PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 1 DE APRENDIZAJE

1.IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDOR EN PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS PANIFICABLES
- **Código del Programa de Formación**: 96151520
- **Nombre del Proyecto :** PROCESOS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA Y PASTELERIA CON EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD VIGENTE EN LOS MUNICIPIOS
- DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA
- **Fase del Proyecto**: Análisis
- **Actividad de Proyecto**: EVALUAR COMPORTAMIENTOS DE COMPRA Y VENTA APARTIR DE LA
- OFERTA Y DEMANDA TENIENDO ENCUENTA EL PRODUCTO O SERVICIO. COMPRA Y VENTA APARTIR DE LA OFERTA Y DEMANDA TENIENDO ENCUENTA EL PRODUCTO O SERVICIO.
- **Competencia**: PROGRAMAR PROYECTOS SEGÚN ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y MÉTODOS DE PLANEACIÓN

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar**: Utilizar estrategias para apoyar la presentación de los producto o servicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según protocolo establecido por la empresa
- **Duración de la Guía**: 16 horas

2. PRESENTACIÓN

https://www.youtube.com/watch?v=NMmAj1EKdVo Te invito a ver el siguiente Video sobre como lavarnos las manos para cuidarnos y evitar el coronavirus .

- Todo emprendedor necesita un objetivo claro hacia dónde dirigirse. Alcanzar esa meta debe convertirse en la principal motivación para trazar una ruta que te lleve al éxito. Con el inicio de un nuevo año y la finalización de otro, es un momento oportuno para hacer un balance y revisar los triunfos y fracasos.
  Según el psicólogo americano David McClelland, **el principal motor de la motivación de los emprendedores es el logro**. Tal afirmación no es nueva, ya que se ha manejado desde la década de los años 60, de acuerdo con las investigaciones realizadas por los especialistas.
  El tener una idea para emprender es el paso primordial para continuar en el camino de los negocios, y el poder desarrollar dicha idea, nos lleva a sentir que podemos seguir a delante con el objetivo planteado, motivándonos para ver la creación de nuestro producto o servicio que se desea, logrando cubrir las expectativas de nuestras necesidades primordiales, así mismo nos vamos exigiendo para sentirnos autorrealizados, llevándonos más allá de uno mismo. La iniciativa y la decisión son principios básicos que nos llevan a destacarnos para alcanzar las metas establecidas. Y luego poder transmitir al grupo de trabajo al que estamos liderando.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXION:

- Quiero invitarlos a que socialicemos las siguientes preguntas con su grupo de trabajo:
- ¿Realice un dibujo en una hoja de cuaderno en donde se entienda claramente que es Emprendimiento?
- ¿Qué actividad pondría en práctica para colocar en marcha su emprendimiento en su región?

- **Ambiente Requerido**: Su casa
- **Recursos**: Computador e internet
- **Tiempo estimado**: 2 Hora

3.2. ACTIVIIDAD DE CONTEXTUALIZACION

Emprendimiento: En el siguiente link https://www.youtube.com/watch?v=FQbwoyiVmZg….encontrará un video donde les explicare sobre los temas a tratar en esta semana ,en donde explicaré los siguientes conceptos :

- Definición y explicación sobre que es el emprendimiento:
  Es aquella actitud y aptitud de las personas que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado



- Explicación (instructor)sobre la Importancia del emprendimiento en el ámbito rural:
  El gobierno ha enfatizado en la importancia de combinar tecnología, talento y cultura como pilares para el crecimiento económico y la transformación social. Por lo tanto, podemos decir que el emprendimiento rural, se está considerado como un vehículo crucial en el desarrollo de las regiones, como un elemento dinámico generador de empleo y riqueza, además de regeneración de la actividad económica en las regiones

- Exposición (Instructor) sobre las Características de un emprendedor:
  Apasionado
  Creativos
  Perseverantes y resilientes
  Ven oportunidades
  Confianza en sí mismo
  Sabe tomar decisiones y sabe correr riesgos y afrontarlos
  Aprendizaje constante
  Tiene que tener dotes comerciales
  Son valientes
  Trabajo en equipo

Actividad entregable: A continuación, quiero invitarlos nuevamente a que se reúnan virtualmente (WhatsApp) en grupos de a tres (3) personas, en donde deber realizar las siguientes actividades:

De acuerdo con el video enviado, con sus propias palabras y en grupo resuelvan las siguientes preguntas:

1- De acuerdo con el video enviado, con sus propias palabras y en grupo, mencione 5 características de un emprendedor exitoso, explicando claramente.

2- Después de que cada uno realizado su dibujo en el cuaderno sobre emprendimiento, socialicen y definan con sus propias palabras que entiende por emprendimiento

3- Analice ¿porque no todos logran lo que sueñan?

4- Realice un comparativo entre emprendimiento y emprendedor

- **Ambiente Requerido**: Virtual
- **Materiales**: Computador, celular, internet
- **Tempo estimado: 14 horas**

Recuerden que este trabajo lo deben enviar a mi correo amparohinisena.edu.co o al whatsapp 3214907002

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento:	**DEFINE EL PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER, DE ACUERDO CON LA SITUACIÓN DEL ENTORNO**	**Lista de chequeo**
Evidencias de Desempeño	**IDENTIFICA LA REALIDAD ECONÓMICA Y LABORAL DE SU SECTOR**	**Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	**ELABORA COMPARATIVO ENTRE EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR, IDENTIFICANDO CARACTERÍSTICAS Y CUALIDADES**	**Lista de chequeo**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Oportunidad: Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.

Emprendedor: Un emprendedor es aquella persona que es capaz de identificar una oportunidad y organizar los recursos necesarios para aprovecharla

Exitoso: Resultado feliz de un negocio, actuación, etc. Ejemplo ser coronado por un éxito.

Status: La palabra status es latina, y significa estado o posición social.

REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://www.coursehero.com/file/p27ipbd/es-aquella-actitud-y-aptitud-de-la-persona-que-le-permite-emprender-nuevos/

https://www.gestion.org/que-es-un-emprendedor/

https://nanopdf.com/download/tfg-g-773pdf_pdf

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)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**22/03/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 1 DE APRENDIZAJE

1.IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDOR EN PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS DE CONFITERIA Y DULCERIA ARTESANAL
- **Código del Programa de Formación**: 96151517
- **Nombre del Proyecto**: PRODUCCION DE CONFITERIA Y DULCERIA ARTESANAL EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA
- **Fase del Proyecto**: Análisis
- **Actividad de Proyecto**: IDENTIFICAR LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERIA Y DULCERIA DE LA ZONA..
- **Competencia**: Programar proyectos según especificaciones técnicas y métodos planeación.
- **Resultados de Aprendizaje**: identificar el problema a solucionar de acuerdo con información técnica recolectada, necesidades del sector productivo y entorno y utilizando herramientas de planeación

- **Duración de la Guía**: 20 horas

2. PRESENTACIÓN

https://www.youtube.com/watch?v=NMmAj1EKdVo Te invito a ver el siguiente Video sobre como lavarnos las manos para cuidarnos y evitar el coronavirus .

- Todo emprendedor necesita un objetivo claro hacia dónde dirigirse. Alcanzar esa meta debe convertirse en la principal motivación para trazar una ruta que te lleve al éxito. Con el inicio de un nuevo año y la finalización de otro, es un momento oportuno para hacer un balance y revisar los triunfos y fracasos.
  Según el psicólogo americano David McClelland, **el principal motor de la motivación de los emprendedores es el logro**. Tal afirmación no es nueva, ya que se ha manejado desde la década de los años 60, de acuerdo con las investigaciones realizadas por los especialistas.
  El tener una idea para emprender es el paso primordial para continuar en el camino de los negocios, y el poder desarrollar dicha idea, nos lleva a sentir que podemos seguir a delante con el objetivo planteado, motivándonos para ver la creación de nuestro producto o servicio que se desea, logrando cubrir las expectativas de nuestras necesidades primordiales, así mismo nos vamos exigiendo para sentirnos autorrealizados, llevándonos más allá de uno mismo. La iniciativa y la decisión son principios básicos que nos llevan a destacarnos para alcanzar las metas establecidas. Y luego poder transmitir al grupo de trabajo al que estamos liderando.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXION:

- Quiero invitarlos a que socialicemos las siguientes preguntas con su grupo de trabajo:
- ¿Realice un dibujo en una hoja de cuaderno en donde se entienda claramente que es Emprendimiento?
- ¿Qué actividad pondría en práctica para colocar en marcha su emprendimiento en su región?

- **Ambiente Requerido**: Su casa
- **Recursos**: Computador e internet
- **Tiempo estimado**: 2 Hora

3.2. ACTIVIIDAD DE CONTEXTUALIZACION

Emprendimiento: En el siguiente link https://www.youtube.com/watch?v=FQbwoyiVmZg…(el que se publicó en el whatsapp) encontrará un video donde les explicare sobre los temas a tratar en esta semana ,en donde explicaré los siguientes conceptos :

- Definición y explicación sobre que es el emprendimiento:
  Es aquella actitud y aptitud de las personas que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado



- Explicación (instructor)sobre la Importancia del emprendimiento en el ámbito rural:
  El gobierno ha enfatizado en la importancia de combinar tecnología, talento y cultura como pilares para el crecimiento económico y la transformación social. Por lo tanto, podemos decir que el emprendimiento rural, se está considerado como un vehículo crucial en el desarrollo de las regiones, como un elemento dinámico generador de empleo y riqueza, además de regeneración de la actividad económica en las regiones

- Exposición (Instructor) sobre las Características de un emprendedor:
  Apasionado
  Creativos
  Perseverantes y resilientes
  Ven oportunidades
  Confianza en sí mismo
  Sabe tomar decisiones y sabe correr riesgos y afrontarlos
  Aprendizaje constante
  Tiene que tener dotes comerciales
  Son valientes
  Trabajo en equipo

Actividad entregable: A continuación, quiero invitarlos nuevamente a que se reúnan virtualmente (WhatsApp) en grupos de a tres (3) personas, en donde deber realizar las siguientes actividades:

De acuerdo con el video enviado, con sus propias palabras y en grupo resuelvan las siguientes preguntas:

1- De acuerdo con el video enviado, con sus propias palabras y en grupo, mencione 5 características de un emprendedor exitoso, explicando claramente.

2- Después de que cada uno realizado su dibujo en el cuaderno sobre emprendimiento, socialicen y definan con sus propias palabras que entiende por emprendimiento

3- Analice ¿porque no todos logran lo que sueñan?

4- Realice un comparativo entre emprendimiento y emprendedor

- **Ambiente Requerido**: Virtual
- **Materiales**: Computador, celular, internet
- **Tempo estimado: 14 horas**

Recuerden que este trabajo lo deben enviar a mi correo amparohinisena.edu.co o al whatsapp 3214907002

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento:	**DEFINE EL PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER, DE ACUERDO CON LA SITUACIÓN DEL ENTORNO**	**Lista de chequeo**
Evidencias de Desempeño	**IDENTIFICA LA REALIDAD ECONÓMICA Y LABORAL DE SU SECTOR**	**Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	**ELABORA COMPARATIVO ENTRE EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR, IDENTIFICANDO CARACTERÍSTICAS Y CUALIDADES**	**Lista de chequeo**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Oportunidad: Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.

Emprendedor: Un emprendedor es aquella persona que es capaz de identificar una oportunidad y organizar los recursos necesarios para aprovecharla

Exitoso: Resultado feliz de un negocio, actuación, etc. Ejemplo ser coronado por un éxito.

Status: La palabra status es latina, y significa estado o posición social.

REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://www.coursehero.com/file/p27ipbd/es-aquella-actitud-y-aptitud-de-la-persona-que-le-permite-emprender-nuevos/

https://www.gestion.org/que-es-un-emprendedor/

https://nanopdf.com/download/tfg-g-773pdf_pdf

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)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**10/07/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 1 DE APRENDIZAJE

1.IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE ACCESORIOS ARTESANALES CON RECURSOS NATURALES DE LA REGION
- **Código del Programa de Formación**: 52442194
- **Nombre del Proyecto**: ELABORACION DE PRODUCTOS ARTESANALES
- **Fase del Proyecto**: Análisis
- **Actividad de Proyecto**: Organizar una investigación de mercado analizando el entorno e identificando las necesidades en el área de influencia del proyecto
- **Competencia**: ELABORAR PRESUPUESTOS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y GUÍA

Resultados de Aprendizaje Alcanzar: **01**proponer ideas innovadoras en el contexto del emprendimiento según oportunidades de la región y el sector

- **Duración de la Guía**: 16 horas

2. PRESENTACIÓN

https://www.youtube.com/watch?v=NMmAj1EKdVo Te invito a ver el siguiente Video sobre como lavarnos las manos para cuidarnos y evitar el coronavirus .

- Todo emprendedor necesita un objetivo claro hacia dónde dirigirse. Alcanzar esa meta debe convertirse en la principal motivación para trazar una ruta que te lleve al éxito. Con el inicio de un nuevo año y la finalización de otro, es un momento oportuno para hacer un balance y revisar los triunfos y fracasos.
  Según el psicólogo americano David McClelland, **el principal motor de la motivación de los emprendedores es el logro**. Tal afirmación no es nueva, ya que se ha manejado desde la década de los años 60, de acuerdo con las investigaciones realizadas por los especialistas.
  El tener una idea para emprender es el paso primordial para continuar en el camino de los negocios, y el poder desarrollar dicha idea, nos lleva a sentir que podemos seguir a delante con el objetivo planteado, motivándonos para ver la creación de nuestro producto o servicio que se desea, logrando cubrir las expectativas de nuestras necesidades primordiales, así mismo nos vamos exigiendo para sentirnos autorrealizados, llevándonos más allá de uno mismo. La iniciativa y la decisión son principios básicos que nos llevan a destacarnos para alcanzar las metas establecidas. Y luego poder transmitir al grupo de trabajo al que estamos liderando.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXION:

- Quiero invitarlos a que socialicemos las siguientes preguntas con su grupo de trabajo:
- ¿Realice un dibujo en una hoja de cuaderno en donde se entienda claramente que es Emprendimiento?
- ¿Qué actividad pondría en práctica para colocar en marcha su emprendimiento en su región?

