



PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Cartagena Diciembre 22 de 2025

Señor (a)

GUILLERMO ELOY CASTILLA TABORDA

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.7536901

Cargo de Coordinador Academizo

AGROEMPRESARIAL Y MINERO SENA

Cartagena Bolívar

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Diciembre del año 2025

Referencia: No (CO1.PCCNTR.7536901) del año (2025)

(Doris Orfilia Cuervo Ramírez), identificado con la cédula de ciudadanía No. 45621817 de Santa Rosa Del Sur Bolívar, en mi calidad de Contratista del SENA, en **CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO**, 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: El valor total del presente contrato es máximo cuarenta y cinco millones quinientos treinta y cinco mil ciento cincuenta y nueve PESOS M/CTE (\$45.688.476) el primer pago de setecientos sesenta y seis mil quinientos ochenta y cinco PESOS (\$766.585,00), nueve pagos iguales cada uno de (\$4.599.511,00), y un último pago de (\$3.526.292) Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la dirección administrativa y financiera de la dirección general, en la cuenta de ahorros de cuyo titular es el contratista, el cambio de cuenta por parte del contratista deberá ser informada por el supervisor del contrato ,Con el fin de surtir los trámites pertinentes. Para que el SENA pueda adelantar los trámites administrativos para el pago, el (la) contratista debe acreditar previamente el cumplimiento de los requisitos de pago, tales como la certificación expedida por el supervisor del contrato, en la que acredite el cumplimiento a entera satisfacción del objeto y obligaciones del contrato en el respectivo periodo y cancelación de los aportes a la seguridad social: Salud, pensión, riesgos profesionales, así como los demás documentos necesarios para el pago. Copiar el texto de la minuta del contrato.



Plazo: Será hasta el (23) de (diciembre) de 2025.

OBJETO: (Transcriba el objeto del contrato, dentro del siguiente cuadro)

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 - COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.

Obligaciones Específicas: (Transcriba las obligaciones específicas del contrato, dentro del siguiente cuadro)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	1. Orientar, asesorar y acompañar de forma permanente a los aprendices en el desarrollo de las actividades establecidas en la guía de aprendizaje de acuerdo lo establecido en las guías, los procedimientos y el Sistema Integrado de Gestión y Autoevaluación "SIGA" del SENA el cual se encuentra documentado en la plataforma Compromiso, en los programas del área temática objeto del contrato según asignación de grupos.	Actividades del Curso Cumplimiento en los horarios establecidos	Listado de asistencia y Talleres – imágenes.
2	2. Realizar reconocimiento de aprendizajes previos y estilos de aprendizaje.	Actividades del Curso	Evidencias
3	3. Acompañar a la población campesina; en la planificación de mejoras de producción familiar, capacidad productiva y condiciones ambientales en concordancia con el protocolo de atención definido por la Coordinación Nacional de Atención Integral, Diferencial e Incluyente a la Economía popular – CampeSENA.	Cuando lo requiera en el proceso. y las actividades requeridas.	Evidencias y asistencia.



4	4. Reportar la información académica y administrativa requerida en el proceso de formación con claridad, oportunidad y veracidad en los sistemas de trazabilidad y seguimiento dispuestos de manera temporal o permanente por el SENA para el seguimiento de actividades específicas, entregando informe al supervisor del contrato.	Cuando lo requiera en el proceso	Sena Sofia y los medios de comunicación SENA.
5	5. Programar y reportar a su supervisor de contrato, con una antelación mínima de una semana las formaciones extramurales a atender, de manera que se autorice por escrito su movilización previa a la salida, en el marco de su objeto contractual.	Cuando lo requiera en el proceso.	Sena Sofia Plus.
6	6. Emitir juicio valorativo sobre el nivel de cumplimiento de los resultados de	Cuando lo requiera en el proceso.	Sena Sofia Plus.



	aprendizaje de las competencias del programa, aplicando los procedimientos y herramientas tecnológicas que la entidad defina, en un plazo máximo de tres (3) días después de haber terminado el resultado de aprendizaje correspondiente		
7	7. Reportar la información para la creación de unidades productivas, bajo criterios de calidad, oportunidad y veracidad, cuando se le haya asignado formaciones complementarias en la ruta creación de unidades productivas.	Inscripción y trámite realizados.	Sena Sofia y los medios de comunicación SENA.
8	8. Participar y apoyar en el proceso de inducción de las estrategias CampeSENA: Objetivos, alcance, estrategias, cadena de valor, metodología, procedimientos e impacto.	Primera Clase del Curso.	Asistencia y evidencias
9	9. Informar a la subdirección de centro las oportunidades de relacionamiento con el sector productivo o social que en el cumplimiento de su objeto contractual pudieran ser gestionadas.	Cuando lo requiera en el proceso.	
10	10. Participar mensualmente en la reunión de seguimiento operativo del programa convocadas por la coordinación académica y/o misional con observancia del esquema operativo establecido por la Coordinación Nacional de Atención Integral, Diferencial e Incluyente a la Economía popular – CampeSENA para tal fin y generar las respectivas evidencias.	Cuando el proceso y el SENA lo requiera.	
11	11. Participar en eventos de carácter técnico, estratégico, de socialización y de otro tipo de evento al que sea convocado por la dirección general, regional o centro de formación, garantizando la transferencia de conocimiento obtenido al equipo de trabajo.	Cuando el proceso y el SENA lo requiera.	
12	12. Presentar informe mensual sobre la ejecución de las obligaciones contractuales donde se evidencie el avance a las metas asignadas, así como el respectivo análisis y acciones de mejora cuando dé a lugar y a la	Formato informe mensual ejecución contractual.	Evidencias, Listados de asistencia e imágenes.



	terminación del contrato presentar al supervisor de contrato informe anual de gestión de centro en los términos solicitados.		
13	13. Vigilar y salvaguardar los bienes que hagan parte del patrimonio del SENA o de otras entidades o de particulares puestos al servicio de la entidad, y que le hayan sido entregados para el desarrollo del objeto del contrato, por lo que son sujetos de control y vigilancia. En consecuencia, deberán sujetarse a las guías y/o procedimientos aplicables a los bienes fijados en la plataforma Compromiso; adicionalmente deberá estar atento a los mantenimientos preventivos y correctivos de los elementos, así como la hoja de vida de los bienes en la cual se date la información actualizada de los mismos, dar cuenta sobre la entrega de los bienes al supervisor y/o interventor del contrato respectivo y a los órganos de control fiscal y disciplinario, de ser procedente		
14	14. Realizar de manera oportuna el proceso de seguimiento y evaluación de la etapa productiva del aprendiz, implementando los formatos vigentes para tal fin, disponibles en la plataforma compromiso para las diferentes alternativas de desarrollo de etapa productiva, cuando sea asignado.	Cuando lo requiera en el proceso.	Sena Sofia Plus
15	15. Validar novedades académicas y disciplinarias de los aprendices conforme al reglamento del aprendiz: Reintegros, traslados, aplazamientos, deserciones; conforme lo establece el reglamento del aprendiz comunicando al Coordinador Académico oportunamente anomalías, inconsistencias, y hallazgos en el registro de la información, cuando aplique.	Cuando el proceso y ele SENA lo requiera.	
16	16. Mantener actualizado el Portafolio del Instructor, adjuntando los formatos actualizados del sistema Integrado de	Cuando el proceso y ele SENA lo requiera.	Sena Sofia Plus



	gestión dispuestos en la plataforma COMPROMISO, pertenecientes a la guía de procesos formativos, presentado mínimo los siguientes soportes: a. Plan de trabajo concertado con el aprendiz para el desarrollo de la ruta de aprendizaje, según guía para desarrollar los procesos formativos. b. Guía de aprendizaje. c. Actas con los planes de mejoramiento académicos para aprendices que lo requieran. d. Planeación, seguimiento evaluación de etapa productiva (si aplica). e. Bitácora del Aprendiz en etapa productiva (si aplica) f. Formato de asistencia y Registro de inasistencias en aplicativo SOFIA PLUS. g. Formato de juicios evaluativos debidamente diligenciada para cada resultado de aprendizaje.		
17	17. Participar en la formulación y ejecución de los proyectos cuando sea requerido según el área de su especialidad y de conformidad con la programación académica establecida.	Cuando el proceso y ele SENA lo requiera.	Sena Sofia Plus

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.	254525	BOLIVAR / SANTA ROSA	2025-12-01	2025-12-15
2	265725	BOLIVAR / SANTA ROSA	2025-12-15	2025-12-18
3	241125	BOLIVAR / CANTAGALLO	2025-11-20	2025-11-30



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. 35393207 de la planilla, operador y periodo. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,

