PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Producción Agropecuaria Ecológica
- Código del Programa de Formación: 722146 V1
- Nombre del Proyecto Formativo: Producción Agropecuaria Ecológica
- Fase del Proyecto : Ejecución
- Actividad de Proyecto Formativo : Realizar la investigación y planes de mercadeo seguín parámetros Técnicos.
- Competencias:
- Ejecutar planes de mercadeo de acuerdo con los objetivos y recursos de la organización – 260101002.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

- Realizar investigación de mercado según el plan de Producción de la empresa.
- Elaborar el Plan de mercadeo según métodos y técnicas de planeación.
- Desarrollar el plan de mercadeo según metodología y recursos disponibles.

Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 150 horas

2. PRESENTACIÓN



Colombia cuenta con potencial productivo Agropecuario Ecológica y su fortalecimiento y crecimiento socio-económico tanto a nivel regional como nacional, dependen en gran medida de un recurso humano cualificado y calificado, capaz de responder integralmente a a dinámica del sector. El SENA es la única institución educativa que ofrece el programa con todos los elementos de formación profesional, sociales, tecnológicos y culturales, metodología de aprendizaje

innovadoras con acceso a tecnologías de última generación, estructurado sobre método más que contenidos, lo que potenia la formación de ciudadanos librepensadores, con capacidad crítica, solidarios y emprendedores, loacredítan y lo hacen pertinentes y coherentes con su misión innovando permantentemetne de acuerdo con las tendencias y cambios tecnológicos y las necesidades del sector empresarial y de los trabajadores, impactando positivamente la productividad, la competitividad, la equidad y el desarrollo del país.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Descripción de la actividad:

https://www.youtube.com/watch?v=IjafpHiOYfQ

Despue de observar el video reflexionemos:



- Qué es la empatía?
- Como impactan nuestras acciones en la sociedad.
- De que depende que seamos empáticos.

A continuación cada uno de los aprendices generára la reflexión de la importancia de la empatía en cada uno de los hambientes de la vida en sociedad –comunidad; socializaremos cada una de las situaciones que por medio de la empatía pueden dar un cambio en el aspeto de la vida cotidiana.

AMBIENTE REQUERIDO: Los ambientes de trabajo requeridos son:

- Aula con sillas y mesas, con excelente orden y aseo de la instalación.
- Uso apropiado de la indumentaria (uniforme, bata, distintivos) en aprendices e instructores
- Equipos, mobiliario adecuado y distribuidos en el espacio según exigencias del programa
- Condiciones ambientales ideales en cuanto a iluminación, temperatura, ventilación, aseo general, ruidos).

ESTRATEGIAS O TÉCNICAS DIDÁCTICAS ACTIVAS: estudio de caso, análisis de objeto-sistemas, análisis de servicios – **procesos**, ***SIMULACIONES***, juegos de roles, socializar d:e conceptos.

MATERIALES DE FORMACIÓN: Vídeo beam, Parlantes, Internet, computador, graficadores, procesador de texto, Marcadores, fotocopias y papelería.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje: En mercadeo, los valores, pesos y medidas se refieren a diferentes aspectos que son cruciales para comprender y gestionar el mercado y las estrategias de marketing. Los valores, como los valores de marca, ayudan a crear conexiones emocionales con los consumidores y a diferenciar una marca. Los pesos y medidas, como el tamaño del mercado, la participación de mercado y las métricas de marketing, permiten a las empresas evaluar el rendimiento, identificar oportunidades y tomar decisiones informadas.

Para el desarrollo de la actividad propuesta cada aprendiz desarrollara cada uno de los conceptos propuestos a continuación.

