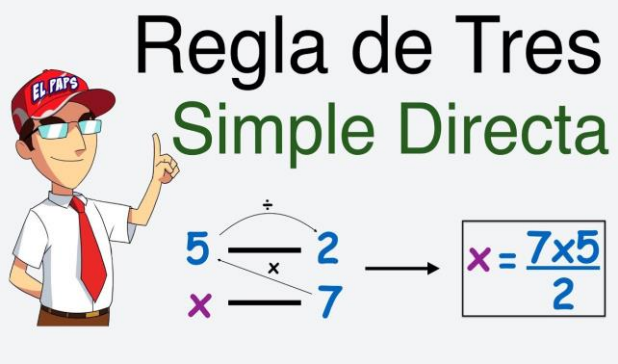
1. Por favor definir si vas a comercializar el producto de forma directa o con intermediarios
2. Si vas a usar intermediación que facilita la comercialización, debes definir el margen de ganancia del INTERMEDIARIO.

Tomar nota en tu agenda – cuaderno.

Actividad No. 3.3.7 Recordando Regla de Tres

Realice los ejercicios entregados por el instructor para recordar los procesos de conversión de unidades matemáticas, aplicando regla de tres.





Responda en un cuaderno u hoja con lápiz o lapicero, y guarde su evidencia en su cuaderno o carpeta.

3.3.8 PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS

PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS son las diferentes actividades y estrategias que comúnmente son utilizadas en el mundo empresarial para impulsar la comercialización de los productos o servicios de la Unidad Productiva. son actividades especiales para estimular la demanda, buscan que los clientes compren y que no son exactamente publicidad o esfuerzos personales de venta, generan que se mueva la caja registradora. Son un Conjunto de ideas, planes y acciones comerciales que refuerzan la venta y publicidad, y apoya el flujo del producto al consumidor

OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN - es incrementar las mismas ventas, sus objetivos más específicos dependen como se administre y a quien se dirija:

1. Objetivo que busca Informar sobre los productos y la empresa a los clientes
2. Objetivo que busca persuadir y direccionar que los clientes compren, busca facilitar a los consumidores la adquisición y disfrute de los productos y servicios ofrecidos

Las acciones de la promoción de ventas se pueden centrar en los canales de distribución o bien sobre los consumidores. La promoción de ventas une, liga la acción publicitaria con la acción vendedora. Tanto la publicidad como la promoción de venta, e incluso la venta activa, tiene un único fin: ***QUE EL CONSUMIDOR ADQUIERA EL PRODUCTO,*** a continuación, se relaciona alguna de las formas de hacer promoción:

• Publicidad (impresa, radio, televisión) • Folletos • Circulares • Anuncios clasificados • Servicio comunitario • Concursos • Cupones • Correo directo • Eventos • Volantes • Muestras gratuitas • Programas de cliente frecuente • Regalos (poleras, bolígrafos y otros artículos publicitarios) • Letreros/exhibiciones al interior de la tienda • Establecimiento de redes	• Boletines informativos • Letreros/carteleras al aire libre • Contacto personal • Cartas personales • Envases de productos • Exhibiciones en lugares de compra • Premios • Relaciones públicas • Divulgación • Ventas relacionales • Ventas • Seminarios • Auspicios • Eventos publicitarios sensacionales • Telemercadeo • Ferias comerciales • Páginas Amarillas • E-commerce – Redes sociales – Comercio Digital

ALGUNAS ESTRATEGIAS QUE PODEMOS APLICAR, RELACIONADAS A LA PROMOCIÓN SON:

- Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio, por la compra del primero.
- Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.
- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- Poner anuncios en diarios, revistas o internet.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Promoción en redes sociales
- Participar en ferias.
- Crear puestos de degustación.
- Crear actividades o eventos.
- Auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- Crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la definición de la forma de hacer **LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS / SERVICIOS** te propongo:

1. Por favor revisar el **SEGMENTO DEL MERCADO – PERFIL DEL CLIENTE** en el instrumento CANVAS
2. Conociendo las características del cliente definir las diferentes formas de hacer la promoción de los productos

