

PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Aguachica septiembre de 2020

Señor (a)
JOSE ALEJANDRO OROZCO OCHOA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **1355547**
instructor G08
Centro Agroempresarial
aguachica

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes de septiembre 2020

Referencia: No **1355547** del año 2020

OSCAR FERNANDEZ GONZALEZ , identificado con la cédula de ciudadanía No. 18.926.992 de aguachica Cesar, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Programa Sena Emprende Rural SER, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: 1) UN PRIMER PAGO EN EL MES DE FEBRERO POR VALOR DE DOS MILLONES DOSCIENTOS VEINTIOCHO MIL CUATROCIENTOS NOVENTA PESOS M/CTE. (2.228.490), 2) NUEVE (9) PAGOS IGUALES EN LOS MESES DE MARZO A NOVIEMBRE POR VALOR DE TRES MILLONES SETECIENTOS CATORCE MIL CIENTO CINCUENTA PESOS M/CTE. (3.714.150) CADA UNO. 3) UN ULTIMO PAGO EN EL MES DE DICIEMBRE POR VALOR DE UN MILLON CUATROCIENTOS OCHENTA Y CINCO MIL SEISCIENTOS SESENTA PESOS M/CTE. (1.485.660)

Plazo: Será hasta el 12 de diciembre de 2020.

OBJETO:
Prestar servicios profesionales de carácter temporal como instructor en el área de emprendimiento para impartir formación profesional integral presencial en el Programa Sena Emprende Rural – SER del Centro Agroempresarial en el Departamento del Cesar.

CLÁUSULA (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Participar en la planeación de los procesos formativos del acuerdo a lo establecido en los	Se relizo planeación mensual en los programas de formación en la línea de emprendimiento por medio de secciones	https://drive.google.com/folder/view?id=1Yx78IRJrIBVCKYoFPpP06JxA4ZVgy5u8

	lineamientos entregados por la Coordinación nacional de emprendimiento.	virtuales desescolarizadas, para el segundo semestre del año 2020. Establecidas por la líder del programa sena emprende rural ser para dar cumplimiento a las metas proyectadas en el centro Agroempresarial aguachica en la presente vigencia, de acuerdo a las condiciones por la emergencia sanitaria generada por el covid 19.	
2	Realizar alistamiento de la formación, en la formulación de los proyectos formativos con carácter empresarial, usando tecnologías adecuadas y adaptadas a las condiciones locales, en aras de su sostenibilidad, la generación de ingresos y empleo, en articulación con los instructores de emprendimiento; debidamente costeados y con actividades definidas en el marco del uso de estrategias didácticas bajo la filosofía de aprender haciendo; priorizando el uso	Se organizaron los grupos de trabajo para el desarrollo de las actividades de manera virtual contempladas en las guías de aprendizaje a través de los grupos de whatsapp. Se realizaron los ajustes pertinentes por área a las guías de aprendizajes, planeación pedagógica y los proyectos formativos, teniendo en cuenta estrategias pedagógicas de acuerdo a las condiciones por la emergencia sanitaria.	Guía de aprendizajes, planeación pedagógica y proyectos formativos disponibles en el drive https://drive.google.com/folder/view?id=1Yx78IRJrIBVCKYoFPpP06JxA4ZVgy5u8

	de los materiales de formación.		
3	Ejecutar las acciones de formación haciendo uso de la estrategia pedagógica de "formación por proyectos" de acuerdo a los procedimientos y lineamientos establecidos en la guía para la ejecución del programa SER.	<p>Formular los proyectos formativos, las guías de aprendizajes para los programas siguientes:</p> <p>Emprendedor en elaboración de derivados lácteos. municipio Chimichagua corregimiento la mata, ficha 2173787 código empresa 1498628.</p> <p>Emprendedor en elaboración de derivados lácteos, municipio Pailitas ficha 2173785 código empresa 1498144</p> <p>Emprendedor en procesamiento artesanal de derivados frutas y hortalizas, municipio Chimichagua ficha.2173781.codigo empresa.1498629.</p> <p>Emprendedor en comercialización de productos y servicios rurales, municipio chimichagua, ficha.217153.codigo empresa 1497153</p> <p>Emprendedor en comercialización de productos y servicios rurales municipio Pelaya corregimiento costilla,</p>	<p>Ajustes de proyecto formativos y guías de aprendizajes</p> <p>https://drive.google.com/folder/view?id=1Yx78IRJrIBVCKYoFPpP06JxA4ZVgy5u8</p>

