Guión para desarrollo de contenidos

**Datos de identificación del programa de formación**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Impulso multicanal de productos alimenticios |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 290801105- Almacenar alimentos de acuerdo con  procedimiento técnico. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 290801105-01. Disponer productos alimenticios teniendo en cuenta características y naturaleza. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 01 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Gestión de portafolio de productos alimenticios |
| BREVE DESCRIPCIÓN | En este componente formativo se desarrollarán aspectos relacionados con la estructuración de un portafolio de productos, las buenas prácticas de manufactura de alimentos, la clasificación de los mismos por categorías y la presentación por unidades de medida. De igual manera, se tratarán aspectos relacionados con las fichas técnicas de los productos que componen la oferta de portafolio a impulsar. |
| PALABRAS CLAVE | Buenas prácticas, categoría, empaques, ficha técnica, portafolio. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 6 – VENTAS Y SERVICIOS |
| IDIOMA | Español |

**TABLA DE CONTENIDOS**

Introducción

1. Buenas prácticas de manipulación de alimentos

1.1. Aspectos de las buenas prácticas de manufactura de alimentos

1.2. Normatividad en buenas prácticas para manufactura de alimentos

2. Clasificación de los alimentos

2.1. Clasificación de riesgos de los alimentos

2.2. Clasificación de alimentos para consumo humano

2.3. Propiedades organolépticas

3. Portafolio de productos y categorías

3.1. Funcionalidad del portafolio de productos

3.2. Ruta del portafolio de productos

3.3 Empaques y embalajes de alimentos

4. Ficha técnica de productos

4.1. Elementos que debe contener una ficha técnica

4.2. Identificación electrónica de productos

**INTRODUCCIÓN**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Apreciado aprendiz, bienvenido a este componente formativo, donde se abordará el proceso de fomento y comercialización de productos alimenticios, marcas asociadas y buenas prácticas, que permitan incrementar ventas y posicionar productos en el mercado, a través, de múltiples canales de comunicación donde, hoy por hoy, tienden las empresas a hacer presencia e impulso de su actividad comercial y son la tendencia comercial para ampliar las fronteras de actuación operativa de las empresas.  Los temas se desarrollan, a través de diferentes recursos que dinamizan el contenido cómo vídeos, imágenes y gráficos. En un primer bloque se hará un reconocimiento de la clasificación de los alimentos y las buenas prácticas de manufactura y, posteriormente, conocer los pasos para realizar el diseño de un portafolio de productos y su ficha técnica, etapas indispensables para garantizar la idoneidad de los productos y el cumplimiento con las exigencias de buenas prácticas de manufactura.  En el siguiente video conocerá, de forma general, la temática que se estudiará a lo largo del componente formativo.  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i001  <https://media.istockphoto.com/photos/shopping-carts-in-the-supermarket-picture-id672450320?k=20&m=672450320&s=612x612&w=0&h=TXrhb8W914UKzEGsRPVgpCJvDuenjBKmq8vU9AtDZkg>= |

**GUION DE VIDEO INTRODUCTORIO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Video motion | | | |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | Presentación e introducción al tema: Gestión de portafolio de productos alimenticios | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración** | **Texto** |
| **1** | Puede incluirse el siguiente vídeo del experto presentando el tema (si lo consideran), puede ser parte del vídeo como en una pequeña pantalla.  A medida que se presenta el tema ir mostrando las imágenes y el texto según la escena.  Vídeo  Fuente: elaboración propia de experto temático  **Cod.Video:** 632202\_CF01\_v1  <https://youtu.be/OQkRGQe2Z9o>  **Tiendas y supermercados**  Imagen de tiendas de barrio tradicionales  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i002  <https://media.istockphoto.com/photos/street-scene-of-the-town-of-san-juan-teotihuacan-picture-id1179366620?k=20&m=1179366620&s=612x612&w=0&h=_4WA0_E8VdsJ8wntD-8SjlhlnSBSHcMrtXjDLhT_ILI>=  **Alimentos y bebidas**  Supermercado y que en las góndolas se puedan ver alimentos y bebidas  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i003  <https://media.istockphoto.com/photos/woman-with-shopping-between-store-shelf-portrait-copy-space-picture-id1182815477?k=20&m=1182815477&s=612x612&w=0&h=pz-IJ9aeaWXKcyEMlObfWB95Yi9ds3ud3c4Ivq8eA1o>= | Puede tener una música de fondo, la que consideren que no interfiera | Los **alimentos y bebidas** se han desarrollado y **comercializado** a través del tiempo por medio de los canales convencionales, esto es en establecimientos de comercio físico como **tiendas y grandes supermercados**, e impulsado similarmente por interceptación de personas en espacios físicos y promovidos por publicidad física, donde el ejercicio de impulso, se ve limitado a lo estructural, es decir, a tener la presencialidad del consumo de recursos físicos que vinculen a los clientes o consumidores con los productos de manera directa, y del consumo de recursos físicos para su publicidad y comunicación de promociones, entre otros. | Alimentos y Bebidas  Usualmente se desarrollan y comercializan en tiendas y supermercados |
| **2** | Las imágenes pueden girar en torno a una imagen central de herramientas tecnológicas y a un lado imágenes de proveedores, clientes en diferentes contextos de compra.  **Alternativas de comunicación**  Imagen que muestre diferentes opciones de comunicación con el cliente, PC, celular  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i004  <https://media.istockphoto.com/photos/digital-marketing-businessman-working-with-laptop-computer-tablet-and-picture-id1051616786?k=20&m=1051616786&s=612x612&w=0&h=maYYpKrEh5oP8HDI5Q8qAMcwEmU-r69hPUAk0VXlYcA>=  **Compras desde casa**  Persona complacida comprando a través de un dispositivo desde su casa  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i005  <https://media.istockphoto.com/photos/beautiful-smiling-young-asian-woman-grocery-shopping-online-with-app-picture-id1272443174?k=20&m=1272443174&s=612x612&w=0&h=vrouwVuiSVEAXxutYnWxLA5OF_5MeSZT4lTuGB9DEX4>=  **Compras en línea**  Persona realizando una compra desde un celular  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i006  <https://media.istockphoto.com/photos/hand-touching-phone-screen-for-choosing-food-picture-id1160967822?k=20&m=1160967822&s=612x612&w=0&h=JSW2C6damb38xi9MbrcYIqYh3xJf0sLf_9CYqdreI7Y>= | Puede tener una música de fondo, la que consideren que no interfiera | El desarrollo tecnológico en el mundo ha permitido la aplicación de mejoras a los procesos y prácticas operativas, que facilitan las actividades económicas a las que se dedican los individuos en cualquiera de los sectores productivos, lo que implica que el sector de los alimentos y bebidas no quede por fuera de la aplicación de estos **desarrollos tecnológicos** y los beneficios derivados a las industrias del sector.  Comercialmente para las empresas esto implica un conjunto de **nuevas alternativas** adicionales **de interacción y comunicación con los proveedores**, por supuesto con los **clientes y consumidores finales**, lo que significa **nuevas oportunidades de vinculación de clientes y productos** en lo que se denominan nuevos canales. | Desarrollos tecnológicos  Nuevas alternativas de interacción y comunicación con proveedores, clientes y consumidores finales  Nuevas oportunidades de vinculación de clientes y productos |
| **3** | Complementa a la anterior escena, unificando en grupo los diferentes medios de compra  **Alternativas de compra**  Imagen con diferentes medios para realizar compras, celular, internet..  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i007  <https://media.istockphoto.com/vectors/omni-channel-multi-channel-ecommerce-digital-marketing-technology-vector-id830356568?k=20&m=830356568&s=612x612&w=0&h=NV8o-72_AJ4jGSu1VtaZej9BZ07nX43WNn3aDB2yVdw>= | Puede tener una música de fondo, la que consideren que no interfiera | En los mercados contemporáneos resulta de gran importancia, para fabricantes, distribuidores y comercializadores directos, el desarrollo de estrategias, en más de un canal sobre los cuales realiza su actividad tradicionalmente, sino a través de un conjunto de iniciativas estratégicas ofrecidas por la pluralidad multicanal y sus diferentes posibilidades.  Algunas estrategias están asociadas a la divulgación en diferentes sitios web o plataformas, diseño de aplicaciones para celulares, mensajes de impacto asociados al producto, apoyo en redes, realizar eventos promocionales con empresas y lugares estratégicos,incursionar en el comercio electrónico, entre otros.  Las estrategias tienen resultado si se cuenta con el equipo de trabajo idóneo, posea la formación, habilidades creativas y para innovar necesarias que les permitan identificar los canales más efectivos, además de diseñar propuestas estrategias de impacto. | Estrategias multicanal |
| **4** | Carrusel de imágenes asociadas a diferentes canales de comunicación  **Canales de comunicación**  Persona interactuando en línea con diferentes medios virtuales de comunicación  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i008  <https://media.istockphoto.com/photos/businessman-touching-tablet-and-laptop-managing-global-structure-and-picture-id1051669866?k=20&m=1051669866&s=612x612&w=0&h=CqOfPDxDMqkxVPLrMzuKHnfsG8gs9UdV1UCiFAZah-U>= | Puede tener una música de fondo, la que consideren que no interfiera | Son necesarias las estrategias porque los clientes y consumidores buscan acceder e interactuar de diversas formas con los productos, marcas y establecimientos, por ello también la respuesta de las empresas es ofrecer **múltiples alternativas de canales de comunicación** y **opciones para la distribución, compra y adquisición de los bienes y servicios ofertados**, lo cual complementa su presencia y consolidación de imagen y marca, logrando un mejor nivel de posicionamiento, **desarrollando nuevas ventajas competitivas**, capacidades de venta fuera de los contextos territoriales que atiende desde los canales tradicionales.  Una empresa competitiva además de buscar diferentes alternativas para llegar al cliente, debe garantizar la calidad. | Múltiples alternativas de canales de comunicación  Opciones para la distribución, compra y adquisición de bienes y servicios  Desarrollo de nuevas ventajas competitivas |
| **5** | **Buenas prácticas**  Personal de empresa comercializadora de alimentos vestida con la indumentaria de higiene y protección  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i009  <https://media.istockphoto.com/photos/close-up-view-of-unrecognizable-worker-holding-crate-full-of-red-in-picture-id1311745069?k=20&m=1311745069&s=612x612&w=0&h=hL2eOB4TZw7yThjQ3QgSJ4dbQjnnbn7TVFKIB6CQb74>=  **Manipulación de alimentos**  Personal de empresa comercializadora de alimentos vestida con la indumentaria de higiene y protección  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i010  <https://media.istockphoto.com/photos/factory-worker-with-hairnet-and-hygienic-gloves-holding-tablet-and-picture-id1317778252?k=20&m=1317778252&s=612x612&w=0&h=ozdF62FpkGEM76zL0qekyaebi6ypYMnEKU-pf_YsB80>= | Puede tener una música de fondo, la que consideren que no interfiera | Siendo necesario contar con estructuras y manuales de operación que garanticen la idoneidad e inocuidad de los productos, y **el manejo de los alimentos exige aplicar buenas prácticas de manufactura** que garanticen a feliz término el portafolio de productos según su categoría y tipo, utilizando los recursos apropiados para su almacenamiento transporte, distribución y entrega. | El manejo de los alimentos exige aplicar buenas prácticas de manufactura |
| **Nombre del archivo** | **632202\_CF01\_v2.mp3** | | |  |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