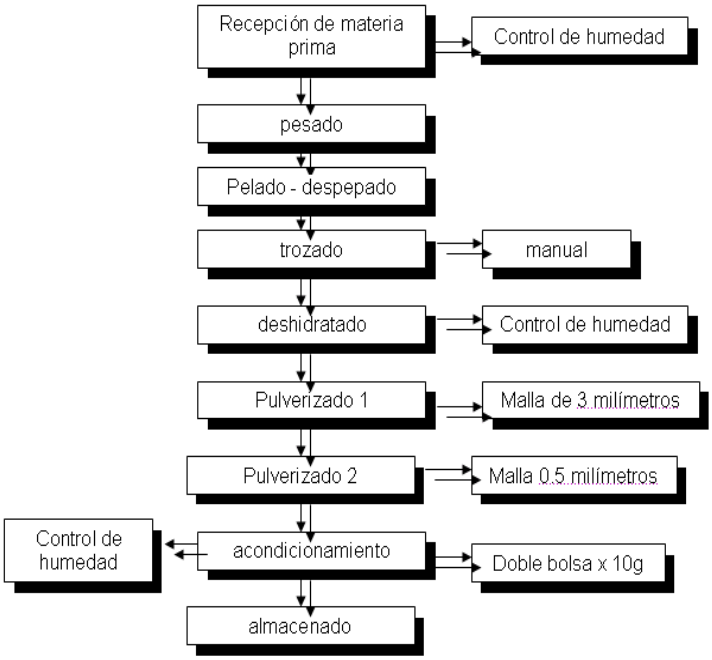
Tomar nota en tu agenda – cuaderno de notas y envía la foto al WhatsApp de la formación.

Actividad No. 3.3.9 Elaborando un flujograma

Aprendiz te invitamos a estudiar el material sobre elaboración de flujogramas o diagrama de proceso, realice un resumen escrito y socialícelo en su grupo de WhastApp.

Apóyese del instructor para despejar dudas e inquietudes.

Con material didactico elabore las etapas de un proceso de produccion de un producto que usted sepa elaborar.



Responda en un cuaderno u hoja con lápiz o lapicero, y guarde su evidencia en su cuaderno o carpeta.

Actividad No. 3.3.9.1 Actividad de refuerzo

Aprendices refresquemos lo aprendido, para ello lo invitamos a jugar con la pirinola, (suministrada por el instructor):

El instructor dara la opcion escojida y nombrara la actividad, ejemplo a quien le caiga la opcion **Todos Ponen** debera responder una pregunta. Y asi sucesivamente.

A quien le corresponda la opcion de la pirinola debera contestar una pregunta elaborada por uno de los equipos.

Cada integrante del grupo debe elaborar una pregunta relacionada con la tematica estudiada.

Rotaremos la actividad

GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE UN FLUJOGRAMA. Pdf.

3.3.10 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Es un libro, carpeta, flayer o documento **FÍSICO Y/O DIGITAL** en el cual incluimos la **INFORMACIÓN BÁSICA Y NECESARIA** de nuestro **UNIDAD PRODUCTIVA** para que nuestros clientes o futuros clientes, nos conozcan en el contexto local, regional, nacional o internacional. Hoy en día es muy importante contar con un **PORTAFOLIO DE P/S FÍSICO O VIRTUAL EN INTERNET** como vendedor pasivo de las Unidades Productivas

Con el portafolio informamos a los clientes o potenciales clientes cuál es el trabajo que realiza la Unidad Productiva. Con un portafolio creado de manera completa y con calidad no quedan dudas de qué es lo que se está vendiendo, por eso un buen portafolio ha de ser, antes que nada, directo y competitivo / Debe destacarse ante la competencia y debe llegar al cliente a modo de respuesta ante cualquier pregunta que pueda tener / Se puede decir que un buen portafolio ha de constituir por sí mismo una herramienta de venta, **DEBE ANTOJAR AL CLIENTE.**

GRACIAS A ESTA HERRAMIENTA PODRÁS PRESENTARTE ANTE TUS POSIBLES CLIENTES CAUSANDO DESDE EL COMIENZO UNA BUENA IMPRESIÓN

El portafolio debe incluir una corta descripción sobre la historia de nuestra Unidad Productiva (cómo comenzó, fecha, cómo fue creciendo, etc.) / Objetivos a corto, medio y largo plazo / Visión, Misión, Valores / Productos y servicios que disponemos y sus características / Respaldos de los que dispone la empresa, socios, colaboradores, etc. / Nuestros clientes más importantes / Unido a estos datos, en esta nueva era de la información debemos de informar nuestros medios de contacto: Teléfonos, dirección, correo electrónico, cuenta de Facebook, Twitter, Instagram, Página web donde el cliente puede visitarnos / Si nuestro negocio ha recibido críticas positivas en medios de comunicación y prensa, no olvides reseñar los comentarios e incluir un recorte de periódico donde nos nombraron.