Firma

DORIS ORFILIA CUERVO RAMIREZ

Contratista

C.C. 45.621.817

Recibí a satisfacción:

Firma

GUILLERMO ELOY CASTILLA TABORDA

Supervisor(a) Contrato CO1.PCCNTR.7536901 de 2025



REGIONAL BOLIVAR
CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO

INFORME CUALITATIVO DE ACTIVIDADES FORMATIVAS DESARROLLADAS
EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2025

Instructor: DORIS ORFILIA CUERVO RAMIREZ
Cédula: 45.621.817
Contrato: CO1.PCCNTR.7536901

En el periodo comprendido entre el 01 al 23 del mes de Diciembre de 2025. Se desarrollaron las actividades de formación profesional integral aplicando la metodología de formación por proyectos mediante el desarrollo de competencias y resultados de aprendizajes, en programas de formación certificada y/o complementaria en la modalidad presencial, en las instalaciones del campeSENA del Municipio de Santa Rosa Del Sur – FORMULACION DEL PLAN DE MARKETING ficha 3396855, FORMULACION DEL PLAN DE MARKETING Ficha 3396849. De acuerdo al material de apoyo suministrado por el CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO SENA. A continuación, se relacionan las actividades realizadas:

FORMULACION DEL PLAN DE MARKETING	
PLAN: CONCEPTO	Un plan es un instrumento de gestión que define de manera anticipada qué se quiere lograr, cómo se va a hacer, con qué recursos y en qué tiempo, con el fin de orientar la toma de decisiones y reducir la incertidumbre. El plan permite: • Establecer objetivos claros y medibles. • Organizar recursos humanos, técnicos y financieros. • Coordinar acciones. • Prever riesgos y oportunidades. • Evaluar resultados y corregir desviaciones. 2. MODELOS DE PLANIFICACIÓN Los modelos de planificación son enfoques que orientan la forma de diseñar y ejecutar un plan, según el contexto y los objetivos. Planificación Estratégica Se enfoca en el largo plazo. • Define misión, visión y objetivos



	estratégicos. • Analiza el entorno interno y externo. • Establece estrategias para lograr ventajas competitivas. Muy usada en asociaciones, empresas y proyectos comunitarios. Planificación Táctica Se orienta al mediano plazo. • Traduce las estrategias en planes por áreas o procesos. • Define responsables y recursos. • Asegura coherencia entre lo estratégico y lo operativo. Planificación Operativa Se enfoca en el corto plazo • Detalla actividades específicas. • Establece cronogramas y presupuestos. Facilita el control diario de las acciones Planificación Participativa Involucra a todos los actores del proceso. • Promueve el trabajo en equipo. • Fortalece el sentido de pertenencia. • Mejora la toma de decisiones colectivas. Planificación por Resultados Se centra en los logros y efectos esperados. • Define indicadores de desempeño. • Facilita el seguimiento y la evaluación. Mejora la eficiencia y la transparencia.
HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	Las herramientas de análisis permiten comprender la situación actual y apoyar la toma de decisiones. a) Análisis FODA Evalúa: • Fortalezas (internas) • Oportunidades (externas) • Debilidades (internas) • Amenazas (externas) MERCADEO: CONCEPTO El mercadeo es el conjunto de actividades, estrategias y procesos orientados a identificar, crear, comunicar y entregar valor al cliente, satisfaciendo sus necesidades y deseos, al mismo tiempo que se alcanzan los objetivos de la organización.



PRINCIPIOS DEL MERCADEO	Los principales principios del mercadeo son: • Orientación al cliente: el consumidor es el centro de todas las decisiones. • Satisfacción de necesidades: ofrecer soluciones reales a los problemas del mercado. • Intercambio de valor: ambas partes deben obtener beneficios. • Investigación de mercado: conocer gustos, preferencias y comportamientos. • Adaptabilidad: ajustarse a los cambios del entorno. • Ética y responsabilidad social: actuar con transparencia y compromiso social y ambiental.
VARIABLES DEL MIX DE MERCADEO (LAS 4P)	El mix de mercadeo está conformado por cuatro variables fundamentales: a) Producto • Bien o servicio ofrecido al mercado. • Incluye calidad, diseño, marca, empaque y presentación. • Debe satisfacer una necesidad específica. b) Precio • Valor monetario asignado al producto. • Debe ser competitivo y justo. Considera costos, demanda y precios de la competencia
OBJETIVO DEL MERCADEO	El objetivo principal del mercadeo es lograr la satisfacción del cliente y posicionar el producto o servicio en el mercado, generando ventas sostenibles y fortaleciendo la imagen de la organización. BENEFICIOS DEL MERCADEO • Mejora la toma de decisiones comerciales. • Aumenta las ventas y los ingresos. • Fortalece la relación con los clientes. • Permite diferenciarse de la competencia. • Reduce riesgos comerciales. • Facilita el crecimiento y posicionamiento de la marca.
EMPRESA	El planteamiento estratégico define el rumbo y



Planteamiento Estratégico	las decisiones clave de la empresa para el corto, mediano y largo plazo. Está compuesto por: • Misión: razón de ser de la empresa. • Visión: lo que la empresa aspira a ser en el futuro. • Valores corporativos: principios que guían el comportamiento organizacional. • Objetivos estratégicos: metas claras y medibles. • Estrategias: acciones para alcanzar los objetivos. Reseña Histórica de la Empresa La reseña histórica describe el origen y evolución de la empresa a lo largo del tiempo. Incluye: • Año y contexto de creación. • Motivaciones que dieron origen a la empresa. • Principales etapas de crecimiento. • Logros, cambios relevantes y situación actual. Portafolio de Productos o Servicios El portafolio es el conjunto de productos y/o servicios que ofrece la empresa al mercado. Incluye: • Descripción de cada producto o servicio. • Características y beneficios. • Segmento de mercado al que se dirige. • Nivel de innovación y valor agregado. Fuentes de Información Las fuentes de información son los medios utilizados para recopilar datos que apoyan la toma de decisiones empresariales. Permite comprender la identidad, experiencia y trayectoria de la empresa.
MATRIZ DOFA: CONCEPTO	La Matriz DOFA (también conocida como FODA) es una herramienta de análisis estratégico que permite diagnosticar la situación actual de una empresa, organización o proyecto, mediante la identificación de factores internos y externos que influyen en su desempeño.



	CARACTERÍSTICAS DE LA MATRIZ DOFA • Es una herramienta analítica y estratégica. • Permite evaluar factores internos y externos. • Facilita la toma de decisiones objetivas. • Es sencilla, clara y flexible. • Se puede aplicar a empresas, proyectos, productos o servicios. • Favorece la planificación participativa. Ayuda a identificar riesgos y oportunidades
COMPONENTES DE LA MATRIZ DOFA	La matriz DOFA está compuesta por cuatro elementos: Concepto El Análisis PESTEL es una herramienta de análisis estratégico que permite evaluar el entorno externo de una empresa o proyecto, identificando factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que pueden influir en su desempeño y sostenibilidad. OBJETIVO: CONCEPTO Un objetivo es el resultado o meta que se desea alcanzar mediante la ejecución de acciones planificadas, dentro de un periodo de tiempo determinado. Los objetivos orientan el rumbo de un proyecto, empresa u organización y permiten evaluar su desempeño. CARACTERÍSTICAS DE LOS OBJETIVOS Un objetivo bien formulado debe ser: • Claro: fácil de entender. • Específico: definido con precisión. • Medible: cuantificable o evaluable. • Alcanzable: realista según los recursos disponibles. • Relevante: coherente con la misión y visión. • Temporal: con un plazo definido. Coherente: alineado con otros objetivos
CLASES DE OBJETIVOS	Según su nivel • Objetivo general Expresa el propósito principal del proyecto o empresa. • Objetivos específicos



	Describen los pasos o resultados parciales que permiten alcanzar el objetivo general. Según el plazo • Corto plazo: se logran en menos de un año. • Mediano plazo: entre uno y tres años. • Largo plazo: más de tres años. Según su naturaleza • Estratégicos: orientan el rumbo general de la organización. • Tácticos: se enfocan en áreas o procesos. • Operativos: detallan acciones concretas
TÁCTICA: CONCEPTO	La táctica es el conjunto de acciones específicas y coordinadas que se diseñan para ejecutar una estrategia y alcanzar los objetivos propuestos. Mientras la estrategia define <i>qué</i> se quiere lograr, la táctica establece <i>cómo</i> se va a lograr en el corto y mediano plazo. CLASES DE TÁCTICAS Las tácticas pueden clasificarse según diferentes criterios: Según el nivel de planificación • Tácticas estratégicas: apoyan directamente los objetivos estratégicos. • Tácticas operativas: acciones concretas y diarias.
PRESUPUESTO: CONCEPTO	El presupuesto es una herramienta de planificación y control financiero que permite estimar, de manera anticipada, los ingresos, costos y gastos necesarios para ejecutar un proyecto, plan o actividad, durante un período de tiempo determinado. Su finalidad es asignar adecuadamente los recursos, garantizar la viabilidad financiera y apoyar la toma de decisiones. CLASES DE PRESUPUESTO Según el tiempo • Presupuesto de corto plazo: generalmente anual. • Presupuesto de mediano plazo: entre uno y tres años. • Presupuesto de largo plazo: más de tres años