1. **Buenas prácticas de manipulación de alimentos**

|  |
| --- |
| **Cuadro de texto** |
| En la producción y comercialización de alimentos se deben cumplir las normas que establecen las buenas prácticas de manipulación de alimentos, siendo necesario reconocer los aspectos en los que se deben desarrollar las buenas prácticas y la normatividad vigente del país, para este caso Colombia, que se estudiarán en este primer tema. |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| El desarrollo de las actividades relacionadas con la manipulación de alimentos, presume niveles de contaminación de diversas formas y diversos orígenes, lo que estimula la degradación y daño de los mismos; por tanto con el paso de los años se ha hecho perentorio el mejoramiento de los procesos y actividades humanas cuando entran en contacto con los alimentos, surgiendo así las **denominadas BPM que significa: Buenas Prácticas de Manufactura**, que se define a continuación.  El conjunto de lineamientos generales que se establece por parte de las entidades de control sanitario, para promover y preservar la higiene en los procesos y actividades donde se realiza manipulación, adecuación, preparación, elaboración o armado, almacenamiento, envase, transporte, distribución. (esta parte del texto resaltar en otro color)  **Buenas prácticas de manipulación**  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i011  <https://media.istockphoto.com/photos/people-working-at-a-food-factory-picture-id476586896?k=20&m=476586896&s=612x612&w=0&h=10KBTEmQ0CTU7u97qo6b9ngIDTRgW1III8lN09rOCig>= | |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| En Colombia una de las autoridades sanitarias encargadas de promover y vigilar estas prácticas adecuadas de manufactura de alimentos es el IVIMA- El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, quien emite principios y conceptos sanitarios frente a las prácticas y los ajustes a que se dé a lugar. Así mismo participan en este fomento y desarrollo de buenas prácticas, el Instituto Colombiano Agropecuario – ICA, El Ministerio de Salud y las Entidades Territoriales de Salud de los diferentes departamentos y municipios del país.  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i012  <https://media.istockphoto.com/vectors/business-contract-signing-corporate-document-agreement-checking-data-vector-id1223604108?k=20&m=1223604108&s=612x612&w=0&h=R1DgiLIjtg-r5Dys3_8T_jD-mdgS1b9rXtDPElktWu8>= | |

* 1. **Aspectos de las buenas prácticas de manufactura de alimentos**

El desarrollo de buenas prácticas de manufactura exige que se contemplen algunos aspectos que aporten al cumplimiento de la normativa y que, en la empresa, se pueda garantizar la manipulación correcta de los alimentos que comercializa. A continuación, se describen algunos de los más importantes.

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| **Texto introductorio** | La doctrina desarrollada a partir de la normatividad establecida, por parte de las entidades de sanidad en Colombia, para promover las buenas prácticas de manufactura de alimentos, se soporta en un conjunto de normas que abarcan diversos aspectos a desarrollar en las empresas, en cabeza de sus directivas y de los individuos que participan en los procesos y actividades dentro de la cadena productiva y comercial de los alimentos, los cuales se pueden resumir en la siguiente manera: |
| **Figura 1**  *Buenas prácticas de manufactura de alimentos*    El texto y el icono que acompaña a cada imagen debe ser similar porque la imagen modelo de la infografía los iconos se tomaron de <https://www.istockphoto.com/>  Texto que va en cada globo es:  **Buenas Prácticas de Manufactura de Alimentos**  Planes de Saneamiento  Almacenamientos, Distribución, Transportes y Comercialización  Aseguramiento a la Calidad e Inocuidad.  Personal Manipulador de Alimentos  Requisitos de Higiene y fabricación  Equipos e Instalaciones | |
| **Código de la imagen** | 632202\_CF1\_i013 |

A continuación, se describen cada uno de los aspectos por desarrollar, en el ejercicio de buenas prácticas de manufactura de alimentos:

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| **Equipos e Instalaciones:**  Los equipos y las instalaciones de operación (bodegas), en general, deben estar diseñados con características adecuadas a cada tipo de alimento. Estos espacios, según corresponda, serán secos, de cuartos fríos, en materiales resistentes, impermeables, sin filtraciones o defectuosos con fisuras, no porosos, no absorbentes o que permitan filtraciones, de fácil acceso para realizar las actividades de limpieza, que presenten una distribución secuencial y lógica al proceso de producción empaque y despacho, con sus debidas delimitaciones y señalizaciones y adecuaciones de aislamiento para evitar traslado de atmósferas o contaminaciones por tipos de poluciones o gases, etc. Debe haber servicios sanitarios suficientes y suministro de recursos como agua, entre otros.  **Instalaciones tipo estantería**  Imagen de un almacén o bodega con estantería ojala con alimentos o bebidas  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i014  <https://media.istockphoto.com/photos/storage-room-of-a-restaurant-or-a-cafe-with-nonperishable-food-picture-id1309407335?k=20&m=1309407335&s=612x612&w=0&h=hspEOzX07FrHrgo2iUyvn5on_7vsvYIDITSupmokj_Y>= |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| **Requisitos de higiene y fabricación**  En este aspecto de buenas prácticas de manufactura, la empresa debe verificar que los proveedores de materias primas, insumos y suministros, como empaques marquillas etc., cumplan con estrictas características de higiene e inocuidad, sanidad de sus productos, calidad e integralidad técnica de los mismos, evidenciando que como proveedores, aplican durante su proceso de obtención, métodos y controles sanitarios y de higiene que garantizan la idoneidad de las materias primas insumos y suministros, previniendo así, la contaminación. De igual manera la empresa debe aplicar en sus instalaciones, y con su personal de trabajo, iniciativas de rutina que favorezcan la cultura de higiene y sanidad de los productos derivados de los procesos, dando continuidad en la cadena productiva y comercial, a la inocuidad de los productos.  **Higiene del personal**  Persona que se encuentre en un lugar en el que comercialicen alimentos y este vestido con toda la indumentaria de protección y manipulación  **Imagen:** 632202\_CF1\_i015  <https://media.istockphoto.com/photos/man-working-at-food-factory-warehouse-picture-id1156909925?k=20&m=1156909925&s=612x612&w=0&h=PsxvDMj7hYfp5-upSKbmoTDq3-mJyCBsJFvxienT5YA>= |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| **Personal manipulador de alimentos**  Refiere al conjunto de trabajadores de la empresa productora, transportadora y comercializadora de alimentos, la cual debe cumplir estrictamente las normas de higiene, protección y seguridad industrial, de tal manera que se mantenga un adecuado ambiente de limpieza, higiene, y salud en el trabajo; ello implica acogerse a planes de capacitación permanentes, continuos y periódicos, los cuales deberán desarrollarse en, mínimo, 10 horas al año y deben estar avalados por una entidad competente, no en el ejercicio discrecional e interno de la empresa.  **Personal manipulador de alimentos**  Trabajadores de una misma empresa, con la indumentaria de higiene manipulando alimentos.  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i016  <https://media.istockphoto.com/photos/production-line-workers-collecting-freshly-baked-biscuits-from-the-picture-id1156227880?k=20&m=1156227880&s=612x612&w=0&h=yP4kFYAuAOKn3ZEmo--Ag5i4gDi-if-dylCGzQXm3ZE> |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| **Aseguramiento a la calidad e inocuidad**  Las empresas deben establecer procesos y procedimientos bien definidos que garanticen, de manera permanente, las características de los productos, tal como fueron diseñados y en conformidad con las características técnicas. Complementariamente y en función la gestión operativa de producción, se debe implementar un esquema de controles de calidad preventivos, los cuales se deben establecer:  **Calidad**  Imagen alusiva a la calidad, puede ser también con símbolo de verificación tipo “chulo”  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i017  <https://media.istockphoto.com/photos/quality-management-concept-picture-id1148757676?k=20&m=1148757676&s=612x612&w=0&h=Dk-0n8JScBXf8WhTKVvEmwJ0gbJnlHjahhWZdZHWNYI>= |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| **Planes de saneamiento**  Este aspecto reúne el conjunto de actividades clasificadas por programas que permiten mantener limpio y saneado el ambiente de la fábrica, bodega, almacén y flota de transportes de alimentos y demás recursos físicos de operación; lo cual contempla:  **Figura 2**  *Técnica general de proceso de desinfección y limpieza*  **Figura: Técnica general de proceso de desinfección y limpieza:**  Fuente: elaboración propia experto  Figura, gráfico tipo pasos, que presente los pasos en el proceso de desinfección y limpieza   1. pre-enjuague 2. Aplicación de soluciones, limpiadores, detergente y desinfectante 3. Enjuague 4. Secado   **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i018 |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| **Almacenamiento, distribución, transporte y comercialización:**  La empresa deberá aplicar un adecuado sistema de inventarios que permita la correcta rotación y conservación de productos, en conformidad con sus características de vida útil, teniendo en cuenta el tiempo de almacenamiento en cuarto fríos, bodegas o anaqueles, los cuales deben estar limpios y con distancias de aislamiento apropiado a piso y a techos. Como se trata de productos altamente perecederos, en su mayoría, por ser alimentos, se recomienda llevar un sistema de primeros en entrar, primeros en salir, lo que induce a una adecuada rotación.  **Transporte de alimentos**  Vehículos de transporte de alimentos, donde se visualice lugar de carga  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i019  <https://media.istockphoto.com/photos/truck-is-carrying-container-is-parking-in-front-warehouse-at-night-picture-id1138197414?k=20&m=1138197414&s=612x612&w=0&h=mUOy3fgIZWizapCM5F9phg0_uq7BQT2ceTFo0zasS1o>= |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto |
| **Registro, permiso o notificación sanitaria**  Según las disposiciones contempladas por la Resolución 719 de 2015 del Ministerio de Salud y Protección Social, todos los alimentos que sean transformados y se comercialicen empacados, deberán contar con el respectivo registro sanitario o, en su defecto, permiso o notificación sanitaria.  Para ampliar estos aspectos referentes a las condiciones de buenas prácticas de manufactura en alimentos, se sugiere consultar el Anexo: “abc-inocuidad de alimentos”.  **Anexo**: 632202\_CF1\_a01\_ abc-inocuidad de alimentos  **Botones para Descargar** | |