- **Ambiente Requerido**: Su casa
- **Recursos**: Computador e internet
- **Tiempo estimado**: 2 Hora

3.2. ACTIVIIDAD DE CONTEXTUALIZACION

Emprendimiento: En el siguiente link https://www.youtube.com/watch?v=FQbwoyiVmZg….encontrará un video donde les explicare sobre los temas a tratar en esta semana ,en donde explicaré los siguientes conceptos :

- Definición y explicación sobre que es el emprendimiento:
  Es aquella actitud y aptitud de las personas que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado



- Explicación (instructor)sobre la Importancia del emprendimiento en el ámbito rural:
  El gobierno ha enfatizado en la importancia de combinar tecnología, talento y cultura como pilares para el crecimiento económico y la transformación social. Por lo tanto, podemos decir que el emprendimiento rural, se está considerado como un vehículo crucial en el desarrollo de las regiones, como un elemento dinámico generador de empleo y riqueza, además de regeneración de la actividad económica en las regiones

- Exposición (Instructor) sobre las Características de un emprendedor:
  Apasionado
  Creativos
  Perseverantes y resilientes
  Ven oportunidades
  Confianza en sí mismo
  Sabe tomar decisiones y sabe correr riesgos y afrontarlos
  Aprendizaje constante
  Debe tener dotes comerciales
  Son valientes
  Trabajo en equipo

Actividad entregable: A continuación, quiero invitarlos nuevamente a que se reúnan virtualmente (WhatsApp) en grupos de a tres (3) personas, en donde deber realizar las siguientes actividades:

De acuerdo con el video enviado, con sus propias palabras y en grupo resuelvan las siguientes preguntas:

1- De acuerdo con el video enviado, con sus propias palabras y en grupo, mencione 5 características de un emprendedor exitoso, explicando claramente.

2- Después de que cada uno realizado su dibujo en el cuaderno sobre emprendimiento, socialicen y definan con sus propias palabras que entiende por emprendimiento

3- Analice ¿porque no todos logran lo que sueñan?

4- Realice un comparativo entre emprendimiento y emprendedor

- **Ambiente Requerido**: Virtual
- **Materiales**: Computador, celular, internet
- **Tempo estimado: 14 horas**

Recuerden que este trabajo lo deben enviar a mi correo amparohinisena.edu.co o al whatsapp 3214907002

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento:	**DEFINE EL PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER, DE ACUERDO CON LA SITUACIÓN DEL ENTORNO**	**Lista de chequeo**
Evidencias de Desempeño	**IDENTIFICA LA REALIDAD ECONÓMICA Y LABORAL DE SU SECTOR**	**Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	**ELABORA COMPARATIVO ENTRE EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR, IDENTIFICANDO CARACTERÍSTICAS Y CUALIDADES**	**Lista de chequeo**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Oportunidad: Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.

Emprendedor: Un emprendedor es aquella persona que es capaz de identificar una oportunidad y organizar los recursos necesarios para aprovecharla

Exitoso: Resultado feliz de un negocio, actuación, etc. Ejemplo ser coronado por un éxito.

Status: La palabra status es latina, y significa estado o posición social.

REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://www.coursehero.com/file/p27ipbd/es-aquella-actitud-y-aptitud-de-la-persona-que-le-permite-emprender-nuevos/

https://www.gestion.org/que-es-un-emprendedor/

https://nanopdf.com/download/tfg-g-773pdf_pdf

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)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**22/03/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 1 DE APRENDIZAJE

1.IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDORES EN RECORRIDOS DE AGROECOTURISMO
- **Código del Programa de Formación** 63410444
- **Nombre del Proyecto**: ELABORACION DE PRODUCTOS ARTESANALES
- **Fase del Proyecto**: Análisis
- **Actividad de Proyecto**: Organizar una investigación de mercado analizando el entorno e identificando las necesidades en el área de influencia del proyecto

Competencia: CONTROLAR EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS.

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar**: EVALUAR IDEAS DE PROYECTOS EMPRESARIALES RURALES SEGÚN TÉCNICA ESTABLECIDA

Duración de la Guía: 16 horas

2. PRESENTACIÓN

https://www.youtube.com/watch?v=NMmAj1EKdVo Te invito a ver el siguiente Video sobre como lavarnos las manos para cuidarnos y evitar el coronavirus .

- Todo emprendedor necesita un objetivo claro hacia dónde dirigirse. Alcanzar esa meta debe convertirse en la principal motivación para trazar una ruta que te lleve al éxito. Con el inicio de un nuevo año y la finalización de otro, es un momento oportuno para hacer un balance y revisar los triunfos y fracasos.
  Según el psicólogo americano David McClelland, **el principal motor de la motivación de los emprendedores es el logro**. Tal afirmación no es nueva, ya que se ha manejado desde la década de los años 60, de acuerdo con las investigaciones realizadas por los especialistas.
  El tener una idea para emprender es el paso primordial para continuar en el camino de los negocios, y el poder desarrollar dicha idea, nos lleva a sentir que podemos seguir a delante con el objetivo planteado, motivándonos para ver la creación de nuestro producto o servicio que se desea, logrando cubrir las expectativas de nuestras necesidades primordiales, así mismo nos vamos exigiendo para sentirnos autorrealizados, llevándonos más allá de uno mismo. La iniciativa y la decisión son principios básicos que nos llevan a destacarnos para alcanzar las metas establecidas. Y luego poder transmitir al grupo de trabajo al que estamos liderando.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXION:

- Quiero invitarlos a que socialicemos las siguientes preguntas con su grupo de trabajo:
- ¿Realice un dibujo en una hoja de cuaderno en donde se entienda claramente que es Emprendimiento?
- ¿Qué actividad pondría en práctica para colocar en marcha su emprendimiento en su región?

- **Ambiente Requerido**: Su casa
- **Recursos**: Computador e internet
- **Tiempo estimado**: 2 Hora

3.2. ACTIVIIDAD DE CONTEXTUALIZACION

Emprendimiento: En el siguiente link https://www.youtube.com/watch?v=FQbwoyiVmZg….encontrará un video donde les explicare sobre los temas a tratar en esta semana ,en donde explicaré los siguientes conceptos :

- Definición y explicación sobre que es el emprendimiento:
  Es aquella actitud y aptitud de las personas que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado



- Explicación (instructor)sobre la Importancia del emprendimiento en el ámbito rural:
  El gobierno ha enfatizado en la importancia de combinar tecnología, talento y cultura como pilares para el crecimiento económico y la transformación social. Por lo tanto, podemos decir que el emprendimiento rural, se está considerado como un vehículo crucial en el desarrollo de las regiones, como un elemento dinámico generador de empleo y riqueza, además de regeneración de la actividad económica en las regiones

- Exposición (Instructor) sobre las Características de un emprendedor:
  Apasionado
  Creativos
  Perseverantes y resilientes
  Ven oportunidades
  Confianza en sí mismo
  Sabe tomar decisiones y sabe correr riesgos y afrontarlos
  Aprendizaje constante
  Debe tener dotes comerciales
  Son valientes
  Trabajo en equipo

Actividad entregable: A continuación, quiero invitarlos nuevamente a que se reúnan virtualmente (WhatsApp) en grupos de a tres (3) personas, en donde deber realizar las siguientes actividades:

De acuerdo con el video enviado, con sus propias palabras y en grupo resuelvan las siguientes preguntas:

1- De acuerdo con el video enviado, con sus propias palabras y en grupo, mencione 5 características de un emprendedor exitoso, explicando claramente.

2- Después de que cada uno realizado su dibujo en el cuaderno sobre emprendimiento, socialicen y definan con sus propias palabras que entiende por emprendimiento

3- Analice ¿porque no todos logran lo que sueñan?

4- Realice un comparativo entre emprendimiento y emprendedor

- **Ambiente Requerido**: Virtual
- **Materiales**: Computador, celular, internet
- **Tempo estimado: 14 horas**

Recuerden que este trabajo lo deben enviar a mi correo amparohinisena.edu.co o al whatsapp 3214907002

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento:	**DEFINE EL PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER, DE ACUERDO CON LA SITUACIÓN DEL ENTORNO**	**Lista de chequeo**
Evidencias de Desempeño	**IDENTIFICA LA REALIDAD ECONÓMICA Y LABORAL DE SU SECTOR**	**Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	**ELABORA COMPARATIVO ENTRE EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR, IDENTIFICANDO CARACTERÍSTICAS Y CUALIDADES**	**Lista de chequeo**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Oportunidad: Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.

Emprendedor: Un emprendedor es aquella persona que es capaz de identificar una oportunidad y organizar los recursos necesarios para aprovecharla

Exitoso: Resultado feliz de un negocio, actuación, etc. Ejemplo ser coronado por un éxito.

Status: La palabra status es latina, y significa estado o posición social.

REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://www.coursehero.com/file/p27ipbd/es-aquella-actitud-y-aptitud-de-la-persona-que-le-permite-emprender-nuevos/

https://www.gestion.org/que-es-un-emprendedor/

https://nanopdf.com/download/tfg-g-773pdf_pdf

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)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**22/03/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 2 DE APRENDIZAJE

1.IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDOR EN PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS PANIFICABLES
- **Código del Programa de Formación**: 96151520
- **Nombre del Proyecto:** PROCESOS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA Y PASTELERIA CON EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD VIGENTE EN LOS MUNICIPIOS
- DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA
- **Fase del Proyecto**: Análisis
- **Actividad de Proyecto**: EVALUAR COMPORTAMIENTOS DE COMPRA Y VENTA APARTIR DE LA
- OFERTA Y DEMANDA TENIENDO ENCUENTA EL PRODUCTO O SERVICIO. COMPRA Y VENTA APARTIR DE LA OFERTA Y DEMANDA TENIENDO ENCUENTA EL PRODUCTO O SERVICIO.
- **Competencia: ELABORAR PRESUPUESTOS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y GUÍA**

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

Determinar las actividades a desarrollar en la formulación del proyecto según idea seleccionada y herramientas de planeación

- Duración de la Guía: 20 horas



1. PRESENTACIÓN

Aprendiz, recuerde el programa de formación EMPRENDEDOR EN PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS PANIFICABLES , se crea para desarrollar en el aprendiz competencias y conocimientos técnicos requeridos para la elaboración de productos de esta índole y brindar así una mayor competitividad de los emprendedores en el sector. Además, recordemos que el trabajo en grupo nos hace mas fuertes es una de las formas mas efectivas para que nuestro sueño colectivo se cumpla y así la región salga adelante con el apoyo de cada uno de ustedes, razón por la que es importante crear la unidad productiva de todo el grupo



sin descuidar que cada grupo pequeño de dos , tres, cuatro o cinco , aprendices , empiecen a realizar los taller que enviamos grupalmente , recordemos que el trabajo en grupos pequeños es para fortalecer el grupo en general o sea la unidad productiva del curso .

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

1. **MODULO EMPRENDIMIENTO**
   a. **Objetivos:** concientizar a los aprendices de su nuevo rol de emprendedores y sentar las bases de su empresa
   b. **Duración del módulo**: 20 Horas
   c. **Temas incluidos en el módulo**:
      I. **Definición de marca, eslogan y logotipo**

La marca:



La marca en el diseño gráfico, que es lo que nos importa aquí, podríamos definirla como “el conjunto de elementos gráficos (logotipo,imagotipo,isotipo, etc.) de una empresa, institución o producto“
También podríamos decir que marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de estos que se le asigna a un producto (o servicio) con el fin de identificarlo y distinguirlo de los demás productos que existen en el mercado.
La marca es un componente tan importante para un producto, que hoy en día prácticamente no existe un producto que no cuente con una marca, ni un consumidor que no preste atención a la marca al momento de decidir la compra de un producto.

Una marca nos permite que los consumidores puedan identificar nuestro producto y distinguirlo de los demás productos que existen en el mercado, transmitirles nuestra identidad, hacerles notar la calidad de nuestro producto, y persuadirlos de que lo compre

El eslogan:

Un eslogan (también conocido como eslogan publicitario o lema publicitario) es una frase corta y concisa que se utiliza con el fin de reforzar la publicidad de una marca o producto, incentivando su compra o uso, ayudando a diferenciarla de las demás marcas o productos de la competencia, y buscando su posicionamiento en la mente del consumidor.
Generalmente, un eslogan incluye uno o más atributos o beneficios de la marca o producto con el fin de resaltarlos y relacionarlos o asociarlos con la marca o producto en la mente del consumidor y así, por ejemplo, cuando el consumidor busque dichos atributos o beneficios para el tipo de producto, piense en la marca o producto, y decida comprarlo.
Un eslogan generalmente incluye atributos o beneficios de la marca o producto; sin embargo, también existen eslóganes que transmiten la idea, el concepto o el estilo de la empresa, reflejan la esencia o la personalidad de la marca, o destacan una cualidad, virtud o característica diferenciadora del producto.
Las empresas suelen incluir sus eslóganes en sus logotipos, en sus medios publicitarios tales como carteles, afiches y folletos, y en sus anuncios en radio y televisión, con el fin de que los consumidores los lean o escuchen varias veces, y así puedan impactar y quedar grabados en sus mentes.
Asimismo, a diferencia de lo que sucede con el nombre de una marca o el logotipo, las empresas suelen modificar o cambiar sus eslóganes cada cierto tiempo con el fin de resaltar nuevos atributos o beneficios; y, en algunos casos, utilizan más de un eslogan para diferentes mercados. o
“Un eslogan tiene como principal objetivo impactar en los consumidores y quedarse grabado en sus mentes”
Nike: «Just do it» (Solo hazlo).
Adidas: «Impossible is nothing» (Nada es imposible).
Reebok: «I am what I am» (Soy lo que soy).
McDonald’s: «I’m lovin’ it» (Me encanta).
Burger King: «Have it your way» (Hecho a tu manera).
KFC: «Para chuparse los dedos».
Subway: «Eat Fresh» (Come fresco).

El logotipo:



Un logotipo (también conocido como logo) es un diseño gráfico conformado generalmente por letras, símbolos y/o signos, que tiene como finalidad representar e identificar una marca o empresa, así como distinguirla de las demás marcas o empresas competidoras.
Básicamente, existen tres clases de logotipos:
1-Aquellos que representan el nombre de una marca y que están conformados por letras (por ejemplo, el logotipo de Google o el de IBM).

