PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, 30 de noviembre de 2025

Señor (a)
JOSE ANASTASIO RESTREPO CASTELLANOS
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.7657667**
Coordinador académico
Centro de Comercio Industria y Turismo de Córdoba
Montería - Córdoba

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual mes **noviembre** del año 2025

Referencia: Contrato No. **CO1.PCCNTR.7657667** del año 2025

MARTHA ISABEL BRUNAL CABRALES, identificado con la cédula de ciudadanía **No. 50.927.686** del Montería**,** en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro de Comercio Industria y Turismo del SENA Regional Córdoba, 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: Se fija como valor total para el contrato la suma ***CUARENTA MILLONES CUATROCIENTOS SETENTA Y CINCO MIL SEISCIENTOS NOVENTA Y SEIS PESOS M/CTE ($40.475.696)*** *Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) un primero pago correspondiente al mes de marzo de 2025 por valor* ***DOS MILLONES CIENTO CUARENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y OCHO PESOS M/CTE. ($2.146.438)****; b) ocho (8) pagos iguales por los meses de abril a noviembre de 2025 por valor de CUATRO MILLONES* ***QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS ONCE PESOS M/CTE. ($4.599.511)*** *cada uno.; c)* ***un pago por el mes de diciembre de 2025 por valor UN MILLÓN QUINIENTOS TREINTA Y TRES MIL CIENTO SETENTA PESOS M/CTE. ($1.533.170).***

Plazo: Será hasta el **24** de noviembre de 2025.

OBJETO: PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES Y/O DE APOYO A LA GESTIÓN, EN LA PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN, ASÍ COMO LA EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEFINIDOS EN LOS DISEÑOS CURRICULARES ASIGNADOS, PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES Y COMPETENCIAS TÉCNICAS DE LA POBLACIÓN CAMPESINA, APORTANDO AL FORTALECIMIENTO DE LA ECONOMÍA CAMPESINA, FAMILIAR, ÉTNICA Y COMUNITARIA, EN CONCORDANCIA CON LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA DIRECCIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO Y LA COORDINACIÓN NACIONAL DE ATENCIÓN INTEGRAL, DIFERENCIAL E INCLUYENTE A LA ECONOMÍA CAMPESINA - CAMPESENA.

Obligaciones Específicas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planear y ejecutar la formación profesional cumpliendo con la programación académica predeterminada por la coordinación respectiva en los programas y competencias asignada, para el Logro de los resultados de aprendizaje definidos, cumpliendo las horas de formación de las competencias de los programas de formación equivalentes a la programación de la Formación Profesional Integral	Se planeó y ejecutó la formación profesional con la programación académica de los cursos en Planeación de Estrategia de Marketing Social, Emprendedor En Procesamiento Y Comercialización de Derivados Cárnicos y Emprendimiento En Producción de Huevo. **301918** y **3319238,** en los municipios de Montería, Cereté, Ciénaga de Oro y Moñitos.	• Registros fotográficos. • Listado de asistencia
2	Apoyar la elaboración de la planeación pedagógica, guías de aprendizaje, instrumentos de evaluación, plan de trabajo, ayudas didácticas requeridos para el desarrollo de los procesos de formación asignados	Se apoyó en la elaboración de guías de aprendizaje y demás formatos para la elaboración de las fichas **3301918** Emprendedor En Procesamiento Y Comercialización de Derivados Cárnicos y **3319238,** del curso complementario,	• Guías de aprendizaje

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
		Emprendimiento En Producción de Huevo.	
3	Registrar en el aplicativo SOFIA PLUS, todas las evidencias del proceso formativo: crear las rutas de aprendizaje, asociar aprendices, realizar registro de inasistencia de aprendices, planes de mejoramiento y registrar juicios evaluativos, acorde con los lineamientos institucionales	Se registran aprendices en el aplicativo Sofia Plus**,** de los cursos complementarios, Planeación de Estrategia de Marketing Social.	• Registros fotográficos.
4	Participar en las reuniones de equipos de ejecución de la formación por grupo o áreas, según la determinación de la respectiva Coordinación Académica y de acuerdo con el procedimiento establecido por la institución, para garantizar integralidad en el diseño de actividades de aprendizaje	No aplica para el mes de ejecución.	No aplica para el mes de ejecución.
5	Presentar las actas finales de cierre de etapa lectiva de las fichas asignadas como responsable, acorde con los lineamientos institucionales	No aplica el mes de ejecución	No aplica el mes de ejecución
6	Apoyar el trámite de las novedades de deserción de aprendices acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz	No aplica el mes de ejecución	No aplica el mes de ejecución
7	Asistir a los aprendices en las novedades acorde con lo	No aplica el mes de ejecución	No aplica el mes de ejecución

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
	establecido en el reglamento del aprendiz		
8	Aportar todos los documentos soporte del proceso de formación profesional, publicados en la plataforma SIGA, así como los requeridos para aseguramiento de la calidad (Autoevaluación y Registro calificado)	Se aportaron los documentos requeridos para la cuenta de cobro del mes de noviembre, como son: Listados de asistencia, guías de aprendizaje y formato de informe GTH-F-062 V10.	• Listados de asistencia • Documentos GC
9	Participar en proyectos de investigación aplicada, técnica y pedagógica en función de la formación profesional de los programas relacionados con el área temática	No aplica el mes de ejecución	No aplica el mes de ejecución
10	Gestionar la colocación de aprendices en alguna de las modalidades de etapa productiva y rendir informes periódicos de los resultados alcanzados, conforme a las instrucciones que les sean impartidas.	No aplica el mes de ejecución	No aplica el mes de ejecución
11	Subir los documentos soporte del pago en la plataforma del SECOP II en los plazos establecidos por la entidad y acorde con los requisitos legales exigidos. De evidenciarse la falta de cargue de los documentos para el respectivo pago en la plataforma por dos meses seguidos se procederá con el inicio de proceso de incumplimiento contractual	Se suben los documentos soporte del pago en la plataforma SECOP II de acuerdo con los lineamientos establecidos, carpetas GF y GC contractuales correspondiente al mes de noviembre.	• Verificación en la plataforma SECOP II

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
12	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo máximo de tres (3) días hábiles anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información	No aplica el mes de ejecución	No aplica el mes de ejecución
13	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo no inferior a quince (15) días hábiles las anomalías, inconsistencias, novedades del Contrato (Cesión -Terminación)	No aplica el mes de ejecución	No aplica el mes de ejecución
14	Atender las solicitudes realizadas por el supervisor del contrato	Se atendió la solicitud del supervisor de Agendamiento de Viáticos y cuenta de cobro correspondiente al mes de noviembre.	• Agenda de desplazamiento del mes de septiembre. • Cuenta de cobro mes de noviembre. • Verificación en el Drive

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	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1.	152625	Montería -Tierralta	14/11/2025	14/11/2025
2.	152625	Montería -Tierralta	18/11/2025	18/11/2025
3.	152625	Montería -Tierralta	19/11/2025	19/11/2025
4.	152625	Montería -Tierralta	20/11/2025	20/11/2025
5.	152625	Montería -Tierralta	21/11/2025	21/11/2025

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 electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. **4626431956** de la planilla SOI de Salud Total, correspondiente al mes de **octubre** del año 2025. (Decreto Ley 2106 de 2019 – "Decreto Ley Antitrámites")

Evidencias en cuarenta y tres (42) folios.

Cordialmente,

Martha Brunal Cabrales

MARTHA ISABEL BRUNAL CABRALES
C.C. No.50.927.686
Contratista

Recibí a satisfacción:

JOSE ANASTASIO RESTREPO CASTELLANOS
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.7657667
INSTRUCTOR G20
Centro de Comercio Industria y Turismo

Proceso de formación profesional integral de los cursos en Planeación de Estrategia de Marketing Social, Emprendedor En Procesamiento Y Comercialización de Derivados Cárnicos y Emprendimiento En Producción de Huevo. **301918** y **3319238,** en los municipios de Montería, Cereté, Ciénaga de Oro y Moñitos

	
	#SoySENA

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Emprendimiento en produccion de huevos		
FICHA No.	3319238		
Municipio:	Montería	Lugar:	Nuevo Agrado.
Instructor:	Martha Brunal Cabrales	Nº. Doc. Ident.	50927.686
FECHA:	01/10/25	HORARIO:	8:00am - 12:00pm - 2:00pm - 6:00pm

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Serrano murillo	Luis David	1067.401.170	Luis D
02	Monterrosa CASTRO	Arcesio	1063 717 062	Arcesio monterrosa
03	Albeiro Ortiz Castro	Albeiro	1063726034	Albeiro
04	Benitez Ballesteros	Ana Luz	1063719007	Ana Luz
05	Carmen Anaya Quintero	Carmen maria	1129684100	Carmen Anaya
06	Quintero Bonolis	Esteban a		esteban.
07	Anaya Quintero	Camila maria		Camila.
08	tordecilla castro	Mercedes	1073812002	Mercedes
09	DANILO ortiz			
10	Ortiz SOLANO	DANILO	1063722659	DANILO
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Martha Brunal Cabrales

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Emprendimiento en produccion de huevos		
FICHA No.	3319238		
Municipio:	Montería	Lugar:	Nuevo Agrado
Instructor:	Martha Brunal Cabrales.	Nº. Doc. Ident.	50.927.686
FECHA:	09/10/25	HORARIO:	8:00am - 12:00pm - 2:00pm - 6:00pm

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Ortiz Castro	Albeiro	1063726034	Albeiro
02	Serrano murillo	Luis David	1067401170	Luis D
03	Monterrosa CASTRO	Arcesio	1063 717062	Arcesio
04	Benitez Ballesteros	Ana Luz	1063719007	Ana Luz
05	Ortiz SOLANO	DANILO	1063722659	DANILO
06	Anaya Quintero	Carmen maria		Carmen
07	Quintero Bonolis	esteban a		esteban.
08	Anaya Quintero	Camila maria		Camila
09	tordecilla castro	Mercedes	1073812002	Mercedes
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Martha Brunal Cabrales

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Procesamiento y Comercializacion de derivados Carnicos		
FICHA No.	3301918		
Municipio:	Cienaga de Oro.	Lugar:	San Antonio de Tachira
Instructor:	Martha Bernal Cabrales	Nº. Doc. Ident.	50.927.686
FECHA:	14/10/25	HORARIO:	8:00am-12:00pm-2:00pm-6:00pm

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Moreno Aparicio	Ana Isabel	1007434277	Ana Moreno
02	Perez mercado	manuel David	78037411	Manuel Perez
03	Mercado Arrieta	Bellys Isabel	1068662053	Bellys Mercado
04	Oñana Galindo Avila	Oñana Marcela	1003152437	Oñana Galindo.
05	Cordero Piñan	Ignacio Jose	1003456849	
06	Avila Ovadia	Marisol	1193218444	Marisol avila ch.
07	Mercado Hernandez	maria teresa	1003458017	Maria mercado
08	Sarigo Barreto	Gabriel de Jesus	1007152152	
09				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Martha Bernal Cabrales

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Procesamiento y Comercializacion de derivados Carnicos		
FICHA No.	3301918		
Municipio:	Cienaga de Oro.	Lugar:	San Antonio de Tachira
Instructor:	Martha Bernal Cabrales	Nº. Doc. Ident.	50.927.686
FECHA:	07/10/25	HORARIO:	8:00am-12:00pm-2:00pm-6:00pm

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Galindo Avila	Oñana Marcela	1003152437	Oñana Galindo.
02	Mercado Arrieta	Bellys Isabel	1068662053	Bellys Mercado
03	Perez mercado	manuel David	78037411	Manuel Perez
04	Moreno Aparicio	Ana Isabel	1007434277	Ana Moreno
05	Cordero Piñan	Ignacio Jose	1003456849	
06	Avila Ovadia	Marisol	1193218444	Marisol avila ch.
07	Mercado Hernandez	Maria teresa	1003458017	Maria mercado.
08	Gabriel Sarigo Barreto		1007152152	
09				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Martha Bernal.