		<p>ficha.2173773 código empresa 1498142</p> <p>Emprendedor en comercialización de productos y servicios rurales municipio Aguachica, ficha 2173788 código empresa 1498147.</p>	
4	Reportar y sistematizar las actividades, acciones y resultados realizadas en el marco del objeto contractual, en los diferentes sistemas, plataformas y	<p>Usar la plataforma sofia plus para el registro, control y verificación de las acciones en los procesos de formación</p> <p>Se organizaron grupos de trabajo por WhatsApp para así poder realizar las actividades y talleres</p>	<p>Registro en sofia plus</p> <p>http://oferta.senasofiaplus.edu.co/sofia-oferta/registro.html</p>

	<p>formatos establecidos por el sena para el seguimiento de la información tales como sofia plus, geosena y otros dispuestos temporalmente para el seguimiento de actividades específicas, entregando informes al supervisor del contrato y al profesional de apoyo misional del programa ser de su centro de formación o quien cumpla sus funciones</p>	<p>de las diferentes formaciones en cada municipio y/o vereda y por ende seguimiento a las formaciones. Se enruto y se asoció los aprendices. Debidamente matriculados, reporte de horas ante el supervisor del contrato entre otras acciones.</p>	
5	<p>En articulación con el instructor técnico crear unidad productiva rural sostenible resultado de la ejecución del respectivo programa de formación en las líneas de emprendimiento: "autoconsumo y negocios rurales" de la fase I del programa SER.</p>	NO APLICA	NO APLICA
6	<p>Programar y reportar a su supervisor de contrato, con una antelación mínima de una semana los</p>	<p>Reportar a la líder del programa ser las actividades programadas en los grupos de WhatsApp, para</p>	<p>Evidencias disponibles en el driver</p>

	ambientes de aprendizaje y unidades productivas a visitar, de manera que se autorice por escrito su movilización previa a la salida, en el marco de su objeto contractual.	realizar formación desescolarizada con los aprendices de las siguientes fichas 2171533,2173773,2173788,2173785,2173787,2173781.donde la líder esta incluida para hacer seguimiento a las formaciones de los programas en ejecución, debido a la emergencia sanitaria por el covid 19.	https://drive.google.com/drive/folders/1TMFiif8xBAk8IHokEeeo_g3Rhdx16N7O
7	Apoyar la realización del diagnóstico final, georreferenciación y caracterización de las unidades productivas creadas, en el marco de las acciones de formación de la Fase I del programa SER.	No aplica	No aplica
8	Apoyar la realización de diagnóstico final a las unidades productivas que participan en las acciones de formación para el fortalecimiento correspondiente	NO APLICA	No aplica

	a la fase II del programa SER, cada vez que una unidad participe en una formación.		
9	Apoyar al programa SER en la ejecución de actividades estratégicas tales como: acompañamiento a unidades productivas participantes en eventos de comercialización, gestión empresarial y financiera cuando se requiera	NO APLICA	No aplica
10	Formular y gestionar en articulación con el instructor técnico y el emprendedor el modelo de negocios CANVAS que se encuentra inmerso en la estructura integrada de seguimiento como entregable del proceso formativo en la creación de la unidad productiva.	Se realizó el diagnóstico inicial fase 1, relación de emprendedores, modelo o canvas, estructura organizacional y administrativa, seguimiento y gestión, requerimiento de la inversión y análisis financiero en el primer semestre 2020	https://drive.google.com/folder/view?id=104N-geYd6YDMi2YPX-PYfD1ANHU1YMyU

11	Participar en las jornadas de actualización y transferencia tecnológica convocadas por el Apoyo misional de centro SER y/o por la coordinación del programa SER, para su implementación en las acciones del mismo.	<p>Curso ovop con el instructor Javier Enrique García</p> <p>Curso desarrollo de habilidades blandas con éster.</p> <p>Curso e-commerce líder regional programa ser</p>	https://drive.google.com/folder?id=1QMLY8f4QLc2JKfNtHuOoAVPoH521pAR
12	Apoyar la identificación y sistematización de los casos exitosos de unidades productivas rurales.	NO APLICA	No aplica
13	Identificar fuentes de financiación disponibles, formular los planes de negocios y/o instrumentos para aplicar a las diversas fuentes, y acompañar en la postulación a las convocatorias a por lo menos 5 unidades productivas.	NO APLICA	No aplica
14	Realizar su afiliación ante la	No aplica	No aplica

	administradora de riesgos laborales que disponga el sena, bajo la clase de riesgo tipo dos relacionada con labores de emprendimiento		
15	Las demás que sean asignadas por el supervisor de contrato en concertación con el apoyo misional de centro ser de acuerdo a los lineamientos del programa ser	No aplica	No aplica

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				
2.				