TÉCNICA DE ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO	La elaboración de un presupuesto se realiza siguiendo los siguientes pasos: Paso 1: Definir el periodo presupuestal • Determinar el tiempo que cubrirá el presupuesto (mensual, trimestral, anual). Según su función • Presupuesto operativo: gastos e ingresos del funcionamiento diario. • Presupuesto de inversión: adquisición de activos (maquinaria, equipos, infraestructura). • Presupuesto financiero: flujo de caja, fuentes de financiación. Según el área de aplicación • Tácticas de mercadeo: promoción, precios, distribución, publicidad. • Tácticas comerciales: ventas, negociación, servicio al cliente. • Tácticas productivas: mejora de procesos, calidad, eficiencia. • Tácticas financieras: control de costos, acceso a financiación. • Tácticas organizacionales: capacitación, liderazgo, trabajo en e TÉCNICA DE ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO La elaboración de un presupuesto se realiza siguiendo los siguientes pasos: Paso 1: Definir el periodo presupuestal • Determinar el tiempo que cubrirá el presupuesto (mensual, trimestral, anual).
--	---





PROGRAMA		Formulación del plan de Marketing - Punto de Venta Kamirer						FECHA DE INICIO DEL CURSO		10-12-25		17-12-25		HORARIO		8:00 A 4:00 PM		LUGAR	
N° DE FINCA		INSTRUCTOR						FECHA FIN DEL CURSO		10-12-25		17-12-25							
		FECHA (D/M/A)		FECHA (D/M/A)		FECHA (D/M/A)		FECHA (D/M/A)		FECHA (D/M/A)		FECHA (D/M/A)							
DOCUMENTO		APRENDIZ		16-12-25		17-12-25		18-12-25		19-12-25		20-12-25							
				Firma aprendiz		Firma aprendiz		Firma aprendiz		Firma aprendiz		Firma aprendiz							
100229055	JUAN R SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA	JUAN SARA					
100225534	Jhon J R HERNANDEZ	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A					
100235552	Jhon A GARCIA	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A	Jhon A					
100336184	Luis Jose Hernandez	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM	Luis JM					
100124153	Nabey Ortiz S	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO	NABEYO					
100324053	Leidy Jhon A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A	Leidy A					
100539703	Jhon C Jimenez	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C	Jhon C					
105163570	EMILIO J ROZO	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R	Emilio R					
105163702	Luz E. Pardo	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P	Luz E P					
105214476	ISOLIS GARCIA	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G	ISOLIS G					
158161218	JOSE LUCAS F.	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L	JOSE L					
37586246	MARCO F. FIGUEROA	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F	MARCO F					
37587301	VERONICA HERNANDEZ	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA	VERONICA					
37594214	SOLDA PAREZ	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P	SOLDA P					
63529202	MOYERY OSPINA	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O	MOYERY O					
73240767	FERNANDEZ PEDRO	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P	FERNANDEZ P					
91329948	JIMY FIGUEROA	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F	JIMY F					
91325710	JHON FERNANDEZ	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F	JHON F					
Observaciones																			
		Doris Cuervo R		Doris Cuervo R		Doris Cuervo R		Doris Cuervo R		Doris Cuervo R		Doris Cuervo R		Doris Cuervo R		Doris Cuervo R		Doris Cuervo R	
		Nombre instructor		Nombre instructor		Nombre instructor		Nombre instructor		Nombre instructor		Nombre instructor		Nombre instructor		Nombre instructor		Nombre instructor	
		SE		SE		SE		SE		SE		SE		SE		SE		SE	
		CONEXUSA		CONEXUSA		CONEXUSA		CONEXUSA		CONEXUSA		CONEXUSA		CONEXUSA		CONEXUSA		CONEXUSA	
		RETARDO		RETARDO		RETARDO		RETARDO		RETARDO		RETARDO		RETARDO		RETARDO		RETARDO	
		ASISTENCIA		ASISTENCIA		ASISTENCIA		ASISTENCIA		ASISTENCIA		ASISTENCIA		ASISTENCIA		ASISTENCIA		ASISTENCIA	



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
COORDINACIÓN NACIONAL CAMPESENA FULL POPULAR

Herramienta control de asistencia formación en el marco de la estrategia CampeSENA Full Popular

Documento de Apoyo No controlado V1 2023

PROYECTO: Formulación del Plan de Marketing		INSTRUCTOR: Doris Gento Romero		FECHA DE INICIO DEL CURSO: 1-12-23						FECHA DE FIN DEL CURSO: 9-12-23		HORARIO:		LUGAR:	
Nº	DOCUMENTO	APRENDEZ	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)	FECHA (D/M/A)
			1-12-23	2-12-23	3-12-23	4-12-23	5-12-23	6-12-23	7-12-23	8-12-23	9-12-23				
10842864	Eunice Rivas P.	Eunice Rivas P.													
10855941	Jorge Luis C.R.	Jorge L.													
10855524	Gina Carolina G.	Carolina													
1100624353	Norlinda Carracedo	Norlinda													
11682185	Luis A Gomez P.	Luis A.													
118126182	Karen T. Ruiz G.	Karen T.													
252413703	Adriana M. Arague	Adriana M.													
26															
27															
28															
29															
30															
31															
32															
33															
34															
35															
36															
37															
38															
39															
40															
Observaciones:															



Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:MHsptorresSANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES

Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:36-02-00-013-910410CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR

Fecha y Hora Generación Reporte:jueves, 13 de noviembre de 2025

Comisión Servicio al Interior del País - Tramite - Inicial

Solicitud de Comisión No.	241125	Fecha Solicitud	2025-11-12	Estado de la Comisión	Autorizada	Unidad Ejecutora o Subunidad - 36-02-00-013-910410 CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR			
Tipo de Comisión	Servicio	Fecha Aut./ Rech.	2025-11-13	Genera Viáticos	NO	Genera gastos de viaje	Si	Requiere Pasajes Aéreos	NO
Transporte por Vía	Terrestre	Área u Oficina	COORDINACION CAMPESENA			Tipo de trámite	Inicial	Comisión Inicial	

CDP de viáticos

Consecutivo CDP	3125	Dependencia Solicitante				910438 CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO - BOLIVAR - ECONOMIA CAMPESINA Y SER			
Rubro Presupuestal de Viaticos		-				Rubro Presupuestal de Gastos de Viaje		C-3603-1300-20-20305C-3603025-02 - ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL - FORTALECIMIENTO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y EL RECONOCIMIENTO DE SABERES PREVIOS CON ÉNFASIS EN POBLACIONES CAMPESINAS Y POPULARES EN COLOMBIA NACIONAL	

Nombre	Tipo y Número de Documento	Cargo	Estado	Fecha Inicial Comisión	Fecha final Comisión	Dpto. / Municipio Origen	Dpto. / Municipio Destino	N°. Días	Pernocta Último día Comisión	Porcentaje Pernocta	Total días	Base de Liquidación	Valor Viático Diario	Valor Total Viáticos	Valor Gastos de Viaje	Valor total a pagar	Objeto de la Comisión por Tercero
DORIS ORFILIA CUERVO RAMIREZ	CC: 45621817	CONTRATISTA	Autorizada	2025-11-20	2025-11-30	BOLIVAR / CARTAGENA	BOLIVAR / CANTAGALLO	10	No	0	10	0,00	0,00	0,00	600.000,00	600.000,00	VIATICO APOYO TRANSPORTE MES DE NOVIEMBRE CANTAGALLO SANTA ROSA SUR
											Totales Solicitud de Comisión			0,00	600.000,00	600.000,00	

OBJETO DE LA COMISIÓN

VIATICO APOYO TRANSPORTE MES DE NOVIEMBRE CANTAGALLO SANTA ROSA SUR

ORDENADOR DEL GASTO

Identificacion:	34545005	Nombre:	SANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES	Cargo:	SUBDIRECTOR CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO BOLIVAR
-----------------	----------	---------	----------------------------------	--------	---

VISTO BUENO JEFE INMEDIATO

Nombre:	MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	Cargo:	
---------	--	--------	--

Firmado digitalmente por: MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
Serial del certificado: 5540827336374662968
Entidad: Persona Juridica
Unidad Organizacional: SUBDIRECCION DE OPERACIONES
Hora de firma: 2025/11/13 11:17:34 -05:00



Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:MHsptorresSANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES

Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:36-02-00-013-910410CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR

Fecha y Hora Generación Reporte:jueves, 13 de noviembre de 2025

Firma Responsable			
Verificado Por:	HECTOR FABIO VILLADIEGO LORA	Fecha Verificación:	13/11/2025 10:28:32



Firmado digitalmente por:
Nombre: SANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES
Cédula de ciudadanía: 34545005
Usuario SIIF: MHsptorres
13/11/2025 11:17:47 a. m.