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Procesamiento y comercializacion de derivados Carnicos		
FICHA No.	3301918		
Municipio:	Cienaga de Oro	Lugar:	San Antonio de Tachira
Instructor:	Martha Bernal Cabrales.	Nº. Doc. Ident.	50.927.686
FECHA:	21/10/25	HORARIO.	8:00am - 12:00pm - 2:00pm - 6:00pm

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Mercado Arrieta	Kellys Isabel	1068662052	Kellys Mercado
02	Lopez Verona	Luisa Fernanda	1068658563	Luisa Lopez.
03	Moreno Arango	Ana Isabel	1003434277	Ana Moreno
04	Maria t. Mercado	Maria Luisa	1003 458 817	Maria Mercado
05	Ignacio Jose Cordero	Ignacio Jose	1003 456 849	
06	Barrio Bonilla	Gabriel de Jesus	1002 152 151	
07	Manuel Perez	Manuel Perez	3802 411	
08	Victor Rodriguez Jimenez	Alfonso	1003023147	
09				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Martha Bernal Cabrales

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Planeacion Estrategica de marketing Social		
FICHA No.			
Municipio:	Monteria	Lugar:	Monteria
Instructor:	Martha Bernal Cabrales	Nº. Doc. Ident.	50.927.686
FECHA:	18/11/2025	HORARIO.	8:00am - 12:00pm - 2:00pm - 6:00pm

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Jimenez Sierra	Carlos Julio	78 747 159	Carlos
02	Jimenez Sierra	dario Jose	1090147 [illegible]	Dario
03	Garcia Montes	Edwin	1090385 [illegible]	Edwin
04	Perez Palencia	Eladio José	70896503	Eladio
05	Parra Pano	Luis Felipe	1000016283	
06	Peñaloza Ortega	Daniela Marcela	1.068.817781	Daniela Peñaloza
07				
08				
09				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Martha Bernal Cabrales

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Planeacion Estrategica de Marketing Social.		
FICHA No.			
Municipio:	Monteria	Lugar:	Monteria
Instructor:	Martha Brunal Cabrales	Nº. Doc. Ident.	50929.686
FECHA:	19 / 11 / 2025	HORARIO:	8:00am - 12:00pm - 2:00pm - 6:00pm

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Hinojosa Arrieta	Enka sofia	1064977231	Enka H
02	Parra RAMOS	LUIS FELIPE	1010016283	Luis Parra
03	Garcia Monter	Edwin	1090355 9	Edwin Garcia
04	Diaz Pereira	Sebastian Andres	1068504073	Sebastian Diaz
05	Perez Palencia	Eladio José	709965 03	Eladio
06	Jimenez sierra	Carlos Julio	78 742 159	Carlos
07	Ramos Vertel	FERNEY	70.904356	Ferney Ramos
08	Peñata Ortega	Daniela Manela	1068.817781	Daniela Peñata
09	Jimenez fernandez	Vilma Ruth	50859319	Vilma Ruth
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Martha Brunal

Sistema de Gestión de la Calidad

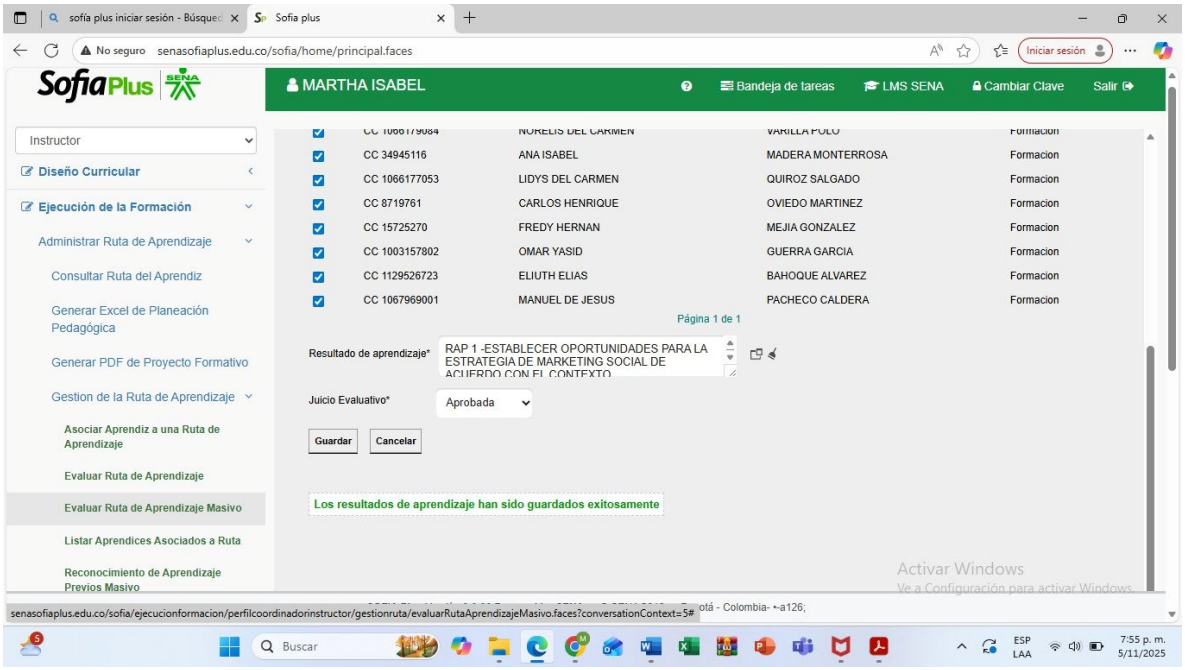
Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Planeacion estrategica de marketing Social.		
FICHA No.			
Municipio:	Monteria	Lugar:	Montería
Instructor:	Martha Brunal Cabrales	Nº. Doc. Ident.	50.927.686
FECHA:	17 / 11 / 2025	HORARIO:	8:00am - 12:00pm - 2:00pm - 6:00pm

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Hinojosa Arrieta	Enka sofia	1064977231	Enka H
02	Felipe PARRA	Felipe P		
03	Perez Palencia	Eladio Perez	709965-03	
04	Jimenez SIERRA	Carlos JULIO	78742 159	Carlos
05	Ramos VERTEL	FERNEY	70.904356	FERNEY RAMOS
06	Diaz Pereira	Sebastian Andres	1068504073	Sebastian Diaz
07	Peñata Ortega	Daniela Manela	1068.817781	Daniela Peñata
08	Garcia	Edwin	1090859	Edwin Garcia
09	Jimenez fernandez	Vilma Ruth	50859.319	Vilma Ruth
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Martha Brunal

Creación de ruta de aprendizaje y asociación de aprendices en el aplicativo SOFIA PLUS.



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN: **PLANEACION DE ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL**
- **CÓDIGO DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN:** 12410018
- **COMPETENCIA:** FORMULAR EL PLAN SEGÚN OBJETIVOS Y METODOLOGÍAS.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZAR:
1) ESTABLECER OPORTUNIDADES PARA LA ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL DE ACUERDO CON EL CONTEXTO ORGANIZACIONAL.
2) PLANTEAR LA ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS PLANTEADOS

DURACIÓN DE LA GUÍA: **48 HORAS**

2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz

Reciba un cordial saludo, el propósito de esta guía, consiste en brindar orientaciones precisas acerca de las la formación profesional integral SENA bajo la modalidad complementaria y la formulación de las actividades de aprendizaje a realizar.

Con esta guía usted se contextualizará sobre los lineamientos institucionales de la competencia, para adaptarse a su lugar de estudio con motivación y empoderamiento. Se sugiere leer en su totalidad el documento para desarrollar cada una de las acciones propuestas a tiempo y cumplir con la evidencia calificable de manera exitosa.

El emprendimiento es un ejercicio de libertad en el cual los sujetos se afirman en su capacidad de decidir, por una idea que se convertirá en su proyecto de vida en términos sociales, individuales, culturales y económicos. Está relacionado con el desarrollo humano y económico, con el mejoramiento de las condiciones de vida en los contextos en los que tiene impacto la idea y la concertación de las aspiraciones personales que motivan al emprendedor.

La presente guía tiene como finalidad abarcar aspectos importantes que se deben considerar para crear o fortalecer emprendimientos de alto valor. Se abordaran temáticas que servirán de apoyo al aprendiz para identificar los elementos de la cultura emprendedora, conjunto de conocimientos y característica que tiene una persona la cual pone en práctica para ser un verdadero emprendedor.

Mediante la realización de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, usted tendrá la oportunidad de desarrollar una visión integral del entorno empresarial, de manera que pueda identificar los rasgos del perfil de los emprendedores, diferenciar el concepto de emprendimiento de otros similares, elaborar y evaluar su perfil emprendedor.

Dada esta premisa y el contexto de la presente guía, al finalizar esta etapa, usted estará en capacidad de realizar una contextualización de su entorno económico, generar ideas de negocio enfoncadas al fortalecimiento del tejido social y empresarial.

¡BIENVENIDO!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL.