Nota 1: Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. de la planilla, **2326441994** recibo de pago de aportes a salud, pensiones y ARL pagada por nuevo SOI correspondiente al mes de AGOSTO (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (9) folios

Cordialmente,

OSCAR FERNANDEZ GONZALEZ

Contratista

C.C. No. 18.926.992 de aguchica cesar

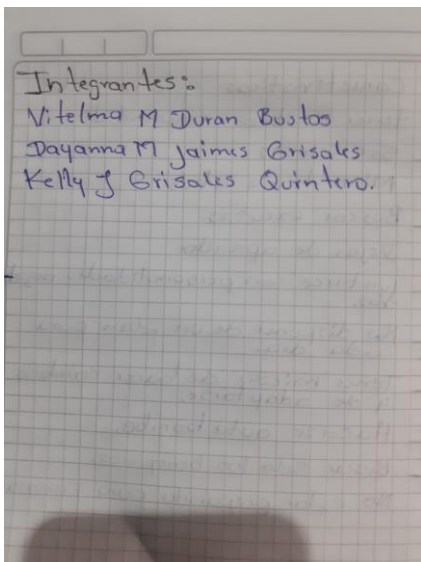
Recibí a satisfacción:

JOSE ALEJANDRO OROZCO OCHOA

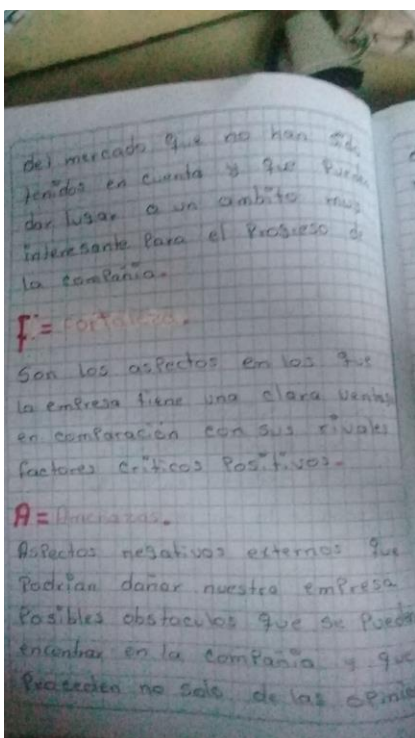
Supervisor(a) Contrato . 1355547 de 2020

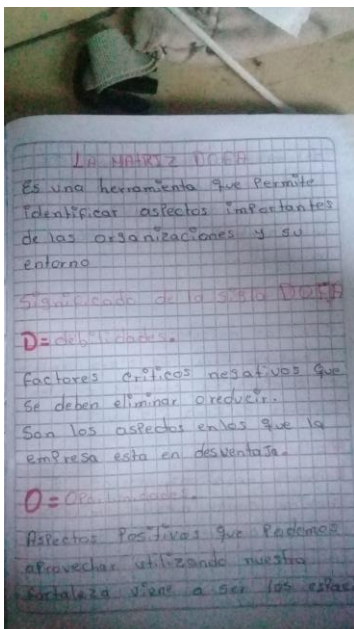
instrutor G08

1. Ficha 2173785 EMPRENDEDOR EN PRODUCCION DE DERIVADOS LACTEOS



El **eslogan** es una palabra o frase corta fácil de recordar, un lema original e impactante, que a menudo se utiliza en la publicidad y la propaganda política como frase identificativa. Además, se espera generar confianza en el interlocutor o público al que va dirigido el mensaje. 19 ago. 2019





Omaira Ardila
EMPENDIMIENTO EN LA ELABORACIÓN DE DERIVADOS LACTEOS
 11:28 a.
INTEGRANTES
OMAIRA ARDILA NAVARRO
EDWIN JOSE NIETO
PAILITAS CESAR 11:28 a.m.

video emprendimiento animado
 video animado para el blog <https://www.negociosye...>
[www.youtube.com](https://youtu.be/fixRdLY4BqE)
<https://youtu.be/fixRdLY4BqE>
 2:21 p. m. ✓

Historias de emprendimiento en Colombia y el mundo
 A través de esta unidad de co...
www.youtube.com

11 archivos adjuntos

LAS 4 P DEL MARK...

BLEIDYS LOS 10 M...

ensayo 3 las 4 p.do...

Video instructor O...

TRABAJO BLEIDYS...

ENSAYO.docx

resumen d elos vde...

ENSAYO DE LAS 4 ...

TRABAJO 2 OSCA...

DOFA VIDEO OSCAR

Trabajo Lacteos.do...