2-Aquellos que representan el símbolo de una marca y que están conformados por símbolos o íconos (por ejemplo, el logotipo de Nike).
3-Aquellos que representan tanto el nombre como el símbolo de una marca (por ejemplo, el logotipo de Adidas, que está conformado por la palabra Adidas y por un símbolo de tres barras).
Además de representar y permitir identificar una marca o empresa, y distinguirla de las demás marcas o empresas competidoras, un logotipo permite también transmitir el concepto, el estilo, la personalidad, la esencia o alguna característica importante o diferenciadora de la marca o empresa, y así relacionar está en la mente del consumidor.
Pero, además, con el tiempo, un logotipo puede impactar y quedar grabado en la mente del consumidor, y así hacer que cuando este decida adquirir el tipo de producto que representa, existan más posibilidades de que elija su marca antes que las marcas competidoras.
"Un logotipo permite identificar una marca y distinguirla de las marcas competidoras, pero también transmitir su identidad y posicionarla en la mente de los consumidores"

II. Definición de la misión, visión y objetivos de la empresa.

La misión:



La misión de una empresa es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una declaración escrita (una frase o un párrafo) que refleja la razón de ser de la empresa**.**

La Misión es la respuesta que la empresa da cuando se pregunta: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? Debe diferencia la empresa de la competencia y mostrar su valor y su hacer único en el mercado. Puede incluir una descripción de producto/servicios, mercados, cultura empresarial y metas financieras de la compañía.

La visión:



La visión de una empresa es una declaración o manifestación que indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo.

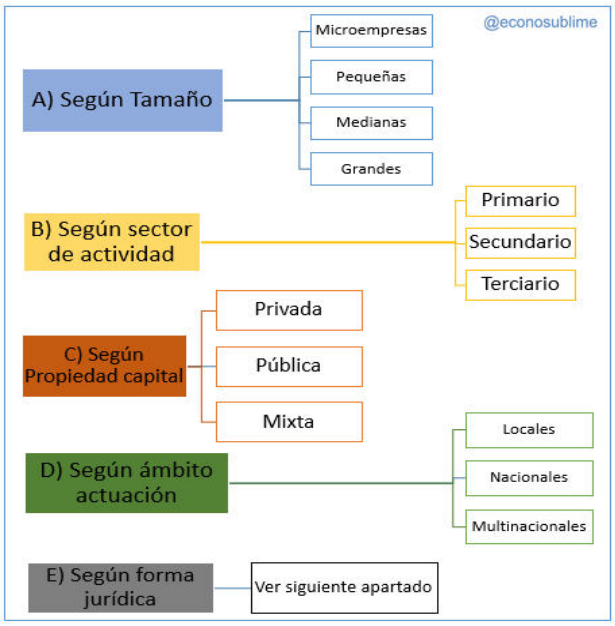
Muchas personas suelen confundir la visión con la misión de una empresa. Una forma sencilla de diferenciar estas dos declaraciones es recordando que la misión responde a la pregunta: «¿cuál es nuestra razón de ser?», mientras que la visión responde a la pregunta: «¿qué queremos llegar a ser?».

Los objetivos:

Los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer. ... sirven de guía para la asignación de recursos, podríamos decir también que son el fin o meta que pretende alcanzar la empresa, estos deben representar una esperanza o deseos por lo tanto deben ser razonablemente alcanzables

S	M	A	R	T
Especifico	Medible	Alcanzable	Relevante	Temporal
Debe ser concreto y fácil de entender @econosublime	Debe poder ser medido	Debe ser posible de conseguir con nuestros recursos	Debe ser importante, e implicar un esfuerzo	Debemos poner una fecha de tiempo para conseguirlo

III. Definición y características (asesoría) de tipos de empresa que aplicarían al modelo: asociaciones, cooperativas y SAS



d. Resultados esperados:
   I. Que los aprendices generen la marca, eslogan y logotipo (bosquejo) de su propia empresa
   II. Que los aprendices decidan el tipo de empresa a constituir y sepan la normatividad requerida para hacerlo
   III. Que los aprendices empiecen a trabajar en los requerimientos para constituir y registrar legalmente su unidad productiva
   IV. Que los aprendices entreguen la documentación que incluye la visión, misión y objetivos de la empresa.
e. Actividades por realizar:
   I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
   II. Lluvia de ideas para escoger el nombre, eslogan y logo.
   III. Ejemplos gráficos de logos y eslogan.
   IV. Actividades grupales para generar visión, misión y objetivos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento :	Identifica la realidad económica y laboral de su sector.	**Lista de chequeo**

Evidencias de Desempeño	Describe misión y visón de su unidad productiva con sus especificaciones de acuerdo con la tipología del proyecto.	**Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	Identifica las conceptos claramente sobre marca , eslogan y logotipo de acuerdo al tipo de empresa	**Lista de chequeo**

2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Emprendimiento:** El emprendimiento es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o startup, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso.
- **Líder:** El líder es un estratega, emprendedor, motivador y facilitador, teniendo siempre en vistas los objetivos propuestos. Debe tener capacidad de mando y de conducción de grupos, empatía, y facilidad de comunicación y diálogo.
- **Oferta:** En economía, se define la oferta como aquella propiedad dispuesta para ser enajenada a cambio de un precio. Cuando las condiciones de mercado vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta.
- **Segmentación del mercado:** La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas
- **Segmentación:** Se conoce como segmentación al acto y consecuencia de segmentar (es decir, de dividir o formar segmentos o porciones). ... Es posible hablar de la segmentación de mercado, por ejemplo, para nombrar a la división de éste en conjuntos más pequeños cuyos integrantes comparten determinadas características y requerimientos.
- **Demanda**: El término demanda, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. Oferta, hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones.
- **Demográfico:** El análisis de crecimiento poblacional o de crecimiento demográfico es el cambio en la población en un cierto plazo, y puede ser cuantificado como el cambio en el número de individuos en una población por unidad de tiempo para su medición

- **producto:** En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia.
- **Promoción de ventas :** La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.
- **Liderazgo empresarial:** El liderazgo empresarial es detentado por aquel directivo o gerente de la empresa que logra captar la voluntad de sus empleados para que estos se vean compenetrados con el rumbo de la empresa y acepten sus directivas, consejos, sugerencias, de buen grado, reconociendo en él la capacidad de mando y la competencia
- **Recursos de operación:** Los recursos de una empresa son todos aquellos factores que proveen a una organización de los medios necesarios para realizar su actividad. Estos factores pueden ser de cualquier tipo: personas, maquinaria, dinero, una tecnología concreta, entre otros.

3. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Material propio sobre marca, logotipo y eslogan

https://www.crecenegocios.com/marca/

https://www.crecenegocios.com/eslogan/

https://www.crecenegocios.com/logotipo/

https://economipedia.com/definiciones/mision-de-una-empresa.html

https://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**7/04/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 2 DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE ACCESORIOS ARTESANALES CON RECURSOS NATURALES DE LA REGION
- **Código del Programa de Formación**: 52442194
- **Nombre del Proyecto**: ELABORACION DE PRODUCTOS ARTESANALES
- **Fase del Proyecto**: Análisis
- **Actividad de Proyecto**: Organizar una investigación de mercado analizando el entorno e identificando las necesidades en el área de influencia del proyecto
- **Competencia: ELABORAR PRESUPUESTOS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y GUÍA**

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

- presentar modelos de organización empresarial según la normatividad vigente e intereses de la unidad productiva.
- elaborar los componentes del plan de ahorro personal y colectivo de acuerdo con los principios de la educación financiera y presupuestos.
- Duración de la Guía: 20 horas



2. PRESENTACIÓN

Aprendiz, recuerde el programa de formación EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE ACCESORIOS ARTESANALES CON RECURSOS NATURALES DE LA REGION, se crea para desarrollar en el aprendiz competencias y conocimientos técnicos requeridos para la elaboración de productos de esta índole y brindar



así una mayor competitividad de los emprendedores en el sector. Además, recordemos que el trabajo en grupo nos hace mas fuertes es una de las formas mas efectivas para que nuestro sueño colectivo se cumpla y así la región salga adelante con el apoyo de cada uno de ustedes, razón por la que es importante crear la unidad productiva de todo el grupo sin descuidar que cada grupo pequeño de dos , tras, cuatro o cinco , aprendices , empiecen a realizar los taller que enviamos , recordemos que el trabajo en grupos pequeños es para fortalecer el grupo en general .

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

1. **MODULO EMPRENDIMIENTO**
   a. **Objetivos:** concientizar a los aprendices de su nuevo rol de emprendedores y sentar las bases de su empresa
   b. **Duración del módulo**: 20 Horas
   c. **Temas incluidos en el módulo**:
      I. **Definición de marca, eslogan y logotipo**

La marca:



La marca en el diseño gráfico, que es lo que nos importa aquí, podríamos definirla como “el conjunto de elementos gráficos (logotipo,imagotipo,isotipo, etc.) de una empresa, institución o producto“
También podríamos decir que marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de estos que se le asigna a un producto (o servicio) con el fin de identificarlo y distinguirlo de los demás productos que existen en el mercado.
La marca es un componente tan importante para un producto, que hoy en día prácticamente no existe un producto que no cuente con una marca, ni un consumidor que no preste atención a la marca al momento de decidir la compra de un producto.
Una marca nos permite que los consumidores puedan identificar nuestro producto y distinguirlo de los demás productos que existen en el mercado, transmitirles nuestra identidad, hacerles notar la calidad de nuestro producto, y persuadirlos de que lo compre

El eslogan:

Un eslogan (también conocido como eslogan publicitario o lema publicitario) es una frase corta y concisa que se utiliza con el fin de reforzar la publicidad de una marca o producto, incentivando su compra o uso, ayudando a diferenciarla de las demás marcas o productos de la competencia, y buscando su posicionamiento en la mente del consumidor.

Generalmente, un eslogan incluye uno o más atributos o beneficios de la marca o producto con el fin de resaltarlos y relacionarlos o asociarlos con la marca o producto en la mente del consumidor y así, por ejemplo, cuando el consumidor busque dichos atributos o beneficios para el tipo de producto, piense en la marca o producto, y decida comprarlo.
Un eslogan generalmente incluye atributos o beneficios de la marca o producto; sin embargo, también existen eslóganes que transmiten la idea, el concepto o el estilo de la empresa, reflejan la esencia o la personalidad de la marca, o destacan una cualidad, virtud o característica diferenciadora del producto.
Las empresas suelen incluir sus eslóganes en sus logotipos, en sus medios publicitarios tales como carteles, afiches y folletos, y en sus anuncios en radio y televisión, con el fin de que los consumidores los lean o escuchen varias veces, y así puedan impactar y quedar grabados en sus mentes.
Asimismo, a diferencia de lo que sucede con el nombre de una marca o el logotipo, las empresas suelen modificar o cambiar sus eslóganes cada cierto tiempo con el fin de resaltar nuevos atributos o beneficios; y, en algunos casos, utilizan más de un eslogan para diferentes mercados. o
"Un eslogan tiene como principal objetivo impactar en los consumidores y quedarse grabado en sus mentes"
Nike: «Just do it» (Solo hazlo).
Adidas: «Impossible is nothing» (Nada es imposible).
Reebok: «I am what I am» (Soy lo que soy).
McDonald's: «I'm lovin' it» (Me encanta).
Burger King: «Have it your way» (Hecho a tu manera).
KFC: «Para chuparse los dedos».
Subway: «Eat Fresh» (Come fresco).

El logotipo:



Un logotipo (también conocido como logo) es un diseño gráfico conformado generalmente por letras, símbolos y/o signos, que tiene como finalidad representar e identificar una marca o empresa, así como distinguirla de las demás marcas o empresas competidoras.
Básicamente, existen tres clases de logotipos:
1-Aquellos que representan el nombre de una marca y que están conformados por letras (por ejemplo, el logotipo de Google o el de IBM).
2-Aquellos que representan el símbolo de una marca y que están conformados por símbolos o íconos (por ejemplo, el logotipo de Nike).
3-Aquellos que representan tanto el nombre como el símbolo de una marca (por ejemplo, el logotipo de Adidas, que está conformado por la palabra Adidas y por un símbolo de tres barras).
Además de representar y permitir identificar una marca o empresa, y distinguirla de las demás marcas o empresas competidoras, un logotipo permite también transmitir el concepto, el estilo, la personalidad, la esencia o alguna característica importante o diferenciadora de la marca o empresa, y así relacionar está en la mente del consumidor.

Pero, además, con el tiempo, un logotipo puede impactar y quedar grabado en la mente del consumidor, y así hacer que cuando este decida adquirir el tipo de producto que representa, existan más posibilidades de que elija su marca antes que las marcas competidoras.
"Un logotipo permite identificar una marca y distinguirla de las marcas competidoras, pero también transmitir su identidad y posicionarla en la mente de los consumidores"

II. Definición de la misión, visión y objetivos de la empresa.

La misión:



La misión de una empresa es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una declaración escrita (una frase o un párrafo) que refleja la razón de ser de la empresa**.**

La Misión es la respuesta que la empresa da cuando se pregunta: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? Debe diferencia la empresa de la competencia y mostrar su valor y su hacer único en el mercado. Puede incluir una descripción de producto/servicios, mercados, cultura empresarial y metas financieras de la compañía.

La visión:



La visión de una empresa es una declaración o manifestación que indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo.

Muchas personas suelen confundir la visión con la misión de una empresa. Una forma sencilla de diferenciar estas dos declaraciones es recordando que la misión responde a la pregunta: «¿cuál es nuestra razón de ser?», mientras que la visión responde a la pregunta: «¿qué queremos llegar a ser?».