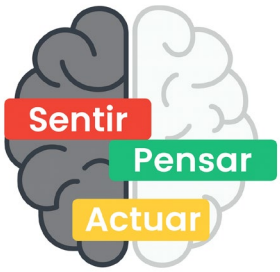


3.1.1 Test de Cualidades emprendedoras

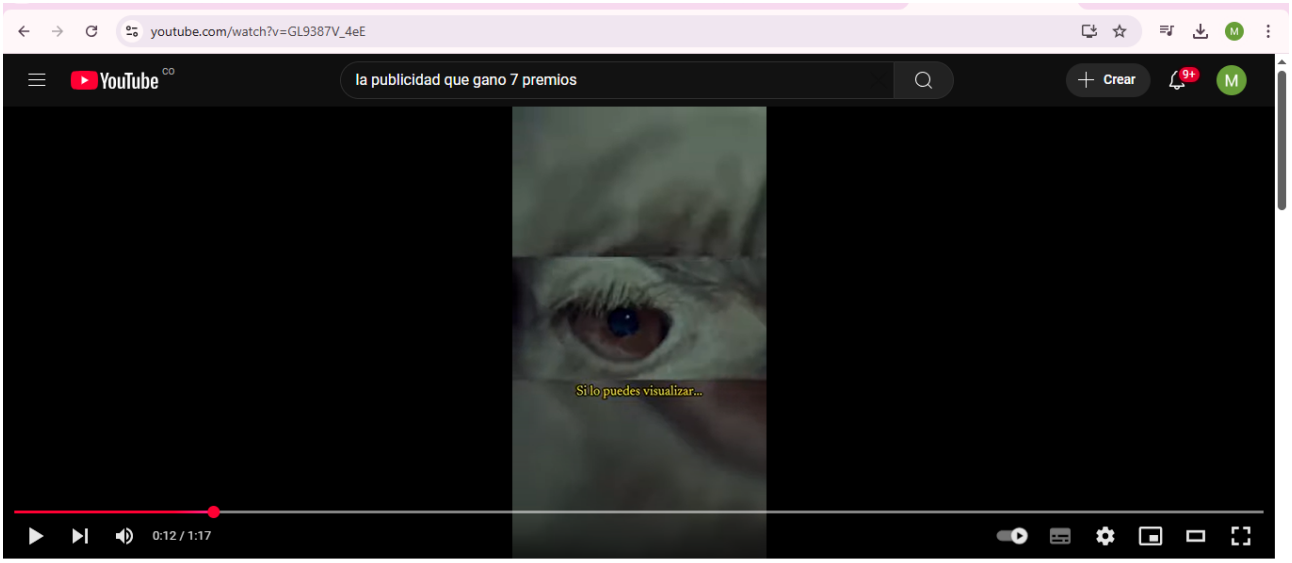
El propósito de esta actividad es realizar un autodiagnóstico de su Espíritu emprendedor. Para esto es muy importante su colaboración y sinceridad durante el desarrollo del test, pues de ello dependerá la elaboración e implementación de un buen plan de acción que permita mejorar y/o potencializar su espíritu emprendedor.

En el siguiente enlace encontrarás un cuesti de 25 preguntas, el cual tiene varias opciones de respuesta, **https://www.thatquiz.org/es/preview?c=q7pybb97&s=rqbtog** marque la opción que más se ajuste a tu opinión, la que mejor refleje tu forma de pensar, sentir o actuar; no conteste pensando en agradar a alguien; piense en que es su futuro el que está en juego, no el de nadie más. Una vez completado el test, descargue el resultado, seguidamente envíe su evidencia en el canal de comunicación dispuesto por el instructor y participe en el espacio de retroalimentación propuesto.

3.1.2 Actividad de Reflexión Inicial



Para entender un poco mejor el comportamiento emprendedor, se verá el ejemplo de una avestruz con iniciativa:
https://www.youtube.com/watch?v=GL9387V_4eE



Reflexionar

- ¿Por qué creen que la avestruz puede volar?
- ¿Qué característica tiene la avestruz?
- ¿Cual creen que es el sueño de la avestruz?

Hora de Accionar

En equipos de trabajo generados por los instructores desarrollar la siguiente sopa de letras, conceptos básicos de emprendimiento:

Emprendimiento Empresarial 1

I	P	E	E	I	A	N	N	R	E	I	R	P	E	T	L	N	L	A
D	I	N	E	O	S	T	M	I	C	R	O	E	M	P	R	E	S	A
E	D	I	J	M	S	C	A	M	I	E	T	R	A	U	L	U	A	T
U	M	T	E	M	P	R	R	E	S	E	I	D	E	A	S	X	N	E
D	C	P	C	C	M	R	D	E	I	N	I	C	I	A	T	I	V	A
E	R	U	R	G	O	R	E	P	A	M	U	R	I	L	V	L	X	O
S	E	O	P	E	A	N	I	N	N	T	A	T	O	I	O	S	O	A
A	C	E	C	R	N	M	O	S	D	S	I	A	R	D	C	I	O	D
R	I	I	O	E	O	D	R	M	E	I	R	V	I	E	O	U	U	O
R	M	H	O	P	E	A	E	R	I	D	M	C	I	R	M	T	A	O
O	I	E	T	R	L	E	P	R	S	A	U	I	O	D	I	D	S	A
L	E	N	P	O	C	M	E	N	P	U	T	O	E	T	A	E	S	O
L	N	T	E	Y	E	D	U	C	E	I	R	O	P	N	R	D	O	O
A	T	I	N	E	R	N	C	T	I	L	O	A	E	G	T	T	O	R
R	O	D	E	C	O	R	L	D	C	O	S	N	O	N	I	O	D	O
E	A	A	C	T	E	R	N	T	A	G	M	R	E	X	T	R	O	T
U	O	D	P	O	E	I	N	T	E	R	P	T	E	R	M	P	O	D
D	A	N	I	C	A	I	E	E	C	O	C	P	I	P	O	N	I	I
O	N	I	M	R	S	P	E	R	S	I	S	T	E	N	C	I	A	I

Palabras a encontrar:

EMPRENDIMIENTO	PIONERO	ECONOMIA
DESARROLLAR	PROGRESO	EMPRENDER
PROYECTO	MICROEMPRESA	EXITO
IDEAS	CRECIMIENTO	APTITUD
CREATIVIDAD	LIDER	LOGRO
EMPRESARIAL	ENTIDAD	INICIATIVA
PERSISTENCIA		

Instrucciones:
Registre su nombre de equipo o grupo
Resuelva la sopa de letra en el menor tiempo posible

3.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS.

3.4.1 Ahora que ya conoces las Características Emprendedoras Personales CEP, se le invita a realizar la siguiente actividad.

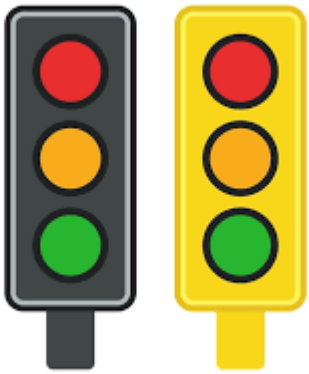
Descripción de la actividad

Esta actividad persigue que los aprendices, empiecen apropiarse de competencias asociadas al comportamiento emprendedor, identificando fortalezas y debilidades que están en tu interior. Para ello se le invita a utilizar la herramienta denominada **Semaforo de las Características Emprendedoras Personales,** herramienta que te permite identificar en cuáles puntos **necesitas trabajar** y cuáles te **empoderan en el logro de tus objetivos**, todo en términos de las Características Emprendedoras Personales. Siéntete en la libertad de llenarlo sin juzgarte. Aquí no hay lugar para el error o el acierto, ninguna posición es negativa.

1. En primer lugar, toma un lápiz o unos memos y, con los conceptos socializados anteriormente, evalúa tu desempeño en cada una de las CEP.

2. Las CEP que ubiques en el color del semáforo verde serán tus fortalezas, en el amarillo serán las CEP a mejorar y las rojas serán tus debilidades.

3. Como lo puedes ver en la imagen, el semáforo tiene tres zonas de valoración, demarcadas con tres colores diferentes.



Verde: Si es un aspecto notable en tu personalidad.

Amarillo: Si es un aspecto que aplicas con una frecuencia intermedia en tu comportamiento.

Rojo: Si es un aspecto que aplicas con poca frecuencia en tu vida.

Marque con una X en el color que se ubica, su CEP en las tres zonas de valoración.

Finalmente escribe

1. La Característica Emprendedora Personal CEP que quieres desarrollar:

   _____

2. Selecciona si la Característica Emprendedora Personal es una fortaleza o si debes mejorar, como se muestra a continuación:

Es una fortaleza ☐ Debo mejorar ☐



Reflexionar acerca de la importancia de conocer nuestro territorio.

Estimado aprendiz, para este momento de su aprendizaje, se le invita a responder las siguientes preguntas.
¿Por qué es importante conocer el territorio donde habitas?
¿Qué actividades económicas impulsan el desarrollo económico local de tu región?

Finalmente, participe del debate y la socialización de sus respuestas al grupo de formación en el espacio que el instructor disponga para esta actividad.

3.1.3 Actividad de Reflexión Inicial

Estimado aprendiz, para este primer momento de su aprendizaje, se le invita a responder la siguiente pregunta con base a la siguiente historia.

UNA HISTORIA QUE SUELE OCURRIR…
Pedro: *compadre ya pagué el primer mes de arriendo del local, contraté al empleado y compré la estantería del negocio.*
Pablo: *¡qué bien compadre!, y ¿qué va a vender?*
Pedro: *¡ay compadre!, aún no he pensado en eso.*

Mencione 5 aspectos claves que olvidó Pedro para la puesta en marcha de su negocio.
Finalmente, participe del debate y la socialización de sus respuestas al grupo de formación en el espacio que la instructora disponga para esta actividad.

Los negocios, al igual que todas las cosas interesantes en la vida, tienen una razón de ser, una circunstancia, momento, oportunidad y/o situación de mejora que los motiva, y en el centro de todo ello siempre estará UN CLIENTE.

RECUERDE QUE: De la forma como enfoque su negocio para aprovechar esa oportunidad y llegar a sus posibles clientes dependerá el éxito del mismo; para hacer esta tarea de la mejor manera es clave definir SU MODELO DE NEGOCIO.

3.1.4 ¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO?

Es una representación que resume la forma como un negocio selecciona sus clientes, les ofrece productos y servicios, les da valor agregado, llega a ellos, se relaciona con los mismos y gana dinero en el proceso.

Para elaborar dicha representación podemos hacer uso del MÉTODO CANVAS o LIENZO DE NEGOCIO, ideado por Alexander Osterwalder y Yves Pigneaur, y que se explica afondo en su libro "Generación del Modelo de Negocio".

El Método CANVAS es una herramienta que simplifica mucho los pasos para generar un modelo de negocio rentable sustentado en la propuesta de valor para los clientes de sus productos; dicho modelo debe plantear las bases de la mezcla de mercadeo de su empresa. A continuación con la ayuda de su instructor, los grupos de trabajo previamente conformados, usted construirá su modelo de negocio dando respuesta a una serie de interrogantes sobre 9 aspectos clave del mismo. Para ello utilizaremos como apoyo una matriz modelo de negocio que diligenciará con sus respuestas.





¡Aquí vamos!