* 1. **Normatividad en buenas prácticas para manufactura de alimentos**

En Colombia existen normas y reglamentos que promueven y parametrizan las condiciones para las buenas prácticas de manufactura de alimentos y que son de obligatorio cumplimiento por parte de la empresas o personas jurídicas dedicadas a la fabricación, proceso, almacenamiento, distribución, comercialización y transporte de alimentos, las cuales se pueden describir de la siguiente manera:

**Tabla 1**

*Normas de parametrización de buenas prácticas en manufactura de alimentos*

~~Tabla: Normas que parametrizan y rigen las buenas prácticas de manufactura de alimentos en Colombia.~~

|  |  |
| --- | --- |
| Norma | Descripción |
| Decreto 3075 de 1997 | El Ministerio de la protección social en Colombia define las BPM como “Principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se minimicen los riesgos inherentes durante las diferentes etapas de la cadena de producción”. |
| Resolución 2674 de 2013 | Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.  Para ver la resolución clic aquí  **Código Anexo**: 632202\_CF1\_a02\_ Resolución 2674 de 2013 |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| **Reglas y disposiciones en materia de alimentos**  Para complementar estos aspectos normativos de buenas prácticas de manufactura de alimentos y otros relacionados, se invita a consultar el nomograma de la Alcaldía Mayor de Bogotá, que recoge estas dos reglamentaciones y expone otro conjunto de disposiciones en materia de alimentos, través del siguiente link:  <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=27896> | |

**2. Clasificación de los alimentos**

En la producción y comercialización de alimentos se requiere reconocer cómo estos se clasifican y, de este modo, identificar el tipo de riesgo y las propiedades que tiene. Es así como se pueden determinar métodos de almacenamiento, manipulación, transporte, promoción, portafolios, entre otros.

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| En Colombia, hasta el año 2015, solamente los alimentos con marca y nombre registrado tenían, como requisito para su promoción y comercialización, contar con registro sanitario. No obstante, los entes encargados de la política de sanidad e inocuidad de alimentos, evidenciaron la necesidad de contar con un esquema que permitiera focalizar y facilitar el ejercicio de vigilancia y control sobre los alimentos y parametrizar los protocolos de cumplimiento para los mismos, en aras de dar un tratamiento diferencial y focalizado que favorezca a las empresas y a los consumidores desde su función, así como tener un mejor control sobre el sector. Por tales motivos, el gobierno a través del Ministerio de Salud y Protección Social, emitió la Resolución 0719 del 11 de marzo de 2015, por la cual se estableció la clasificación de alimentos para consumo humano, de acuerdo con el riesgo en salud pública.  **Características de los alimentos**    Imagen de alimentos que tengan marca o se visualice texto con las características positivas - beneficios del producto alimenticio  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i020  <https://media.istockphoto.com/vectors/mixed-fruits-in-juice-splash-package-design-cover-vector-id1324929755?k=20&m=1324929755&s=612x612&w=0&h=HmVOnX4OBFRTDllJ58NnilvUJyIPFw3C1nL5kT0AN_M>= | |

**2.1. Clasificación de riesgos de los alimentos**

El Ministerio de Salud y Protección Social, desde la Resolución 2674 de 2013 y la Resolución 0719 de 2015, determinaron las definiciones y tipologías de los riesgos de los alimentos.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de**  **recurso** | Pestañas o tablas horizontales | |
| **Introducción** | Los siguientes son los tipos de riesgo que se pueden identificar en los alimentos y que pueden afectar la salud pública: | |
| **Alimentos de mayor riesgo** | Este tipo de alimentos está constituido por aquellos alimentos que pueden contener microorganismos patógenos que favorezcan la formación de toxinas o productos químicos nocivos para la salud, entre los que están los lácteos y las carnes. | **Alimentos de alto riesgo**  Imagen de alimentos lácteos  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i021  Nota: Imagen tomada de: <https://media.istockphoto.com/photos/assortment-of-most-common-dairy-products-on-white-backdrop-picture-id155373465?k=20&m=155373465&s=612x612&w=0&h=xsqZAajsdvX_jmjRqV71LzBLcAPqFII8LVZrjS4flrg>= |
| **Alimentos de riesgo medio** | En este tipo de alimentos están aquellos que pueden albergar microorganismos patógenos que, regularmente, no manifiestan su desarrollo y crecimiento gracias a sus características o por las formas de procesamiento del mismo; por ende, existen bajas probabilidades de contenerlos. No obstante, por razones de ambiente y manejo, es posible que se vuelvan nocivos para la salud. En este grupo están los cereales. | **Cereales, riesgo medio**  Imagenes de cereales  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i022  Nota: Imagen tomada de: <https://media.istockphoto.com/photos/grain-and-cereal-composition-picture-id157581211?k=20&m=157581211&s=612x612&w=0&h=D0ZspnbKS21dxaa5CmGtm64cUccRVR7MacAOuOTBzSs>= |
| **Alimentos de menor riesgo** | Este grupo integra los alimentos con poca probabilidad de contener microorganismos patógenos y cuyas características estructurales no favorecen su crecimiento, así como aquellos que no contienen productos químicos nocivos para la salud. | Riesgo menor  Imagen de condimentos  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i023  Nota: Imagen tomada de: <https://media.istockphoto.com/photos/spices-and-herbs-in-old-spoons-isolated-on-white-background-picture-id907613746?k=20&m=907613746&s=612x612&w=0&h=wwkySuYzhGng3FLwaYmYaLA5hXfqRbCtq7YdpT-lI0c>= |