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA		
CIUDAD Y FECHA Cartagena 8 de Diciembre del 2025		
PRESENTADO A: SANDRA TORRES BENAVIDES E		
ORDEN DE VIAJE No: 241125	FECHA DE INICIO: 2025-11-20	FECHA DE FINALIZACION: 2025-11-30
LUGAR A DONDE REALIZÓ EL DESPLAZAMIENTO: SANTA ROSA SUR – CANTAGALLO.	REGIONAL / CENTRO DE FORMACION BOLIVAR/ AGROEMPRESARIAL Y MINERO.	OTRA : (ciudad)
OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO: Impartir formación en el Municipio de Santa Rosa del Sur, Bolívar. Programa CampeSENA 2025.		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS:		
PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA. Resumen Ejecutivo • Descripción breve de la empresa • Problema u oportunidad estratégica • Principales decisiones estratégicas • Resultados esperados Análisis de la Situación Actual Diagnóstico interno • Estructura organizacional • Recursos y capacidades clave • Análisis de la cadena de valor • Fortalezas y debilidades (FODA) Diagnóstico externo • Análisis PESTEL (político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal) • Análisis de la industria (5 Fuerzas de Porter) • Tendencias del mercado • Oportunidades y amenazas (FODA) Identidad Estratégica Misión Razón de ser de la empresa.		

**Visión**

Dónde quiere estar la empresa en 3–5 años.

Valores

Principios que guían el comportamiento organizacional.

Estrategia de crecimiento

- Penetración de mercado
- Desarrollo de productos
- Desarrollo de mercados
- Diversificación

Planes de Acción**Para cada objetivo estratégico:**

1. Actividades específicas
2. Responsable
3. Recursos necesarios
4. Cronograma
5. Presupuesto
6. Indicadores de evaluación

IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO: ¿Qué es el público objetivo?

Es el **grupo de consumidores** con características comunes (edad, ubicación, necesidades, comportamientos, etc.) a los cuales una empresa dirige sus esfuerzos de marketing y ventas.

Pasos para identificar el público objetivo**Segmentación del mercado**

Dividir el mercado según criterios que permitan identificar grupos homogéneos

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS: La segmentación de mercados es el proceso mediante el cual una empresa **divide un mercado amplio en grupos más pequeños y homogéneos de consumidores** que comparten características, necesidades o comportamientos similares.

Su objetivo es **dirigir mejor los esfuerzos comerciales** y aumentar la efectividad del marketing.

¿Por qué segmentar el mercado?

Requisitos de un buen segmento de mercado

Tipos de segmentación del mercado

Segmentación Geográfica

Segmentación Psicográfica

Segmentación Conductual

Segmentación por necesidades

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA: El análisis del comportamiento de la demanda consiste en estudiar **cómo, cuánto, cuándo y por qué los consumidores compran un producto o servicio**, así como los factores que influyen en esas decisiones.

Su objetivo es anticipar cambios, ajustar estrategias y asegurar que la oferta responda a las necesidades del mercado.

Elementos clave de la demanda

Factores que influyen en el comportamiento de la demanda

NECESIDADES DE CLIENTES: Las necesidades de los clientes son **carencias**,



deseos, problemas o expectativas que los consumidores buscan resolver mediante un producto o servicio.

Comprenderlas permite diseñar ofertas más valiosas, aumentar la satisfacción y diferenciarse de la competencia.

Tipos de necesidades de los clientes

Cómo identificar las necesidades de los clientes

Clasificación estratégica de las necesidades

DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN: Los objetivos de comunicación son las **metas específicas que una empresa quiere lograr mediante sus acciones de comunicación**, ya sea publicidad, redes sociales, relaciones públicas, marketing digital, promociones o comunicación interna.

Su función es **guiar el mensaje**, definir el tono y orientar los recursos para lograr resultados medibles.

¿Qué deben lograr los objetivos de comunicación?

Requisitos de un buen objetivo de comunicación (SMART)

Tipos de objetivos de comunicación

Proceso para determinar objetivos de comunicación

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y MARCAS:

Este documento define las normas visuales y comunicacionales que garantizan la coherencia de la identidad corporativa en todos los medios y aplicaciones.

ANÁLISIS DE COBERTURA GEOGRÁFICA: El análisis de cobertura geográfica consiste en **evaluar las zonas, regiones o territorios donde una empresa tiene presencia comercial**, así como identificar áreas sin cobertura, oportunidades de expansión y zonas poco rentables. Su objetivo es optimizar la distribución, las ventas, los canales y la atención al cliente.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN: Las TIC son **herramientas, recursos tecnológicos y sistemas utilizados para gestionar, procesar, almacenar, transmitir y compartir información.**

LA COMUNICACIÓN INTEGRAL: La **comunicación integral** es un enfoque estratégico que busca **coordinar todos los canales, mensajes y acciones de comunicación de una empresa o marca** para lograr coherencia, consistencia y efectividad en la relación con su público objetivo.

No se trata solo de comunicar, sino de **integrar marketing, relaciones públicas, publicidad, ventas y comunicación interna** hacia un objetivo común.

ORIENTACIÓN AL CONSUMIDOR: La **orientación al consumidor** es un enfoque empresarial que coloca **al cliente en el centro de todas las decisiones y estrategias de la empresa.**

Busca **entender sus necesidades, preferencias y expectativas** para ofrecer productos, servicios y experiencias que generen satisfacción, fidelidad y valor agregado.

ORIENTACIÓN AL INTERCAMBIO: La **orientación al intercambio** es un enfoque empresarial que considera que el **intercambio de valor entre la empresa y el cliente es el núcleo de toda actividad comercial**

ORIENTACIÓN A LA ADMINISTRACIÓN PROMOCIONAL La **orientación a la administración promocional** es un enfoque de marketing que **sitúa la planificación,**



gestión y evaluación de las promociones en el centro de la estrategia comercial, buscando **maximizar el impacto de las campañas promocionales** sobre los consumidores y, al mismo tiempo, optimizar los recursos de la empresa.

Se trata de una orientación que considera la **promoción como un proceso estratégico y no solo como una actividad táctica aislada**. IMAGEN La imagen es la **percepción que tienen los públicos (clientes, empleados, proveedores, sociedad) sobre una empresa, marca o producto**.

No depende únicamente de lo que la empresa comunica, sino de **lo que los demás perciben, sienten y piensan** a partir de experiencias, mensajes, reputación y comportamiento corporativo. RELACIONES PÚBLICAS Las **relaciones públicas** son el conjunto de **estrategias y acciones de comunicación que una empresa, institución o persona realiza para construir, mantener y mejorar su relación con los distintos públicos** (clientes, empleados, medios, proveedores, comunidad y sociedad en general).

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA La **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, también conocida como **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**, se refiere al compromiso que tienen las empresas de actuar de manera ética y contribuir al desarrollo sostenible, considerando los impactos sociales, económicos y ambientales de sus actividades.

SISTEMAS DE CONTROL: Los sistemas de control son herramientas y procesos que permiten a las organizaciones monitorizar, evaluar y regular sus actividades para asegurar que se cumplan los objetivos establecidos. Se aplican tanto en gestión administrativa como en producción, finanzas, calidad y comunicación. Definición

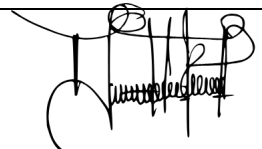
Un sistema de control es un conjunto de procedimientos, normas y herramientas que permiten medir el desempeño real, compararlo con los objetivos planificados y tomar acciones correctivas cuando sea necesario.