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor se refiere a cómo respondemos las necesidades de los clientes con nuestros productos y servicio y define también el precio, la personalización, el ahorro y el diseño. Para ello responde qué diferencia tu plan de negocio al de otros, cuál es tu punto diferenciador ante la competencia.

Son esas características físicas o intangibles del producto que tiene un valor para el cliente y sobre el cual se basa su decisión de compra. Qué estas vendiendo con tu propuesta de valor: salud, alimentación, experiencias, emociones, sensaciones.



SEGMENTO DE CLIENTES

Responde a la pregunta a quiénes se dirige nuestro producto o servicio. Describe el público objetivo y sus características.

¿Qué es el segmento de mercado? Es un grupo de personas con características o necesidades similares; que representan una oportunidad de compra para productos o servicios específicos ofertados en el mercado.

¿Qué debo considerar para hacer la segmentación?

Ubicación geográfica. Divididos con base a la ubicación (barrio, localidad, municipio, etc).

Demográfica. Género, edad, cantidad de ingresos, entre otros.

Psicográfica. Gustos y preferencias del cliente.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Describen la forma cómo una empresa comunica y llega a su segmento de clientes para entregar su propuesta de valor. Es decir son una interface con los clientes, dado que son un punto de contactos con los clientes y potenciales clientes para interactuar, llamar su atención y atraerlos a tu negocio y posteriormente serán los medios o canales a través de los cuales entregas a tus clientes tus servicios o productos y el soporte o ayuda que requieran posterior a la compra que te haya hecho.

Los Canales de Distribución son el conducto y un conjunto de organizaciones a través de las cuales, las empresas se encargan de trasladar un producto desde el fabricante hasta el consumidor final, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Lo anterior hace referencia al tipo de canal que utilizará el productor para que su producto llegue al consumidor final.

Tipos de Canales de Distribución:

Canal Directo: Como su mismo nombre lo dice, la distribución del producto es directa desde el fabricante hasta el consumidor final, sin la utilización de intermediarios. Un ejemplo claro es la venta por internet, por catálogo y la clásica venta puerta a puerta.

Canal Indirecto: Pasa de la fábrica a un intermediario, ya sea mayoristas o minoristas para luego llegar hacia el consumidor final. Un ejemplo son los mercados, supermercados, entre otros.

El tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen la senda atravesada por el bien o servicio. A partir de esto, se pueden distinguir dos canales indirectos:



El Canal Corto está constituido por dos peldaños, por ello cuenta con sólo un mediador entre el productor y el consumidor final. Algunos ejemplos de un canal corto de distribución podrían ser: venta de automóviles, entre otros.

El Canal Largo se caracteriza por la presencia de una cantidad numerosa de intermediarios, y suele identificar a la gran mayoría de productos de consumo.

Factores que influyen en la elección de un Canal de Distribución:
Los clientes con necesidades diferentes a las que satisface nuestro producto, dinero para gastar en obtener y voluntad de gastarlo.
Los productos pueden ser perecederos, que con el transporte a larga distancia puede deteriorarse, depende del valor que le de él consumidor final.
Los intermediarios con disponibilidad para llegar a cierto espacio geográfico, la calidad de servicio que promete a cierto segmento del mercado, políticas de distribución.



La empresa siempre depende de las aspiraciones que tiene para satisfacer a sus clientes, de los recursos con que cuente, de los servicios que brinda.
El mercado depende si los potenciales clientes están situados en unas cuantas regiones geográficas o si están muy dispersos.
La competencia influye si los productos son de consumo masivo y tu competidor está en una zona geográfica, es importante hacernos presentes para formar parte de la torta como opción de compra para tu consumidor final.

3.1.5. Identifica el centro de tu idea de negocio

Los clientes se han convertido en el corazón de los emprendimientos, por lo cual antes de materializar y hacer realidad tus ideas debes reconocer hacia quienes van dirigidas y cuales serán los medios a través de los cuales llegaras a ellos.

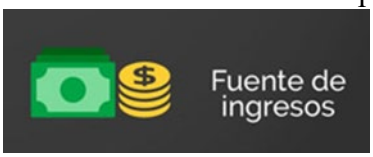
RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Ahora debes determinar la forma cómo construirá, mantendrá y mejorará la relación con sus clientes, buscando en el proceso un **gana-gana** que la haga rentable y duradera.
Definir cómo la empresa se relacionará con sus clientes para ello debe plantearse los siguientes interrogantes:
¿Qué tipo de relación cada segmento de clientes espera que la empresa tenga con ellos? ¿Qué tipo de relación existe hoy?¿Cuánto cuesta esa relación?¿Cómo esa relación se integra con el resto del modelo de negocios?

Servicio post venta – Evalué el nivel de satisfacción de los clientes una vez es ejecutada la venta, conozca qué experiencia tuvo el cliente con el producto.
Comunicación fluida – Establezca un canal de comunicación con sus clientes que le permita crear y mantener una relación y lazos de confianza. Conocer sus inquietudes respeto al producto, el servicio recibido para mejorar su relación con los clientes.
Motivación – Identifique qué aspectos motivan a sus clientes a regresar a su negocio.
Confianza y seguridad – Garantice a sus clientes seguridad en los productos que ofrece en cuanto a calidad y uso.

Tipos de relaciones con el cliente

Existen varios tipos de relaciones con los clientes. Debes especificar de qué forma se conectará tu propuesta de valor con el cliente. Estos son algunos de los tipos de relaciones más comunes:
Directa: mantienes un trato personal con el cliente, sea cara a cara o vía telefónica



Indirecta: en la comunicación a distancia se usan medios tecnológicos como la mensajería, los correos electrónicos o afines.

Ahora deberás definir cómo vas a relacionarte con tus clientes, para ello te invito a responder el siguiente interrogante:

¿Por qué es importante establecer y mantener interacciones con los clientes, antes, durante y después de la compra?

Participa con tu respuesta, en el espacio dispuesto por su instructor en la sesión de formación.

FUENTES DE INGRESOS

Las fuentes de ingresos determinarán la estabilidad financiera de una empresa. Por una parte es necesario definir cuál será la fuente de ingresos para su emprendimiento, es decir, cómo apalancará la puesta en marcha de su negocio. Por otra parte es clave para la sostenibilidad del negocio identificar cuáles son los ingresos que espera recibir de su negocio, la razón de ser de ingresos de su empresa (demanda del producto e incremento de las ventas).

Dicho de otra forma la estructura de ingresos son la fuente de ingresos para la ejecución del emprendimiento y los ingresos que esté generará provenientes de las ventas y que pueden tener diversas formas a través de ingresos por ventas, por suscripciones, mantenimiento o soporte.



Es importante que empiece a reflexionar sobre los siguientes interrogantes:

¿**Por cuál valor están dispuestos a pagar los clientes**?
Con esto podremos determinar nuestra principal fuente generación de ingresos, así como validar la coherencia y viabilidad del modelo de negocio.

¿**Cómo pagan los clientes y cómo les gustaría pagar**?
De gran utilidad para conocer las preferencias de pago de los clientes y si estamos ofreciendo los medios adecuados para promover y facilitar el flujo de ingresos hacia el negocio.

¿**Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total**?
Permite cuantificar los ingresos provenientes de cada fuente y enfocarnos en las de mayor importancia.

RECURSOS CLAVES

Son los Recursos necesarios para realizar todas las actividades, tareas, procesos y en general hacer que el negocio funcione.

Permiten elaborar y ofrecer una propuesta de valor atractiva para tu segmento de clientes. Gracias a estos recursos puedes mejorar tu relación con los clientes y generar ingresos en tu negocio. Se debe realizar un análisis profundo sobre los objetivos y características de tu empresa, para poder establecer los mejores recursos clave para tu Lienzo Canvas.

Tipos de recursos clave



Los recursos clave pueden ser financieros, humanos, físicos e intelectuales.
Recursos financieros - Son los medios para obtener el capital que necesitas para llevar a cabo tu emprendimiento. Nos permiten obtener ventajas en el mercado y dominar los distintos instrumentos financieros (efectivo, líneas de crédito, etc.) para ubicarnos en una posición más competitiva.
Recursos humanos - Todos los socios y empleados de tu empresa serán clave para lograr los objetivos de la empresa. Debes ser muy hábil para contratar a tus empleados en los puestos clave del negocio.
Recursos físicos - Incluye todos los recursos de la empresa: Instalaciones, puntos de venta y otros bienes que dan ventaja sobre la competencia.
Recursos tecnológicos – Incluye la maquinaria especializada, equipos tecnológicos y aplicaciones digitales (página web, una app, un software para las compras online, elementos publicitarios, entre otros) que utilizarás para el desarrollo de los procesos.

ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades son todas las acciones, tareas y procesos que hay que ejecutar para lograr llegar al mercado objetivo, atraer potenciales clientes, generar ventas, entregar el producto o servicio (La experiencia propuesta), brindar el soporte y ayuda posterior a la venta y en general hacer que el negocio funcione día a día.



Al igual que los recursos clave, son imprescindibles para crear y ofrecer propuestas de valor, llegar a los mercados, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos. Utilizando la propuesta de valor más importante, los canales de distribución y las relaciones con los clientes, se definen las actividades necesarias para entregar la oferta.

En definitiva, la reflexión sobre las **actividades clave** para el desarrollo de un modelo de negocio deberá dar respuesta a estas cuatro preguntas:
¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?¿Cuáles requieren nuestros canales de distribución?¿Cuál es nuestra relación con los clientes?¿Cuáles son los flujos de ingresos?

SOCIOS CLAVES
Determinan las alianzas estratégicas que se deben generar para conseguir las metas propuestas del plan de negocio. Estas alianzas estratégicas se pueden desarrollar con diferentes grupos de interés (proveedores, gremios, entre otros).

Es importante identificar los socios claves que tendrá su emprendimiento, pues ellos ayudaran con sus diferentes aportes hacía el logro de metas. Por lo tanto usted deberá realizar una caracterización de sus grupos de interés con el propósito de identificar de qué manera ellos aportarían y serian clave para el desarrollo de su modelo de negocio.



Cabe resaltar que para realizar esta identificación, usted como emprendedor tiene que tener una información previa de qué aspectos debe fortalecer en su modelo de negocio, es decir, teniendo en cuenta la estructura del plan de negocio clasifique en cada elemento debilidades y amenazas que tiene su emprendimiento, realizando una listas de aspectos importantes por mejorar o fortalecer.

Uno de los interrogantes que puede plantearse para identificar los socios claves es:
¿Qué recursos son claves para que tu modelo de negocio funcione?
¿Qué pueden hacer los socios mejor que usted, en cuanto a ahorro de costos?
¿Con quién debes buscar alianzas para escalar tu negocio?