**2.2. Clasificación de alimentos para consumo humano**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| El gobierno, a través del Ministerio de Salud y Protección Social y la emisión de la Resolución 0719 del 11 de marzo de 2015, después de un estudio de la composición de las empresas del sector, de los bienes y productos para el consumo directo o indirecto (materias primas insumos o suministros), realizó la clasificación de los alimentos para el consumo humano en quince grandes grupos generales, los cuales, a su vez, se subdividen en subcategorías, una para cada tipo de alimento y señaló el tipo de riesgo para cada subcategoría, en conformidad con la categorización o tipología de los riesgos en alimentos de alto, medio y bajo riesgo para la salud.  Las siguientes son las principales agrupaciones de alimentos:  1. Leche y sus derivados, así como productos de imitación.  2. Grasas, emulsiones grasas, aceites y ceras.  3. Productos basados en agua o destinadas para hidratar.  4. Frutas y vegetales, así como setas, tubérculos, nueces, semillas y algas marinas.  5. Productos de confitería.  6. Cereales, derivados de granos y raíces.  7. Panes y demás productos de panadería.  8. Carnes y sus derivados cárnicos.  9. Pescados y demás productos obtenidos de la pesca.  10. Tipos de huevo y otros productos a base de huevo.  11. Productos de Azúcar sus sucedáneos, donde sean componente principal.  12. Miel y los productos derivados de la apicultura.  13. Sal, hierbas aromáticas, condimentos, ensaladas, vinagres.  14. Alimentos nutricionales especiales.  15. Alimentos compuestos y preparados que no puedan clasificarse otros grupos.  **Agrupación de alimentos - Frutas y Vegetales**  Imagen de alimentos tipo frutas y vegetales  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i024  <https://media.istockphoto.com/photos/shopping-basket-full-of-variety-of-grocery-products-food-and-drink-on-picture-id1319625327?k=20&m=1319625327&s=612x612&w=0&h=raoybExWvGmbAqIpBAK-SRI98__xXzcho7Wgq1LRXho>= | |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| **Clasificación de Alimentos**  Para ampliar detalles respecto de esta clasificación de los grupos de alimentos para consumo humano, en conformidad con lo dispuesto en la Resolución 0719 de 2015, y detallar el tipo de riesgo asociado, según la norma, se invita a consultar el anexo Resolución\_719\_de\_2015-Clasificación de Alimentos.  **Botón para Descargar** | |

**2.3. Propiedades organolépticas**

|  |
| --- |
| **Cuadro de texto** |
| Son las características naturales que diferencian a los alimentos y que se pueden reconocer a través de los sentidos, cómo el gusto, la vista o el olfato.  En el siguiente vídeo se explican, en detalle, las propiedades. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Video motion | | | |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | **Propiedades organolépticas** | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración** | **Texto** |
| **1** | Puede incluirse el siguiente vídeo del experto presentando el tema (si lo consideran), puede ser parte del vídeo como en una pequeña pantalla.  A medida que se presenta el tema ir mostrando las imágenes y el texto según la escena.  Video: Propiedades organolépticas de los alimentos a tener en cuenta.  Fuente: elaboración del experto temático  **632202\_CF01\_v3.mp3**  **Alimentos que se deben congelar**  Imagen de alimentos tipo carnes que estén congelados, o se ven en el congelador.  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i025  <https://media.istockphoto.com/photos/frozen-meat-and-other-foods-in-the-fridge-freezer-compartment-picture-id1222865215?k=20&m=1222865215&s=612x612&w=0&h=ZhTmKJ_AMBD-qbxTIdH9u7FnDTwtaK6k27XfP9NhA8w>=  **Alimentos refrigerados**  Imagen de alimentos tipo frutas y verduras que esten en nevera o refrigerador  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i026  <https://media.istockphoto.com/photos/veggie-drawer-in-the-fridge-picture-id665885208?k=20&m=665885208&s=612x612&w=0&h=uWUpsAb0HaYKXQgQVYb2-PncBgaPPdyKJTFIfzO-BoQ>=  **Lácteos**  Alimentos tipo yogur o helados que necesiten de refrigeración, pueden estar también en nevera.  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i027  <https://media.istockphoto.com/vectors/yoghurts-in-a-cup-with-a-spoon-blueberry-raspberry-peach-yogurt-dairy-vector-id1332070841?k=20&m=1332070841&s=612x612&w=0&h=KPm4CfbiIo_XtpNpgOfx5Zlk2PFE1S9o73xICYpGVf8>= | La presentación del experto | La industria de alimentos tiene como propósito en general la preservación de las propiedades organolépticas de los productos naturales y procesados que generan y ofrecen, esto es, conservar en los alimentos sus características físicas, lo que se logra mediante procesos eficaces de conservación como son: la congelación, el refrigerado, el envasado, el transporte, entre otros. | Preservar las propiedades de los alimentos naturales y procesados  Congelar o refrigerar |
| **2** | **Análisis microbiológicos**  Imagen de una persona analizando un alimento con un microscopio  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i028  <https://media.istockphoto.com/photos/female-microbiologist-using-microscope-in-laboratoty-picture-id836090694?k=20&m=836090694&s=612x612&w=0&h=MqIQ_Ba1oLknzY-N-p-k6sSKOyhcrCKPcRr4fhgugwg>= |  | En el caso de los productos que son perecederos, donde la degradación de las propiedades de los alimentos se evidencia con mucha más rapidez, es la constante y uno de los mayores riesgos a verificar. Por lo anterior, la calidad y seguridad de los alimentos se someten a rigurosos análisis microbiológicos, físicos y químicos de manera permanente | Análisis microbiológicos, físicos y químicos |
| **3** | **Palpar los alimentos**  Imagen de Personas tocando - palpando alimentos  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i029  <https://media.istockphoto.com/photos/female-owner-checking-inventory-at-store-picture-id1341375854?k=20&m=1341375854&s=612x612&w=0&h=rlV_W7-W-eFRLh6iggpBtlT3waSMlXp4SM7d3YnwSec>=  **Olfatear alimentos**  Imagen de personas oliendo, olfateando alimentos  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i030  <https://media.istockphoto.com/photos/pretty-woman-smelling-fresh-fruit-picture-id537403632?k=20&m=537403632&s=612x612&w=0&h=uD68SECJcaAYA96xY8R5Y9PiaQ4h5si4cWiTs6v66OM>=  **Olor desagradable**  Imagen de personas olfateando alimentos con rostro de desagrado por el mal olor de alimentos  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i031  <https://media.istockphoto.com/photos/woman-standing-in-front-of-opened-fridge-and-holding-up-to-her-nose-picture-id1056660254?k=20&m=1056660254&s=612x612&w=0&h=KfdZ60vRWM_AMSxvJWM7VfCdKdv9FRf-qCEa9-ccOHU>=  **Saborear alimentos**  Imagen de personas comiendo alimentos, con cara de que no le gusto o al contrario sintiendo gusto al comer  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i032  <https://media.istockphoto.com/photos/woman-with-burger-in-hand-making-bad-and-disgusting-face-concept-of-picture-id1147404639?k=20&m=1147404639&s=612x612&w=0&h=pyrEtFjpTULlimTsV7nmxD0fEkh6yYOtrCHjAQghee4>= | Colocar si habrá un sonido o música de fondo | Los alimentos y las bebidas por sus cualidades generan sensibilidades y estímulos en los órganos de los sentidos de las personas, quienes desarrollan habilidades para interpretar cualidades de los alimentos, como una especie de lectura o decodificación sensitiva, cada vez que se está en contacto con los alimentos. Cada producto tiene un conjunto de cualidades particulares que son aquellas que identifica el agricultor, preparador, fabricante de alimentos, cocinero en el alimento, o establece como parte de un diseño de producto, esto es un referente a la hora de desarrollar actividades en el trabajo, y como base de la calidad e identidad de los alimentos; ya que al hacer este análisis los trabajadores encargados de los alimentos pueden detectar o reconocer los sabores e ingredientes propios del alimento o preparación, y le serán familiares dentro de su obtención, preparación, elaboración o fabricación; así mismo, de esta manera las personas pueden diferenciar un alimento freso, uno con preparación diferente o variación, o simplemente identificar un alimento en descomposición, siendo útil para tomar decisiones, evitando a tiempo posibles afectaciones a la salud hasta, como la intoxicación en los consumidores o clientes. (Iciar Astiasarán & Hernández, 2013) | Validar la calidad de alimentos a través de los sentidos  Vista  Olfato  sabor |
| **4** | **Degustando**  Imagen de personas degustando alimentos  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i033  <https://media.istockphoto.com/photos/cup-taster-girl-tasting-degustation-coffee-quality-test-coffee-picture-id1307406406?k=20&m=1307406406&s=612x612&w=0&h=_3AOSxVH6dSKj7Uh33Rvn3sdl0kfSA8K2BYCrl0hLNE>= |  | Por lo anterior, se puede definir a las propiedades organolépticas como las cualidades que poseen todos los alimentos naturales o preparados, y a partir de ellas lograr diferenciarlos unos de otros, a través de los sentidos del gusto, la vista y el olfato. Realmente son los sentidos los que dan la aceptabilidad de un alimento a través de los cuatro parámetros básicos. (Vélez Ruiz, 2018)  **Sabor del alimento:** La lengua a partir  de sus papilas gustativas identifican  variados tipos de sabores: salado,  dulce, amargo, ácido, sabroso, feo,  rancio ente otros, que son posiciones  relativas de las primeras.    **Color del alimento:** Esta característica es un indicador de los cambios químicos que se producen en los alimentos tras la cocción, cambio térmico, por ejemplo: la carne se oscurece al cocinarla.    **Textura del alimento:** Es una de las características más distintivas en los alimentos y clave en las preferencias de los consumidores. Por ejemplo, en la fabricación de helado se busca evitar que se formen cristales de agua, los cuales no representan riesgos de salubridad para los consumidores, si pueden ser un motivo de rechazo y preferencia de los mismos, pues a las personas les gusta la cremosidad. | Propiedades Organolépticas:  Son las cualidades que poseen los alimentos y que se pueden diferenciar a través de los sentidos |
| **Nombre del archivo** | **632202\_CF01\_v4.mp3** | | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| **Propiedades organolépticas de los alimentos**  Para efectos de ampliar estos aspectos propios de las características organolépticas de los alimentos, como complemento a las pruebas físicas y como mecanismo de verificación de idoneidad de los alimentos, se sugiere revisar el **Anexo- Propiedades organolépticas de los alimentos.**  **Botón para descargar** | |

**3. Portafolio de productos y categorías**

Para la comercialización de productos de todo tipo, es necesario contar con un portafolio de productos que describa las características y cualidades de cada uno de los productos que la organización vende. En este apartado se describe la funcionalidad y la ruta hacía el diseño de portafolio de productos.