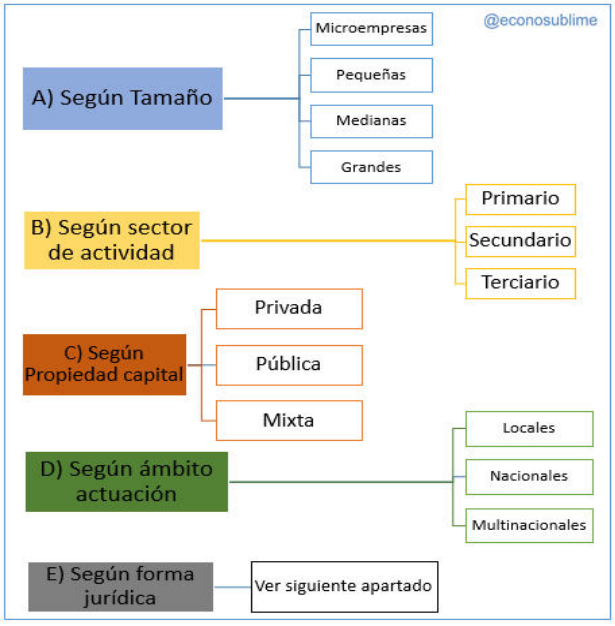
Los objetivos:

Los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer. ... sirven de guía para la asignación de recursos, podríamos decir también que son el fin o meta que pretende alcanzar la empresa, estos deben representar una esperanza o deseos por lo tanto deben ser razonablemente alcanzables

S	M	A	R	T
Especifico	Medible	Alcanzable	Relevante	Temporal
Debe ser concreto y fácil de entender	Debe poder ser medido	Debe ser posible de conseguir con nuestros recursos	Debe ser importante, e implicar un esfuerzo	Debemos poner una fecha de tiempo para conseguirlo

@econosublime

III. Definición y características (asesoría) de tipos de empresa que aplicarían al modelo: asociaciones, cooperativas y SAS



d. Resultados esperados:
   I. Que los aprendices generen la marca, eslogan y logotipo (bosquejo) de su propia empresa
   II. Que los aprendices decidan el tipo de empresa a constituir y sepan la normatividad requerida para hacerlo
   III. Que los aprendices empiecen a trabajar en los requerimientos para constituir y registrar legalmente su unidad productiva
   IV. Que los aprendices entreguen la documentación que incluye la visión, misión y objetivos de la empresa.
e. Actividades por realizar:
   I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
   II. Lluvia de ideas para escoger el nombre, eslogan y logo.
   III. Ejemplos gráficos de logos y eslogan.
   IV. Actividades grupales para generar visión, misión y objetivos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento :	Identifica la realidad económica y laboral de su sector.	**Lista de chequeo**
Evidencias de Desempeño	Describe misión y visón de su unidad productiva con sus especificaciones de acuerdo con la tipología del proyecto.	**Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	Identifica las conceptos claramente sobre marca , eslogan y logotipo de acuerdo al tipo de empresa	**Lista de chequeo**

2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

3. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Material propio sobre marca, logotipo y eslogan

https://www.crecenegocios.com/marca/

https://www.crecenegocios.com/eslogan/

https://www.crecenegocios.com/logotipo/

https://economipedia.com/definiciones/mision-de-una-empresa.html

https://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**7/04/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 2 DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDOR EN PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS DERIVADOS DE CACAO
  - **Código del Programa de Formación**: 96151519
  - **Nombre del Proyecto**: ESTABLECIMIENTO DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA EN TRANSFORMACIÓN DE DERIVADOS DEL CACAO EN LA ASOCIACIÓN AGROCACAO DEL MUNICIPIO DE CALOTO
  - **Fase del Proyecto**: Análisis
  - **Actividad de Proyecto**: IDENTIFICAR LA IDEA DE NEGOCIO SEGÚN EL ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL MERCADO TENIENDO EN CUENTA EL COMPONENTE INNOVADOR.
- **Competencia: ELABORAR PRESUPUESTOS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y GUÍA**

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

- presentar modelos de organización empresarial según la normatividad vigente e intereses de la unidad productiva.
- elaborar los componentes del plan de ahorro personal y colectivo de acuerdo con los principios de la educación financiera y presupuestos.
- Duración de la Guía: 20 horas



2. PRESENTACIÓN

Aprendiz, recuerde el programa de formación EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE ACCESORIOS ARTESANALES CON RECURSOS NATURALES DE LA REGION, se crea para desarrollar en el aprendiz competencias y conocimientos técnicos requeridos para la elaboración de productos de esta índole y brindar así una mayor competitividad de los emprendedores en el sector. Además, recordemos que el trabajo en grupo nos hace mas fuertes es una de las formas mas efectivas para que nuestro sueño colectivo se cumpla y así la región salga adelante con el apoyo de cada uno de ustedes, razón por la que es importante crear la



unidad productiva de todo el grupo sin descuidar que cada grupo pequeño de dos , tras, cuatro o cinco , aprendices , empiecen a realizar los taller que enviamos , recordemos que el trabajo en grupos pequeños es para fortalecer el grupo en general .

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

1. **MODULO EMPRENDIMIENTO**
   a. **Objetivos:** concientizar a los aprendices de su nuevo rol de emprendedores y sentar las bases de su empresa
   b. **Duración del módulo**: 20 Horas
   c. **Temas incluidos en el módulo**:
      I. **Definición de marca, eslogan y logotipo**

La marca:



La marca en el diseño gráfico, que es lo que nos importa aquí, podríamos definirla como “el conjunto de elementos gráficos (logotipo,imagotipo,isotipo, etc.) de una empresa, institución o producto“
También podríamos decir que marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de estos que se le asigna a un producto (o servicio) con el fin de identificarlo y distinguirlo de los demás productos que existen en el mercado.

La marca es un componente tan importante para un producto, que hoy en día prácticamente no existe un producto que no cuente con una marca, ni un consumidor que no preste atención a la marca al momento de decidir la compra de un producto.
Una marca nos permite que los consumidores puedan identificar nuestro producto y distinguirlo de los demás productos que existen en el mercado, transmitirles nuestra identidad, hacerles notar la calidad de nuestro producto, y persuadirlos de que lo compre

El eslogan:

Un eslogan (también conocido como eslogan publicitario o lema publicitario) es una frase corta y concisa que se utiliza con el fin de reforzar la publicidad de una marca o producto, incentivando su compra o uso, ayudando a diferenciarla de las demás marcas o productos de la competencia, y buscando su posicionamiento en la mente del consumidor.
Generalmente, un eslogan incluye uno o más atributos o beneficios de la marca o producto con el fin de resaltarlos y relacionarlos o asociarlos con la marca o producto en la mente del consumidor y así, por ejemplo, cuando el consumidor busque dichos atributos o beneficios para el tipo de producto, piense en la marca o producto, y decida comprarlo.
Un eslogan generalmente incluye atributos o beneficios de la marca o producto; sin embargo, también existen eslóganes que transmiten la idea, el concepto o el estilo de la empresa, reflejan la esencia o la personalidad de la marca, o destacan una cualidad, virtud o característica diferenciadora del producto.
Las empresas suelen incluir sus eslóganes en sus logotipos, en sus medios publicitarios tales como carteles, afiches y folletos, y en sus anuncios en radio y televisión, con el fin de que los consumidores los lean o escuchen varias veces, y así puedan impactar y quedar grabados en sus mentes.
Asimismo, a diferencia de lo que sucede con el nombre de una marca o el logotipo, las empresas suelen modificar o cambiar sus eslóganes cada cierto tiempo con el fin de resaltar nuevos atributos o beneficios; y, en algunos casos, utilizan más de un eslogan para diferentes mercados. o
“Un eslogan tiene como principal objetivo impactar en los consumidores y quedarse grabado en sus mentes”
Nike: «Just do it» (Solo hazlo).
Adidas: «Impossible is nothing» (Nada es imposible).
Reebok: «I am what I am» (Soy lo que soy).
McDonald’s: «I’m lovin’ it» (Me encanta).
Burger King: «Have it your way» (Hecho a tu manera).
KFC: «Para chuparse los dedos».
Subway: «Eat Fresh» (Come fresco).

El logotipo:



Un logotipo (también conocido como logo) es un diseño gráfico conformado generalmente por letras, símbolos y/o signos, que tiene como finalidad representar e identificar una marca o empresa, así como distinguirla de las demás marcas o empresas competidoras.

Básicamente, existen tres clases de logotipos:
1-Aquellos que representan el nombre de una marca y que están conformados por letras (por ejemplo, el logotipo de Google o el de IBM).
2-Aquellos que representan el símbolo de una marca y que están conformados por símbolos o íconos (por ejemplo, el logotipo de Nike).
3-Aquellos que representan tanto el nombre como el símbolo de una marca (por ejemplo, el logotipo de Adidas, que está conformado por la palabra Adidas y por un símbolo de tres barras).
Además de representar y permitir identificar una marca o empresa, y distinguirla de las demás marcas o empresas competidoras, un logotipo permite también transmitir el concepto, el estilo, la personalidad, la esencia o alguna característica importante o diferenciadora de la marca o empresa, y así relacionar está en la mente del consumidor.
Pero, además, con el tiempo, un logotipo puede impactar y quedar grabado en la mente del consumidor, y así hacer que cuando este decida adquirir el tipo de producto que representa, existan más posibilidades de que elija su marca antes que las marcas competidoras.
"Un logotipo permite identificar una marca y distinguirla de las marcas competidoras, pero también transmitir su identidad y posicionarla en la mente de los consumidores"

II. Definición de la misión, visión y objetivos de la empresa.

La misión:



La misión de una empresa es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una declaración escrita (una frase o un párrafo) que refleja la razón de ser de la empresa**.**

La Misión es la respuesta que la empresa da cuando se pregunta: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? Debe diferencia la empresa de la competencia y mostrar su valor y su hacer único en el mercado. Puede incluir una descripción de producto/servicios, mercados, cultura empresarial y metas financieras de la compañía.

La visión:



La visión de una empresa es una declaración o manifestación que indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo.

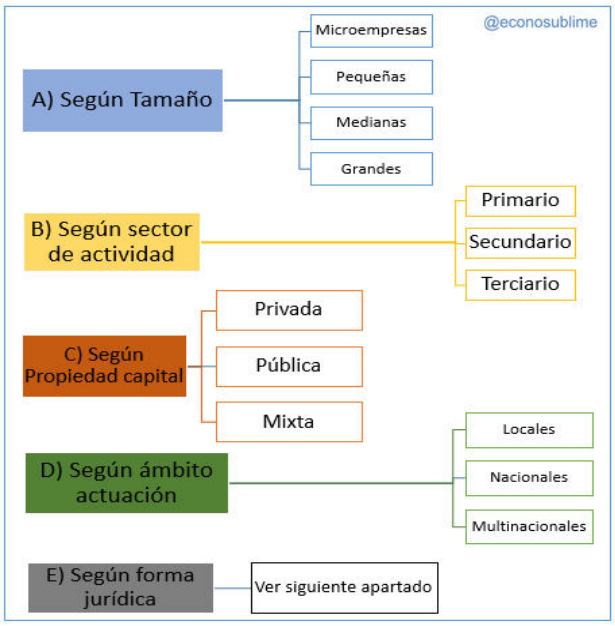
Muchas personas suelen confundir la visión con la misión de una empresa. Una forma sencilla de diferenciar estas dos declaraciones es recordando que la misión responde a la pregunta: «¿cuál es nuestra razón de ser?», mientras que la visión responde a la pregunta: «¿qué queremos llegar a ser?».

Los objetivos:

Los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer. ... sirven de guía para la asignación de recursos, podríamos decir también que son el fin o meta que pretende alcanzar la empresa, estos deben representar una esperanza o deseos por lo tanto deben ser razonablemente alcanzables

S	M	A	R	T
Especifico	Medible	Alcanzable	Relevante	Temporal
Debe ser concreto y fácil de entender @econosublime	Debe poder ser medido	Debe ser posible de conseguir con nuestros recursos	Debe ser importante, e implicar un esfuerzo	Debemos poner una fecha de tiempo para conseguirlo

III. Definición y características (asesoría) de tipos de empresa que aplicarían al modelo: asociaciones, cooperativas y SAS



d. Resultados esperados:
   I. Que los aprendices generen la marca, eslogan y logotipo (bosquejo) de su propia empresa
   II. Que los aprendices decidan el tipo de empresa a constituir y sepan la normatividad requerida para hacerlo
   III. Que los aprendices empiecen a trabajar en los requerimientos para constituir y registrar legalmente su unidad productiva
   IV. Que los aprendices entreguen la documentación que incluye la visión, misión y objetivos de la empresa.
e. Actividades por realizar:
   I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
   II. Lluvia de ideas para escoger el nombre, eslogan y logo.
   III. Ejemplos gráficos de logos y eslogan.
   IV. Actividades grupales para generar visión, misión y objetivos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento :	Identifica la realidad económica y laboral de su sector.	**Lista de chequeo**

Evidencias de Desempeño	Describe misión y visón de su unidad productiva con sus especificaciones de acuerdo con la tipología del proyecto.	**Lista de chequeo**
Evidencias de Producto:	Identifica las conceptos claramente sobre marca , eslogan y logotipo de acuerdo al tipo de empresa	**Lista de chequeo**

2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Emprendimiento:** El emprendimiento es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o startup, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso.
- **Líder:** El líder es un estratega, emprendedor, motivador y facilitador, teniendo siempre en vistas los objetivos propuestos. Debe tener capacidad de mando y de conducción de grupos, empatía, y facilidad de comunicación y diálogo.
- **Oferta:** En economía, se define la oferta como aquella propiedad dispuesta para ser enajenada a cambio de un precio. Cuando las condiciones de mercado vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta.
- **Segmentación del mercado:** La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas
- **Segmentación:** Se conoce como segmentación al acto y consecuencia de segmentar (es decir, de dividir o formar segmentos o porciones). ... Es posible hablar de la segmentación de mercado, por ejemplo, para nombrar a la división de éste en conjuntos más pequeños cuyos integrantes comparten determinadas características y requerimientos.
- **Demanda**: El término demanda, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. Oferta, hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones.
- **Demográfico:** El análisis de crecimiento poblacional o de crecimiento demográfico es el cambio en la población en un cierto plazo, y puede ser cuantificado como el cambio en el número de individuos en una población por unidad de tiempo para su medición

- **producto:** En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia.
- **Promoción de ventas :** La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.
- **Liderazgo empresarial:** El liderazgo empresarial es detentado por aquel directivo o gerente de la empresa que logra captar la voluntad de sus empleados para que estos se vean compenetrados con el rumbo de la empresa y acepten sus directivas, consejos, sugerencias, de buen grado, reconociendo en él la capacidad de mando y la competencia
- **Recursos de operación:** Los recursos de una empresa son todos aquellos factores que proveen a una organización de los medios necesarios para realizar su actividad. Estos factores pueden ser de cualquier tipo: personas, maquinaria, dinero, una tecnología concreta, entre otros.

3. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Material propio sobre marca, logotipo y eslogan

https://www.crecenegocios.com/marca/

https://www.crecenegocios.com/eslogan/

https://www.crecenegocios.com/logotipo/

https://economipedia.com/definiciones/mision-de-una-empresa.html

https://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**7/04/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 7 DE APRENDIZAJE

Modulo financiero

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación: EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE SANDALIAS EN FORMA MANUAL

- **Código del Programa de Formación**: 84230270
  Nombre del Proyecto (si es formación Titulada): CREACION DE UNIDAD PRODUCTIVA PARA EL EMPRENDIMIENTO EN ELABORACION DE SANDALIAS EN MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA
- **Fase del Proyecto** (si es formación Titulada): planeación
- **Actividad de Proyecto** (si es formación Titulada): IDENTIFICAR FUENTES DE
- FINANCIACIÓN
- **Competencia: ELABORAR PRESUPUESTOS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y GUÍA**
- **Resultados de Aprendizaje:**

elaborar los componentes del plan de ahorro personal y colectivo de acuerdo con las principios de la educación financiera y presupuestos

- Duración de la Guía: 20 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz:



Bienvenido al proceso auto formativo en contabilidad de costos: Así como existen empresas comerciales, que compran y venden mercancías, existen también empresas manufactureras o industriales, las cuales compran materias primas, las procesan y obtienen un producto final, que es el que venden en el mercado. Estas empresas deben llevar contabilidad de costos para conocer de manera metódica cuanto les cuesta fabricar, sus productos, y por ende reconocer su costo de ventas.

PAPEL QUE DESEMPEÑA LA CONTABILIDAD DE COSTOS:

Su lugar en la empresa:

La contabilidad de costos le proporciona a la gerencia información de costos de productos, inventarios

operaciones o funciones y permite comparar la cifras reales con las predeterminadas. La variedad de datos que ofrece ayuda a tomar muchas de las decisiones diarias a la vez que presenta la información esencial para las decisiones a más largo plazo.

*Tomado del Texto. Teoría y problemas de contabilidad de costos, James A. Cashin, Ralph S. Polimeni.Editorial McGrawHill, 1993.

Al terminar el estudio de esta guía, usted estará en capacidad de identificar los elementos del costo (materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación); su naturaleza, control, acumulación y contabilización; diferenciar los sistemas, las bases y las doctrinas de costeo entre sí; conocer el manejo contable y operativo de cada uno de los sistemas de costeo: por órdenes de producción y por procesos. Recuerde que el aprendizaje no termina cuando se adquiere e integra el conocimiento, ni cuando se refina y profundiza. El efecto, el fin último del aprendizaje, es utilizarlo significativamente, emplearlo para lograr sus metas. Para esto requiere de técnicas y métodos de estudio, además de dedicación, disciplina y responsabilidad.
Es importante que el trabajo individual y grupal quede evidenciado en la realización de sus trabajos en la unidad productiva, el cual se constituye en la herramienta que le permitirá recapitular, reflexionar, evaluar y reconstruir cada una de las evidencias del aprendizaje.

"Un jardinero que cultiva su propio jardín, con sus propias manos, une en su persona los tres personajes, de propietario, agricultor y obrero. Su producción, por lo tanto, debe rendirle la renta del primero, la ganancia del segundo y el salario del tercero." - Adam Smith

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE



3.1.Actividad de reflexión:



Suponga que un amigo suyo, quien sabe que usted estudia en el SENA, le pide el favor que lo asesore porque piensa dedicarse a vender perros calientes y quiere saber si es rentable venderlos a $5.000 en combo (con porción de papa a la francesa y gaseosa), teniendo en cuenta que él se mete a vender perros sólo si se gana por lo menos $1.500por perro vendido.

• Además su amigo quiere que usted le diga cuántos combos debe vender en un mes para ganarse un salario mínimo.

Él le dice que sus perros serán la sensación porque los piensa hacer con salchicha suiza, 2 huevos de codorniz, 1 tajada de queso, 1 tajada de jamón, piña, cebolla, salsa de tomate, mayonesa y mostaza.

• También cuenta que el carrito sanduchero se lo alquilan por $ 30.000 mensuales y que se necesitan otros insumos como aceite, servilletas y desechables (para el perro y las papas).

• Elabore un informe donde plasme los consejos para su amigo, incluidos los cálculos que usted considera, se deben hacer para saber el costo de un combo de perro caliente. ¿Cómo haría usted para saber cuántos combos debe vender su amigo en un mes para ganarse un salario mínimo?

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

3.2.1 Compare con su Grupo los resultados obtenidos.

3.2.2. Preparen la presentación del trabajo, complementando la información, con los aportes de los trabajos elaborados, de los integrantes del Grupo.

3.2.3 Socialice el trabajo presentándolo ante su grupo de 4 0 5 personas.

3.2.4 Guarde las evidencias en su portafolio.

Esta actividad no tiene calificación y no debe enviarse

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización

MODULO FINANCIERO

a. Objetivos: estructurar financieramente la unidad productiva con el fin de que esta sea sostenible en el tiempo. Cumplir con la metodología CANVAS
b. Duración del módulo: 24 horas
c. Temas incluidos en el módulo:
    I. Costos de producción (estructura de costos administrativos y de producción)



Los costos de producción son los desembolsos y deducciones causados por el proceso de fabricación o por la prestación de un servicio. Ejemplo: Mano de obra, sueldos, materia prima, mercancías, fletes, arrendamiento local, servicios públicos y otros

Hay dos clases de costos: Costo Variable y costos fijos

Costo variable: Se llama **variables por**que su valor aumenta y disminuye cada vez que la producción y las ventas aumentan o disminuyen
Ejemplo: materias primas, mano de obra, comisiones sobre las ventas empaques y otros
Costos Fijos: Se llaman fijos porque su valor no depende del volumen de producción y ventas, ejemplo: Sueldos y salarios fijos Alquiler del local de la planta, mantenimiento de máquinas y equipos de producción y otros.
Un costo fijo s diferencia de un gasto en que el costo hace parte del producto y el gasto no. El valor de los costos fijos se mantiene independientemente de la producción y las ventas, en cambio Los costos variables, aumentan o disminuyen de acuerdo con el volumen de producción y ventas

COMO LLENAR HOJA DE COSTO VARIABLE				
Nombre del product			**unidad de costo:**	
Referencia:				
Precio de venta : $			**unidades vendidas en el mes:**	
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
A	B	C	D	E
Lista de las materias primas utilizadas en la fabricacion del producto	La unidad con la cual compro cada materia prima: •Unidad •Metro •Kilo •Arroba •Bulto, etc	El precio por unidad de cda materia prima de acuerdo con la ultima factura	El numero de unidades de cada materia prima utilizadas en la fabricacion de la unidad de costeo	El costo total de cada materia prima utilizada en la fabricacion de la unidad de costeo
COSTO TOTAL DE LAS MATERIA PRIMAS →				F
OTROS COSTOS VARIABLES	• Mano de obra al destajo			
	• Empaques			
	• Comisiones por ventas			
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES →				G
COSTO VARIABLE TOTAL (Materias primas+otros costos variables) →				H
Responsables de la elaboracion del documento:				
Fecha :				

II. Margen de contribución (utilidad)
¿**Que es la margen de contribución**?: Es la diferencia entre el valor de la venta y el costo variable de lo vendido
Margen de contribución del producto: Es la diferencia entre el costo variable y su precio de venta.
Margen de contribución de la empresa: Es la diferencia entre el total de sus costos variables y el total de sus ventas.
Sencillo: "El margen de contribución es lo que queda de las ventas para pagar los costos y gastos fijos y para generar la utilidad"



Hago lo siguiente:

a- Calculo el margen de contribución en pesos así:

PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO – COSTO VARIBLE DEL PRODUCTO = MARGEN DE CONTRIBUCION EN PESOS

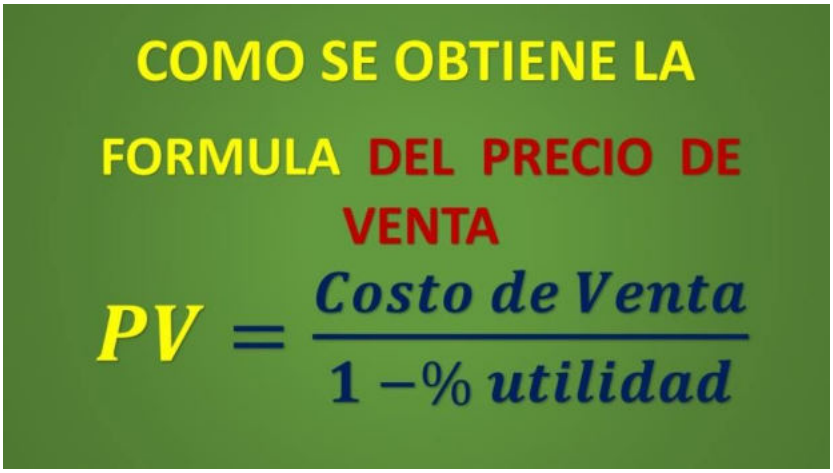
b- Calculo el margen de contribución en porcentaje:

Para calcularlo, divido el margen de contribución en pesos, por el precio de venta del producto y multiplico el resultado por cien



$$\frac{\text{Margen de contribución en pesos}}{\text{Precio de venta}} \times 100 = \%$$ Margen de contribución en porcentaje

III. Precio de venta



El precio es el valor monetario que se le asigna a algo. Dicho valor monetario se expresa en dinero y señala la cantidad que debe tener el comprador o cliente para hacerse con un producto o servicio.
La **venta**, por otra parte, consiste en el traspaso de la propiedad de un bien a otra persona tras el pago del precio acordado
El **precio de venta**, por lo tanto, es el dinero que debe abonar o pagar el consumidor para comprar un producto o servicio.

IV. Punto de equilibrio

¿Qué es el punto de equilibrio?: Es el volumen de ventas necesarios para sostener el negocio, sin ganar ni perder dinero
Situaciones que se pueden presentar: En relación entre el margen de contribución y el total de los costos y gastos.

- La empresa estará en **punto de equilibrio**, cuando el margen de contribución es igual al total de los costos y de los gastos
- La empresa da **utilidad** cuando el margen de contribución es mayor que el total de los costos y los gastos
- La empresa da **perdida**, cuando el margen de contribución es menor que el total de los costos y los gastos

Como se calcula el punto de equilibrio:
1.Calculo el margen de contribución de cada producto
2.Calculo el margen de contribución total de la empresa
3.Sumo los costos fijos mensuales mas los gastos de administrativos de la empresa
4.Calculo el punto de equilibrio
Por lo tanto, para calcular el punto de equilibrio, divido el total de cotos y gastos fijos Mensuales, por el porcentaje de margen de contribución de la empresa así:

$$\frac{\text{COSTOS Y GAASTOS FIJPS MENSUALES}}{\text{\% MARGEN DE CONTRIBUCION}} = \text{Punto de equilibrio}$$

Ejemplo: Los costos y gastos fijos mensuales de la empresa PINOCHITO suman $ $ 367.550 y su margen de contribución es 45%

$$\frac{\$\ 367.550}{45\%} = 816.777$$

Este seria el punto de equilibrio por lo tanto la empresa debe vender $ 816.777 mensuales para sostener el Negocio sin ganar ni perder.

V. Balance general básico

El balance general es un documento que resume y me da a conocer la situación de mi unidad productiva en un momento determinado, por lo tanto podríamos decir que el balance general es como una fotografía instantánea de mi unidad productiva puesto que me informa realmente cuanto vale lo que tengo , cuanto lo que debo , y cuanto le quedará cuando pague las deudas.
Lo que **tengo** se llama los **activos**

Lo que **debo** se llaman los **pasivos**
Y **patrimonio** lo que me queda después de pagar todo lo que debo o se lo que **realmente me pertenece.**

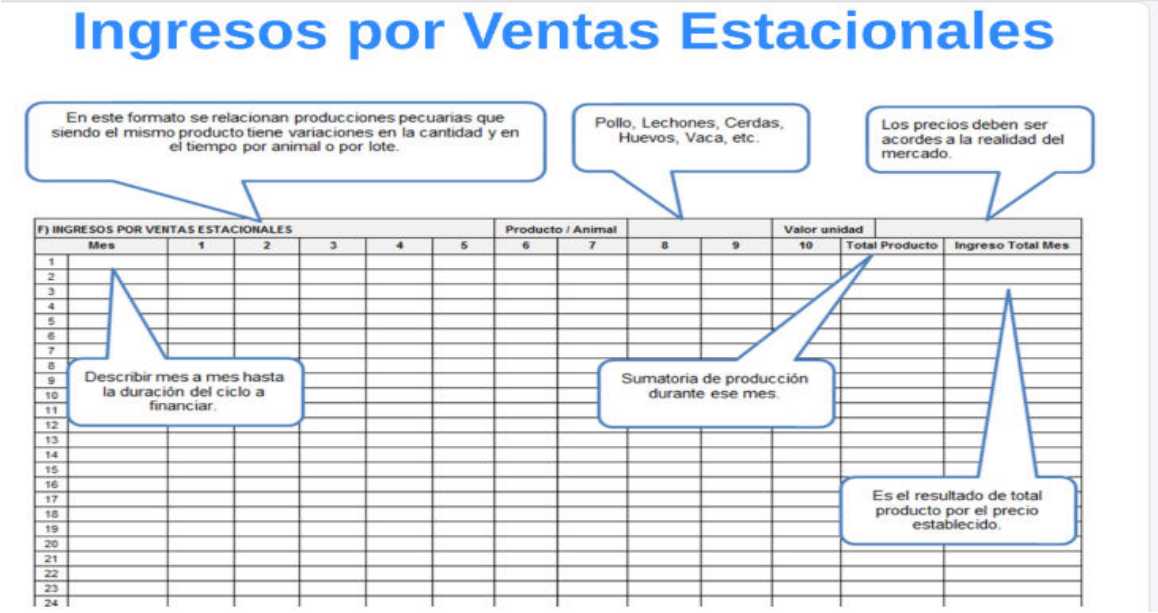
ESTRUCTURA DEL BALANCE GENERAL

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO
	PASIVO
Activo Corriente	**Pasivo Corriente**
Caja y Bancos	Proveedores
Clientes	Bancos
Otras Cuentas por Cobrar	Empleados
Inventarios	Estado
Gastos Pagados por Anticipado	**Total Pasivo Corriente**
Total Activo Corriente	**Pasivo No Corriente**
	Deudas a Largo Plazo
Activo No Corriente	**Total Pasivo No Corriente**
Activo Fijo	**Total Pasivo**
Depreciación	**Patrimonio**
Acitvo Fijo Neto	Capital
Total Activo No Corriente	Utilidades Acumuladas
	Total Patrimonio
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO

VI. Proyección de ingresos

¿Qué es proyección de ingresos ¿: es un presupuesto estimado a una fecha en concreto, en función de las expectativas que se tienen durante el periodo que falta hasta esa fecha y teniendo en cuenta los datos reales obtenidos hasta el momento.