3.1.6 Calcule Su Idea de Negocio

ESTRUCTURA DE COSTOS
Describe los costos en los que se incurren para poder explotar el negocio. Crear y entregar valor, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos nos obliga a incurrir en costos.
Todo negocio debe conocer su estructura de costos, dado que son el insumo de direccionamiento estratégico y financiero. De allí la importancia de cómo identificarlos, planificarlos y contenerlos. No podemos marcar precios de venta al público sin conocer bien la estructura de costes y, muy especialmente, habiéndolos categorizado adecuadamente.

En los negocios (y en Contabilidad) el coste es el valor monetario que una empresa ha invertido para producir un producto o servicio.
Identificar bien los costes de tu emprendimiento permite una buena salud empresarial.

- El cálculo de costes es vital para un buen futuro empresarial.
- En muchas ocasiones, los empresarios diseñan sus precios basándose en la competencia, pero no calculan los costes asociados.
- Es por ello que no saben si son capaces de conseguir la rentabilidad necesaria para que la empresa sea viable.

Objetivo de los costos

- Permiten conocer el monto de los recursos que se necesitan para producir un bien.
- Suministran información para monitorear, evaluar y controlar los costos en el proceso de producción.
- Ayudan a fijar el precio de venta, el margen de rentabilidad y la utilidad.

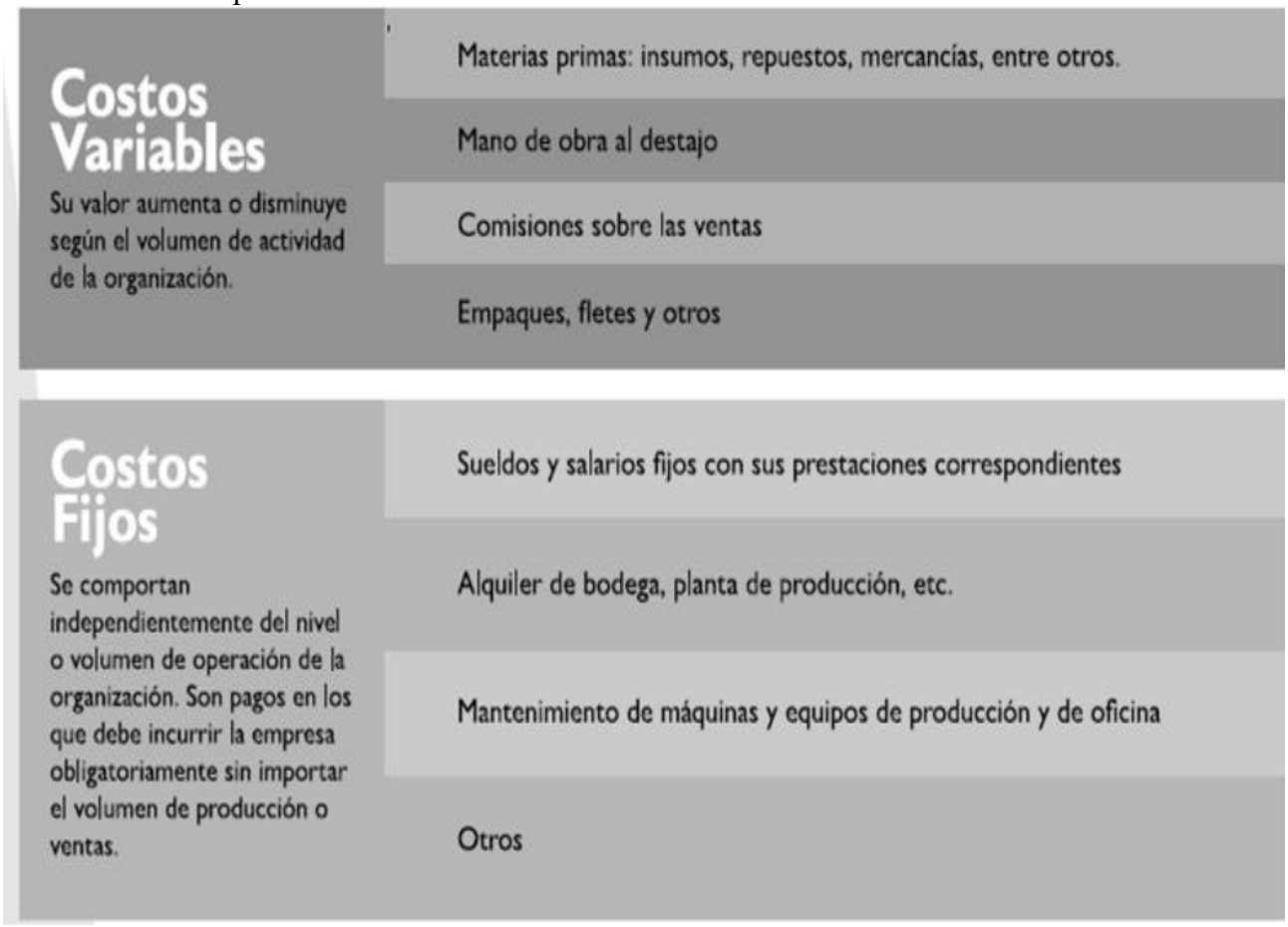
Objetivo de los costos

- Permiten conocer el monto de los recursos que se necesitan para producir un bien.

- Suministran información para monitorear, evaluar y controlar los costos en el proceso de producción.
- Ayudan a fijar el precio de venta, el margen de rentabilidad y la utilidad.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

1. **Costes fijos** Costos que se mantienen constantes a lo largo del tiempo, es decir, su importe no variará por mucho que cambie el nivel de producción o los recursos empleados. Un ejemplo de coste fijo sería el importe que se paga de alquiler del local.
2. **Costes variables** Costes que varían en función del nivel de producción que se ejecute. Cuanto mayor sea este último, más elevado será el coste variable. Un ejemplo de coste variable sería la materia prima o la mano de obra.



Costo fijo por unidad	*Total costos fijos* / *N° de unidades producidas*

Costo fijo por unidad	*$ -* / *0*	*Unidades*

Costo fijo por unidad	**Unidad**

Costo variable por unidad	*Costo variable total* / *Unidades producidas*

COSTO UNITARIO TOTAL	*Costo Variable por unidad + costo fijo por unidad*

MARGEN DE UTILIDAD	%
PRECIO DE VENTA	$
Precio de venta = (Costo unitario total) / (1 -% de utilidad)	

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	
PEU = Costos Totales / (Precio de Venta – Costo Variable Unitario)	

PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS	
PE = PEU *Precio de venta	

3.1.7 Actividad de Reflexión

Hora de accionar

Estimado aprendiz, medite esta pregunta.

¿Por qué es importante calcular los costos en los que incurre una empresa para elaborar un producto y/o prestar un servicio?

Participa con tu respuesta, en el espacio dispuesto por su instructor en la sesión de formación.

3.1.9 Reflexion Final

Luego de observar el video “el ultimo consejo de Jack Ma para emprendedores”, realice una línea de tiempo con los sucesos mas importantes de su vida y proyectese como se ve y donde desea estar en 5 años con su emprendimiento. https://www.youtube.com/watch?v=BV8zIuGCJ3w

3.2 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE.

3.2.1 Autodiagnóstico

En la columna del centro y con sus propias palabras defina, describa o dé un concepto de los siguientes términos, si no tiene conocimiento investigue y escriba la definición o concepto en la columna de la derecha. Ambas columnas pueden quedar diligenciadas si tiene dudas respecto a alguna de las palabras o desea ampliar la información.

Palabras o sigla	**Mi Concepto**	**Concepto ampliado**
Cultura Emprendedora		
Emprendedor		
Perfil emprendedor		
Emprendimiento		
Empresa		
Mercado		
Modelo de negocio		
Plan de negocio		
Clientes		
Oferta		
Demanda		
Negocios sostenibles		

3.2.2 Descubre tu idea

Analizar el sector productivo de influencia ayuda a comprender las dinámicas de desarrollo económico local, proporciona información valiosa para desarrollar un mejor análisis del mercado. DESCUBRE TU PROPÓSITO

El emprendimiento es la actitud que nos permite comenzar nuevos proyectos, que contienen un alto valor agregado y que implican una enorme porción de riesgo. Pero, ¿cuáles son nuestras motivaciones para emprender? ¿Qué nos motiva a tomar esos riesgos y cumplir con esa meta final que nos hemos trazado?

Conocer los motivos por los cuáles deseas emprender te permitirá avanzar con tu idea o modelo de negocio, a pesar de las dificultades.

Con el propósito de enrrutar su carrera hacía el emprendimiento, se le invita a responder la siguiente pregunta:

¿Cuáles son sus motivaciones para emprender?

Participe activamente con su respuesta en el espacio dispuesto por la instructora.

vendiendo con tu propuesta de valor: Salud, experiencias, emosiones, sensaciones.

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO

3.3.1 La actitud de un emprendedor. Con base en el video "El camino al éxito" elabore una matriz DOFA individual donde identifique sus características de acuerdo a lo inspirado en el video. Visualice el vídeo en el siguiente link **https://www.youtube.com/watch?v=8MfsvOU-MdQ**

Para desarrollar esta actividad usted debe conocer los aspectos de la matriz, los cuales le permitirán identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual, se requiere un autoanálisis de las siguientes aspectos:

D (Debilidades) Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor.

F (Fortalezas) Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor.

Para este análisis, cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.

A (Amenazas) Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno, pueden afectar su emprendimiento.

O (Oportunidades) Reconozca las ventajas que su emprendimiento tiene delante de sus competidores y frente el entorno.

Para esto puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

El diseño de la matriz DOFA será de libre elección por el aprendiz.

3.3.2 Lluvia Ideas de Negocio

La lluvia de ideas, es una herramienta de gran ayuda pues te permite salirte de tu zona de confort y buscar soluciones diferentes a problemas o necesidades que tiene una población.
¡Recuerda que no hay ideas malas y que la creatividad puede ser un elemento fundamental para que tu idea sea un éxito!

Para desarrollar esta actividad usted podrá realizarla de manera individual o conformando grupos máximo de tres (3) aprendices. Reconozca y analice:
 Lluvias de ideas. Identifique ideas de negocio orientada en el programa de formación que actualmente recibe formación. (Para ello deberá reunirse con su grupo y debatir y generar propuestas de negocios).

 Identifique problemáticas y/o oportunidades relacionadas con su idea de negocio.