CONSEJOS Y TIPS DE CÓMO HACER TU PORTAFOLIO

- Tu portafolio debe reflejar la identidad corporativa de la Unidad Productiva
- Debe ser sencillo de leer.

- Debe evita que los fondos sean oscuros, los fondos deben ser claros con complementos de otros colores.
- No escriba textos largos, debe ser corto y conciso
- No hagas más de 5 diapositivas - hojas
- Que tu portafolio tenga fotos y videos que respalden tus argumentos
- Te recomendó que no limites tu creatividad con estas guías, ya que no hay nadie que conozca mejor tu UP, se creativo y explora posibilidades.

PUEDES USAR HERRAMIENTAS COMO:

- Procesadores de texto como Word / procesadores de diapositivas como Power Point de Office
- Editores de fotos - videos
- Repositorios de Videos - archivos
- Correo electrónico
- Páginas web – Landin page – blogs
- Redes sociales
- Te sugiero ver VIDEOS TUTORIALES EN YOUTUBE para toma de fotografías con celulares o cámaras – Edición de videos – etc.

ASPECTOS IMPORTANTES

- Existen muchos medios tecnológicos modernos para mantener un portafolio de productos y servicios actualizado y disponible para que nuestros clientes puedan revisarlo en tiempo real.
- Existen herramientas multimedia para gestionar nuestro portafolio:
- **RECUERDA QUE UN VIDEO O UNA IMAGEN VALE MÁS QUE MIL PALABRAS**
- Entre más sencillo y contundente tiene más alcance en nuestros clientes.
- Tenerlo siempre listo, **LOS NEGOCIOS ESTÁN EN TODAS PARTES**.

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la construcción del **PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS** te propongo:

1. En tu cuaderno de notas escribe la información que consideras debe llevar el portafolio de tu Unidad Productiva

Tomar nota en tu agenda – cuaderno de notas

Actividad No. 3.3.11 Actividad de refuerzo

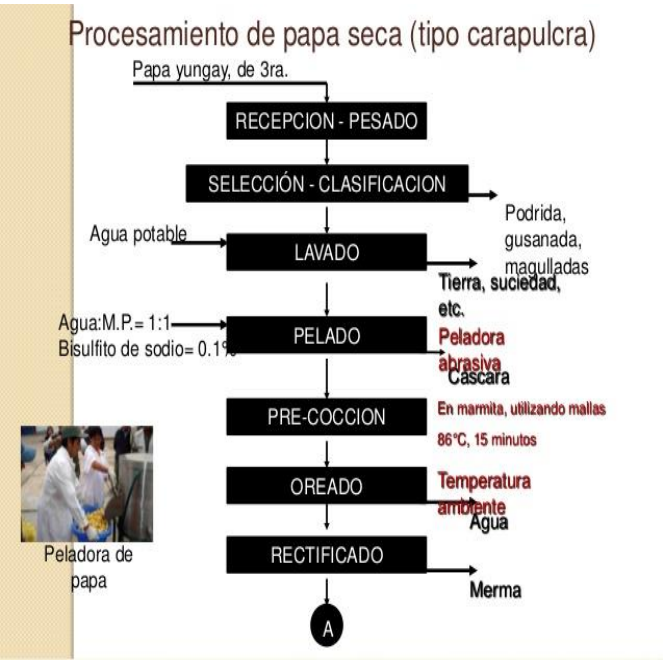
Aprendices refresquemos lo aprendido,

Cada integrante del grupo de whastapp debe elaborar una pregunta relacionada con la tematica estudiada. La primera persona que la responda sera quien gane, y asi podemos alternar de una manera dinaminca para cambiar nuestra metodologia de aprendizaje.

Rotaremos la actividad

GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE UN FLUJOGRAMA. Pdf.

Actividad No. 3.3.12 Elaborando diagrama de flujo de producto casero



Aprendices, teniendo en cuenta la lectura del ítem 3.3.6, realice un flujograma de proceso para elaborar artesanalmente un producto.