3.2.1 Descripción de la actividad***: TALLER 1*** – Anexo apropiación de conceptos. (180 minutos).

Su presentación será en una hoja examen a criterio del aprendiz.(cuadro sinoptico, mapa conceptual, resumen, diagrama e.t.c.):

- Valor
- Peso
- Medida
- Mercadeo
- Estrategia
- Comercializar
- Ventas
- Politica de venta
- Cliente

CONCEPTOS INVOLUCRADOS:

- Valores de marca:
- . Valores del mercado:

Pesos y Medidas:

- Tamaño del mercado
- Participación de mercado (Market Share):

Métricas de marketing:

- **Contenido de valor:**
- **Presupuesto de marketing:**

3.2.2 Actividades de apropiación: El apendiz hará la consultara cada uno de los temas asignados en el TALLER Nro _1_ de la competencia definiendo cada uno de los términos planteados ; generando lecturas comprensivas; resúmenes; mapa conceptual, con el fin de entenderlos se asignaran por sorteo la apertura del foro ; porterior a su preparación; cada uno de los aprendices, presentará el tema en forma: Coherente; ordenada y concreta de manera que se desarrollara ***UN FORO*** en donde se expondrá y argumentará en desarrollo del mismo (120 minutos). Fecha de presentación_____

3.2.3 En GAES, de no mas de 2- aprendices, preparen exposición en diapositivas (max 6- min 12)según el tema asignado,la técnica a desarrollar (la técnica del especialista) en donde cada grupo desarrollara después de una conciensuda investigación y documentación del tema , la exposición se llevara a cabo tipo feria en donde cada uno de los GAES se encargara de compartir los temas de manera *CONCRETA, CREATIVA Y PUNTUAL*. Los temas a desarrollar se dividirán en asi:

TEMA	GRUPO
FUNDAMENTOS DE MERCADEO, COMERCIALIZACIÓN Y POLÍTICAS DE VENTA: CLIENTE, MERCADO OBJETIVO, COMPETENCIA	1
ESTRATEGIAS DE MERCADO: PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCIÓN, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN; RECURSOS, COSTOS, PRESUPUESTO, PROGRAMACIÓN INDICADORES DE GESTIÓN Y ESTÁNDARES	2
RECURSOS, COSTOS, PRESUPUESTO, PROGRAMACIÓN. INDICADORES DE GESTIÓN Y ESTÁNDARES	3
CRONOGRAMA MAESTRO TÉCNICAS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO. SOFTWARE DE PROGRAMACIÓN	4
MONEDAS Y DIVISAS. POLÍTICAS ORGANIZACIONALES. ESTÁNDARES DE GESTIÓN, CALIDAD Y NORMATIVIDAD VIGENTE)	5

AMBIENTE REQUERIDO: Los ambientes de trabajo requeridos son:

- Aula con sillas y mesas, con excelente orden y aseo de la instalación.
- Uso apropiado de la indumentaria (uniforme, bata, distintivos) en aprendices e instructores
- Equipos, mobiliario adecuado y distribuidos en el espacio según exigencias del programa
- Condiciones ambientales ideales en cuanto a iluminación, temperatura, ventilación, aseo general, ruidos).

ESTRATEGIAS O TÉCNICAS DIDÁCTICAS ACTIVAS: estudio de caso, análisis de objeto-sistemas, análisis de servicios – **procesos**, ***SIMULACIONES***, juegos de roles, socializar d:e conceptos.

MATERIALES DE FORMACIÓN: Vídeo beam, Parlantes, Internet, computador, graficadores, procesador de texto, Marcadores, fotocopias y papelería

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE: Cada uno de los grupos generarán la socialización del proceso que llevaron a cabo; igualmente socializará el producto en el que van a desarrollar mas adelante con la técnica del especialista la presparació para la eria del emprenderismo.

Instrumentos de evaluación: Lista de Chequeo

Duración de la actividad: 5 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

En GAES, de no mas de 3- aprendices, prepararan EL PLAN DEL MERCADEO DE UN PRODUCTO ESPECIFICO DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS; TECNICAS Y HERRAMIENTAS ANALIZADOS durante la competencia ; tengan en cuenta :

- El plan de mercadeo y técnicas de planeación. Condiciones técnicas, métodos y tecnologías.
- implementa plan de mercadeo según métodos y técnicas de planeación (cada grupo debe socializar su plan de mercadeo).

AMBIENTE REQUERIDO: Los ambientes de trabajo requeridos son:Aula con sillas y mesas, con excelente orden y aseo de la instalación.