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Portafolio, es un vocablo que viene del francés: *portefeuille*, que representa una especie de maletín o cartera de mano que se usa para llevar documentos, libros y otros papeles, refiriéndose a un accesorio de utilización común por parte de trabajadores de oficina. Hoy por, hoy este término refiere al grupo de productos que una empresa o marca ofrece a todo su mercado objetivo, los cuales ordena por grupos de líneas de productos, categorías, marcas y, por último, el conjunto de productos propiamente que vende.  **Portafolio de productos**  Personas observando de forma física o digital portafolios o listas de productos que se vean imágenes de qué son alimentos.  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i034  <https://media.istockphoto.com/photos/female-customer-buying-food-on-digital-tablet-at-cashier-counter-picture-id1304752349?k=20&m=1304752349&s=612x612&w=0&h=xFKkaigrPtBPEoqtyAWgQfUNht0XWuKP6AEAEDwU4U0>= | |

**Componentes de la estructura de un portafolio**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 2 |
| **Introducción** | La estructura de un portafolio comercial de productos contempla cuatro aspectos que definen los niveles de agrupación: |
| Por favor recrear una imagen similar al gráfico anterior, y debajo del texto imágenes asociadas con las que se muestran a continuación:  **Amplitud (productos lácteos)**    Una imagen que integre un grupo de productos derivados de los lacteos  **Extensión horizontal**  Dos imagenes que muestran una caja de leche liquida y una en bolsa de leche en polvo  **Extensión vertical**  Imagenes de leche con la misma marca y colores, pero en variados tamaños o empaque  **Consistencia**    Imágenes de productos asociados a una misma categoría, lácteos por ejemplo.  Imágenes tomadas de: <https://media.istockphoto.com/photos> | |
| **Amplitud:** Representa el conjunto de categorías o tipos de productos que se comercializa por parte de la empresa, por ejemplo: productos de granos, aceites y grasas, productos de aseo para el hogar. | |
| **Extensión horizontal:** Corresponde a las diferentes opciones dentro de una línea o categoría. Son variaciones, de forma, en la misma clase de productos. Por ejemplo, dentro de los productos de la línea o categoría de productos de aseo para el hogar se pueden tener dos tipos de detergente para ropa: detergente líquido y en polvo. | |
| **Extensión vertical o profundidad:** Es el conjunto de opciones de un producto: tamaño, cantidad, presentación, entre otros. Por ejemplo, dentro de los productos lácteos, la leche entera se puede obtener en galón de 2000 ml o se puede obtener en bolsa larga vida de 1.100 ml, siendo de la misma marca y tipo de producto. | |
| **Consistencia:** Es la coherencia que debe existir al interior de cada categoría entre tipos de productos, tipos de clientes y su distribución, es decir, si una categoría es de productos alimenticios no debe incluir productos de aseo para el hogar en la misma categoría. Así mismo si son lácteos, no debe asociarse con categorías de jabones y detergentes, en caso de promoción y publicidad se debe tener una relación entre cada línea de producto. | |

|  |
| --- |
| **Cuadro de texto** |
| En la siguiente tabla se presenta un ejemplo de cómo se puede realizar la estructura de un producto. |

**Tabla 2**

*Ejemplo de estructura de un portafolio de producto*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Amplitud | Extensión Horizontal | Extensión Vertical o profundidad | Consistencia |
| Productos Lácteos | Leche Entera | Tarro x 2.000. ml.  Caja x 1.000. ml.  Bolsa x1.000. ml.  Bolsa x 900. Ml. | Corresponde al mismo tipo de producto, se diferencian por el tipo de empaque, por ende, su vida útil es similar |
| Leche Deslactosada | Caja x 1.000. ml.  Bolsa x1.000. ml.  Bolsa x 900. Ml. |
| Yogurt entero | Tarro x 2.000. ml.  Bolsa x1.000. ml.  vaso x 200. Ml. | Es un derivado lácteo, con vida útil similares |
| Yogurt fitness | Tarro x 2.000. ml.  Bolsa x1.000. ml.  vaso x 200. Ml. |

~~Fuente: elaboración propia experto~~

**3.1 Funcionalidad del portafolio de productos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| La estructura de un portafolio permite varias funcionalidades que contribuyen a la gestión de mercadeo y ventas en las empresas de alimentos, como son:   * Permite el análisis de competitividad de cada uno de los productos y sus presentaciones, así como el análisis de las líneas o categorías a las que corresponden, en aspectos como rotación, margen de contribución unitario y como la rentabilidad de las diferentes líneas o categorías de productos. * Facilita identificar los productos más vendidos, los menos vendidos, y sus características, evidenciando a través de qué canales de venta, qué tipo de presentación o variación, etc. * Permite realizar estudios de precios, ya que posibilita comparar con la competencia y determinar cuáles permiten viabilidad rentable. El portafolio de productos permite tomar decisiones respecto de estrategias comerciales, reforzando los productos más débiles y ampliando los productos más fuertes. * Facilita las ventas, ya que la contribución de un portafolio permite que los clientes identifiquen las posibilidades de compra y que otras opciones de productos puedan acceder por marca o por categoría. * En general, el portafolio y su comportamiento define las estacionalidades de venta, desde el análisis de cada línea o producto, en función del periodo de venta en un año, es decir en qué época se vende más o menos, cada producto. Esto facilita la planeación y programación de la producción. * Orienta la contratación de personal y distribuidores según las necesidades de la empresa.   **~~Ejemplo de portafolio de productos en canal convencional y canal web de empresas de alimentos~~**  **Canal convencional**  Imagen de una persona comprando en supermercado o tienda  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i035  **Canal web**    Persona comprando a través de un dispositivo, pc o celular  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i036  **Fuente:** <https://www.freepik.es/fotos-premium/varios-comestibles-carrito-compras_8446792.htm#query=compras%20en%20supermercados&position=7&from_view=search>**,** **y** <https://www.freepik.es/fotos-premium/pedir-comida-usando-entrega-linea-hombre-pide-comida-tienda-linea-usando-telefono-inteligente-pedir-comida-usando-aplicacion-entrega-comida-entrega-linea-tienda-linea-entrega-domicilio_28530492.htm#page=7&query=supermercados%20web&position=18&from_view=search> | |

**3.2. Ruta del portafolio de productos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Cada categoría o producto dentro de una línea puede ser administrado por un director independiente y distinto, quienes establecerán un plan de acción individual y objetivos a corto plazo. La ruta de portafolio de producto es una herramienta que permite visualizar cómo se correlacionan los planes de cada línea o producto dentro de los objetivos generales de la empresa; en general la ruta de portafolio establece las estrategias y la dirección de todo el equipo de productos, facilitando comunicar cómo esperan que evolucione cada producto, y la relación con las otras líneas, los plazos y los objetivos de las diferentes áreas de una empresa.  Dentro de la ruta de portafolio se define qué categorías o líneas de producto se deben ofertar en cada uno de los canales: página web, redes sociales, *Apps*, *banners* promocionales, canales de tiendas de barrio, canales de grandes superficies etc., así mismo, con las extensiones horizontales y su presentación o extensión vertical, lo que debe orientarse a las metas y proyectos desde cada dirección de categoría o producto. | |

|  |
| --- |
| **Cuadro de texto** |
| A continuación, se presenta un ejemplo de la ruta de un portafolio de producto a través de un esquema o tabla. |

**Figura 3**

*Ejemplo de un esquema de ruta de portafolio de productos*

****

~~Fuente: elaboración propia experto~~, imágenes <https://www.flaticon.es/icono-gratis/internet_2452573?related_id=2452573&origin=search>