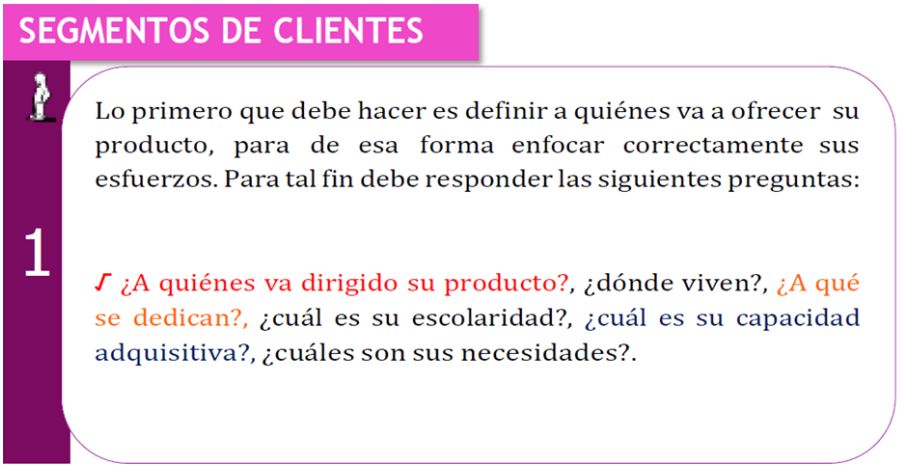
 Proponga soluciones que respondan a satisfacer necesidades, de acuerdo a la problemática o necesidad focalizada, a través de la fabricación de productos o la prestación de servicios.

3.3.3 Comienza a construir tu Canvas

Estimado aprendiz, con el fin de tener un primer acercamiento a los conocimientos iniciales del resultado de aprendizaje, le invito a desarrollar la siguiente actividad. Usted tiene la posibilidad de trabajar de manera individual o reunirse con el grupo previamente conformados.

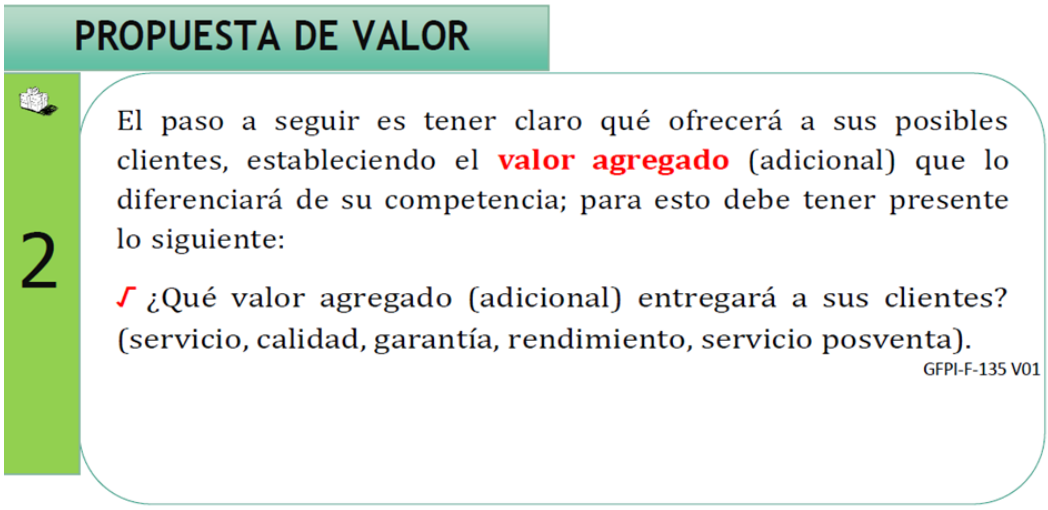
Paso 1 – Segmento de clientes

Responde a la pregunta a quiénes se dirige nuestro producto o servicio. Describe el público objetivo y sus características.



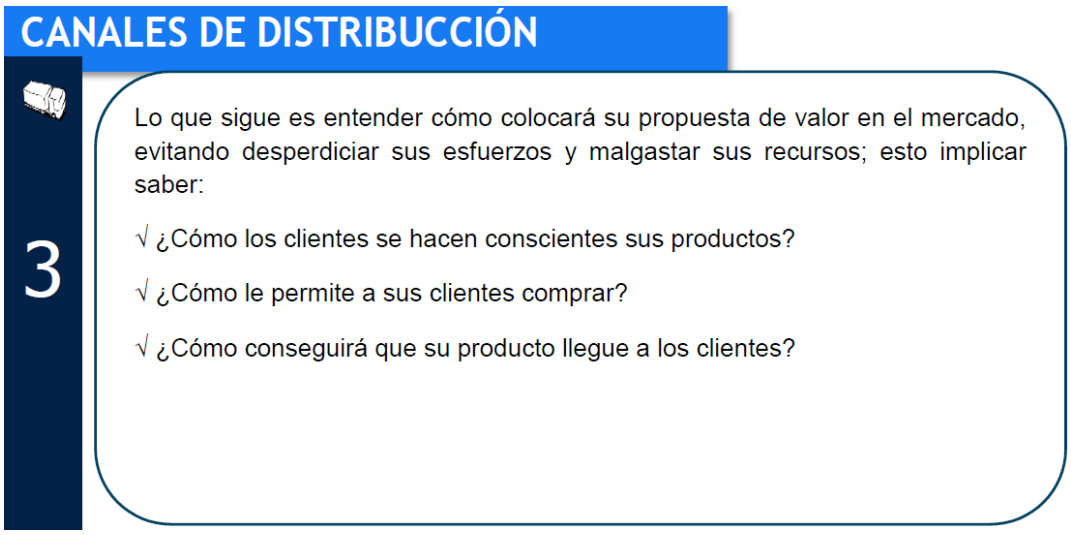
Paso 2 – Propuesta de valor

La propuesta de valor se refiere a cómo respondemos las necesidades de los clientes con nuestros productos y servicio y define también el precio, la personalización, el ahorro y el diseño. Para ello responde qué diferencia tu plan de negocio al de otros, cuál es tu punto diferenciador ante la competencia.



Paso 3 – Canales de distribución

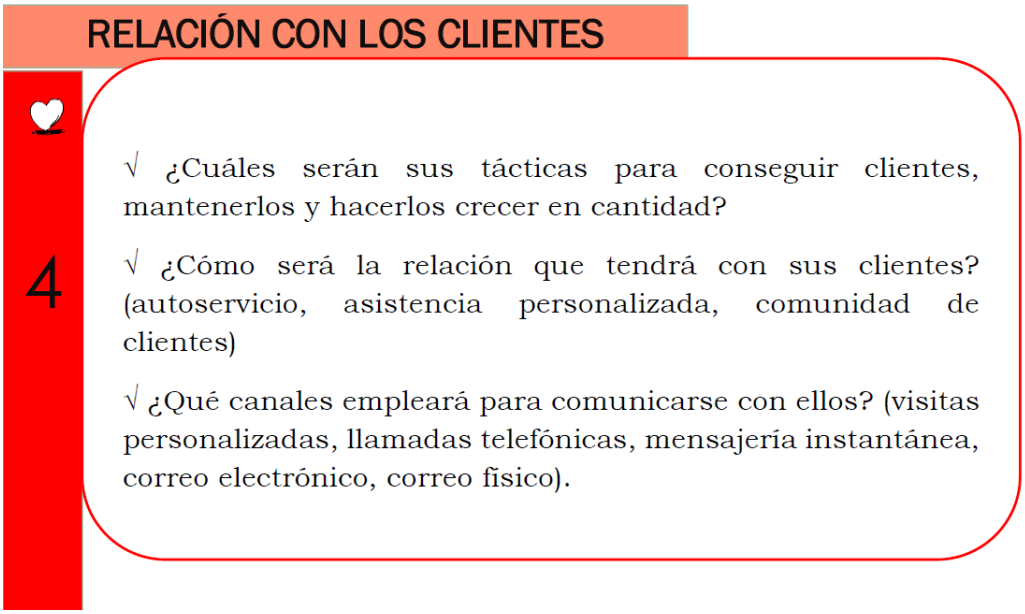
Responda a la pregunta cómo hará llegar su propuesta de valor al segmento de clientes.



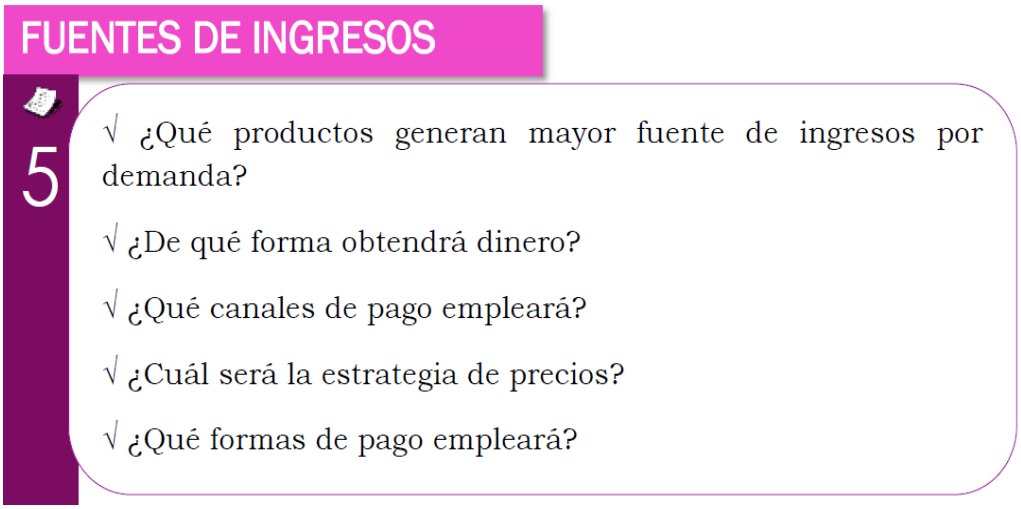
3.3.4 Desarrollo de tu Modelo Canvas

Paso 4 – Relación con clientes

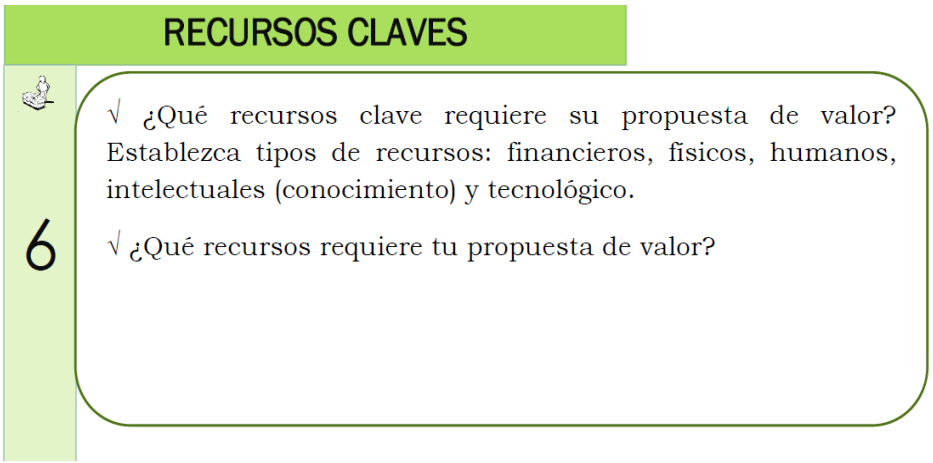
Determine la forma cómo construirá, mantendrá y mejorará la relación con sus clientes, buscando en el proceso un gana-gana que la haga rentable y duradera.