2. FICHA 2173773 EMPRENDEDOR EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES

4. DECLIVE

Ninguna empresa quiere llegar a la fase de declive, puesto que se trata de la última etapa del ciclo de vida de un producto. Las ventas comienzan a disminuir gradualmente debido a que el producto ha sido sustituido por otras opciones más atractivas para los consumidores.

Los beneficios pueden convertirse en pérdidas y, por tanto, que el producto deje de ser rentable para la empresa, si no se toman las medidas necesarias.

En esta fase suelo recomendar que se retire el producto del mercado, ya que existen pocas oportunidades de lograr una reanimación del mismo.



2. CRECIMIENTO

En la fase de crecimiento, el producto se posiciona en el segmento definido, y comienza a ser aceptado por los consumidores. Esto provoca que las ventas y por tanto los beneficios vayan *in crescendo*.

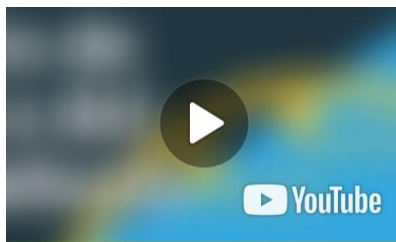
Normalmente, el aumento de los beneficios se produce debido a que los costes de fabricación se reducen bien por las economías de escala o bien por la adquisición de experiencia en la fabricación.

A pesar de esto, la competencia en esta segunda etapa del ciclo de vida de un producto no suele ser muy intensa. Es probable que hayan aparecido nuevos competidores, pero

1. INTRODUCCIÓN

En la etapa de introducción, después de elaborar el plan de marketing, el producto es lanzado por primera vez al mercado, nos encontramos ante una primera etapa llena de incertidumbre y de riesgo. Además es la etapa del ciclo de vida de un producto que conlleva un mayor coste, ya que se produce el primer acercamiento del producto al consumidor en el que se contempla tanto los estudios de mercado previos y el desarrollo del propio producto, como la inversión en campañas de comunicación y acciones de marketing promocional.

Normalmente en esta etapa, la demanda es inferior a la oferta, puesto que el mayor porcentaje de las



**Ciclo de vida del producto
¿Cómo aumentar las ventas?**
Te habrás preguntado ¿Cómo a...
[www.youtube.com](https://youtu.be/f2SKit6bBks)
<https://youtu.be/f2SKit6bBks>
8:26 a. m. ✓

2. FICHA 2171533 EMPRENDEDOR EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES

3. MADUREZ

La etapa de madurez se produce cuando el producto ha alcanzado la cima en cuanto a cuota de mercado. Esta etapa, la tercera del ciclo de vida de un producto, suele tener una duración más amplia que el resto.

Las ventas siguen aumentando, pero a un ritmo más lento y decreciente, hasta que llega el punto que se estabilizan y posteriormente comienzan a detenerse.

2. CRECIMIENTO

En la fase de crecimiento, el producto se posiciona en el segmento definido, y comienza a ser aceptado por los consumidores. Esto provoca que las ventas y por tanto los beneficios vayan *in crescendo*.

Normalmente, el aumento de los beneficios se produce debido a que los costes de fabricación se reducen bien por las economías de escala o bien por la adquisición de experiencia en la fabricación.

A pesar de esto, la competencia en esta segunda etapa del ciclo de vida de un producto no suele ser muy intensa. Es probable que hayan aparecido nuevos competidores, pero

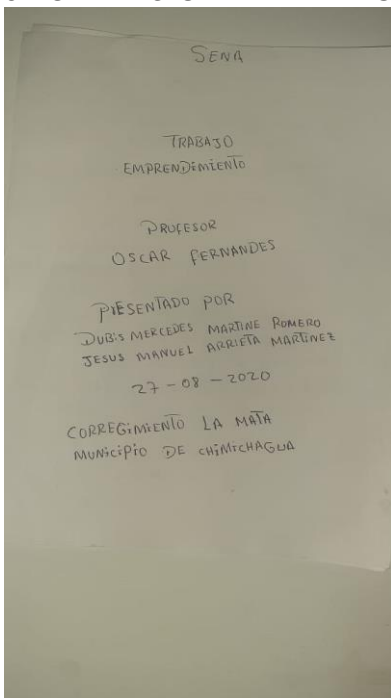
1. INTRODUCCIÓN

En la etapa de introducción, después de elaborar el [plan de marketing](#), el producto es lanzado por primera vez al mercado, nos encontramos ante una primera etapa llena de incertidumbre y de riesgo. Además es la etapa del ciclo de vida de un producto que conlleva un mayor coste, ya que se produce el primer acercamiento del producto al consumidor en el que se contempla tanto los estudios de mercado previos y el desarrollo del propio producto, como la inversión en campañas de comunicación y acciones de marketing promocional.