Objetivo principal: Asegurar que los recursos se utilicen eficientemente y que los resultados estén alineados con la estrategia de la organización

RESULTADOS:

1. Se evidenció que la cultura organizacional y la asociatividad son esenciales para fomentar el trabajo en equipo y el sentido de pertenencia. Los aprendices del curso comprendieron que el éxito de una organización depende del compromiso, la confianza y la comunicación entre sus miembros.
2. Aprendizaje totalmente ejecutado de acuerdo las guías del SENA. Y evaluación realizada de acuerdo a los conceptos dados preparados para cada curso.
3. Se logro mejorar los conceptos de necesidades de la unidad productiva reafianzar las debilidades y amenazas que se tiene con el fin de mejorar y convertir en oportunidades de mejora.
4. Se reconoció la importancia del liderazgo como motor para inspirar, guiar y motivar a los equipos de trabajo. Se identificaron las características de un líder efectivo, como la empatía, la escucha activa, la toma de decisiones asertiva y la capacidad para resolver conflictos.



EVIDENCIAS O SOPORTES: Enuncie los archivos que soportan estos resultados y anexe lo correspondiente en este Informe		
1. FOTOGRAFIAS		
2. RECIBOS DE PAGO DE TRANSPORTE REALIZADO		
COMPROMISOS		
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1. Garantizar la socialización del plan estratégico con todo el equipo de trabajo	Lider del Grupo	30 d3e noviembre del 2025
2. Establecer responsables por cada línea estratégica y fijar tiempos de ejecución.	Lider del Grupo	30 de noviembre del 2025
3. Implementar acciones concretas para mejorar los procesos internos y aumentar la eficiencia.	Lider del Grupo	30 de noviembre del 2025
4. Difundir los logros estratégicos para promover motivación y sentido de pertenencia.	Lider del Grupo	30 de noviembre del 2025
CONCLUSIONES:		
1. El plan estratégico se consolida como una herramienta fundamental para orientar el rumbo de la organización, permitiendo definir con claridad la misión, visión y objetivos que guían todas las acciones empresariales a corto, mediano y largo plazo.		
2. La planificación estratégica fortalece la capacidad de toma de decisiones, ya que facilita el análisis del entorno, la identificación de oportunidades y la anticipación de riesgos. Esto permite a la empresa adaptarse de manera flexible a los cambios del mercado.		
3. La implementación del plan estratégico impulsa la eficiencia operativa, pues define acciones concretas, responsables y recursos necesarios para cada objetivo, optimizando así la gestión empresarial en todos sus niveles.		
DATOS DEL CONTRATISTA		
NOMBRE Y APELLIDO	FIRMA	
DORIS ORFILIA CUERVO RAMIREZ		
VISTO BUENO SUPERVISOR		
CARGO DEL SUPERVISOR	NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR	FIRMA
CORDINADOR ACADEMICO	GILLERMO ELOY CASTILLA TABORDA	





Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. Nº 32067
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Cueno Ramirez

FECHA: 7-11-25	HORA: 6:pm	BUS No. 14M	PUESTO No. 7
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	37.500
DESTINO: San Jose		SEGURO	
		TOTAL	37.500

SIN ESTE TIKETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIKETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. Nº 32066
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Cueno Ramirez

FECHA: 10-11-25	HORA: 6am	BUS No. 7PT	PUESTO No. 6
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	37.500
DESTINO: San Jose		SEGURO	
		TOTAL	37.500

SIN ESTE TIKETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIKETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. Nº 32065
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Cueno Ramirez

FECHA: 11-11-25	HORA: 7:am	BUS No. 71P	PUESTO No. 3
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	37.500
DESTINO: San Jose		SEGURO	
		TOTAL	37.500

SIN ESTE TIKETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIKETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. Nº 32070
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Cueno Ramirez

FECHA: 12-11-25	HORA: 6am	BUS No. 722	PUESTO No. 11
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	37.500
DESTINO: San Jose		SEGURO	
		TOTAL	37.500

SIN ESTE TIKETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIKETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. Nº 32071
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Cueno Ramirez

FECHA: 13-11-25	HORA	BUS No. 71P	PUESTO No. 12
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	37.500
DESTINO: San Jose		SEGURO	
		TOTAL	37.500

SIN ESTE TIKETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIKETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. Nº 32172
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Cueno Ramirez

FECHA: 14-11-25	HORA: 6am	BUS No. 71TR	PUESTO No. 15
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	37.500
DESTINO: San Jose		SEGURO	
		TOTAL	37.500

SIN ESTE TIKETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIKETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. Nº 32173
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Cueno Ramirez

FECHA: 17-11-25	HORA: 6am	BUS No. 71TR	PUESTO No. 12
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	37.500
DESTINO: San Jose		SEGURO	
		TOTAL	37.500

SIN ESTE TIKETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIKETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. Nº 32585
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Cueno Ramirez

FECHA: 18-11-25	HORA: 6am	BUS No. 71PZ	PUESTO No. 10
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	37.500
DESTINO: San Jose		SEGURO	
		TOTAL	37.500

SIN ESTE TIKETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIKETE

COOTRANSSBOL
NIT. 830.508.512-2
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. N° 32176
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolivar

NOMBRE: Doris Gordo Ramirez

FECHA: 19-11-25	HORA: 7am	BUS No. 212	PUESTO No. 6
ORIGEN: Santa Rosa	VALOR	37500	
DESTINO: Cantagallo	SEGURO		
TOTAL		37500	

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE

COOTRANSSBOL
NIT. 830.508.512-2
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. N° 32177
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolivar

NOMBRE: Doris Gordo Ramirez

FECHA: 20-11-25	HORA: 7am	BUS No. NITZ	PUESTO No. 12
ORIGEN: Santa Rosa	VALOR	37500	
DESTINO: Cantagallo	SEGURO		
TOTAL		37500	

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE

COOTRANSSBOL
NIT. 830.508.512-2
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. N° 32178
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolivar

NOMBRE: Doris Gordo Ramirez

FECHA: 21-11-25	HORA: 7am	BUS No. 7M7	PUESTO No. 11
ORIGEN: Santa Rosa	VALOR	37500	
DESTINO: Cantagallo	SEGURO		
TOTAL		37500	

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE

COOTRANSSBOL
NIT. 830.508.512-2
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. N° 32279
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolivar

NOMBRE: Doris Gordo Ramirez

FECHA: 24-11-25	HORA: 7am	BUS No. 72P	PUESTO No. 2
ORIGEN: Santa Rosa	VALOR	37500	
DESTINO: Cantagallo	SEGURO		
TOTAL		37500	

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE

COOTRANSSBOL
NIT. 830.508.512-2
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. N° 32280
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolivar

NOMBRE: Doris Gordo Ramirez

FECHA: 25-11-25	HORA: 7am	BUS No. 7M1	PUESTO No. 6
ORIGEN: Santa Rosa	VALOR	37500	
DESTINO: Cantagallo	SEGURO		
TOTAL		37500	

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE

COOTRANSSBOL
NIT. 830.508.512-2
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. N° 32281
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolivar

NOMBRE: Doris Gordo Ramirez

FECHA: 26-11-25	HORA: 7am	BUS No. 7M2	PUESTO No. 12
ORIGEN: Santa Rosa	VALOR	37500	
DESTINO: Cantagallo	SEGURO		
TOTAL		37500	

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE

COOTRANSSBOL
NIT. 830.508.512-2
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. N° 32284
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolivar

NOMBRE: Doris Gordo Ramirez

FECHA: 28-11-25	HORA: 7am	BUS No. 7M2	PUESTO No. 9
ORIGEN: Santa Rosa	VALOR	37500	
DESTINO: Cantagallo	SEGURO		
TOTAL		37500	

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE

COOTRANSSBOL
NIT. 830.508.512-2
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. N° 32283
Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolivar

NOMBRE: Doris Gordo Ramirez

FECHA: 29-11-25	HORA: 7am	BUS No. 7M2	PUESTO No. 6
ORIGEN: Santa Rosa	VALOR	37500	
DESTINO: Cantagallo	SEGURO		
TOTAL		37500	

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE



Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:MHsptorresSANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES

Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:36-02-00-013-910410CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR

Fecha y Hora Generación Reporte:viernes, 28 de noviembre de 2025

Comisión Servicio al Interior del País - Tramite - Inicial

Solicitud de Comisión No.	254525	Fecha Solicitud	2025-11-28	Estado de la Comisión	Autorizada	Unidad Ejecutora o Subunidad - 36-02-00-013-910410 CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR			
Tipo de Comisión	Servicio	Fecha Aut./ Rech.	2025-11-28	Genera Viáticos	NO	Genera gastos de viaje	Si	Requiere Pasajes Aéreos	NO
Transporte por Vía	Terrestre	Área u Oficina	COORDINACION CAMPESENA			Tipo de trámite	Inicial	Comisión Inicial	