**3.3. Empaques y embalaje de alimentos**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Tarjetas Conectadas |
| **Introducción** | Para la comercialización, venta y distribución de alimentos se requiere, generalmente, un envase que proteja y reserve el alimento y, así, cumpla su vida útil. La protección será en contra de contaminaciones patógenas. Así mismo, el envase sirve como instrumento (en muchos casos) de soporte de la ficha de composición e imagen de promoción de marca. Los empaques y embalajes se clasifican de la siguiente manera. |
| **Empaques**  Alimentos en diferentes enpaques, individual, por cantidad…  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i037  <https://media.istockphoto.com/vectors/food-and-products-that-are-wrapped-in-recyclable-flexible-plastic-vector-id540749920?k=20&m=540749920&s=612x612&w=0&h=2B9PUHvnooqIM848oSFcmzDM4crWvV88bCW8q1lFl8w>= | |
| **Empaque primario**  Una caja de leche (un solo producto)  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i038  <https://media.istockphoto.com/vectors/vector-milk-carton-dairy-product-illustration-vector-id1298280408?k=20&m=1298280408&s=612x612&w=0&h=QROJzmNK5xVoUC1CfNkIO6nLHgY8S2M-mwY6DdiEaCY>= | **Embalaje de venta, empaque primario, o unidad de consumo:** es el que guarda y protege el producto, de manipulaciones directas. Está en contacto directo con el artículo y sirve para mantenerlo en condiciones óptimas. Este embalaje define la unidad de consumo más pequeña, facilitando la venta unitaria del producto. Toma formas muy diversas: botellas, latas, bolsas, etc. |
| **Empaque secundario**  Una caja con varias unidades de cajas de leche.  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i039  <https://media.istockphoto.com/photos/box-with-white-bottles-for-dairy-products-picture-id1410428253?k=20&m=1410428253&s=612x612&w=0&h=xRXLPsafhnYlmSl3ViUYH-kzQH3W-kpqluOTgAWjGLU>= | **Empaque y embalaje secundario o colectivo:** es una agrupación de embalajes primarios que buscan dar mayor protección al producto, facilitando la comercialización del producto a una mayor escala y movilidad, por ejemplo, cajas de cartón (también podrían ser de plástico). En el caso de la leche, una bolsa individual sería un embalaje primario y la caja de cartón que contiene seis bolsas, representaría un embalaje secundario. |
| **Embalaje terciario**  En una bodega, organizada en estibas gran cantidad de cajas con productos ojala que se visualice que son de alimentos  **Cod.Imagen:** 632202\_CF1\_i040  <https://media.istockphoto.com/photos/stacked-of-package-boxes-loading-into-container-truck-truck-parked-picture-id1316180303?k=20&m=1316180303&s=612x612&w=0&h=coAIFv0zRvlYxg-7aW3qkbQ8Hu94D06YLit-PtKjHLs>= | **Embalaje terciario:** el embalaje terciario reúne embalajes primarios y secundarios para así crear una unidad de carga mayor, cuya forma más extendida son las estibas o contenedores o las cajas de cartón modulares que los conforman. |

**4. Ficha técnica de productos**

Es necesario que las empresas cumplan con la normativa y requerimientos legales para la producción y comercialización de alimento, entre los que está la ficha técnica qué debe tener todo producto.

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| En la industria de los alimentos, la ficha técnica es un documento pequeño de carácter obligatorio y legal que se incluye en el empaque primario. Se utiliza para informar a los consumidores finales y clientes en general, así como a las autoridades sanitarias, respecto de las características de un producto alimenticio, incluyendo las condiciones de conservación y presentación de ingredientes, los peligros que puede tener el consumo, la lista de los aportes y valores nutricionales, entre otros aspectos. Es el nivel de información necesaria que se debe publicar para la comercialización de cualquier producto alimentario.  **Figura 4**  *Ficha técnica de producto alimenticio de Helado de Frutas*  Fuente: [~~https://es.slideshare.net/leticiaromeroquebrandogarvimbas/ficha-tecnica-de-helado-de-frutas~~](https://es.slideshare.net/leticiaromeroquebrandogarvimbas/ficha-tecnica-de-helado-de-frutas)  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i041 | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Infografía interactiva Punto caliente | |
| **Texto introductorio** | **4.1. Elementos que debe contener una ficha técnica**  En lo posible las fichas técnicas de los productos alimenticios deben contener la siguiente información:  Equipo de diseño: \*Por favor simular una caja de leche de otra marca con información asociada y en el punto 6 escribir” Para toda la familia”  https://media.istockphoto.com/photos/silk-pure-almond-unsweeetened-vanilla-milk-carton-picture-id458353943?k=20&m=458353943&s=612x612&w=0&h=YexTcqK1YuAG8WamExgSs3WNv\_NzpwFWFTmPjRPJLp0= | |
| **Código de la imagen** | 632202\_CF1\_i042 | |
| **Punto caliente 1** | **Nombre del producto**: la ficha técnica de un alimento debe incluir el nombre o denominación comercial. | Los puntos están señalados en la imagen de guía |
| **Punto caliente 2** | **Componentes o Ingredientes:** es la citación de todos los ingredientes o componentes que tiene el producto, los cuales se ordenan alfabéticamente. |  |
| **Punto caliente 3** | **Características nutricionales:** la información de los aportes de micronutrientes que se debe presentar en formato de tabla, y solo se acepta en párrafo si no cabe en etiquetado o empaque primario.  . |  |
| **Punto caliente 4** | **Información sobre la presentación comercial:** es la información sobre el contenido del producto, peso bruto, el peso neto y similares, así mismo, aspectos del material del envase si es reciclable y forma de destinación final. |  |
| **Punto caliente 5** | **Uso previsto**: es la información sobre el uso recomendado del producto, si se emplea para ensaladas, como ingrediente para otros platos, si es necesario su cocción, etc. |  |
| **Punto caliente 6** | **Población de destino**: es la recomendación del grupo de personas para quien se orienta el producto, niños, adultos o personas en situaciones de vulnerabilidad nutricional o de otro tipo; así mismo indicar si el producto alimenticio puede ser riesgoso para personas alérgicas y demás contraindicaciones. |  |
| **Punto caliente 7** | **Vida útil**. es el espacio comprendido entre la fecha de fabricación y la de vencimiento o, simplemente, como fecha límite para el consumo. |  |
| **Punto caliente 8** | **Condiciones de almacenamiento y conservación**: describe el entorno de las condiciones o el ambiente bajo el cual se debe conservar o mantener el producto antes de su consumo: temperatura, humedad relativa. Lo que incluye aspectos para su movilidad y transporte de ser posible. |  |
| **Punto caliente 9** | **Procedencia**: es la información referente a quién lo elabora o fabrica, indicando el domicilio de manufactura o adecuación, municipio, ciudad, país, etc. |  |

* 1. **Identificación electrónica de productos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Esto se hacepor medio de código de barras y/o código de barras QR, que son una imagen compuesta de líneas, barras o puntos, que identifica a un producto en todos los países.  El código de barras se compone de un código numérico único que es requisito para que el producto pueda venderse en tiendas y supermercados, porque identifica el país de procedencia, la empresa, el producto e, inclusive, el lote. En el caso de los códigos QR, es una combinación de puntos y barras que alberga mucha más información de los productos alimentarios, la cual puede ser: alfanumérico que puede almacenar hasta 4.296 caracteres, numérico que puede tener hasta 7,089 caracteres y binario, que llega a almacenar hasta 2,953 bytes, lo que permite albergar incluso imágenes.  **Figura 5**  *Uso de códigos de barras para la identificación de productos alimenticios*  Por favor recrear una imagen compuesta de dos tomas, es decir, que se vea en paralelo códigos de barras y código QR  Fuente:<https://www.jmvillegas.mx/blogs/jm-villegas/que-es-el-codigo-de-barras>  <https://www.tetrapak.com/es-mx/insights/envasando-ideas-/innovacion/-es-posible-un-envase-que-proteja-un-alimento--este-conectado-y-0>  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i043  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i044 | |

|  |
| --- |
| **Cuadro de texto** |
| Recuerde explorar los demás recursos que se encuentran disponibles en este componente formativo; para ello, diríjase al menú principal, donde encontrará la síntesis, una actividad didáctica para reforzar los conceptos estudiados, material complementario, entre otros. |

**SÍNTESIS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Síntesis |
| Impulso Multicanal de Productos Alimenticios  Síntesis: Gestión de portafolio de productos alimenticios | |
| **Introducción** | El siguiente mapa integra los criterios y especificidades de los conocimientos expuestos en el presente componente formativo. |
| **Centro\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  Gestión de productos alimenticios  Gestión de la calidad  Antes de producir  En el proceso de producción obtención  Después de producir hasta vender  Gestión de portafolio adecuado, ventas y comercialización  Empaques y etiquetado apropiado que describa el producto, cantidad y sus condiciones para mantener la inocuidad  Categorías  Extensión horizontal  Extensión  Consecuencia  Plan y Metas por producto    **Texto Lado izquierdo\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  Idóneas equipos e instalaciones para preparación  Higiene en prácticas y personas  Aplicar Protocolo de saneamiento  Adecuadas prácticas de transporte distribución y comercialización    **Texto Lado derecho\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  Capacitación y entrenamiento  conocimiento y aplicación de normatividad  Conocimiento y manejo de riesgos según tipo de alimento  Atender las recomendaciones de las entidades  Innovar | |