Responda en un cuaderno u hoja con lápiz o lapicero, en la parte superior de la hoja coloque por favor su nombre, numero actividad y fecha, tome una fotografía y Socialice su Diagrama de flujo o Flujograma de proceso con los demás compañeros y guarde su evidencia en su cuaderno o carpeta.

Actividad No. 3.3.13 Organizando la logística

Cada aprendiz o si desean entre dos o mas que puedan reunirse o vivan en la misma casa, deben adquirir la materia prima, insumos, utensilios y equipos necesarios para el procesamiento de productos seleccionado, previa información por parte del instructor.

El instructor suministrara una pelota, la cual deben rotar con el juego del tingo tango, a quien le quede la pelota debe elaborar una cartelera para determinar quién estará encargado del aseo al inicio y al finalizar cada proceso de producción**.**

Esta actividad se realizará para cada jornada de formación, para rotar los grupos encargados de la logística, limpieza y desinfección del área de trabajo,

Actividad No. 3.3.14 Estandarizando formula

Estandarice, la fórmula de proceso de acuerdo con los porcentajes de insumos y materias primas aprobados por normatividad para la elaboración del producto, entregada por el instructor.

Tenga en cuenta la base de cálculo a utilizar en el proceso.

FRUTA	PECTINA (%)	% Máx. de conservador	PH
Fresa	1	0.1	3.3
Níspero	-	0.1	3.6
Papaya	0.5	0.1	3.8
Mango	0.45	0.1	3.8
Piña	0.5	0.1	3.5
Naranja (jugo)	1.2	0.1	3.1
Melocotón	0.5	0.1	3.7
Manzana	0-0.25	0.1	3.3
Membrillo	-	0.1	3.3
Tomate de árbol	-	0.1	3.3

Fuente: Manual de elaboración de mermeladas (Guevara P. Américo) UNALM.

Una vez estandarizada la formula, revísela con el instructor, antes de procesar, realice ajustes si es necesario.

Actividad No. 3.3.15 Alistando la materia prima e insumo

Aprendiz debe ordenar la mesa de trabajo en su casa, los utensilios y equipos, aliste las materias primas e insumos, según el producto a elaborar, pese cada insumo de acuerdo con la formulación estandarizada por usted y revisada por el instructor.

*¡M**ise** en **place!***

Actividad No.3.3.16 Procesando los productos

Aprendices en esta oportunidad vamos a producir productos.

De acuerdo con la producción previamente establecida.

Cada aprendiz debe elaborar un formato de control de las actividades a realizar, la cual debe guardar en la carpeta de evidencias y registrar en cada jornada de producción.

Aprendiz una vez esté preparado con su equipo de bioseguridad puede ingresar a la producción, tenga en cuenta aplicar las BPM durante el proceso.

Para la elaboración del producto debe tener a mano el flujograma o diagrama de proceso y la formulación, recuerde tener a mano una libreta para tomar anotaciones.

PRODUCCION No. _____
UNIDAD PRODUCTIVA _____
PRODUCTO _____
BASE DE CALCULO _____
FECHA _____

INGREDIENTES	%	Cantidad (g)	Equipos y Utensilios

Cualquier inquietud consúltela con el instructor.

Para ello debe elaborar una cofia determinando el color del rol a desempeñar

ROLES

- ✓ Encargado y responsable de la producción
- ✓ Encargado y responsable de los utensilios y equipos
- ✓ Encargado y responsable de la limpieza y desinfección
- ✓ Encargado y responsable de la aplicación de las BPM

El encargado de cada rol a desempeñar debe elaborar un formato de control de las actividades a realizar, la cual debe guardar en la carpeta de evidencias y registrar en cada jornada de producción

Aprendiz una vez esté preparado con su equipo de bioseguridad puede ingresar a la producción, tenga en cuenta aplicar las BPM durante el proceso.

Para la elaboración del producto debe tener a mano el flujograma o diagrama de proceso y la formulación, recuerde tener a mano una libreta para tomar anotaciones.

Cualquier inquietud consúltela con el instructor.

Actividad No. 3.3.17 Inspeccionando el proceso

Inspeccione las normas de higiene personal ympieza de equipos, utensilios, instalaciones y áreas de trabajo para evitar contaminaciones durante cada actividad de proceso.