PROYECCION DE INGRESOS



d. Resultados esperados
   I. Que los aprendices lleven la contabilidad básica de su negocio (debe/haber/saldo)
   II. Que los aprendices conozcan el costo de producción real de sus productos o servicios
   III. Que los aprendices establezcan un precio de venta que les genere utilidad para su empresa.
   IV. Que los aprendices logren proyectar los ingresos de su unidad productiva en un periodo determinado.
   V. Que los aprendices conozcan y cumplan la normatividad impositiva correspondiente a su negocio.
e. Actividades por realizar:
   I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
   II. Realizar un balance básico con un ejercicio entregado por el instructor, acorde con la unidad productiva.
   III. Generar base de datos con la lista de precios de los productos, con sus respectivos costos de producción, la utilidad esperada y el precio de venta sugerido al público.

El taller lo deben enviar por grupos de aprendices, el numero de aprendices depende de donde vivan para que se reúnan con todas las medidas de bioseguridad presencial o virtual máximo 5 personas donde le deben colocar sus nombres y de que vereda es el grupo, a mi correo: amparohin@misen.edu.co o por el whatsapp creado para el grupo o a mi whatsapp personal 3214907002.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: 1.Concepto de contabilidad y hecho económico, periodo contable y periodo fiscal, periodos de costos 2.Normas comerciales y tributarias aplicables a la gestión contable: calidad de comerciante, deberes del comerciante, actividades mercantiles, libro fiscal ingresos, costos y gastos 3.El proceso del registro de la información contable 4.ley general de archivos: archivo y conservación de documentos contables 5. Aplicación de los conceptos en el punto de equilibrio **Evidencias de Desempeño** **1.**identificar principios básicos de la administración en las organizaciones 2.aplicar normas legales y tributarias en los registros contables 3.diferenciar conceptos de ingresos, costos y gastos 4.registrar en los libros aplicando normas legales y procedimientos organizacionales 5.registrar cada uno de los elementos del costo	1.Interpreta los conceptos básicos de la contabilidad. 2.Diferencia ingresos, costos y gastos 3.Interpreta normas legales y procedimientos organizacionales relativos a los documentos comerciales. 4. Registra la información contable básica 5.Calciula el punto de equilibrio	**Lista de chequeo** **Lista de chequeo** **Lista de chequeo**

6.archivar y conservar los documentos comerciales, de acuerdo con las normas y procedimientos institucionales y las normas legales en Colombia. **Evidencias de Producto:** Interpreta los diferentes conceptos de la contabilidad de costo aplicándolos en la contabilidad de la unidad productiva		

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Materias Primas:
Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.
Mano De Obra:
Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo (es decir, el precio que se le paga al trabajador por sus recursos).
Costos Indirectos De Fabricación:
Son todos los costos de fabricación distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa. Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizado para acumular los costos indirectos de fabricación (CIF son distintos a los Gastos de venta, administración y financiero) y además son costos que no se puede asociar o costear con facilidad a un producto producido ejemplos de CIF son los siguientes: Materiales indirectos, mano de obra indirecta, calefacción, refrigeración, energía eléctrica, depreciación del edificio de la planta productora y del equipo de fábrica, mantenimiento del edificio y equipo de fábrica, así como sus seguros y sus impuestos.
Productos Terminados:
Son todos aquellos bienes adquiridos por las empresas manufactureras o industriales, los cuales son transformados para ser vendidos como productos elaborados.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

6.1 BIBLIOGRAFÍA

Contabilidad de Costos, Bernard H. Hargadon Jr. Editorial Norma. Última edición.
Contabilidad de costos, Juan García Colín, Mc Graw Hill. Última edición.
Contabilidad de costos, Ralph S. Polimeni – Frank Fabozzi – Arthur H. Adelberg, Mc Graw Hill. Última edición.Contabilidad de costos, Backer Jacobsen – Ramírez Padilla, Mc Graw Hill. Segunda edición, Capítulo 4.

6.2WEBGRAFÍA

Actividad 3.2.1 – 3.2.2 – 3.2.3 – 3.2.4– 3.2.5 y 3.2.6
http://www.gerencie.com/generalidades-de-la-contabilidad-y-sistemas-de-costos.htmlAutores: Lic. Carlos González García y Lic.
Fecha de Consulta: 30-7-2020

6.3 INFOGRAFIA

Biblioteca virtual SENA. Ingrese a la 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, GaléCengage Learning, Océano para administración, Knovel, Océano universitas P&M, Proquest

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**30/07/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 7 DE APRENDIZAJE

odulo financiero

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE PRODUCTOS DE ASEO DE USO DOMESTICO E HIGIENE PERSONAL.
- **Código del Programa de Formación**: 22110016
- **Nombre del Proyecto** (si es formación Titulada): UNIDADES RURALES PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE ASEO Y LIMPIEZA DE USO DOMÉSTICO E HIGIENE PERSONAL
- **Fase del Proyecto** (si es formación Titulada): ejecución
- **Actividad de Proyecto** (si es formación Titulada): CARACTERIZAR EL ENTORNO Y EL MERCADO DE ACUERDO CON LA PRODUCCION LOCAL Y ANCESTRAL
- **Competencia:** PROGRAMAR PROYECTOS SEGÚN ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y MÉTODOS DE PLANEACIÓN
- **Resultados de Aprendizaje:**

- distribuir los recursos para la elaboración del proyecto según cronograma y presupuesto definido.
- Duración de la Guía: 20 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz:



Bienvenido al proceso auto formativo en contabilidad de costos: Así como existen empresas comerciales, que compran y venden mercancías, existen también empresas manufactureras o industriales, las cuales compran materias primas, las procesan y obtienen un producto final, que es el que venden en el mercado. Estas empresas deben llevar contabilidad de costos para conocer de manera metódica cuanto les cuesta fabricar, sus productos, y por ende reconocer su costo de ventas.

PAPEL QUE DESEMPEÑA LA CONTABILIDAD DE COSTOS:

Su lugar en la empresa:

La contabilidad de costos le proporciona a la gerencia información de costos de productos, inventarios

operaciones o funciones y permite comparar la cifras reales con las predeterminadas. La variedad de datos que ofrece ayuda a tomar muchas de las decisiones diarias a la vez que presenta la información esencial para las decisiones a más largo plazo.

*Tomado del Texto. Teoría y problemas de contabilidad de costos, James A. Cashin, Ralph S. Polimeni.Editorial McGrawHill, 1993.

Al terminar el estudio de esta guía, usted estará en capacidad de identificar los elementos del costo (materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación); su naturaleza, control, acumulación y contabilización; diferenciar los sistemas, las bases y las doctrinas de costeo entre sí; conocer el manejo contable y operativo de cada uno de los sistemas de costeo: por órdenes de producción y por procesos. Recuerde que el aprendizaje no termina cuando se adquiere e integra el conocimiento, ni cuando se refina y profundiza. El efecto, el fin último del aprendizaje, es utilizarlo significativamente, emplearlo para lograr sus metas. Para esto requiere de técnicas y métodos de estudio, además de dedicación, disciplina y responsabilidad.
Es importante que el trabajo individual y grupal quede evidenciado en la realización de sus trabajos en la unidad productiva, el cual se constituye en la herramienta que le permitirá recapitular, reflexionar, evaluar y reconstruir cada una de las evidencias del aprendizaje.

"Un jardinero que cultiva su propio jardín, con sus propias manos, une en su persona los tres personajes, de propietario, agricultor y obrero. Su producción, por lo tanto, debe rendirle la renta del primero, la ganancia del segundo y el salario del tercero." - Adam Smith

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE



3.1.Actividad de reflexión:



Suponga que un amigo suyo, quien sabe que usted estudia en el SENA, le pide el favor que lo asesore porque piensa dedicarse a vender perros calientes y quiere saber si es rentable venderlos a $5.000 en combo (con porción de papa a la francesa y gaseosa), teniendo en cuenta que él se mete a vender perros sólo si se gana por lo menos $1.500por perro vendido.

• Además su amigo quiere que usted le diga cuántos combos debe vender en un mes para ganarse un salario mínimo.

Él le dice que sus perros serán la sensación porque los piensa hacer con salchicha suiza, 2 huevos de codorniz, 1 tajada de queso, 1 tajada de jamón, piña, cebolla, salsa de tomate, mayonesa y mostaza.

• También cuenta que el carrito sanduchero se lo alquilan por $ 30.000 mensuales y que se necesitan otros insumos como aceite, servilletas y desechables (para el perro y las papas).

• Elabore un informe donde plasme los consejos para su amigo, incluidos los cálculos que usted considera, se deben hacer para saber el costo de un combo de perro caliente. ¿Cómo haría usted para saber cuántos combos debe vender su amigo en un mes para ganarse un salario mínimo?

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

3.2.1 Compare con su Grupo los resultados obtenidos.

3.2.2. Preparen la presentación del trabajo, complementando la información, con los aportes de los trabajos elaborados, de los integrantes del Grupo.

3.2.3 Socialice el trabajo presentándolo ante su grupo de 4 0 5 personas.

3.2.4 Guarde las evidencias en su portafolio.

Esta actividad no tiene calificación y no debe enviarse

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización

MODULO FINANCIERO

a. Objetivos: estructurar financieramente la unidad productiva con el fin de que esta sea sostenible en el tiempo. Cumplir con la metodología CANVAS
b. Duración del módulo: 24 horas
c. Temas incluidos en el módulo:
    I. Costos de producción (estructura de costos administrativos y de producción)



Los costos de producción son los desembolsos y deducciones causados por el proceso de fabricación o por la prestación de un servicio. Ejemplo: Mano de obra, sueldos, materia prima, mercancías, fletes, arrendamiento local, servicios públicos y otros

Hay dos clases de costos: Costo Variable y costos fijos

Costo variable: Se llama **variables por**que su valor aumenta y disminuye cada vez que la producción y las ventas aumentan o disminuyen
Ejemplo: materias primas, mano de obra, comisiones sobre las ventas empaques y otros
Costos Fijos: Se llaman fijos porque su valor no depende del volumen de producción y ventas, ejemplo: Sueldos y salarios fijos Alquiler del local de la planta, mantenimiento de máquinas y equipos de producción y otros.
Un costo fijo s diferencia de un gasto en que el costo hace parte del producto y el gasto no. El valor de los costos fijos se mantiene independientemente de la producción y las ventas, en cambio Los costos variables, aumentan o disminuyen de acuerdo con el volumen de producción y ventas

COMO LLENAR HOJA DE COSTO VARIABLE				
Nombre del product			**unidad de costo:**	
Referencia:				
Precio de venta : $			**unidades vendidas en el mes:**	
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
A	B	C	D	E
Lista de las materias primas utilizadas en la fabricacion del producto	La unidad con la cual compro cada materia prima: •Unidad •Metro •Kilo •Arroba •Bulto, etc	El precio por unidad de cda materia prima de acuerdo con la ultima factura	El numero de unidades de cada materia prima utilizadas en la fabricacion de la unidad de costeo	El costo total de cada materia prima utilizada en la fabricacion de la unidad de costeo
COSTO TOTAL DE LAS MATERIA PRIMAS →				F
OTROS COSTOS VARIABLES	• Mano de obra al destajo			
	• Empaques			
	• Comisiones por ventas			
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES →				G
COSTO VARIABLE TOTAL (Materias primas+otros costos variables) →				H
Responsables de la elaboracion del documento:				
Fecha :				

II. Margen de contribución (utilidad)
¿**Que es la margen de contribución**?: Es la diferencia entre el valor de la venta y el costo variable de lo vendido
Margen de contribución del producto: Es la diferencia entre el costo variable y su precio de venta.
Margen de contribución de la empresa: Es la diferencia entre el total de sus costos variables y el total de sus ventas.
Sencillo: "El margen de contribución es lo que queda de las ventas para pagar los costos y gastos fijos y para generar la utilidad"



Hago lo siguiente:

a- Calculo el margen de contribución en pesos así:

PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO – COSTO VARIBLE DEL PRODUCTO = MARGEN DE CONTRIBUCION EN PESOS

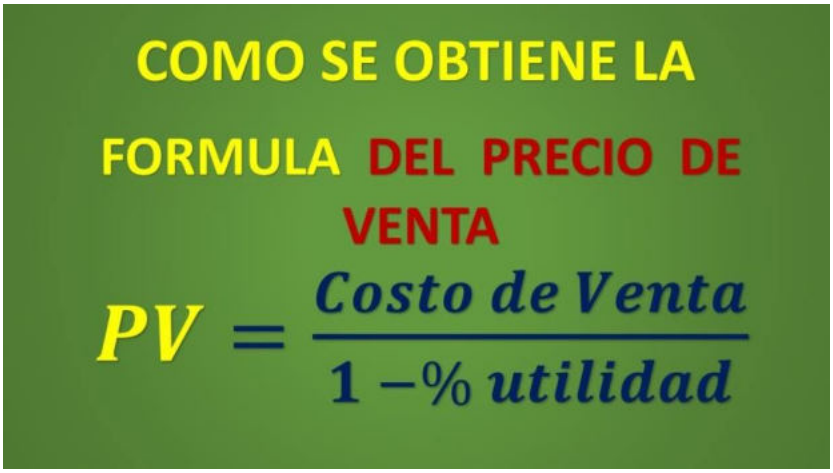
b- Calculo el margen de contribución en porcentaje:

Para calcularlo, divido el margen de contribución en pesos, por el precio de venta del producto y multiplico el resultado por cien



$$\frac{\text{Margen de contribución en pesos}}{\text{Precio de venta}} \times 100 = \%$$ Margen de contribución en porcentaje

III. Precio de venta



El precio es el valor monetario que se le asigna a algo. Dicho valor monetario se expresa en dinero y señala la cantidad que debe tener el comprador o cliente para hacerse con un producto o servicio.
La **venta**, por otra parte, consiste en el traspaso de la propiedad de un bien a otra persona tras el pago del precio acordado
El **precio de venta**, por lo tanto, es el dinero que debe abonar o pagar el consumidor para comprar un producto o servicio.

IV. Punto de equilibrio

¿Qué es el punto de equilibrio?: Es el volumen de ventas necesarios para sostener el negocio, sin ganar ni perder dinero
Situaciones que se pueden presentar: En relación entre el margen de contribución y el total de los costos y gastos.