- Uso apropiado de la indumentaria (uniforme, bata, distintivos) en aprendices e instructores
- Equipos, mobiliario adecuado y distribuidos en el espacio según exigencias del programa
- Condiciones ambientales ideales en cuanto a iluminación, temperatura, ventilación, aseo general, ruidos).

ESTRATEGIAS O TÉCNICAS DIDÁCTICAS ACTIVAS: estudio de caso, análisis de objeto-sistemas, análisis de servicios – **procesos**, ***SIMULACIONES***, juegos de roles, socializar conceptos.

MATERIALES DE FORMACIÓN: Vídeo beam, Parlantes, Internet, computador, graficadores, procesador de texto, Marcadores, fotocopias y papelería

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE: Cada uno de los grupos generarán la socialiación del rpoceso que llevaron a cabo; igualmente socializará el producto en el que van a desarrollar mas adelante con la técnica del especialista la presparació para la eria del emprenderismo.

Instrumentos de evaluación: Lista de Chequeo

Duración de la actividad: 120 horas.

ACTIVIDAD VALORATIVA – Actitudinal:

- ✓ Desarrolla las actividades propuestas aplicando valores éticos y de respeto por los derechos de autor.
- **Ambiente Requerido**: Ambiente de aprendizaje, Plataforma territorium,portátil o smarthphone.
- Materiales: hojas examen, lápiz, borrador,colores, esferos, hojas examen,marcadores, octavos de cartulina, cuaderno.

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

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evaluación	Elaborar plan de mercadeo para la empresa pecuaria	Ejecutar planes de mercadeo de acuerdo con los objetivos y recursos de la organización.	**EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO:** - Desarrollar consulta taller Nro 1 Apropiación de Documentos. -Desarrollo de un FORO posterior al desarrollo del taller Nro 1. -Exposición de GAES; teniendo en cuenta los temas preparados, con la técnica del especialista. **EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO:** -Desarrorro y preparación de foro para la correcta apropieción de los conocimientos. -Elabora y desarrolla un plan de mercadeo en forma coherente y autónoma -	-Define plan de mercadeo y técnicas de planeación. -Elabora plan de mercadeo según técnicas, métodos y tecnologías. -Implementa plan de mercadeo según métodos y técnicas de planeación	Técnica: Formulación de preguntas. Instrumento: Cuestionario. **Técnica:** Observación directa. **Instrumento:** lista de chequeo (Desempeño) **Técnica:** valoración de producto. **Instrumento:** lista de chequeo (producto)

			EVIDENCIAS DE PRODUCTO: -Elabora en forma coherente y siguiendo cada una de las técnicas establecidas el plan de mercadeo.		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS:

- **Idea:** Consiste en establecer la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto. La idea de proyecto puede iniciarse debido a alguna de las siguientes razones

  - Porque existen necesidades insatisfechas actuales o se prevé que existirán en el futuro si no se toma medidas al respecto.
  - Porque existen potencialidades o recursos sub aprovechados que pueden optimizarse y mejorar las condiciones actuales.
  - Porque es necesario complementar o reforzar otras actividades o proyectos que se producen en el mismo lugar y con los mismos involucrados.

- **Diseño:** Etapa de un proyecto en la que se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir, teniendo como indicador principal el objetivo a lograr. En esta etapa se produce la aprobación del proyecto, que se suele hacer tras la revisión del perfil de proyecto y/o de los estudios de pre-factibilidad, o incluso de factibilidad. Una vez dada la aprobación, se realiza la planificación operativa, un proceso relevante que consiste en prever los diferentes recursos y los plazos de tiempo necesarios para alcanzar los fines del proyecto, y asimismo, en establecer la asignación o requerimiento de personas.

- **Ejecución:** Consiste en poner en práctica la planificación llevada a cabo previamente.

- **Evaluación:** Etapa final de un proyecto en la que este es revisado, y se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planeado y lo ejecutado, así como sus resultados, en consideración al logro de los objetivos planteados.

- Según Gálvez el **agrocluster** resulta en la concentración de productores, agro negocios, comerciantes e instituciones públicas o privadas comprometidas en una misma industria, creando redes o cadenas de valor de manera formal o informal y que presentan retos comunes y aprovechan oportunidades (2010).