Debe tener lista de chequeo del proceso y una vez diligenciada, y guardela en la carpeta de evidencias.

UTENSILIO, EQUIPO ELEMENTO DE PROTECCION	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES

Actividad No. 3.3.18 Empacando los productos

Seleccione diferentes tipos de empaques para los productos con base en las aclaraciones sobre empaques, almacenamiento por parte del instructor.

Seleccione y Empaque los productos elaborados y llévelos a almacenamiento.

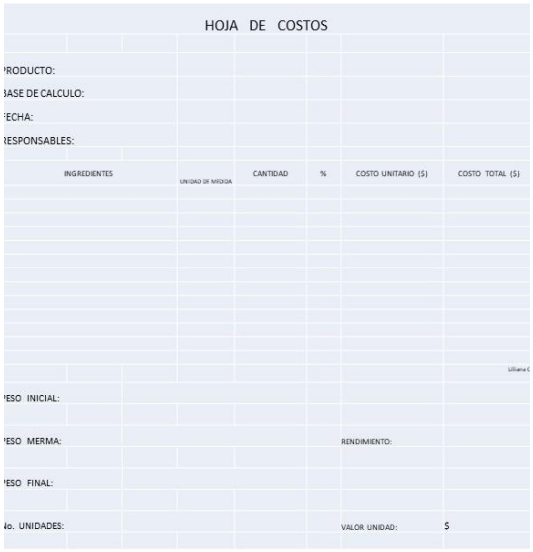
Una vez terminada la actividad, ésta será revisada por el instructor.

Actividad No. 3.3.19 Costeando los procesos

Aprendiz, durante cada producción usted debe diligenciar los formatos, entregados o enviados por el instructor.

- ✓ Hoja de Costo
- ✓ Hoja Costo de producción

Una vez diligenciado, tome fotografía envíela al grupo de WhastApp, guarde su registro en la carpeta de evidencias, le servirá para la elaboración del proyecto de la unidad productiva y determinar el precio de venta del producto procesado.

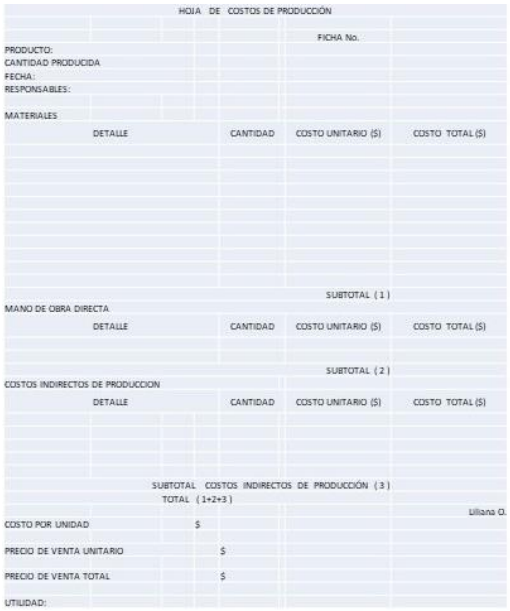


HOJA DE COSTOS

RODUCTO:
ASE DE CALCULO:
ECHA:
ESPONSABLES:

INGREDIENTES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%	COSTO UNITARIO ($)	COSTO TOTAL ($)

ESO INICIAL:
ESO MERMA: RENDIMIENTO:
ESO FINAL:
o. UNIDADES: VALOR UNIDAD: $



HOJA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

FICHA No.

PRODUCTO:
CANTIDAD PRODUCIDA
FECHA:
RESPONSABLES:

MATERIALES

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO ($)	COSTO TOTAL ($)

SUBTOTAL (1)

MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO ($)	COSTO TOTAL ($)

SUBTOTAL (2)

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO ($)	COSTO TOTAL ($)

SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN (3)
TOTAL (1+2+3)

Liliana O.

COSTO POR UNIDAD $
PRECIO DE VENTA UNITARIO $
PRECIO DE VENTA TOTAL $
UTILIDAD:

Actividad No. 3.3.20 Elaborando los productos

Aprendiz, para cada jornada de producción, donde se elaboran distintos productos, de acuerdo con la producción establecida por el grupo, tenga en cuenta ejecutar las actividades de la guía de aprendizaje, desde el ítem 3.3.15 hasta el 3.3.20.