Normalmente en esta etapa, la demanda es inferior a la oferta, puesto que el mayor porcentaje de las

Es la progresión de un **producto** a través de las cuatro etapas de su tiempo en el mercado. Las cuatro etapas de **ciclo de vida** son: Introducción, Crecimiento, Madurez y Declive. Todos los **productos** tienen un **ciclo de vida** y el tiempo en cada etapa varía de **producto en producto**.

6.FICHA 2173787 EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE DERIVADOS LACTEOS



Mi Negra

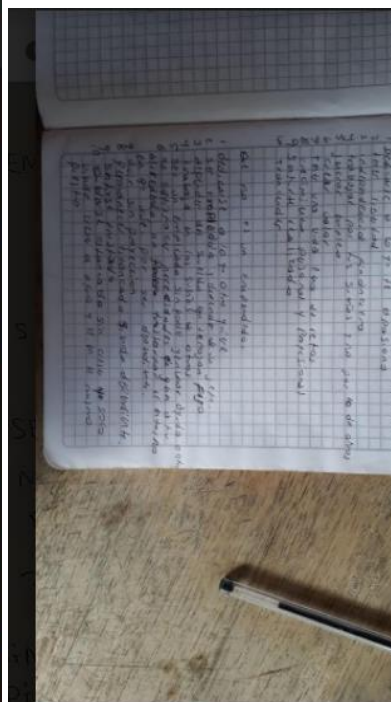
Jeferson. Sandrith.

Todos En La Misma Dirección
Luchando Junto Por Un Solo
Objetivo, Uniendo Nuestras
Fuerzas Y Mirando Hacia Un Solo
Propósito Logremos Lo Que Le
Nos Propongamos.

Con Un Líder Que Nos Oriente
Que Nos Guíe Que No Nos
Deje De Caer Para Con Nuestro
Propósito Y Fortalecer Nuestra
Capacidades.

A veces La Amenazas Son
Oportunidades Para Nuestros
Futuros Debemos Tener
Fortalezas En Momentos
Difíciles, Conocer Nuestras
Debilidades Para Que No Nos
Arrebatan Nuestro Sueño
De Crecer, Aprovechar Las
Oportunidades Que Tenemos
Y No Achicopalarnos Con Las
Amenazas.

9:44 a. m.



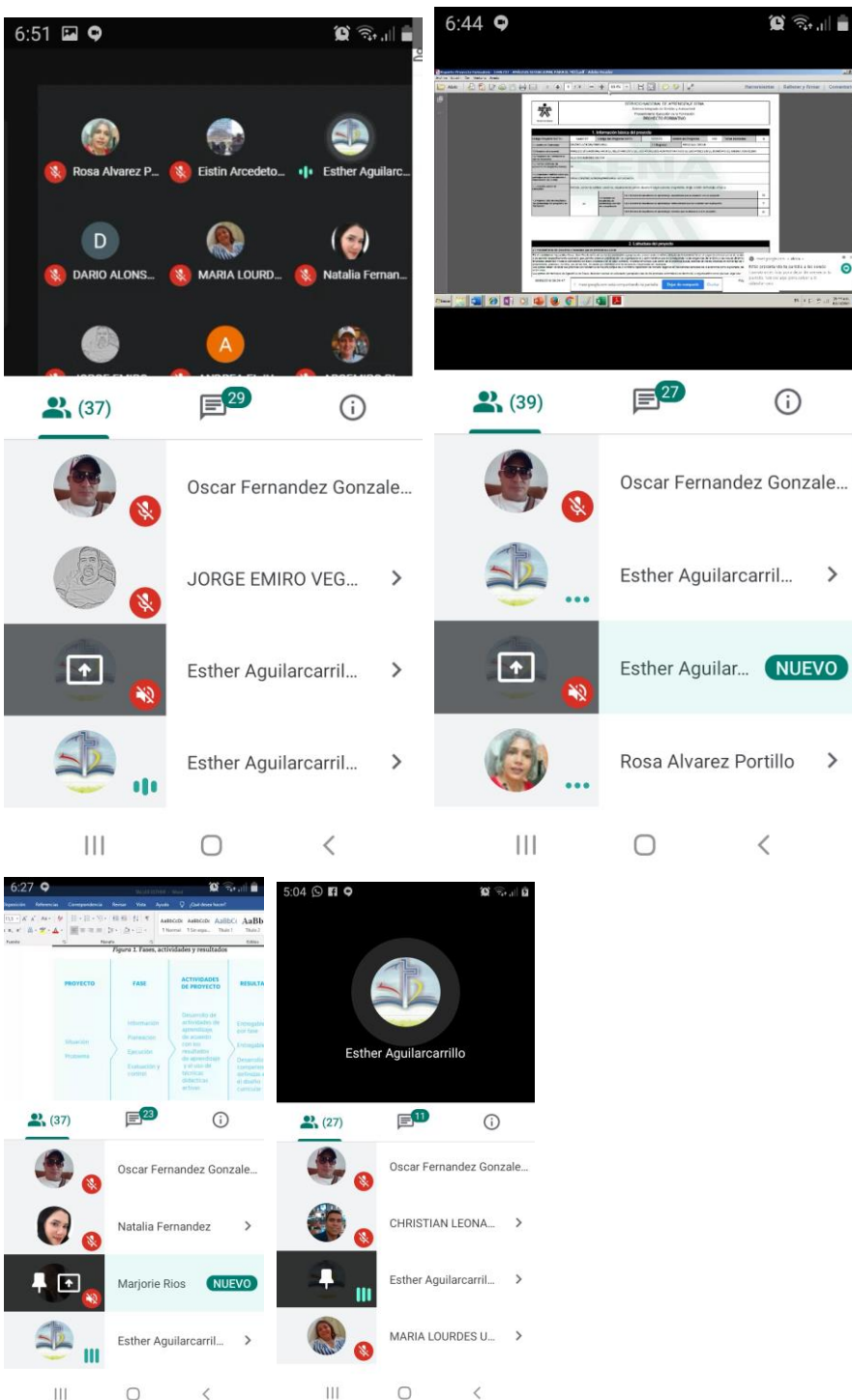
1. 7.FICHA 2173781EMPREENDEDOR EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES

Promoción. Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de **marketing**, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado.

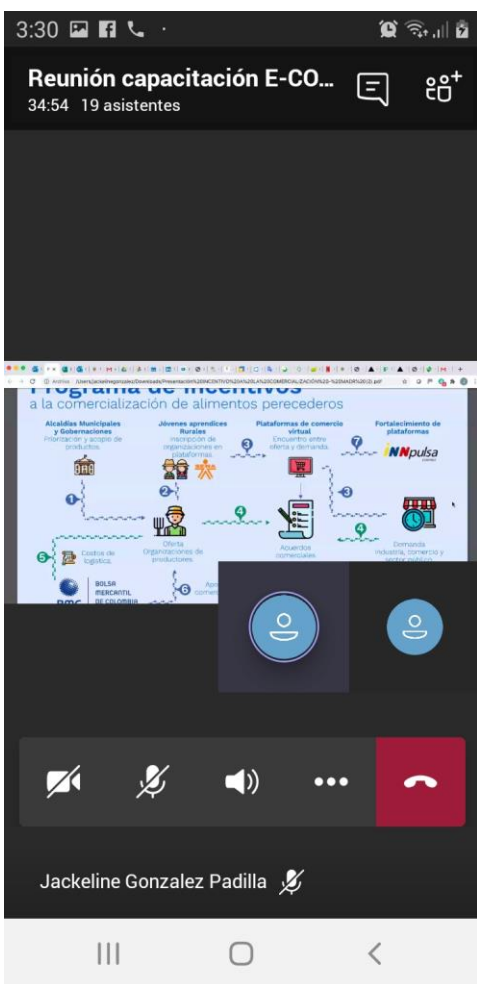
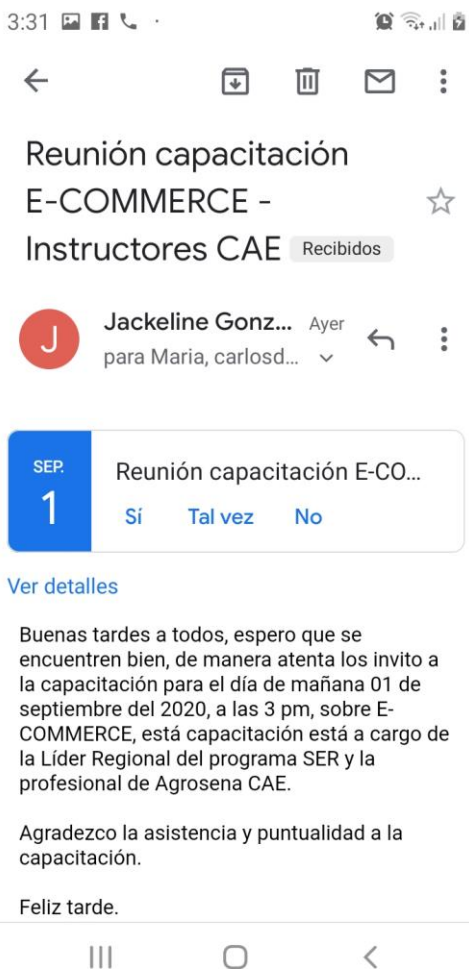
La **plaza** o distribución es el instrumento del **Marketing Mix** que relaciona a los productores de un bien o servicio con los consumidores del mismo. Permite que los distintos productos estén al alcance de los consumidores en el momento, forma y lugar apropiados.