**ACTIVIDAD INTERACTIVA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Actividad didáctica. Opción múltiple | |
| Apreciado aprendiz, a continuación encontrará una serie de preguntas que deberá resolver, con el objetivo de evaluar la aprehensión de los conocimientos expuestos en este componente formativo. | | **Productos alimenticios**  Imagen de personas manipulando productos o comercializando, aplican las dos.  <https://media.istockphoto.com/photos/young-caucasian-serious-supervisor-evaluating-quality-of-food-in-food-picture-id1176094666?k=20&m=1176094666&s=612x612&w=0&h=eLBp4x2ntZnHvMV4fNIiwWyX2_JruRk8gkTTF1Zt5hc>=  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i045 |
| ¿Cuál de los siguientes aspectos no es parte de las características organolépticas de los alimentos?  **Retroalimentación respuesta correcta:**  Muy bien. Las secreciones no hacen parte de las características organolépticas de los alimentos ya que esas propiedades se identifican a través de los sentidos.  **Retroalimentación respuesta incorrecta:**  Los parámetros de las características organolépticas de los alimentos son propiedades que se distinguen por los sentidos, tales como: el color del alimento, el aroma, la textura y el sabor. | | **Características organolépticas**  Personas palpando alimentos  <https://media.istockphoto.com/photos/vegetables-harvest-freshly-picked-from-garden-healthy-lifestyle-vegan-picture-id1333061848?k=20&m=1333061848&s=612x612&w=0&h=-rwGn29vrn7NyoFdxtURcld7mcAen1IpQgGAqlN0i94>=  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i046 |
| Sabor | | Aroma |
| Textura | | Secreciones |
| La expresión de ‘extensión vertical’ o ‘profundidad’ obedece a  **Retroalimentación respuesta correcta:**  Muy bien. La ‘extensión vertical’ o ‘profundidad’ obedece a uno de los componentes del portafolio de productos que refiere a las opciones que varían de tamaño, cantidad, presentación.  **Retroalimentación respuesta incorrecta:**  La ‘extensión vertical’ o ‘profundidad’, es un componente del portafolio de productos que refiere a las opciones que varían de tamaño, cantidad, presentación. | | **Extensión vertical**  Personas seleccionado productos alimenticios, que se ven de diferentes tamaños, pero el mismo producto.  <https://media.istockphoto.com/photos/male-hand-holding-a-digital-tablet-showing-digital-investment-picture-id1154079277?k=20&m=1154079277&s=612x612&w=0&h=j7eDXHqDCcy7euiQhHc9RFF1Q6Zg0dqCxz5YiQLJf3g>=  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i047 |
| Un criterio lógico de ordenación | | Un tipo de variable organoléptica |
| Variables numéricas que entre más altas más riesgoso | | Uno de los componentes del portafolio de productos |
| La consistencia como componente de un portafolio obedece a:  **Retroalimentación respuesta correcta:**  Muy bien. Reconoce el equilibrio o consistencia que debe existir al interior de cada categoría, entre tipos de productos, tipos de clientes y su distribución una relación cercana.  **Retroalimentación respuesta incorrecta:**  El equilibrio o consistencia debe existir al interior de cada categoría, entre tipos de productos, tipos de clientes y su distribución una relación cercana. | | **Consistencia**  Grupos de productos de tipo asociado  <https://media.istockphoto.com/vectors/dairy-products-vector-id619759764?k=20&m=619759764&s=612x612&w=0&h=DqqjDPc9J9wYor__Ef2VSHaOIjxnS1Bd704ZfzKkTe0>=  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i048 |
| Son informaciones que por norma legal se deben generar respecto al tipo de alimento | | Que los alimentos estén bien preparados y consistentes |
| Son un tipo característica organoléptica especial | | La correlación y coherencia entre las posibilidades de clase y forma de producto, así como de los clientes, la categoría a la que pertenece, etc. |
| La ruta de portafolio obedece a*:*  **Retroalimentación respuesta correcta:**  Muy bien. La ruta de portafolio son las iniciativas estratégicas que los directores de producto o línea de producto establecen de manera individual a cada producto a corto plazo.  **Retroalimentación respuesta incorrecta:**  Recuerde que la ruta de portafolio son las iniciativas estratégicas que los directores de producto o línea de producto establecen de manera individual a cada producto a corto plazo. | | **Ruta de portafolio**  Imagen de un protafolio de productos o un documento  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i049  <https://media.istockphoto.com/vectors/tiny-investors-female-characters-look-on-growing-arrow-chart-at-huge-vector-id1282216328?k=20&m=1282216328&s=612x612&w=0&h=ujmWL-bQ--c8Vwm4MugsCqWPkimesR3zenTvgnyVoX8>= |
| Es un diagnóstico para conocer las fechas en las que se deben entregar los productos | | Es un tipo de análisis relativo a variables eminentemente cuantitativas |
| Es un cálculo que se realiza y, como su nombre lo indica, es relativo a cada variable. | | Son las iniciativas estratégicas y resultados esperados para cada tipo de producto dentro de una línea o característica, en términos de mercadeo, ventas y rentabilidad. |

**Retroalimentación General:**

**Positiva**: ¡Muy bien! Reconoce los elementos, clasificación y etapas en la construcción de un portafolio de productos.

**Negativa**: ¡Atención!, sus respuestas indican que usted requiere hacer repaso de los temas de este componente. Hágalo con atención y repita la prueba una vez más.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Actividad didáctica. Verdadero y falso | |
| La ficha técnica de producto establece las buenas prácticas de manufactura para la obtención y fabricación de productos.  **Retroalimentación respuesta correcta:**  Muy bien, la ficha técnica es un documento pequeño de carácter obligatorio y legal, que se incluye en el empaque primario. Se utiliza para informar a los consumidores finales y clientes en general, así como a las autoridades sanitarias.  **Retroalimentación respuesta incorrecta:**  Recuerde,la ficha técnica es un documento pequeño de carácter obligatorio y legal, que se incluye en el empaque primario. Se utiliza para informar a los consumidores finales y clientes en general, así como a las autoridades sanitarias. | | **Ficha técnica**  Imagen de personas revisando la ficha técnica de un producto.alimenticio.  <https://media.istockphoto.com/photos/woman-comparing-products-in-shop-picture-id522898575?k=20&m=522898575&s=612x612&w=0&h=dXAiIVgVJYSAg9Q85gY8e5ygKrhwK2S5JQN3nx1LQhs>=  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i051 |
|  | | **Falso** |
| Los códigos de barras, o código QR permiten la comparación de información de otros productos competidores.  **Retroalimentación respuesta correcta:**  Muy bien, los códigos de barras y QR son una imagen compuesta de líneas, barras o puntos, que identifica a un producto en todos los países y contempla niveles de información del producto.  **Retroalimentación respuesta incorrecta:**  Recuerde, los códigos de barras y QR son una imagen compuesta de líneas barras o puntos, que identifica a un producto en todos los países y contempla niveles de información del producto. | | **Código QR**  Un producto en el que se vea el código QR  **Cod Imagen:** 632202\_CF1\_i052  <https://media.istockphoto.com/photos/new-gs1-databars-on-an-apple-picture-id173895383?k=20&m=173895383&s=612x612&w=0&h=Poy6npfk7ApX0mm1akQ0y3j1yO-_CGDU6JpgqDubaV0>= |
|  | | **Falso** |

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| Tema | Referencia APA del material | tipo | Enlace |
| **Aspectos de las buenas prácticas de manufactura de alimentos** | Instituto Nacional de Penitenciaria, Universidad Autónoma de Occidente [INPEC]. (s.f.). *Manual de buenas Prácticas de Manufactura Actividad Productiva de Panadería.* | Manual. | <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/9817/T7485A.pdf?sequence=2&isAllowed=y> |
| **Aspectos de las buenas prácticas de manufactura de alimentos** | Organización Panamericana de la Salud. (s.f.). *Manual de Capacitación para Manipuladores de Alimentos.* | Manual | <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/manual-manipuladores-alimentos-2014.pdf> |

**GLOSARIO**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Glosario |
| Alimento: | es un producto de origen natural o elaborado con fines de ser consumido, para aportar al cuerpo humano nutrientes y/o energía, bien sean estos líquidos o solidos |
| Alimento contaminado: | alimento de origen natural o elaborado que presenta condiciones de degradación o contiene agentes de microorganismos, sustancias extrañas, no propias para el consumo, en cantidades superiores a las admitidas o permitidas por el cuerpo humano y las normas nacionales o internacionales. |
| Autoridades Sanitarias: | son las entidades públicas de Salud del orden nacional o local, que ejercen funciones de expedición de normas, inspección, vigilancia y control de prevención para garantizar la salud pública de las personas y el cumplimiento de las normas. |
| Clasificación de alimentos: | identificación de los alimentos en función de su producción y comercialización para reconocer cómo estos se clasifican y, de este modo, identificar el tipo de riesgo y las propiedades que tiene. |
| Inocuidad | es la característica natural de los alimentos en la que no causarán daño al consumidor, se debe mantener en adecuadas condiciones naturales o de integridad de sus componentes, sin agentes tóxicos o de microrganismos. |
| Envase primario. | es el elemento que soporta y está en contacto directo con el alimento, protegiéndolo desde su fabricación o elaboración hasta su entrega su consumo. |
| Plan sanitario: | es el conjunto de actividades y características que deben cumplir las empresas y sus recursos como bodegas, edificaciones, equipos, utensilios, para la fabricación, elaboración y procesamiento, obtención, almacenamiento y distribución de alimentos, de manera regular. |
| Portafolio de productos | es el conjunto de productos que una empresa pone en oferta y comercialización a sus diferentes tipos de clientes, los cuales están ordenados por líneas o categorías de productos, siendo que la empresa es la que establece dichas categorías para su gestión. |
| Norma sanitaria: | son las disposiciones emitidas por el gobierno o las entidades sanitarias para cumplimiento de las personas o entidades que participan en las actividades de fabricación elaboración de productos alimentarios. |
| Vida útil del producto: | es el periodo de tiempo que tiene un producto para su consumo sin entrar en riesgos o degradación, el cual está comprendido entre la fecha de fabricación y la fecha de vencimiento que es un estimado de cuando sus características organolépticas pueden cambiar. |

**REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

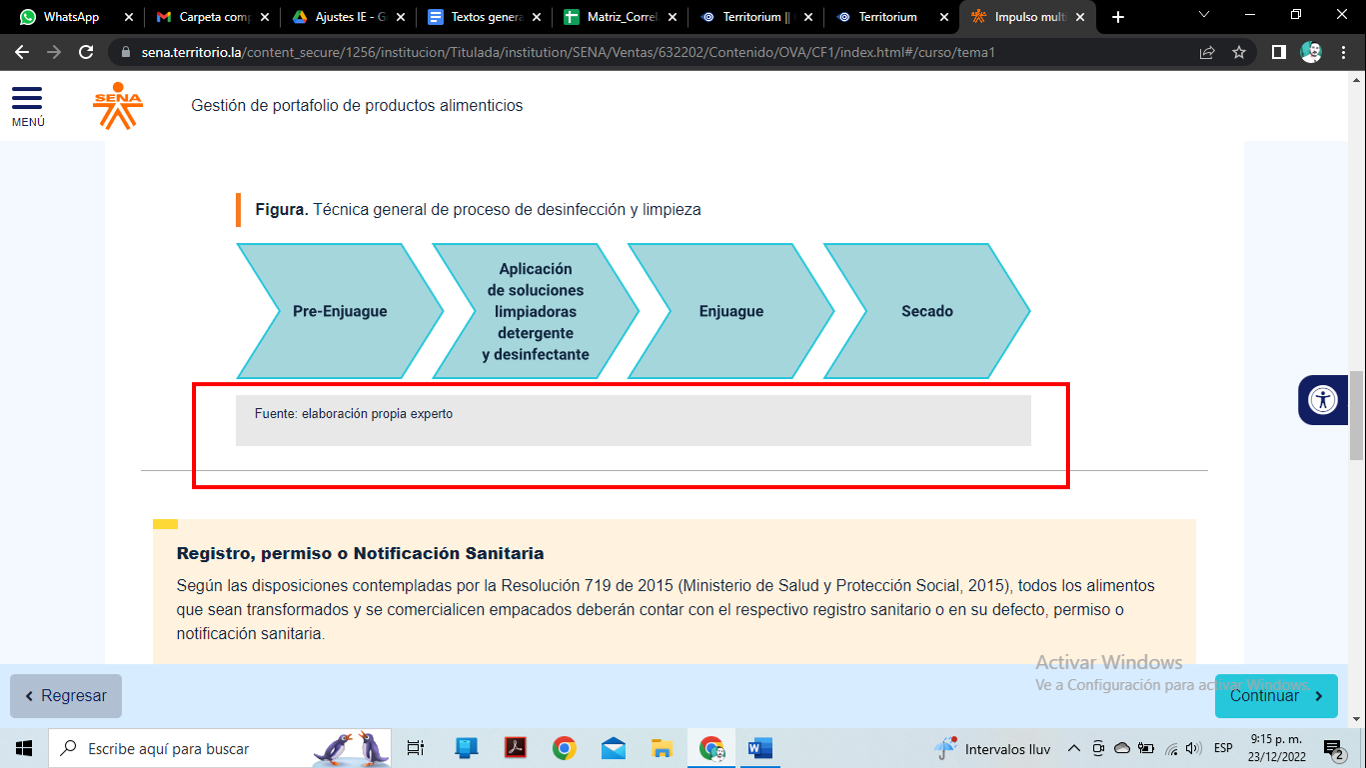
|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Bibliografía |
| Calvo, H. E. (2015). *Alimentando lo sentidos.* Universidad de Zaragoza. <https://ucc.unizar.es/sites/ucc.unizar.es/files/enziende_materialdidactico_alimentando_web.pdf> | |
| Iciar Astiasarán, A., & Hernández, A. M. (2013). *ALIMENTOS - Composición y Propiedades.* McGraw-Hill. <https://fisiogenomica.com/assets/Blog/pdf/Alimentos-Composicion-y-Propiedades.pdf> | |
| Maza Sánchez, M. A. (2013). *Manipulador de Alimentos.* Limusa. | |
| Resolución 0719 de 2015. (Ministerio de Salud y Protección Social). Por el cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo de la salud pública. Marzo 11 de 2015. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-0719-de-2015.pdf> | |
| Resolución 2674 de 2013. (Ministerio de Salud y Protección Social). Por el cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones. Julio 22 de 2013. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf> | |
| Decreto 3075 de 1997. Por el cual se reglamenta la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. Diciembre 23 de 1997. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3337#:~:text=%2D%20Sistema%20de%20Control.,la%20distribuci%C3%B3n%20de%20productos%20terminados> | |
| Rodríguez, B. G. (2015). Las enfermedades transmitidas por alimentos, un problema sanitario. *Rev. Electrónica Veterinaria*, p. 16. | |
| Vélez Ruiz, J. F. (2018). *Introducción a las Propiedades Físicas de los Alimentos.* Editorial Académica Española. | |

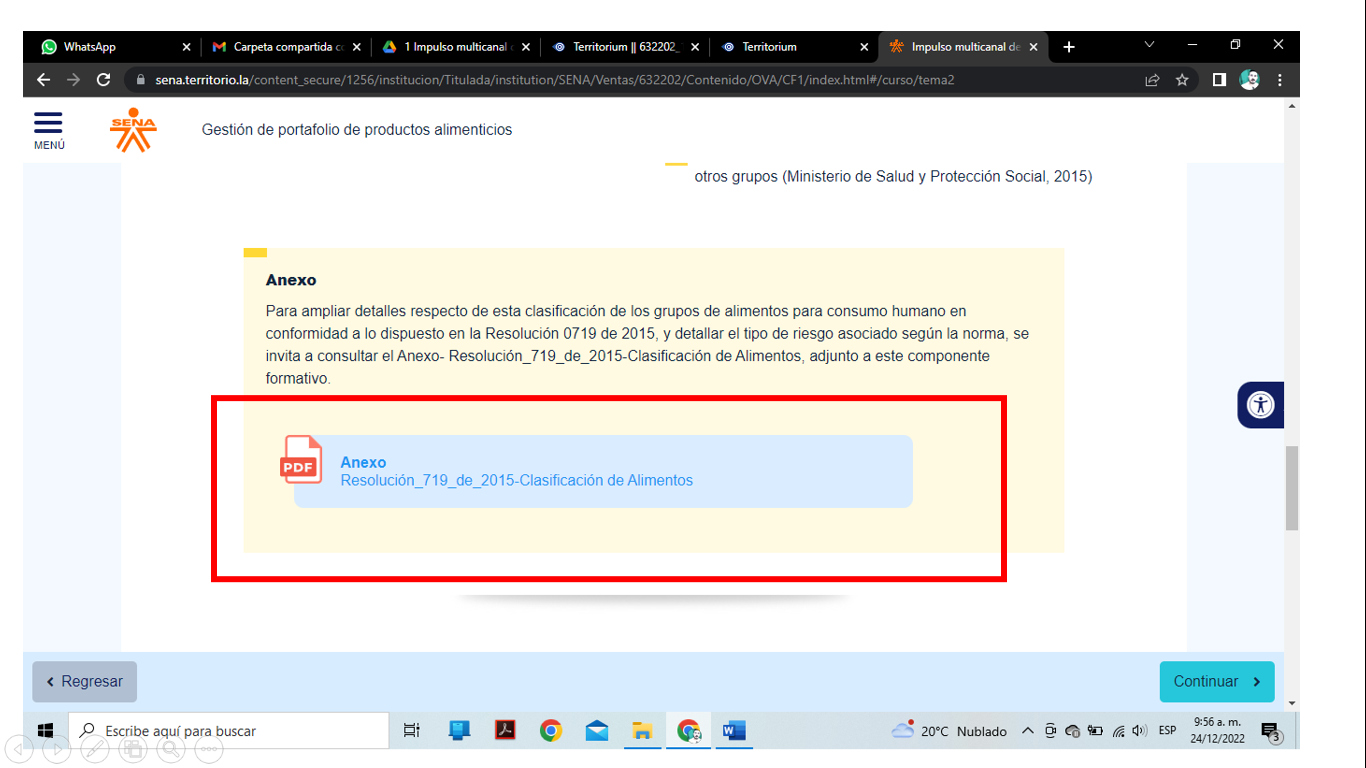
**CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Nombre** | **Cargo** | **Dependencia** | **Fecha** |
| **Autor (es)** | Carlos Fernando Riaño | Experto Temático | Innovate Education | Agosto/2022 |
| Magda Melissa Rodríguez Celis | Diseñador instruccional | Agosto/2022 |

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

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





<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-0719-de-2015.pdf>