Actividad 3.3.20.1. Retroalimentemos sobre elaboración de Productos

Aprendiz las actividades aquí relacionadas serán resueltas aleatoriamente durante las jornadas de producción, en los tiempos de espera de los procesos, donde no estemos involucrados, es decir, tiempos de cocción y/o refrigeración.

3.3.21 PROSPECCIÓN DE CLIENTES

Amigo aprendiz, analiza estos cuestionamientos

- **¿EL VENDEDOR NACE O SE HACE?**
- **¿VENDER ES FÁCIL O DIFÍCIL?**

Cuando inicias las ventas de la Unidad Productiva debes conocer las características, ventajas y beneficios de los productos o servicios que se comercializan, y cuando combinamos ese conocimiento con nuestras habilidades personales, la preparación y disciplina los resultados serán sorprendentes.

La confianza de los aprendices es importante para que puedan darse la oportunidad de probar, experimentar y equivocarse en el proceso de ventas, pero deben practicar y hacer clínicas de ventas dentro de la Unidad Productiva, afuera en el mercado no se puede equivocar en la venta, ¡NO!. Amigo Aprendiz

RECORDEMOS:

NO HAY UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD
PARA CAUSAR UN PRIMERA
BUENA IMPRESIÓN ANTE UN CLIENTE.

POR ESO,

LA PROSPECCIÓN ES "LA CLAVE DEL ÉXITO" /
LA PROSPECCIÓN ES LA GASOLINA DE LAS VENTAS

¿QUÉ ES PROSPECTAR?

Es arte de buscar, identificar y contactar clientes calificados; determinar quiénes son y confirmar que tienen una necesidad y un interés inicial por nuestros Productos o Servicios. Hacer una prospección de clientes suena algo extraño, pero en realidad se trata de algo tan simple como ***"BUSCAR CLIENTES POTENCIALES DE UNA FORMA INTELIGENTE".*** Se trata de una actividad necesaria para los vendedores, ya que necesitan reemplazar los clientes que no vuelven, y encontrar clientes nuevos para mantener su emprendimiento. En el momento que ya tenemos un listado importante de posibles clientes se debe priorizar a quienes debe visitar primero.

"… ALGUIEN DIJO ALGUNA VEZ QUE PARA ENCONTRAR UN PRÍNCIPE AZUL HAY QUE BESAR MUCHOS SAPOS …" – EN EL MUNDO COMERCIAL SE DICE QUE "POR 10 PROSPECTOS VISITADOS / 1 CLIENTE HACE LA COMPRA DE LOS PRODUCTOS"

HERRAMIENTAS PARA PROSPECTAR CLIENTES

1. Primero debemos conocer claramente el segmento y perfil de los clientes, conocer los hábitos, preferencias y gustos de consumo
2. Tenemos a disposición herramientas como los contactos del celular, WhatsApp Bussines / redes sociales / Instagram / Perfil o Pagina de Facebook / Marketplace / E-commerce
3. Listados de empresas de cámaras de comercial, agremiaciones, ferias agroindustriales
4. Estrategias de clientes referidos

Con estos datos puedes hacer tu lista de clientes – prospectos de alto potencial y empezar a vender….

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información sobre como prospectar clientes para la venta de los **PRODUCTOS Y SERVICIOS,** te propongo:

1. En tu cuaderno de notas escribe un listado de los potenciales prospectos de clientes que vas a visitar como familia / amigos / conocidos y también de los prospectos empresariales en tu municipio y así iniciar las ventas.
2. En tu cuaderno escribe la cantidad de prospectos que identificaste

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

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Actividad 3.4.1. Innovando Ando

Aprendiz, seleccione dos compañeros con quienes debe elaborar un producto con un componente innovador.

Debe presentar el producto, exponiendo su composición, formulación y diagrama de flujo. Presente por escrito al instructor.

Se acordara un día para la exposición de los productos innovadores donde tendremos la oportunidad de tener un jurado calificador y escoger los productos ganadores, teniendo encuenta los siguientes criterios a evaluar.

- Componente innovador
- Presentación
- Sabor del producto
- Textura del producto

3,5 AMBIENTE REQUERIDO

Cocina. Computador (opcional), móvil celular, servicio de internet.

3.6 MATERIALES

Computador (opcional), Radio, móvil celular, servicio de internet, cuaderno, lápiz, bolígrafo.