8.FICHA 2171466 DESARROLLO DE HABILIDADES PARA EL DESEMPEÑO DEL INSTRUCTOR SENA



9. CURSO E-COMMERCE

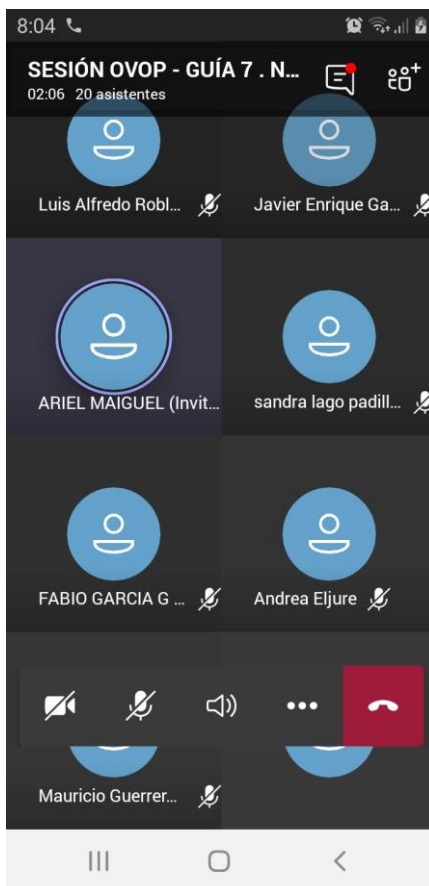


10. CURSO OVOP



WhatsApp Business chat interface for 'RV: SESIÓN OVOP - GUÍA 7 . NEGOCIO COLECTIVO'.

- Header:** RV: SESIÓN OVOP - GUÍA 7 . NEGOCIO COLECTIVO
- Message:** Javier Enrique G... 8:57 p. m. para oscarfernandezg27, ...
- Calendar:** SEP 17 RV: SESIÓN OVOP - GUÍA 7 . NEGOCIO COLECTIVO. Options: Sí, Tal vez, No.
- Event:** Mañana 8:00 a 10:30 a. m.
- Contact Info:** Javier Enrique García Noriega (organizador), alsina82@misena.edu.co, arflorez145, arielmaiguelrua@misena.edu.co
- Calendar Link:** Mostrar agenda del 17 de septiembre
- Business Profile:** Javier Enrique García Noriega, Biólogo. Esp. Gestión Ambiental Marina y Costera.



WhatsApp voice call interface for 'SESIÓN OVOP - GUÍA 7 . N...'. 02:06 duration, 20 asistentes.

Participants:

- Luis Alfredo Robl...
- Javier Enrique Ga...
- ARIEL MAIGUEL (Invit...)
- sandra lago padill...
- FABIO GARCIA G ...
- Andrea Eljure
- Mauricio Guerrer...

Call controls at the bottom include icons for mute, unmute, speaker, and a red end call button.

SESIÓN 3 OVOP - IDEACIÓN DE PRODUCTO - ANÁLISIS CADENA DE VALOR



Javier Enrique Garcia N... 26 ago.
oscarfernandezg27, +25

https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_ODNkYmQ5OGEtYTBIMS00NDFmLWlxY2QtNDJjOGFhNGI1ODRi%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22cbc2c381-2f2e-4d93-91d1-506c9316ace7%22%2c%22Oid%22%3a%228590ef70-9ffd-454f-9d84-77b184191edd%22%7d



Join conversation
teams.microsoft.com

RV: SESIÓN OVOP GUÍA 6 PLAN DE ACCIÓN - HOY 10 DE SEPTIEMBRE DE 2020



Javier Enrique Garcia N... 10 sep.
oscarfernandezg27, +25



jue., 10 de sep. 8 a. m. (...)

RSVP

https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_NzA5YzBhNWEtM2M5OC00MDAzLThiMWUtZjg1MTFmODYxYzYz%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22cbc2c381-2f2e-4d93-91d1-506c9316ace7%22%2c%22Oid%22%3a%228590ef70-9ffd-454f-9d84-77b184191edd%22%7d

11.FICHA 2173788 EMPRENDEDOR EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES

3. MADUREZ

La etapa de madurez se produce cuando el producto ha alcanzado la cima en cuanto a cuota de mercado. Esta etapa, la tercera del ciclo de vida de un producto, suele tener una duración más amplia que el resto.