- La empresa estará en **punto de equilibrio**, cuando el margen de contribución es igual al total de los costos y de los gastos
- La empresa da **utilidad** cuando el margen de contribución es mayor que el total de los costos y los gastos
- La empresa da **perdida**, cuando el margen de contribución es menor que el total de los costos y los gastos

Como se calcula el punto de equilibrio:
1.Calculo el margen de contribución de cada producto
2.Calculo el margen de contribución total de la empresa
3.Sumo los costos fijos mensuales mas los gastos de administrativos de la empresa
4.Calculo el punto de equilibrio
Por lo tanto, para calcular el punto de equilibrio, divido el total de cotos y gastos fijos Mensuales, por el porcentaje de margen de contribución de la empresa así:

$$\frac{\text{COSTOS Y GAASTOS FIJPS MENSUALES}}{\text{\% MARGEN DE CONTRIBUCION}} = \text{Punto de equilibrio}$$

Ejemplo: Los costos y gastos fijos mensuales de la empresa PINOCHITO suman $ $ 367.550 y su margen de contribución es 45%

$$\frac{\$\ 367.550}{45\%} = 816.777$$

Este seria el punto de equilibrio por lo tanto la empresa debe vender $ 816.777 mensuales para sostener el Negocio sin ganar ni perder.

V. Balance general básico

El balance general es un documento que resume y me da a conocer la situación de mi unidad productiva en un momento determinado, por lo tanto podríamos decir que el balance general es como una fotografía instantánea de mi unidad productiva puesto que me informa realmente cuanto vale lo que tengo , cuanto lo que debo , y cuanto le quedará cuando pague las deudas.
Lo que **tengo** se llama los **activos**

Lo que **debo** se llaman los **pasivos**
Y **patrimonio** lo que me queda después de pagar todo lo que debo o se lo que **realmente me pertenece.**

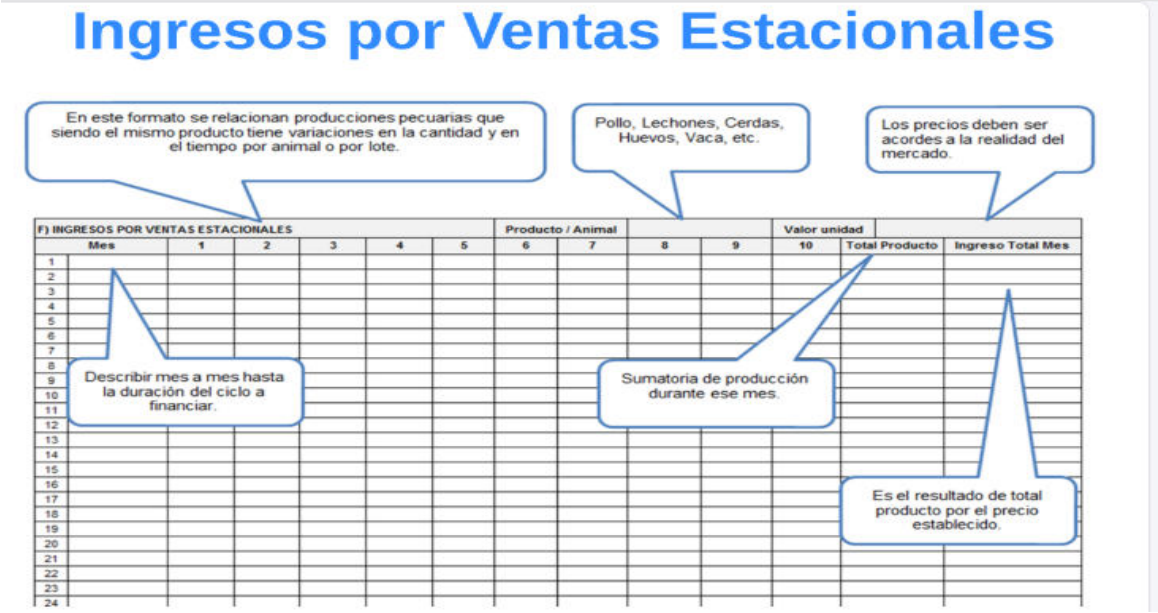
ESTRUCTURA DEL BALANCE GENERAL

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO
	PASIVO
Activo Corriente	**Pasivo Corriente**
Caja y Bancos	Proveedores
Clientes	Bancos
Otras Cuentas por Cobrar	Empleados
Inventarios	Estado
Gastos Pagados por Anticipado	**Total Pasivo Corriente**
Total Activo Corriente	**Pasivo No Corriente**
	Deudas a Largo Plazo
Activo No Corriente	**Total Pasivo No Corriente**
Activo Fijo	**Total Pasivo**
Depreciación	**Patrimonio**
Acitvo Fijo Neto	Capital
Total Activo No Corriente	Utilidades Acumuladas
	Total Patrimonio
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO

VI. Proyección de ingresos

¿Qué es proyección de ingresos ¿: es un presupuesto estimado a una fecha en concreto, en función de las expectativas que se tienen durante el periodo que falta hasta esa fecha y teniendo en cuenta los datos reales obtenidos hasta el momento.

PROYECCION DE INGRESOS



d. Resultados esperados
   I. Que los aprendices lleven la contabilidad básica de su negocio (debe/haber/saldo)
   II. Que los aprendices conozcan el costo de producción real de sus productos o servicios
   III. Que los aprendices establezcan un precio de venta que les genere utilidad para su empresa.
   IV. Que los aprendices logren proyectar los ingresos de su unidad productiva en un periodo determinado.
   V. Que los aprendices conozcan y cumplan la normatividad impositiva correspondiente a su negocio.
e. Actividades por realizar:
   I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
   II. Realizar un balance básico con un ejercicio entregado por el instructor, acorde con la unidad productiva.
   III. Generar base de datos con la lista de precios de los productos, con sus respectivos costos de producción, la utilidad esperada y el precio de venta sugerido al público.

El taller lo deben enviar por grupos de aprendices, el numero de aprendices depende de donde vivan para que se reúnan con todas las medidas de bioseguridad presencial o virtual máximo 5 personas donde le deben colocar sus nombres y de que vereda es el grupo, a mi correo: amparohin@misen.edu.co o por el whatsapp creado para el grupo o a mi whatsapp personal 3214907002.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: 1.Concepto de contabilidad y hecho económico, periodo contable y periodo fiscal, periodos de costos 2.Normas comerciales y tributarias aplicables a la gestión contable: calidad de comerciante, deberes del comerciante, actividades mercantiles, libro fiscal ingresos, costos y gastos 3.El proceso del registro de la información contable 4.ley general de archivos: archivo y conservación de documentos contables 5. Aplicación de los conceptos en el punto de equilibrio **Evidencias de Desempeño** **1.**identificar principios básicos de la administración en las organizaciones 2.aplicar normas legales y tributarias en los registros contables 3.diferenciar conceptos de ingresos, costos y gastos 4.registrar en los libros aplicando normas legales y procedimientos organizacionales 5.registrar cada uno de los elementos del costo	1.Interpreta los conceptos básicos de la contabilidad. 2.Diferencia ingresos, costos y gastos 3.Interpreta normas legales y procedimientos organizacionales relativos a los documentos comerciales. 4. Registra la información contable básica 5.Calciula el punto de equilibrio	**Lista de chequeo** **Lista de chequeo** **Lista de chequeo**

6.archivar y conservar los documentos comerciales, de acuerdo con las normas y procedimientos institucionales y las normas legales en Colombia. **Evidencias de Producto:** Interpreta los diferentes conceptos de la contabilidad de costo aplicándolos en la contabilidad de la unidad productiva		

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Materias Primas:
Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.
Mano De Obra:
Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo (es decir, el precio que se le paga al trabajador por sus recursos).
Costos Indirectos De Fabricación:
Son todos los costos de fabricación distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa. Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizado para acumular los costos indirectos de fabricación (CIF son distintos a los Gastos de venta, administración y financiero) y además son costos que no se puede asociar o costear con facilidad a un producto producido ejemplos de CIF son los siguientes: Materiales indirectos, mano de obra indirecta, calefacción, refrigeración, energía eléctrica, depreciación del edificio de la planta productora y del equipo de fábrica, mantenimiento del edificio y equipo de fábrica, así como sus seguros y sus impuestos.
Productos Terminados:
Son todos aquellos bienes adquiridos por las empresas manufactureras o industriales, los cuales son transformados para ser vendidos como productos elaborados.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

6.1 BIBLIOGRAFÍA

Contabilidad de Costos, Bernard H. Hargadon Jr. Editorial Norma. Última edición.
Contabilidad de costos, Juan García Colín, Mc Graw Hill. Última edición.
Contabilidad de costos, Ralph S. Polimeni – Frank Fabozzi – Arthur H. Adelberg, Mc Graw Hill. Última edición.Contabilidad de costos, Backer Jacobsen – Ramírez Padilla, Mc Graw Hill. Segunda edición, Capítulo 4.

6.2WEBGRAFÍA

Actividad 3.2.1 – 3.2.2 – 3.2.3 – 3.2.4– 3.2.5 y 3.2.6
http://www.gerencie.com/generalidades-de-la-contabilidad-y-sistemas-de-costos.htmlAutores: Lic. Carlos González García y Lic.
Fecha de Consulta: 30-7-2020

6.3 INFOGRAFIA

Biblioteca virtual SENA. Ingrese a la 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, GaléCengage Learning, Océano para administración, Knovel, Océano universitas P&M, Proquest

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**30/07/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA 7 DE APRENDIZAJE

Modulo financiero

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: EMPRENDEDOR EN GASTRONOMIA TIPICA RURAL.
- **Código del Programa de Formación**: 66210582
- **Nombre del Proyecto** (si es formación Titulada): buenas prácticas de manufactura en la preparación de alimentos típicos
- **Fase del Proyecto** (si es formación Titulada): ejecución
- **Actividad de Proyecto** (si es formación Titulada): CARACTERIZAR EL ENTORNO Y EL MERCADO DE ACUERDO CON LA PRODUCCION LOCAL Y ANCESTRAL
- **Competencia:** CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
- **Resultados de Aprendizaje:**

- Interpretar los conceptos y propósitos de la contabilidad de costos, para una efectiva aplicación en actividades de costeo por procesos, por órdenes de producción o cualquier otro sistema de costos
- Duración de la Guía: 20 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz:



Bienvenido al proceso auto formativo en contabilidad de costos: Así como existen empresas comerciales, que compran y venden mercancías, existen también empresas manufactureras o industriales, las cuales compran materias primas, las procesan y obtienen un producto final, que es el que venden en el mercado. Estas empresas deben llevar contabilidad de costos para conocer de manera metódica cuanto les cuesta fabricar, sus productos, y por ende reconocer su costo de ventas.

PAPEL QUE DESEMPEÑA LA CONTABILIDAD DE COSTOS:

Su lugar en la empresa:

La contabilidad de costos le proporciona a la gerencia información de costos de productos, inventarios

operaciones o funciones y permite comparar la cifras reales con las predeterminadas. La variedad de datos que ofrece ayuda a tomar muchas de las decisiones diarias a la vez que presenta la información esencial para las decisiones a más largo plazo.

*Tomado del Texto. Teoría y problemas de contabilidad de costos, James A. Cashin, Ralph S. Polimeni.Editorial McGrawHill, 1993.

Al terminar el estudio de esta guía, usted estará en capacidad de identificar los elementos del costo (materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación); su naturaleza, control, acumulación y contabilización; diferenciar los sistemas, las bases y las doctrinas de costeo entre sí; conocer el manejo contable y operativo de cada uno de los sistemas de costeo: por órdenes de producción y por procesos. Recuerde que el aprendizaje no termina cuando se adquiere e integra el conocimiento, ni cuando se refina y profundiza. El efecto, el fin último del aprendizaje, es utilizarlo significativamente, emplearlo para lograr sus metas. Para esto requiere de técnicas y métodos de estudio, además de dedicación, disciplina y responsabilidad.
Es importante que el trabajo individual y grupal quede evidenciado en la realización de sus trabajos en la unidad productiva, el cual se constituye en la herramienta que le permitirá recapitular, reflexionar, evaluar y reconstruir cada una de las evidencias del aprendizaje.

"Un jardinero que cultiva su propio jardín, con sus propias manos, une en su persona los tres personajes, de propietario, agricultor y obrero. Su producción, por lo tanto, debe rendirle la renta del primero, la ganancia del segundo y el salario del tercero." - Adam Smith

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE



3.1.Actividad de reflexión:



Suponga que un amigo suyo, quien sabe que usted estudia en el SENA, le pide el favor que lo asesore porque piensa dedicarse a vender perros calientes y quiere saber si es rentable venderlos a $5.000 en combo (con porción de papa a la francesa y gaseosa), teniendo en cuenta que él se mete a vender perros sólo si se gana por lo menos $1.500por perro vendido.

• Además su amigo quiere que usted le diga cuántos combos debe vender en un mes para ganarse un salario mínimo.

Él le dice que sus perros serán la sensación porque los piensa hacer con salchicha suiza, 2 huevos de codorniz, 1 tajada de queso, 1 tajada de jamón, piña, cebolla, salsa de tomate, mayonesa y mostaza.

• También cuenta que el carrito sanduchero se lo alquilan por $ 30.000 mensuales y que se necesitan otros insumos como aceite, servilletas y desechables (para el perro y las papas).

• Elabore un informe donde plasme los consejos para su amigo, incluidos los cálculos que usted considera, se deben hacer para saber el costo de un combo de perro caliente. ¿Cómo haría usted para saber cuántos combos debe vender su amigo en un mes para ganarse un salario mínimo?

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

3.2.1 Compare con su Grupo los resultados obtenidos.

3.2.2. Preparen la presentación del trabajo, complementando la información, con los aportes de los trabajos elaborados, de los integrantes del Grupo.