- **INDICADOR:** Un indicador es una característica específica, observable y medible que puede ser usada para mostrar los cambios y progresos que está haciendo un programa hacia el logro de un resultado específico. Deber haber por lo menos un indicador por cada resultado. El indicador debe estar enfocado, y ser claro y específico.

- **ESTRATEGIA:** Una estrategia es la manera de describir el cómo va a hacer las cosas. Es menos específica que un plan de acción (que le dice quién, qué y cuándo); en lugar de eso, trata de contestar, de manera general, a la pregunta.

- **GLOBALIZACIÓN :**Es un fenómeno que se fue extendiendo y profundizando a partir de la segunda mitad del siglo XX, y adquiere cada vez mayor fuerza. Por ejemplo: las redes sociales, los tratados de libre comercio, las compras por Internet. Ejemplos de globalización Aquí se listan algunos ejemplos de fenómenos asociados a la globalización: Las redes sociales La bolsa de comercio de Wall Street, y la importancia de sus cotizaciones Las canciones más escuchadas en las radios. Los tratados de libre comercio entre países; Las series que se ven en la televisión en todos los países, o por Internet El uso de nuevas comunicaciones, como la telefonía celular o informática La problemática del narcotráfico, que se extiende cada vez con más fuerza en el mundo.

- **MERCADO :** En economía, un **mercado** es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, entre otros. El mercado contiene usuarios en busca de recursos insuficientes en relación con las necesidades ilimitadas.

- **INSUMO:** En economía: Bien de cualquier clase empleado en la producción de otros bienes y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas. Sistema de producción, distribución, comercio y consumo de bienes y servicios de una sociedad o de un país.

- **ENTORNO AGROINDUSTRIAL:** Es lo que rodea a un individuo, sin formar parte de él, por ejemplo el clima, otros individuos, el relieve, las normas culturales, religiosas o jurídicas.

- **CADENA DE PRODUCCIÓN:** Una cadena productiva es un sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones, de producción, transformación, comercialización de un producto, en un entorno determinado".

- Objeto de una cadena productiva: Como podemos apreciar, en la **cadena productiva** de valor el principal **objetivo** es trabajar en conjunto para lograr el éxito al momento de entregar al producto, haciendo difícil la posibilidad de que lo rechacen por no cumplir las características que se requieren.

- **OFERTA:** es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos y en cuanto a cada una de ellas.

- **DEMANDA**: puede ser definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios en una unidad de tiempo específica (un día, un mes, un año, etc) ya que, sin un parámetro temporal no podemos decir si de una cantidad de demanda crece o decrece.

- **SOSTENIBLE**: La sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.

- **SUSTENTABLE:** Teniendo esto en cuenta, algo **sustentable** es aquello que se mantiene por sí solo —los recursos del planeta, si conseguimos tratarlos de forma adecuada— y algo sostenible es el conjunto de procesos que nos ayudarán a crear un avance social y vivir una vida más sana y respetuosa con el planeta, los demás seres vivos.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular. (**BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA).**

INFOGRAFÍA:

- Biblioteca virtual Sena Ingrese a las BASE DE DATOS SENA. Puede acceder a Colecciones de libros, revistas, artículos, índices bibliográficos, resúmenes y tesis en texto completo en inglés y español, que pueden ser consultadas desde la red del SENA. http://biblioteca.sena.edu.co/ dar clic en Bases de datos y puede acceder a: e-brary, Gale, Galé Cengage, Learning, Océano para Administración, Knovel, Océano universitas P&M,

Proquest

WEBGRAFIA:

- http://www.businesscol.com/https://www.tibagroup.com/mx/incotermshttps://www.tradefinanceglobal.com/freight- forwarding/incoterms/
- https://www.tradefinanceglobal.com/freight-forwarding/incoterms/
- https://www.diariodelexportador.com/2017/07/revista-diario-del-exportador-n-008.html
- http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/
- https://internacionalmente.com/ http://www.procolombia.co/ https://www.baenegocios.com/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**DORIS ELENA MEJIA VARGAS**	**INSTRUCTORA**	**CEDEAGRO**	**01 de junio de 2025**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					