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 Desempeño Elaboracion de producto de la unidad productiva. **Evidencias de Producto:** **Producto terminado de la unidad productiva.**	*Elabora prototipo de acuerdo con segmento de mercado y técnicas de prototipado. *Ajusta prototipo de acuerdo con técnicas de validación. *Aplica normas de higiene personal garantizando la inocuidad de los productos terminados. *Higieniza las instalaciones, maquinaria, equipos y herramientas según protocolos Establecidos. *Comprueba la aplicación de las buenas prácticas de manufactura en alistamiento de acuerdo con normativa. *Aplica protocolos para el recibo de leche e insumos de acuerdo con normativa. *Emplea técnicas de almacenamiento de materia prima e insumos según normativa y Procedimiento. *Alista materias primas e insumos requeridos en los procesos de elaboración de quesos Según producto a fabricar y ficha técnica, *Maneja maquinaria, equipos y herramientas para elaboración de quesos de acuerdo con Protocolos y normativa de seguridad en el trabajo. *Aplica técnicas de elaboración quesos frescos acorde con ficha técnica y procedimientos *Empaca quesos de acuerdo con especificaciones técnicas requeridas *Verifica que el producto cumpla con parámetros establecidos en la ficha técnica *Maneja residuos generados en el proceso según protocolos. *Diligencia registros de proceso según procedimiento. *Costea proceso productivo según procedimiento. *Describe tipos de defectos en quesos según criterios técnicos. *Diligencia reportes de no conformidades, de acuerdo con protocolos. *Emplea las buenas prácticas de manufactura en la fabricación y transporte de quesos Frescos a normativa *Dispone residuos teniendo en cuenta el procedimiento establecido y el manejo medio Ambiental.	Técnica: Observación Directa Instrumento: Lista de chequeo de desempeño Técnica: Observación Directa Instrumento: Lista de chequeo de Producto

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

BPM: Las Buenas Prácticas de Manufactura - BPM son una herramienta de gran importancia para la obtención de productos seguros para el consumo humano. La implementación de las BPM apunta a asegurar la inocuidad y la salubridad de alimentos.

ETAS: Se denominan ETA a las enfermedades que se originan por la ingestión de alimentos infectados con agentes contaminantes en cantidades suficientes como para afectar la salud del consumidor. Sean sólidos, naturales, preparado o bebidas como el agua, los alimentos pueden originar dolencias provocadas por patógenos, como ser: bacterias, virus, hongos, parásitos o componentes químicos que se encuentran en su composición. Pueden manifestarse a través de: Infecciones, intoxicaciones o Toxi-Infecciones

HACCP: El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés) es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, de forma lógica y objetiva. En él se identifican, evalúan y previenen todos los riesgos de contaminación de los productos a nivel físico, químico y biológico a lo largo de todos los procesos de la cadena de suministro, estableciendo medidas preventivas y correctivas para su control tendentes a asegurar la inocuidad.

Mise en place: (pronunciación francesa: [mi zɑ̃ ˈplas], 'puesto en el lugar', literalmente, o poner en su lugar o colocación), se emplea en gastronomía para definir el conjunto de tareas de organizar y ordenar los ingredientes (ej.

Producción: Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Decreto 3075 de 1997. RESOLUCIÓN NÚMERO 2674 de 2013. Reglamento 852/2004.

BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA IICA. http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A5294e/A5294e.pdf

ICONTEC, Norma Técnica Colombiana 2455. Desinfectantes, limpiadores líquidos, desinfectantes para uso doméstico. Tercera actualización. Leveau, J. y Bouix, M. 2002. Manual técnico de Higiene, Limpieza y Desinfección. Primera edición. AMV ediciones. Madrid, España Pg. 8-115 Lezcano, E. 2005. Dulcesificación y productos de confitería. Guía de aplicación de buenas prácticas de manufactura. Pág. 15

WEBGRAFIA

http://www.ina.ac.cr/curso_manipulacion_alimentos/documentos%20manipulacion/capitulo%207.pdf

file:///C:/Users/TOSHIBA/Documents/SENA%202019/MATERIAL%20DE%20APOYO%20DULCESADERIA/GUIA%20METODOLÓGICA%20PARA%20LA%20ELABC. Pdf.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	LILIANA OCAMPO YEPES	INSTRUCTOR TECNICO.	PROGRAMA SER	Abril de 2024

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					