3.2.3 Socialice el trabajo presentándolo ante su grupo de 4 0 5 personas.

3.2.4 Guarde las evidencias en su portafolio.

Esta actividad no tiene calificación y no debe enviarse

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización

MODULO FINANCIERO

a. Objetivos: estructurar financieramente la unidad productiva con el fin de que esta sea sostenible en el tiempo. Cumplir con la metodología CANVAS
b. Duración del módulo: 24 horas
c. Temas incluidos en el módulo:
    I. Costos de producción (estructura de costos administrativos y de producción)



Los costos de producción son los desembolsos y deducciones causados por el proceso de fabricación o por la prestación de un servicio. Ejemplo: Mano de obra, sueldos, materia prima, mercancías, fletes, arrendamiento local, servicios públicos y otros

Hay dos clases de costos: Costo Variable y costos fijos

Costo variable: Se llama **variables por**que su valor aumenta y disminuye cada vez que la producción y las ventas aumentan o disminuyen
Ejemplo: materias primas, mano de obra, comisiones sobre las ventas empaques y otros
Costos Fijos: Se llaman fijos porque su valor no depende del volumen de producción y ventas, ejemplo: Sueldos y salarios fijos Alquiler del local de la planta, mantenimiento de máquinas y equipos de producción y otros.
Un costo fijo s diferencia de un gasto en que el costo hace parte del producto y el gasto no. El valor de los costos fijos se mantiene independientemente de la producción y las ventas, en cambio Los costos variables, aumentan o disminuyen de acuerdo con el volumen de producción y ventas

COMO LLENAR HOJA DE COSTO VARIABLE				
Nombre del product			**unidad de costo:**	
Referencia:				
Precio de venta : $			**unidades vendidas en el mes:**	
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
A	B	C	D	E
Lista de las materias primas utilizadas en la fabricacion del producto	La unidad con la cual compro cada materia prima: •Unidad •Metro •Kilo •Arroba •Bulto, etc	El precio por unidad de cda materia prima de acuerdo con la ultima factura	El numero de unidades de cada materia prima utilizadas en la fabricacion de la unidad de costeo	El costo total de cada materia prima utilizada en la fabricacion de la unidad de costeo
COSTO TOTAL DE LAS MATERIA PRIMAS →				F
OTROS COSTOS VARIABLES	• Mano de obra al destajo			
	• Empaques			
	• Comisiones por ventas			
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES →				G
COSTO VARIABLE TOTAL (Materias primas+otros costos variables) →				H
Responsables de la elaboracion del documento:				
Fecha :				

II. Margen de contribución (utilidad)
¿**Que es la margen de contribución**?: Es la diferencia entre el valor de la venta y el costo variable de lo vendido
Margen de contribución del producto: Es la diferencia entre el costo variable y su precio de venta.
Margen de contribución de la empresa: Es la diferencia entre el total de sus costos variables y el total de sus ventas.
Sencillo: "El margen de contribución es lo que queda de las ventas para pagar los costos y gastos fijos y para generar la utilidad"



Hago lo siguiente:

a- Calculo el margen de contribución en pesos así:

PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO – COSTO VARIBLE DEL PRODUCTO = MARGEN DE CONTRIBUCION EN PESOS

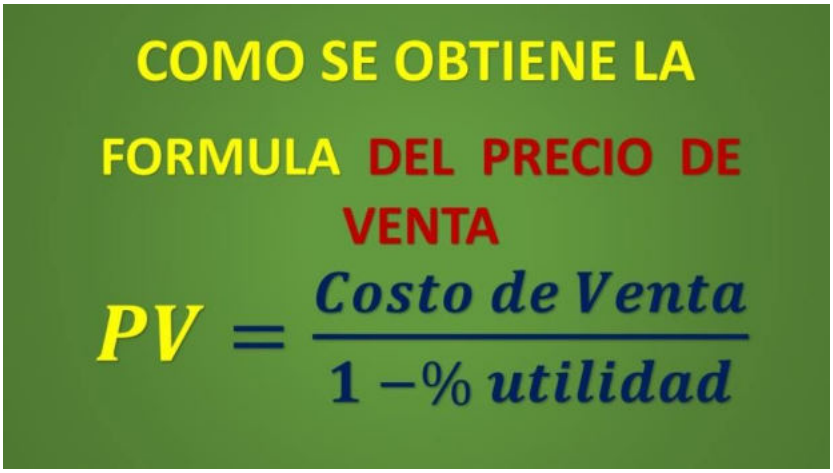
b- Calculo el margen de contribución en porcentaje:

Para calcularlo, divido el margen de contribución en pesos, por el precio de venta del producto y multiplico el resultado por cien



$$\frac{\text{Margen de contribución en pesos}}{\text{Precio de venta}} \times 100 = \%$$ Margen de contribución en porcentaje

III. Precio de venta



El precio es el valor monetario que se le asigna a algo. Dicho valor monetario se expresa en dinero y señala la cantidad que debe tener el comprador o cliente para hacerse con un producto o servicio.
La **venta**, por otra parte, consiste en el traspaso de la propiedad de un bien a otra persona tras el pago del precio acordado
El **precio de venta**, por lo tanto, es el dinero que debe abonar o pagar el consumidor para comprar un producto o servicio.

IV. Punto de equilibrio

¿Qué es el punto de equilibrio?: Es el volumen de ventas necesarios para sostener el negocio, sin ganar ni perder dinero
Situaciones que se pueden presentar: En relación entre el margen de contribución y el total de los costos y gastos.

- La empresa estará en **punto de equilibrio**, cuando el margen de contribución es igual al total de los costos y de los gastos
- La empresa da **utilidad** cuando el margen de contribución es mayor que el total de los costos y los gastos
- La empresa da **perdida**, cuando el margen de contribución es menor que el total de los costos y los gastos

Como se calcula el punto de equilibrio:
1.Calculo el margen de contribución de cada producto
2.Calculo el margen de contribución total de la empresa
3.Sumo los costos fijos mensuales mas los gastos de administrativos de la empresa
4.Calculo el punto de equilibrio
Por lo tanto, para calcular el punto de equilibrio, divido el total de cotos y gastos fijos Mensuales, por el porcentaje de margen de contribución de la empresa así:

$$\frac{\text{COSTOS Y GAASTOS FIJPS MENSUALES}}{\text{\% MARGEN DE CONTRIBUCION}} = \text{Punto de equilibrio}$$

Ejemplo: Los costos y gastos fijos mensuales de la empresa PINOCHITO suman $ $ 367.550 y su margen de contribución es 45%

$$\frac{\$\ 367.550}{45\%} = 816.777$$

Este seria el punto de equilibrio por lo tanto la empresa debe vender $ 816.777 mensuales para sostener el Negocio sin ganar ni perder.

V. Balance general básico

El balance general es un documento que resume y me da a conocer la situación de mi unidad productiva en un momento determinado, por lo tanto podríamos decir que el balance general es como una fotografía instantánea de mi unidad productiva puesto que me informa realmente cuanto vale lo que tengo , cuanto lo que debo , y cuanto le quedará cuando pague las deudas.
Lo que **tengo** se llama los **activos**

Lo que **debo** se llaman los **pasivos**
Y **patrimonio** lo que me queda después de pagar todo lo que debo o se lo que **realmente me pertenece.**

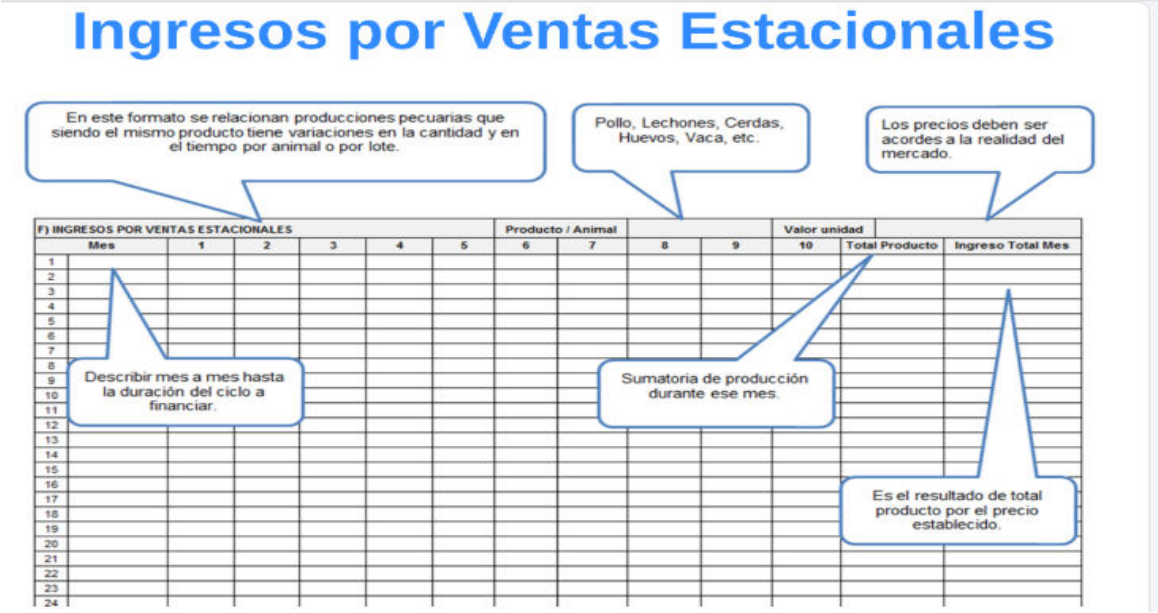
ESTRUCTURA DEL BALANCE GENERAL

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO
	PASIVO
Activo Corriente	**Pasivo Corriente**
Caja y Bancos	Proveedores
Clientes	Bancos
Otras Cuentas por Cobrar	Empleados
Inventarios	Estado
Gastos Pagados por Anticipado	**Total Pasivo Corriente**
Total Activo Corriente	**Pasivo No Corriente**
	Deudas a Largo Plazo
Activo No Corriente	**Total Pasivo No Corriente**
Activo Fijo	**Total Pasivo**
Depreciación	**Patrimonio**
Acitvo Fijo Neto	Capital
Total Activo No Corriente	Utilidades Acumuladas
	Total Patrimonio
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO

VI. Proyección de ingresos

¿Qué es proyección de ingresos ¿: es un presupuesto estimado a una fecha en concreto, en función de las expectativas que se tienen durante el periodo que falta hasta esa fecha y teniendo en cuenta los datos reales obtenidos hasta el momento.

PROYECCION DE INGRESOS



d. Resultados esperados
   I. Que los aprendices lleven la contabilidad básica de su negocio (debe/haber/saldo)
   II. Que los aprendices conozcan el costo de producción real de sus productos o servicios
   III. Que los aprendices establezcan un precio de venta que les genere utilidad para su empresa.
   IV. Que los aprendices logren proyectar los ingresos de su unidad productiva en un periodo determinado.
   V. Que los aprendices conozcan y cumplan la normatividad impositiva correspondiente a su negocio.
e. Actividades por realizar:
   I. Proponemos realizar abrir cada sesión con una actividad lúdica que despierte el lado creativo e innovador de los aprendices.
   II. Realizar un balance básico con un ejercicio entregado por el instructor, acorde con la unidad productiva.
   III. Generar base de datos con la lista de precios de los productos, con sus respectivos costos de producción, la utilidad esperada y el precio de venta sugerido al público.

El taller lo deben enviar por grupos de aprendices, el numero de aprendices depende de donde vivan para que se reúnan con todas las medidas de bioseguridad presencial o virtual máximo 5 personas donde le deben colocar sus nombres y de que vereda es el grupo, a mi correo: amparohin@misen.edu.co o por el whatsapp creado para el grupo o a mi whatsapp personal 3214907002.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: 1.Concepto de contabilidad y hecho económico, periodo contable y periodo fiscal, periodos de costos 2.Normas comerciales y tributarias aplicables a la gestión contable: calidad de comerciante, deberes del comerciante, actividades mercantiles, libro fiscal ingresos, costos y gastos 3.El proceso del registro de la información contable 4.ley general de archivos: archivo y conservación de documentos contables 5. Aplicación de los conceptos en el punto de equilibrio **Evidencias de Desempeño** **1.**identificar principios básicos de la administración en las organizaciones 2.aplicar normas legales y tributarias en los registros contables 3.diferenciar conceptos de ingresos, costos y gastos 4.registrar en los libros aplicando normas legales y procedimientos organizacionales 5.registrar cada uno de los elementos del costo	1.Interpreta los conceptos básicos de la contabilidad. 2.Diferencia ingresos, costos y gastos 3.Interpreta normas legales y procedimientos organizacionales relativos a los documentos comerciales. 4. Registra la información contable básica 5.Calciula el punto de equilibrio	**Lista de chequeo** **Lista de chequeo** **Lista de chequeo**

6.archivar y conservar los documentos comerciales, de acuerdo con las normas y procedimientos institucionales y las normas legales en Colombia. **Evidencias de Producto:** Interpreta los diferentes conceptos de la contabilidad de costo aplicándolos en la contabilidad de la unidad productiva		

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Materias Primas:
Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.
Mano De Obra:
Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo (es decir, el precio que se le paga al trabajador por sus recursos).
Costos Indirectos De Fabricación:
Son todos los costos de fabricación distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa. Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizado para acumular los costos indirectos de fabricación (CIF son distintos a los Gastos de venta, administración y financiero) y además son costos que no se puede asociar o costear con facilidad a un producto producido ejemplos de CIF son los siguientes: Materiales indirectos, mano de obra indirecta, calefacción, refrigeración, energía eléctrica, depreciación del edificio de la planta productora y del equipo de fábrica, mantenimiento del edificio y equipo de fábrica, así como sus seguros y sus impuestos.
Productos Terminados:
Son todos aquellos bienes adquiridos por las empresas manufactureras o industriales, los cuales son transformados para ser vendidos como productos elaborados.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

6.1 BIBLIOGRAFÍA

Contabilidad de Costos, Bernard H. Hargadon Jr. Editorial Norma. Última edición.
Contabilidad de costos, Juan García Colín, Mc Graw Hill. Última edición.
Contabilidad de costos, Ralph S. Polimeni – Frank Fabozzi – Arthur H. Adelberg, Mc Graw Hill. Última edición.Contabilidad de costos, Backer Jacobsen – Ramírez Padilla, Mc Graw Hill. Segunda edición, Capítulo 4.

6.2WEBGRAFÍA

Actividad 3.2.1 – 3.2.2 – 3.2.3 – 3.2.4– 3.2.5 y 3.2.6
http://www.gerencie.com/generalidades-de-la-contabilidad-y-sistemas-de-costos.htmlAutores: Lic. Carlos González García y Lic.
Fecha de Consulta: 30-7-2020

6.3 INFOGRAFIA

Biblioteca virtual SENA. Ingrese a la 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, GaléCengage Learning, Océano para administración, Knovel, Océano universitas P&M, Proquest

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Amparo Hincapie Bolaños**	**Instructor**	**Coordinación académica**	**30/07/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					