CDP de viáticos

Consecutivo CDP	3125	Dependencia Solicitante				910438 CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO - BOLIVAR - ECONOMIA CAMPESINA Y SER			
Rubro Presupuestal de Viaticos		-				Rubro Presupuestal de Gastos de Viaje		C-3603-1300-20-20305C-3603025-02 - ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL - FORTALECIMIENTO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y EL RECONOCIMIENTO DE SABERES PREVIOS CON ÉNFASIS EN POBLACIONES CAMPESINAS Y POPULARES EN COLOMBIA NACIONAL	

Nombre	Tipo y Número de Documento	Cargo	Estado	Fecha Inicial Comisión	Fecha final Comisión	Dpto. / Municipio Origen	Dpto. / Municipio Destino	N°. Días	Pernocata Último día Comisión	Porcentaje Pernocata	Total dias	Base de Liquidación	Valor Viático Diario	Valor Total Viáticos	Valor Gastos de Viaje	Valor total a pagar	Objeto de la Comisión por Tercero
DORIS ORFILIA CUERVO RAMIREZ	CC: 45621817	CONTRATISTA	Autorizada	2025-12-01	2025-12-15	BOLIVAR / CARTAGENA	BOLIVAR / SANTA ROSA	14	No	0	14	0,00	0,00	0,00	200.000,00	200.000,00	VIATICOS APOYO TRANSPORTE MES DE DICIEMBRE SANTA ROSA SUR
Totales Solicitud de Comisión													0,00	200.000,00	200.000,00		

OBJETO DE LA COMISIÓN

VIATICOS APOYO TRANSPORTE MES DE DICIEMBRE SANTA ROSA SUR

ORDENADOR DEL GASTO

Identificacion:	34545005	Nombre:	SANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES	Cargo:	SUBDIRECTOR CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO BOLIVAR
-----------------	----------	---------	----------------------------------	--------	---

VISTO BUENO JEFE INMEDIATO

Nombre:	MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	Cargo:	
---------	--	--------	--

Firmado digitalmente por: MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
Serial del certificado: 5540827336374662968
Entidad: Persona Juridica
Unidad Organizacional: SUBDIRECCION DE OPERACIONES
Hora de firma: 2025/11/28 18:38:26 -05:00



Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte: MHsptorres SANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES

Unidad ó Subunidad que Genera Reporte: 36-02-00-013-910410 CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR

Fecha y Hora Generación Reporte: viernes, 28 de noviembre de 2025

Firma Responsable			
Verificado Por:	HECTOR FABIO VILLADIEGO LORA	Fecha Verificación:	28/11/2025 18:20:59

 Firmado digitalmente por:
Nombre: SANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES
Cédula de ciudadanía: 34545005
Usuario SIIF: MHsptorres
28/11/2025 6:38:37 p. m.



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA		
CIUDAD Y FECHA Cartagena 16 de Diciembre del 2025		
PRESENTADO A: SANDRA TORRES BENAVIDES E		
ORDEN DE VIAJE No: 254525	FECHA DE INICIO: 2025-12-01	FECHA DE FINALIZACION: 2025-12-15
LUGAR A DONDE REALIZÓ EL DESPLAZAMIENTO: SANTA ROSA SUR	REGIONAL / CENTRO DE FORMACION BOLIVAR/ AGROEMPRESARIAL Y MINERO.	OTRA : (ciudad)
OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO: Impartir formación en el Municipio de Santa Rosa del Sur, Bolívar. Programa CampeSENA 2025.		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS:		
1. PLAN – FORMULACION DEL PLAN DE MARKETING Un plan es un instrumento de gestión que define de manera anticipada qué se quiere lograr, cómo se va a hacer, con qué recursos y en qué tiempo, con el fin de orientar la toma de decisiones y reducir la incertidumbre. El plan permite: • Establecer objetivos claros y medibles. • Organizar recursos humanos, técnicos y financieros. • Coordinar acciones. • Prever riesgos y oportunidades. • Evaluar resultados y corregir desviaciones. 2. MODELOS DE PLANIFICACIÓN Los modelos de planificación son enfoques que orientan la forma de diseñar y ejecutar un plan, según el contexto y los objetivos. Planificación Estratégica Se enfoca en el largo plazo. • Define misión, visión y objetivos estratégicos. • Analiza el entorno interno y externo. • Establece estrategias para lograr ventajas competitivas. Muy usada en asociaciones, empresas y proyectos comunitarios. Planificación Táctica Se orienta al mediano plazo. • Traduce las estrategias en planes por áreas o procesos. • Define responsables y recursos. • Asegura coherencia entre lo estratégico y lo operativo. Planificación Operativa Se enfoca en el corto plazo.		



- Detalla actividades específicas.
- Establece cronogramas y presupuestos.
- Facilita el control diario de las acciones.

Planificación Participativa

Involucra a todos los actores del proceso.

- Promueve el trabajo en equipo.
- Fortalece el sentido de pertenencia.
- Mejora la toma de decisiones colectivas.

Planificación por Resultados

Se centra en los logros y efectos esperados.

- Define indicadores de desempeño.
- Facilita el seguimiento y la evaluación.
- Mejora la eficiencia y la transparencia.

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

Las herramientas de análisis permiten comprender la situación actual y apoyar la toma de decisiones.

a) Análisis FODA

Evalúa:

- Fortalezas (internas)
- Oportunidades (externas)
- Debilidades (internas)
- Amenazas (externas)

MERCADEO: CONCEPTO

El mercadeo es el conjunto de actividades, estrategias y procesos orientados a identificar, crear, comunicar y entregar valor al cliente, satisfaciendo sus necesidades y deseos, al mismo tiempo que se alcanzan los objetivos de la organización.

PRINCIPIOS DEL MERCADEO

Los principales principios del mercadeo son:

- Orientación al cliente: el consumidor es el centro de todas las decisiones.
- Satisfacción de necesidades: ofrecer soluciones reales a los problemas del mercado.
- Intercambio de valor: ambas partes deben obtener beneficios.
- Investigación de mercado: conocer gustos, preferencias y comportamientos.
- Adaptabilidad: ajustarse a los cambios del entorno.
- Ética y responsabilidad social: actuar con transparencia y compromiso social y ambiental.

VARIABLES DEL MIX DE MERCADEO (LAS 4P)

El mix de mercadeo está conformado por cuatro variables fundamentales:

a) Producto

- Bien o servicio ofrecido al mercado.
- Incluye calidad, diseño, marca, empaque y presentación.
- Debe satisfacer una necesidad específica.

b) Precio

- Valor monetario asignado al producto.
- Debe ser competitivo y justo.
- Considera costos, demanda y precios de la competencia.



OBJETIVO DEL MERCADEO

El objetivo principal del mercadeo es lograr la satisfacción del cliente y posicionar el producto o servicio en el mercado, generando ventas sostenibles y fortaleciendo la imagen de la organización.

BENEFICIOS DEL MERCADEO

- Mejora la toma de decisiones comerciales.
- Aumenta las ventas y los ingresos.
- Fortalece la relación con los clientes.
- Permite diferenciarse de la competencia.
- Reduce riesgos comerciales.
- Facilita el crecimiento y posicionamiento de la marca.

EMPRESA

Planteamiento Estratégico

El planteamiento estratégico define el rumbo y las decisiones clave de la empresa para el corto, mediano y largo plazo. Está compuesto por:

- Misión: razón de ser de la empresa.
- Visión: lo que la empresa aspira a ser en el futuro.
- Valores corporativos: principios que guían el comportamiento organizacional.
- Objetivos estratégicos: metas claras y medibles.
- Estrategias: acciones para alcanzar los objetivos.

Reseña Histórica de la Empresa

La reseña histórica describe el origen y evolución de la empresa a lo largo del tiempo. Incluye:

- Año y contexto de creación.
- Motivaciones que dieron origen a la empresa.
- Principales etapas de crecimiento.
- Logros, cambios relevantes y situación actual.

Portafolio de Productos o Servicios

El portafolio es el conjunto de productos y/o servicios que ofrece la empresa al mercado. Incluye:

- Descripción de cada producto o servicio.
- Características y beneficios.
- Segmento de mercado al que se dirige.
- Nivel de innovación y valor agregado.

Fuentes de Información

Las fuentes de información son los medios utilizados para recopilar datos que apoyan la toma de decisiones empresariales.

Permite comprender la identidad, experiencia y trayectoria de la empresa.

MATRIZ DOFA:

La Matriz DOFA (también conocida como FODA) es una herramienta de análisis estratégico que permite diagnosticar la situación actual de una empresa, organización o proyecto, mediante la identificación de factores internos y externos que influyen en su desempeño.

CARACTERÍSTICAS DE LA MATRIZ DOFA

- Es una herramienta analítica y estratégica.
- Permite evaluar factores internos y externos.
- Facilita la toma de decisiones objetivas.
- Es sencilla, clara y flexible.
- Se puede aplicar a empresas, proyectos, productos o servicios.
- Favorece la planificación participativa.
- Ayuda a identificar riesgos y oportunidades.

COMPONENTES DE LA MATRIZ DOFA



La matriz DOFA está compuesta por cuatro elementos:

Concepto

El Análisis PESTEL es una herramienta de análisis estratégico que permite evaluar el entorno externo de una empresa o proyecto, identificando factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que pueden influir en su desempeño y sostenibilidad.

OBJETIVO: CONCEPTO

Un objetivo es el resultado o meta que se desea alcanzar mediante la ejecución de acciones planificadas, dentro de un periodo de tiempo determinado. Los objetivos orientan el rumbo de un proyecto, empresa u organización y permiten evaluar su desempeño.

CARACTERÍSTICAS DE LOS OBJETIVOS

Un objetivo bien formulado debe ser:

- Claro: fácil de entender.
- Específico: definido con precisión.
- Medible: cuantificable o evaluable.
- Alcanzable: realista según los recursos disponibles.
- Relevante: coherente con la misión y visión.
- Temporal: con un plazo definido.
- Coherente: alineado con otros objetivos.

CLASES DE OBJETIVOS

Según su nivel

- Objetivo general
Expresa el propósito principal del proyecto o empresa.
- Objetivos específicos
Describen los pasos o resultados parciales que permiten alcanzar el objetivo general.

Según el plazo

- Corto plazo: se logran en menos de un año.
- Mediano plazo: entre uno y tres años.
- Largo plazo: más de tres años.

Según su naturaleza

- Estratégicos: orientan el rumbo general de la organización.
- Tácticos: se enfocan en áreas o procesos.
- Operativos: detallan acciones concretas.

TÁCTICA: CONCEPTO

La táctica es el conjunto de acciones específicas y coordinadas que se diseñan para ejecutar una estrategia y alcanzar los objetivos propuestos. Mientras la estrategia define *qué* se quiere lograr, la táctica establece *cómo* se va a lograr en el corto y mediano plazo.

CLASES DE TÁCTICAS

Las tácticas pueden clasificarse según diferentes criterios:

Según el nivel de planificación

- Tácticas estratégicas: apoyan directamente los objetivos estratégicos.
- Tácticas operativas: acciones concretas y diarias.

PRESUPUESTO:

El presupuesto es una herramienta de planificación y control financiero que permite estimar, de manera anticipada, los ingresos, costos y gastos necesarios para ejecutar un proyecto, plan o actividad, durante un periodo de tiempo determinado.

Su finalidad es asignar adecuadamente los recursos, garantizar la viabilidad financiera y apoyar la toma de decisiones.

CLASES DE PRESUPUESTO

Según el tiempo



- **Presupuesto de corto plazo: generalmente anual.**
- **Presupuesto de mediano plazo: entre uno y tres años.**
- **Presupuesto de largo plazo: más de tres años.**

TÉCNICA DE ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO

La elaboración de un presupuesto se realiza siguiendo los siguientes pasos:

Paso 1: Definir el periodo presupuestal

- Determinar el tiempo que cubrirá el presupuesto (mensual, trimestral, anual).

Según su función

- Presupuesto operativo: gastos e ingresos del funcionamiento diario.
- Presupuesto de inversión: adquisición de activos (maquinaria, equipos, infraestructura).
- Presupuesto financiero: flujo de caja, fuentes de financiación.

Según el área de aplicación

- Tácticas de mercadeo: promoción, precios, distribución, publicidad.
- Tácticas comerciales: ventas, negociación, servicio al cliente.
- Tácticas productivas: mejora de procesos, calidad, eficiencia.
- Tácticas financieras: control de costos, acceso a financiación.
- Tácticas organizacionales: capacitación, liderazgo, trabajo en e

TÉCNICA DE ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO

La elaboración de un presupuesto se realiza siguiendo los siguientes pasos:

Paso 1: Definir el periodo presupuestal

- Determinar el tiempo que cubrirá el presupuesto (mensual, trimestral, anual).

RESULTADOS:

Al finalizar el curso, el participante será capaz de:

1. Analizar el entorno de mercado
Evaluar el entorno macro y microeconómico (PESTEL, análisis de la industria).
Identificar oportunidades y amenazas del mercado.
2. Realizar diagnósticos estratégicos
Aplicar herramientas como FODA, análisis de competencia y benchmarking.
Interpretar información de mercado para la toma de decisiones.
3. Definir el mercado objetivo
Segmentar el mercado utilizando criterios demográficos, psicográficos y conductuales.
Seleccionar y justificar mercados meta.

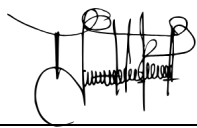
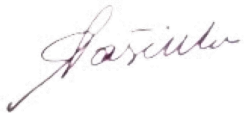
EVIDENCIAS O SOPORTES: Enuncie los archivos que soportan estos resultados y anexe lo correspondiente en este Informe

1. FOTOGRAFIAS
2. RECIBOS DE PAGO DE TRANSPORTE REALIZADO

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1. Aplicar los conceptos y herramientas aprendidas en el desarrollo del plan de marketing.	Lider del Grupo	31 de Diciembre del 2025



2. Trabajar de forma colaborativa y responsable en los proyectos grupales.	Lider del Grupo	31 de Diciembre del 2025
3. Mostrar disposición para la mejora continua a partir de la retroalimentación recibida.	Lider del Grupo	31 de Diciembre del 2025
CONCLUSIONES: 1. El curso permitió comprender la importancia del plan de marketing como una herramienta estratégica fundamental para la toma de decisiones empresariales. 2. Los participantes desarrollaron la capacidad de analizar el entorno del mercado, identificar oportunidades y amenazas, y evaluar la situación competitiva de una organización. 3. Se fortalecieron habilidades para la segmentación de mercados, definición del público objetivo y formulación de propuestas de valor diferenciadas. 4. El curso facilitó la aplicación práctica de herramientas estratégicas como el análisis FODA, el estudio de la competencia y la definición del posicionamiento.		
DATOS DEL CONTRATISTA		
NOMBRE Y APELLIDO	FIRMA	
DORIS ORFILIA CUERVO RAMIREZ		
VISTO BUENO SUPERVISOR		
CARGO DEL SUPERVISOR	NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR	FIRMA
CORDINADOR ACADEMICO	GILLERMO ELOY CASTILLA TABORDA	





Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. **Nº 33838**
 Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Leno Ramirez			
FECHA: 1-2-3/12/2025	HORA	BUS No. TRA	PUESTO No. 4
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	50.000
DESTINO: Santa Rosa		SEGURO	
		TOTAL	50.000

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
 FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. **Nº 33837**
 Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Leno Ramirez			
FECHA: 4-5-7-8/12-2025	HORA	BUS No. TRA	PUESTO No. 8
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	50.000
DESTINO: Santa Rosa		SEGURO	
		TOTAL	50.000

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
 FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. **Nº 33839**
 Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Leno Ramirez			
FECHA: 10-11-12/12-2025	HORA	BUS No. MTP	PUESTO No. 7
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	50.000
DESTINO: Santa Rosa		SEGURO	
		TOTAL	50.000

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
 FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE



Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13 STR. **Nº 33841**
 Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE: Doris Leno Ramirez			
FECHA: 14-15-16/12-25	HORA	BUS No. MTP	PUESTO No. 7
ORIGEN: Santa Rosa		VALOR	50.000
DESTINO: Santa Rosa		SEGURO	
		TOTAL	50.000

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
 FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE



Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:MHsptorresSANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES

Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:36-02-00-013-910410CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR

Fecha y Hora Generación Reporte:viernes, 12 de diciembre de 2025

Comisión Servicio al Interior del País - Tramite - Inicial

Solicitud de Comisión No.	265725	Fecha Solicitud	2025-12-11	Estado de la Comisión	Autorizada	Unidad Ejecutora o Subunidad - 36-02-00-013-910410 CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR			
Tipo de Comisión	Servicio	Fecha Aut./ Rech.	2025-12-12	Genera Viáticos	NO	Genera gastos de viaje	Si	Requiere Pasajes Aéreos	NO
Transporte por Vía	Terrestre	Área u Oficina	COORDINACION CAMPESENA			Tipo de trámite	Inicial	Comisión Inicial	

CDP de viáticos

Consecutivo CDP	3125	Dependencia Solicitante				910438 CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO - BOLIVAR - ECONOMIA CAMPESINA Y SER			
Rubro Presupuestal de Viaticos	-				Rubro Presupuestal de Gastos de Viaje	C-3603-1300-20-20305C-3603025-02 - ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL - FORTALECIMIENTO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y EL RECONOCIMIENTO DE SABERES PREVIOS CON ÉNFASIS EN POBLACIONES CAMPESINAS Y POPULARES EN COLOMBIA NACIONAL			

Nombre	Tipo y Número de Documento	Cargo	Estado	Fecha Inicial Comisión	Fecha final Comisión	Dpto. / Municipio Origen	Dpto. / Municipio Destino	N°. Días	Pernocata Último día Comisión	Porcentaje Pernocata	Total dias	Base de Liquidación	Valor Viático Diario	Valor Total Viáticos	Valor Gastos de Viaje	Valor total a pagar	Objeto de la Comisión por Tercero
DORIS ORFILIA CUERVO RAMIREZ	CC: 45621817	CONTRATISTA	Autorizada	2025-12-15	2025-12-18	BOLIVAR / CARTAGENA	BOLIVAR / SANTA ROSA	3	No	0	3	0,00	0,00	0,00	300.000,00	300.000,00	VIATICO APOYO TRANSPORTE DICIEMBRE ENTREGA KIT CAMPESENA SANTA ROSA SUR
Totales Solicitud de Comisión													0,00	300.000,00	300.000,00		

OBJETO DE LA COMISIÓN

VIATICO APOYO TRANSPORTE DICIEMBRE ENTREGA KIT CAMPESENA SANTA ROSA SUR

ORDENADOR DEL GASTO

Identificacion:	34545005	Nombre:	SANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES	Cargo:	SUBDIRECTOR CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO BOLIVAR
-----------------	----------	---------	----------------------------------	--------	---

VISTO BUENO JEFE INMEDIATO

Nombre:	MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	Cargo:	
---------	--	--------	--

Firmado digitalmente por: MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
Serial del certificado: 5540827336374662968
Entidad: Persona Juridica
Unidad Organizacional: SUBDIRECCION DE OPERACIONES
Hora de firma: 2025/12/12 09:29:43 -05:00



Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte: MHsptorres SANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES

Unidad ó Subunidad que Genera Reporte: 36-02-00-013-910410 CENTRO AGROEMPRESARIAL Y MINERO-BOLIVAR

Fecha y Hora Generación Reporte: viernes, 12 de diciembre de 2025

Firma Responsable			
Verificado Por:	HECTOR FABIO VILLADIEGO LORA	Fecha Verificación:	12/12/2025 8:03:20



Firmado digitalmente por:
Nombre: SANDRA PATRICIA TORRES BENAVIDES
Cédula de ciudadanía: 34545005
Usuario SIIF: MHsptorres
12/12/2025 9:30:16 a. m.



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA		
CIUDAD Y FECHA Cartagena 20 de Diciembre del 2025		
PRESENTADO A: SANDRA TORRES BENAVIDES E		
ORDEN DE VIAJE No: 265725	FECHA DE INICIO:	FECHA DE FINALIZACION:
	2025-12-15	2025-12-18
LUGAR A DONDE REALIZÓ EL DESPLAZAMIENTO: SANTA ROSA SUR	REGIONAL / CENTRO DE FORMACION	OTRA : (ciudad)
	BOLIVAR/ AGROEMPRESARIAL Y MINERO.	
OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO: Impartir formación en el Municipio de Santa Rosa del Sur, Bolívar. Programa CampeSENA 2025. VIATICO APOYO TRANSPORTE ICIEMBRE ENTREGA KIT CAMPESENA SANTA ROSA SUR.		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS:		
Planeación y programación de la entrega - Definición de fecha, lugar y responsables de la entrega del kit. - Elaboración del cronograma de distribución - Revisión de los kg de cacao (estado, humedad y presentación). - Verificación de los kg de panela (peso, empaque y calidad). - Conteo y revisión de los empaques en policromía. - Confirmación de las arrobas/bultos de azúcar en buen estado - Organización de los insumos por tipo y cantidad. - Empaque adecuado para facilitar el transporte y la entrega. - Diligenciamiento y firma del acta de entrega. - Evidencia fotográfica del proceso. - Orientación sobre el uso del cacao, panela, azúcar y empaques en el proceso productivo. - Verificación del aprovechamiento de los insumos entregados. - Identificación de necesidades adicionales o ajustes. - Se realizó la entrega de un kit de herramientas destinado al fortalecimiento y adecuado funcionamiento de un galpón en el área rural, con el objetivo de mejorar las condiciones operativas, productivas y de mantenimiento de la infraestructura. - El kit entregado permite apoyar labores de adecuación, reparación, limpieza y manejo diario del galpón, contribuyendo al cumplimiento de buenas prácticas		



productivas, sanitarias y de seguridad.

- La entrega se efectuó conforme a lo programado, con verificación de cantidades y estado de las herramientas, socialización de su correcto uso y firma del acta de entrega por parte de los beneficiarios.
- Este apoyo fortalece la capacidad operativa del galpón, optimiza el trabajo diario y aporta a la sostenibilidad de las actividades productivas rurales, generando mejores condiciones para el desarrollo del proyecto.

RESULTADOS:

Mejora en la capacidad productiva, al contar con materias primas suficientes para la elaboración de productos derivados (chocolate de mesa, chocolates artesanales, entre otros).

Cumplimiento de los objetivos del proyecto, en relación con el apoyo a la producción y agregación de valor.

Beneficiarios dotados con insumos clave para fortalecer el proceso productivo y de transformación del cacao.

Kit de herramientas entregado en su totalidad, en buen estado y conforme a lo establecido en el proyecto.

Mejoramiento de las condiciones operativas del galpón, facilitando labores de mantenimiento, adecuación y reparación de la infraestructura.

EVIDENCIAS O SOPORTES: Enuncie los archivos que soportan estos resultados y anexe lo correspondiente en este Informe

1. FOTOGRAFIAS
2. RECIBOS DE PAGO DE TRANSPORTE REALIZADO

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1. Entregar el kit completo conforme a las cantidades y especificaciones acordadas.	Lider del Grupo	23 de Diciembre del 2025
2. Brindar acompañamiento y seguimiento posterior a la entrega.	Lider del Grupo	23 de Diciembre del 2025
3. Socializar el uso adecuado y almacenamiento de los insumos.	Lider del Grupo	23 de Diciembre del 2025
1. La entrega del kit se realizó de manera oportuna, completa y conforme a lo planificado, garantizando la disponibilidad de insumos esenciales para el proceso productivo. 2. El proceso de entrega se desarrolló con transparencia y participación, respaldado mediante actas y evidencias, lo que genera confianza entre las partes involucradas. 3. La entrega del kit fomenta el compromiso, la organización y el trabajo colaborativo de los beneficiarios en torno al proyecto productivo.		



4. Entregar el kit de herramientas completo y en buen estado, conforme a lo establecido. Garantizar la calidad y funcionalidad de las herramientas entregadas. Realizar la entrega en la fecha y lugar acordados.

DATOS DEL CONTRATISTA

NOMBRE Y APELLIDO	FIRMA
DORIS ORFILIA CUERVO RAMIREZ	

VISTO BUENO SUPERVISOR

CARGO DEL SUPERVISOR	NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR	FIRMA
CORDINADOR ACADEMICO	GILLERMO ELOY CASTILLA TABORDA	





VIGILADO
Super Transporte

COOTRANSSBOL

NIT. 830.508.512-2

COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13

STR.

Nº 33887

Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE:

Doris Liano Ramirez

FECHA:

16-12-25

HORA

BUS No.

PUESTO No.

ORIGEN:

Santa Rosa

VALOR

150.000

DESTINO:

Santa Rosa-centro

SEGURO

TOTAL

150.000

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE



VIGILADO
Super Transporte

COOTRANSSBOL

NIT. 830.508.512-2

COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DEL SUR - BOLIVAR

Cra. 11 No. 10-64 Centro Tel: 569 78 13

STR.

Nº 33888

Cel: 316 741 3155 - Santa Rosa del Sur - Bolívar

NOMBRE:

Doris Liano Ramirez

FECHA:

18-12-25

HORA

BUS No.

PUESTO No.

ORIGEN:

Santa Rosa sur

VALOR

150.000

DESTINO:

La mendoza-centro

SEGURO

TOTAL

150.000

SIN ESTE TIQUETE LA EMPRESA Y LA COMPAÑIA DE SEGUROS NO ASUMIRA RIESGO ALGUNO
FAVOR LEER LAS CONDICIONES DE Y TRANSPORTE AL RESPALDO DEL TIQUETE