Paso 5 – Fuentes de ingresos
El paso que sigue es determinar de qué manera le dará flujo de caja a su negocio para que se pueda sostener y crecer con el tiempo.

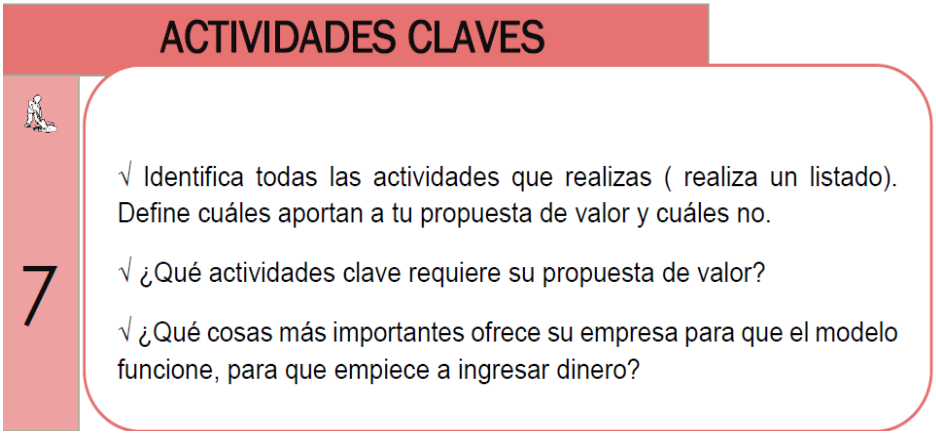


Paso 6 – Recursos claves
Ahora es preciso establecer qué recursos necesitará para hacer realidad su propuesta de valor; esto le permitirá saber qué se requiere para que sea viable su negocio.



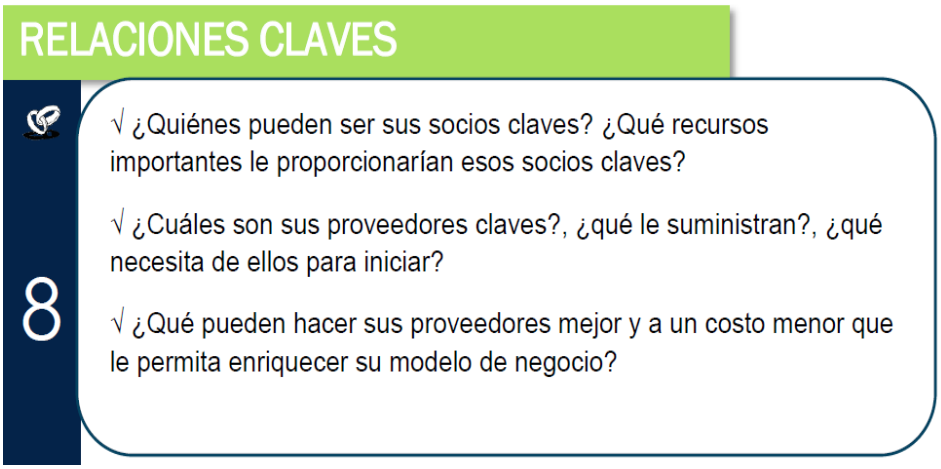
Paso 7 - Actividades claves

Lo siguiente es determinar las actividades que hacen realidad su negocio, de forma tal que pueda presupuestar los esfuerzos que serán necesarios para poder llevar a cabo el mismo.



Paso 8 - Relaciones claves

Un negocio exige una importante cantidad de esfuerzo e inversión; por ello es clave que conozca con quiénes puede establecer sociedad o alianza para sumar esfuerzos con miras a ser más efectivo e incrementar su rentabilidad.



3.3.5 Desenlace Modelo de Canvas

Paso 9 – Estructura de Costes

Considerando la importancia de identificar los insumos o materias primas que influyen directamente para elaborar un producto o prestar un servicio, se le invita a realizar la siguiente actividad.

1. **Realice un listado de materias primas e insumos necesarios para elaborar el producto y/o prestar el servicio**

DETALLE	UNIDAD DE COMPRA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR TOTAL
TOTAL				

Tenga en cuenta que de acuerdo al número de servicios o productos a ofrecer, deberá elaborarse una tabla que detalle la materia prima utilizada.

2. Identifique y clasifique correctamente los costos fijos y costos variables del producto o servicio que ofrecerás**.**

3.4.3 Modelo de Negocio Canvas

En esta actividad se desarrollará la matriz CANVAS, la cual le permitirá identificar, de una manera más clara, las características de su emprendimiento. El modelo es una herramienta la cual permite definir y crear un modelo de negocio innovador simplificando 4 áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Tenga en cuenta los 9 elementos que este modelo propone:

1. Segmentos de mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales de distribución
4. Relación con el cliente
5. Fuentes de ingreso
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Socios clave
9. Estructura de costos

Lineamientos de la entrega: Plantilla de libre diseño, formato PDF. Una vez finalizada la evidencia debe ser enviada al instructor.

3.4.4 Pitch Idea de Negocio

El aprendiz desarrollara de manera creativa y didáctica una presentación breve en un máximo de 10 diapostivas, dirigido al instructor y compañeros de formación, en el cual presentara una descripción de su idea de negocio y todos sus aspectos relevantes. La presentacion digital debe ser enviada al instructor.



4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : - Autodiagnóstico de conceptos - Presupuesto de inversión inicial - Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas. **Evidencias de Desempeño** - Autoreconocimiento de potencialidades y debilidades en la identificación del proyecto de vida. - Identificación de ideas de negocios	Realiza un reconocimiento de conceptos necesarios para el aprendizaje. Identifica aspectos importantes para iniciar su carrera hacía el emprendimiento Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.	**Técnica:** Respuesta a preguntas **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje. **Técnica:** Método expositivo **Instrumento de Evaluación:** Aplicación del test de cualidades. Documento escrito idea de negocio seleccionada. Documento escrito que identifica los elementos de la estructura de negocio.

- Selección de estrategias de relacionamiento con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves. - Listado de materias primas e insumos - Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas. **Evidencias de Producto:** - Test de cualidades emprendedoras - Selección de la idea de negocio - Plantea estrategías enfocadas en la relación con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves. - Identificación y clasificación de costos fijos y variables del producto.	Articula los elementos de la estructura del plan de negocio definiendo estrategias y acciones claves. Realiza listado de materias primas e insumos necesarios para elaborar el producto. Clasifica correctamente los costos fijos y variables de bien o servicio.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización**.**

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Empresario: Es aquella persona que de forma individual o colegiada, fija los objetivos y toman las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asumen responsabilidad tanto comercial como legal frente al exterior.

Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

Formación para el emprendimiento: La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo**.**

Planes de Negocios: Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. Empresa: Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales.

Idea de negocio: Es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la empresa, haga que tengamos éxito o no.

Modelo de negocio: Es una representación del esqueleto de la actividad empresarial. Es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de la misma.

Modelo de negocio canvas: Cubre nueve aspectos básicos para cualquier negocio de nueva creación:(Propuestas de valor, Segmentos de cliente, Canales, Relaciones con clientes, Fuentes de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Socios claves y Estructura de costes). Sirve como plantilla a la hora de bosquejar la idea de negocio, de manera que el emprendedor puede anotar en cada casilla estos nueve elementos. Asimismo, ofrece una representación visual y muy fácil de entender.

Costos fijos :Son aquellos que permanecen inalterables aunque aumente o disminuya el nivel de los servicios prestados o de la producción. No tienen relación proporcional con la cantidad de artículos producidos o servicios prestados. Ejemplo: salario del personal administrativo.

Costos variables: Varían proporcionalmente a los cambios experimentados en el volumen de la producción. ejemplo: materias primas y materiales directos.

Punto de equilibrio: Nivel de producción en el cual la empresa no tiene ganancias ni pérdidas. Las ventas equivalen a los costos totales.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ley de Emprendimiento 1014 del 2006.

Política Nacional de Emprendimiento; Ministerio de Industria Comercio y Turismo – 2009.

Guía del Emprendedor; Autores: Mg. Yenny Adriana Villamar y Esp. Yheison Rodríguez 1ª y 2ª Edición ISBN: 978-958-8292-22-9

https://www.entrepreneur.com/article/269219

https://emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio

https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/analisis_costos/unidad1_pdf2.pdf

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
12410018	PLANEACION DE ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 13/12/2023 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	48 horas
JUSTIFICACIÓN:	En el mundo empresarial intervienen diversos factores que marcan la diferencia y hacen exitoso el recorrido de una compañía por la industria, en este mundo son muchas las disciplinas que aportan: administración, contaduría, mercadeo, finanzas En el caso del marketing, marca el camino que la empresa debe seguir y es el que puede impulsar la compañía integralmente hacia el posicionamiento deseado en la industria. Existen procesos mercadológicos que contribuyen a crear propuestas de valor significativas para el cliente, pero se percibe que el concepto de marketing tradicional no tiene el alcance suficiente para observar los conflictos a mediano y largo plazo que sufre el consumidor y la sociedad en general, no solo por la acción propia de la compañía si no por otros factores del contexto con el que él interactúa: escasez de recursos, contaminación, índices altos de pobreza, analfabetismo, problemas económicos, entre otros; allí es donde el cimiento del Marketing con enfoque Social cobra relevancia pues este se relaciona [...] en mayor parte con las ganancias que se pueden presentar en la sociedad, y responde a una corriente que visualiza el bienestar de la sociedad y la conciencia social (CEREM Global Business School, 2022), lo anterior implica la adaptación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influenciar el comportamiento voluntario de la población objetivo para mejorar su bienestar personal y el de su comunidad (Organización Panamericana de la Salud, 2022, p.13). Lo anterior se relaciona y responde a la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial donde se pueden definir estrategias [...] siempre [teniendo] en cuenta la responsabilidad, la sociedad y el medio ambiente. Es una estrategia trasversal a todas las áreas de una organización (Comunicare, s.f.), es decir, desde el área de Marketing se contribuye a las acciones globales que tiene la compañía en pro de contribuir al avance social, entendiéndolo no solamente desde los diferentes segmentos sino también a la colectividad que integra la sociedad completa. Desde el contexto colombiano se encuentra que grandes empresas como Bancolombia, Grupo Nutresa, Crepes & Waffles, Alpina y Sura, que ocupan las primeras cinco posiciones que figuran en el Top 100 del ranking de Merco Responsabilidad ESG 2022 en donde se integraron las valoraciones de diferentes fuentes de información respecto al compromiso de las empresas [...] en torno al medio ambiente y cambio climático, además de la responsabilidad con los empleados, contribución con el país y el compromiso social, asimismo evaluó su comportamiento ético y de gobierno corporativo (La Nota Económica, 2023), esto demuestra que hay una intención desde diversas industrias en ejecutar estrategias de RSE, sin embargo hay que hacer énfasis en que no solamente las empresas grandes pueden hacerlo, existe un potencial valioso y no explorado en la implementación de estos programas en empresas de menor tamaño.

A la luz de lo expuesto y en cumplimiento de su misión, el SENA ofrece el Programa de Formación Complementaria PLANEACIÓN DE ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL que permite a las personas responsables de la gestión de procesos de mercadeo profundizar sus conocimientos en la identificación de oportunidades y reconocimiento de la metodología usada para planificar y ejecutar actividades con enfoque social que aporten significativamente a los programas de RSE que desarrolla la empresa, buscando el impacto no solamente en el sector productivo sino también en la disminución de brechas sociales y dificultades ambientales en los que pueda adolecer la comunidad en general

Referencias

CEREM Global Business School. (12 de 2022). El mercadeo social como elemento diferenciador en los negocios y la sociedad. Obtenido de https://www.cerembs.co/blog/el-marketing-social-como-elemento-diferenciador-en-los-negocios-y-la-sociedad

Comunicar

REQUISITOS DE INGRESO:	Conocimientos básicos en marketing y aquellos definidos por el centro de formación.
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El Instructor - Tutor El entorno Las TIC El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101061	Formular el plan según objetivos y metodologías

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA

DENOMINACIÓN
Diagnosticar entorno
Estructurar plan

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN
RAP 1 -ESTABLECER OPORTUNIDADES PARA LA ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL DE ACUERDO CON EL CONTEXTO ORGANIZACIONAL.
RAP 2- PLANTEAR LA ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS PLANTEADOS.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RAP 1
-MARKETING SOCIAL: CONCEPTO, METODOLOGÍA DE APLICACIÓN, FILOSOFIA, ELEMENTOS CONSTITUYENTES
-RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, METODOLOGÍA, HERRAMIENTAS
-DIAGNÓSTICO: CONCEPTO, FUENTES
-PROBLEMÁTICAS SOCIALES/AMBIENTALES: CONCEPTO, TIPOS

RAP 2
-OBJETIVOS SOCIALES/AMBIENTALES: CONCEPTO, TIPOS, ESTRUCTURA
-ESTRATEGIA SOCIAL/AMBIENTAL: CONCEPTO, ALCANCE, TIPOS, IMPACTO, NORMATIVIDAD ASOCIADA
-PRESUPUESTO: CONCEPTO, TIPOS, CUANTIFICACIÓN DE RECURSOS, METODOLOGÍA DE ASIGNACIÓN

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RAP 1
-RECOLECTAR INFORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA
-DIAGNOSTICAR LA SITUACIÓN EMPRESARIAL
-DELIMITAR PROBLEMÁTICA SOCIAL/AMBIENTAL
-RECONOCER LOS INTERESES DE LA POBLACIÓN DE IMPACTO EN LA ESTRATEGIA

RAP 2
-DETERMINAR LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL
-PROPONER LA ESTRATEGIA
-DEFINIR LAS ACTIVIDADES CLAVE
-ESTABLECER EL PRESUPUESTO

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RAP 1
-SUSTENTA LA PROBLEMÁTICA SOCIAL/AMBIENTAL EN EL MARCO DEL ENTORNO CORPORATIVO.
-CARACTERIZA LA POBLACIÓN DE IMPACTO A PARTIR DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA.

RAP 2
-ESTABLECE LOS FINES DE LA ESTRATEGIA DE ACUERDO CON EL SEGMENTO Y PROBLEMÁTICA ENCONTRADA

EXISTENTE.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	ALTERNATIVA 1. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O ECONOMÍA; O PUBLICIDAD Y AFINES; O INGENIERÍA ADMINISTRATIVA Y AFINES. ALTERNATIVA 2. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O
Competencias mínimas	COMPETENCIAS COMUNES (RES. 1498 DE 2017): ORIENTACIÓN A RESULTADOS. ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO. TRANSPARENCIA. COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1382 DE 2018 ANEXO 2): PLANEACIÓN PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN. APRENDIZAJE CONTINUO. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN. ADAPTABILIDAD AL CAMBIO. LIDERAZGO EN GRUPOS DE TRABAJO. TOMA DE DECISIONES.
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1. VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA DE LOS CUALES DIECIOCHO (18) MESES ESTARÁN RELACIONADOS CON EL EJERCICIO DE MERCADEO Y VENTAS Y SEIS (6) MESES EN LABORES DE DOCENCIA. ALTERNATIVA 2. VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE MERCADEO Y VENTAS Y

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA

Responsable del diseño	CATALINA HERNANDEZ PALACIO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE COMERCIO. REGIONAL ANTIOQUIA	04/12/2023
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	04/12/2023
Responsable del diseño	VIVIANA DEL MAR ARANDA	EXPERTA TEMÁTICA	CENTRO DE GESTION DE MERCADOS, LOGISTICA Y TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	12/12/2023
Responsable del diseño	WILBER HERNANDO ABRIL	PAR DINAMIZADOR	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	12/12/2023
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	13/12/2023
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	13/12/2023

	Versión: 04
	Código: GTH-F-090

GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

FORMATO AGENDA DESPLAZAMIENTO CONTRATISTA

DATOS DEL CONTRATISTA QUE SE DESPLAZA								
FECHA DE ELABORACIÓN DE AGENDA					**11 DE AGOSTO**			
NOMBRES Y APELLIDOS					**IDENTIFICACIÓN:**			
MARTHA ISABEL BRUNAL CABRALES					**Tipo:**	**C.C.**	**No.**	**50927686**
CONTRATO	**No.**	CO1.PCCNTR.7657667	**AÑO**	2025	**FECHA VENCIMIENTO DEL CONTRATO**	12	12	2025
OBJETO CONTRACTUAL:	Prestar servicios profesionales y/o de apoyo a la gestión, en la planeación y ejecución de la formación, así como la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos en los diseños curriculares asignados, para el desarrollo de habilidades y competencias técnicas de la población campesina, aportando al fortalecimiento de la economía campesina, familiar, étnica y comunitaria, en concordancia con lineamientos establecidos por la dirección del sistema nacional de formación para el trabajo y la coordinación nacional de atención integral, diferencial e incluyente a la economía CAMPESINA - CAMPESENA.							
DIRECCIÓN GENERAL/ REGIONAL	Córdoba				**DEPENDENCIA/ CENTRO**	**Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba**		
NOMBRE DEL ORDENADOR DEL GASTO (de la Movilización)	FARID ANTONIO VERGARA ORTEGA				**CARGO**	SUBDIRECTOR DE CENTRO(E)		
NOMBRE DEL SUPERVISOR(A) DEL CONTRATO	JOSE ANASTACIO RESTREPO CASTELLANOS				**CARGO**	INSTRUCTOR G20		

INFORMACIÓN DEL DESPLAZAMIENTO							
RUTA	**MONTERIA-TIERRALTA-MONTERIA**						
DIRECCIÓN GENERAL/ REGIONAL	Córdoba			**DEPENDENCIA/ CENTRO**	**Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba**		
CIUDAD/DEPARTAMENTO O MUNICIPIO/DEPARTAMENTO O CIUDAD/PAIS	Córdoba		**ENTIDAD O EMPRESA:**	CAMPESENA		**CONTACTO**	3002421508
FECHA INICIO DEL DESPLAZAMIENTO	14 18 19 20 21	11	2025	**FECHA FIN DESPLAZAMIENTO**	14 18 19 20 21	11	2025
OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO	Impartir formación profesional dentro del programa CAMPESENA, durante el mes NOVIEMBRE 2025						

OBLIGACIONES DEL CONTRATO	
1	Planear y ejecutar la formación profesional cumpliendo con la programación académica predeterminada por la coordinación respectiva en los programas y competencias asignada, para el logro de los resultados de aprendizaje definidos, cumpliendo las horas de formación de las competencias de los programas de formación equivalentes a la programación de la Formación Profesional Integral.
2	Apoyar la elaboración de la planeación pedagógica, guías de aprendizaje, instrumentos de evaluación, plan de trabajo, ayudas didácticas requeridos para el desarrollo de los procesos de formación asignados
3	Registrar en el aplicativo SOFIA PLUS, todas las evidencias del proceso formativo: crear las rutas de aprendizaje, asociar aprendices, realizar registro de inasistencia de aprendices, planes de mejoramiento y registrar juicios evaluativos, acorde con los lineamientos institucionales.
4	Participar en las reuniones de equipos de ejecución de la formación por grupo o áreas, según la determinación de la respectiva Coordinación Académica y de acuerdo con el procedimiento establecido por la institución, para garantizar integralidad en el diseño de actividades de aprendizaje.

OBSERVACIONES: CUENTA DE AHORROS # 15700011896 BANCO DAVIVIENDA

AGENDA			
ACTIVIDADES ((Deberá contener información detallada de las tareas a realizar día a día)			
Desplazamientos ruta de ida y regreso: Montería - TIERRALTA - Montería Medio de transporte: terrestre Actividades a ejecutar: Impartir formación del programa CAMPESENA emprendimiento en la produccion de especies dulces acuicolas	**14**	**11**	**2025**
Desplazamientos ruta de ida y regreso: Montería - TIERRALTA - Montería Medio de transporte: terrestre Actividades a ejecutar: Impartir formación del programa CAMPESENA emprendimiento en la produccion de especies dulces acuicolas	**18**	**11**	**2025**

Desplazamientos ruta de ida y regreso: Montería - TIERRALTA - Montería Medio de transporte: terrestre Actividades a ejecutar: Impartir formación del programa CAMPESENA emprendimiento en la produccion de especies dulces acuicolas	**19**	**11**	**2025**
Desplazamientos ruta de ida y regreso: Montería - TIERRALTA - Montería Medio de transporte: terrestre Actividades a ejecutar: Impartir formación del programa CAMPESENA emprendimiento en la produccion de especies dulces acuicolas	**20**	**11**	**2025**
Desplazamientos ruta de ida y regreso: Montería - TIERRALTA - Montería Medio de transporte: terrestre Actividades a ejecutar: Impartir formación del programa CAMPESENA emprendimiento en la produccion de especies dulces acuicolas	**21**	**11**	**2025**

FIRMAS		
FIRMA ORDENADOR DE GASTO:		**FIRMA DEL CONTRATISTA:** Martha Brunal Cabrales
Nombres y Apellidos: FARID ANTONIO VERGARA ORTEGA	**JOSE ANASTACIO RESTREPO CASTELLANOS**	
Cargo: Subdirector de Centro (E)	**Cargo: INSTRUCTOR G20**	**Nombres y Apellidos: MARTHA ISABEL BRUNAL CABRALES**