Las ventas siguen aumentando, pero a un ritmo más lento y decreciente, hasta que llega el punto que se estabilizan y posteriormente comienzan a detenerse

2. CRECIMIENTO

En la fase de crecimiento, el producto se posiciona en el segmento definido, y comienza a ser aceptado por los consumidores. Esto provoca que las ventas y por tanto los beneficios vayan *in crescendo*.

Normalmente, el aumento de los beneficios se produce debido a que los costes de fabricación se reducen bien por las economías de escala o bien por la adquisición de experiencia en la fabricación.

A pesar de esto, la competencia en esta segunda etapa del ciclo de vida de un producto no suele ser muy intensa. Es probable que hayan aparecido nuevos competidores, pero

1. INTRODUCCIÓN

En la etapa de introducción, después de elaborar el [plan de marketing](#), el producto es lanzado por primera vez al mercado, nos encontramos ante una primera etapa llena de incertidumbre y de riesgo. Además es la etapa del ciclo de vida de un producto que conlleva un mayor coste, ya que se produce el primer acercamiento del producto al consumidor en el que se contempla tanto los estudios de mercado previos y el desarrollo del propio producto, como la inversión en campañas de comunicación y acciones de marketing promocional.

Normalmente en esta etapa, la demanda es inferior a la oferta, puesto que el mayor porcentaje de las

Es la progresión de un **producto** a través de las cuatro etapas de su tiempo en el mercado. Las cuatro etapas de **ciclo de vida** son: Introducción, Crecimiento, Madurez y Declive. Todos los **productos** tienen un **ciclo de vida** y el tiempo en cada etapa varía de **producto en producto**.



TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: OSCAR FERNANDEZ GONZALEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROEMPRESARIAL

FECHA INICIAL: 01/09/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 30/09/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2173787 - EMPRENDEDOR EN ELABORACION DE DERIVADOS LACTEOS

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** ACOPIAR LECHE CRUDA SEGÚN PROCEDIMIENTO Y LEGISLACIÓN VIGENTE.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

29080101301 PREPARAR INSUMOS Y EQUIPOS PARA RECEPCIONAR LECHE CRUDA DE ACUERDO CON PROTOCOLOS Y NORMATIVA VIGENTE

29080101302 APLICAR TÉCNICAS DE ANÁLISIS FÍSICOQUÍMICO Y SENSORIAL PARA EL RECIBO DE LECHE CRUDA SEGÚN PROTOCOLO, NORMATIVIDAD Y CRITERIOS TÉCNICOS

29080101303 CONSERVAR LECHE CRUDA APLICANDO MÉTODOS DE ENFRIAMIENTO BAJO PARÁMETROS DE CALIDAD E INOCUIDAD SEGÚN NORMATIVA Y PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO

29080101304 DILIGENCIAR INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL ACOPIO Y ENTREGA DE LECHE CRUDA SEGÚN PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** EJECUTAR PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS SEGÚN PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

29080102201 ALISTAR INSTALACIONES, MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS, TENIENDO EN CUENTA EL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO.

29080102201 ALISTAR LAS MATERIAS PRIMAS, INSUMOS Y EQUIPOS PARA LA ELABORACIÓN ARTESANAL DE DERIVADOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE ACUERDO AL PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.

29080102202 ELABORAR DERIVADOS LÁCTEOS FERMENTADOS Y LECHE CONCENTRADAS, SEGÚN PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO Y APLICADO NORMAS DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

29080102202 ELABORAR PRODUCTOS ARTESANALES A PARTIR DE FRUTAS Y HORTALIZAS SEGÚN PARÁMETROS TÉCNICOS Y NORMATIVA VIGENTE

29080102203 CONTROLAR EL PROCESO DE ELABORACIÓN ARTESANAL DE DERIVADOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA Y REQUERIMIENTOS DEL MERCADO.

28030120004 VERIFICAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS PROPUESTOS Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.

28030120005 RECONOCER LAS DEBILIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO Y OPCIONES DE MEJORA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

28030120005 RECONOCER LAS DEBILIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO Y OPCIONES DE MEJORA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 212,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT's

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS
-------	--------------	-------------	--------	-------

TOTAL TIEMPO EDT's: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
---------------	-------------	-----------	-------

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 0,00

INSTRUCTOR: OSCAR FERNANDEZ GONZALEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROEMPRESARIAL