



**PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL**

Montería, 19 de diciembre del 2025

Señor (a)

LUIS ERNESTO BARRERA

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **CO1.PCCNTR. 7513881**

Coordinador académico

Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir

Montería

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual
mes de DICIEMBRE del año 2025.

Referencia: No. **CO1.PCCNTR.7513881** del año 2025

LUIS DANIEL CASARRUBIA MARTINEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No.71.793.904 de Montería, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir, 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 del presente contrato es de CUARENTA Y CINCO MILLONES SETENTA Y CINCO MIL DOSCIENTOS SIETE PESOS (\$45.075.207) M/Cte., el SENA pagará al contratista un pago del mes de febrero por valor de UN MILLON OCHOCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL OCHOCIENTOS CUATRO PESOS M/CTE. (\$ 1.839.804), y Nueve pagos de Marzo a noviembre por valor de CUATRO MILLONES QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS ONCE PESOS M/CTE. (\$4.599.511) y un pago del mes de Diciembre por valor de UN MILLON OCHOCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL PESOS M/CTE. (\$1.839.804)

Plazo: Será hasta el 12 de diciembre del 2025.

OBJETO:
PRESTAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL DE INSTRUCTORES PARA IMPARTIR FORMACION INTEGRAL PRESENCIAL EN EL PROGRAMA OFERTA REGULAR DEL CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGÍA EL PORVENIR DE CÓRDOBA.



Obligaciones Específicas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Alistar procesos formativos e impartir 160 horas mensuales de formación profesional integral en programas titulados y/o complementarios del área asignada dentro del programa oferta Regular, en las competencias, resultados de aprendizaje y actividades de los proyectos de Formación programados dentro de los tiempos que para cada acción se determine por el Centro De formación.	Se realizó alistamiento de procesos Académicos, impartiendo formación, en los programas de formación: • TECNICO EN PROCESAMIENTO DE DERIVADOS LACTEOS con No. De ficha 3353033 • TECNICO EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO con No. De ficha 3066298 y 3353033 • TECNICO EN 3193341- EMPRENDIMIENTO Y FOMENTO EMPRESARIAL -EVALUAR SOLICITUDES FINANCIERAS DE ACUERDO CON TIPO DE PRODUCTO Y MANUAL TÉCNICO	Se anexa evidencia
2	Autogestionar formación complementaria y Eventos de Divulgación Tecnológica de acuerdo con su área de desempeño, presentando la documentación requerida para ello y realizar el proceso requerido para tal fin.	Durante el mes no se gestionó la obligación contractual por cumplir toda la programación en TITULADA.	No aplica.
3	Asociar los aprendices a la ruta de aprendizaje de las fichas a cargo dentro de los términos estipulados.	Durante el mes de ejecución no se asociaron fichas por	No aplica



		encontrarse todas ya en ejecución.	
4	Apoyar y participar activamente en la gestión del programa de formación para el cumplimiento de metas y posicionamiento Regional de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato.	Durante el periodo no se ejecutó la obligación contractual debido a que aún no lo ha requerido el coordinador.	No aplica.
5	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar los informes mensuales de la ejecución del contrato o los productos que se le requiera, además del informe mensual de actividades según la fase en que se encuentre el curso (planear, ejecutar y evaluar) durante el desarrollo del proceso de aprendizaje y de las actividades en general con sus respectivos anexos.	Se presenta informe de ejecución contractual dentro de la fecha requerida por el supervisor de contrato según correo electrónico remitido por la secretaria de la coordinación académica.	Anexo 5: Se reporta en el presente informe los requerimientos de la ejecución del contrato y las actividades concertadas con los aprendices, además de los requerimientos del supervisor de contrato.
6	Dar aviso oportuno sobre las novedades de ambientes y materiales de formación.	No se realizó la obligación contractual sobre el ambiente de formación ya que hasta el momento no se han encontrado novedades en el mismo.	No aplica
7	Prestar los servicios profesionales con seriedad, responsabilidad, respeto, eficiencia, oportunidad y diligencia los servicios contratados.	Se prestó con seriedad, responsabilidad, profesionalidad, eficiencia, oportunidad y diligencia estos servicios.	Se anexa evidencia



8	Atender según los requerimientos de la Subdirección de centro, actividades de apoyo a la supervisión de contratos y/o evaluación de propuestas según las competencias que su formación académica le permitan desarrollar.	Durante el mes no se realizaron actividades de apoyo a la supervisión de contratos.	No aplica.
9	Emitir los juicios evaluativos de cada resultado de aprendizaje en la plataforma Sena Sofía plus dentro de los 5 días hábiles siguientes a la finalización de cada resultado de aprendizaje impartido, dando a conocer los resultados de los mismos a los aprendices.	No se realizó emisión de juicios evaluativos para las fichas cargadas en la plataforma Sena sofia plus.	No aplica
10	Mantener en tiempo real el portafolio del instructor con la documentación soporte inherente a la formación según la guía para desarrollar los procesos formativos.	Se mantiene el portafolio del instructor según lo indicado en la Guía para desarrollar procesos formativos - GFPI-G-013, para las fichas No. 3176822, 3066298, 3314613, 3353033 • Guía de Aprendizaje. • Plan de Mejoramiento • Registros de Inasistencia en Sofía plus. • Formato Ruta de atención para la prevención de la Deserción.	Anexo 7: Pantallazo del portafolio del instructor (OneDrive) Link: 11. DICIEMBRE



		• Plan Concertado. • Listas de Asistencia.	
11	Los instructores contratistas que se vinculen a proyectos de investigación e innovación que se desarrollen en el centro de formación, deberán atender los lineamientos operativos SENNOVA indicados por el SENA, previa concertación con el Supervisor o Dinamizador y cargar horas adicionales en el aplicativo Sofiaplus Parágrafo: En el proceso de concertación, se deberá aprobar por las partes un cronograma de trabajo y entregables.	Durante el mes no se apoyó proyectos de investigación e innovación desarrollados en el centro de formación.	No aplica.
12	Aplicar los procedimientos correspondientes al instructor para formalizar la deserción de los aprendices que abandonan el proceso formativo de acuerdo con lo establecido en el reglamento del aprendizaje SENA vigente.	Durante el mes objeto de cobro no se realizó reporte grupal de deserción de los aprendices que abandonan el proceso formativo, dado que se retomaron las formaciones en los grupos.	No aplica
13	Generar y ejecutar estrategias que permita la permanencia de los aprendices durante todo el tiempo de formación e Informar oportunamente a la Coordinación Académica cualquier novedad presentada con los aprendices.	Se realizó el debido acompañamiento y motivación a los aprendices para continuar formándose en los programas. Además no hubo novedades presentadas por los aprendices.	No aplica



14	El contratista debe cumplir con las normas del Sistema General de Riesgos Laborales, en especial, las siguientes: a. Procurar el cuidado integral de su salud. b. Contar con los elementos de protección personal necesarios para ejecutar la actividad contratada, para lo cual asumirá su costo. c. Informar a los contratantes la ocurrencia de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales. d. Participar en las actividades de Prevención y Promoción organizadas por los contratantes, los Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo o Vigías Ocupacionales o la Administradora de Riesgos Laborales. e. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST. f. Informar oportunamente a los contratantes toda novedad derivada del contrato.	Se cumplió con los protocolos de autocuidado y bioseguridad. No se presentaron incidentes, accidentes de trabajo ni enfermedades laborales.	No aplica
----	--	---	-----------

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



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

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL

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 los No. de la planilla de BANCOOMEVA, periodo de **NOVIEMBRE Y DICIEMBRE** (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (45) folios

Cordialmente,

LUIS DANIEL CASARRUBIA MARTINEZ
Contratista
C.C. No. 71.793.904 de Montería

Recibí a satisfacción:

LUIS ERNESTO BARRERA
Supervisor de Contrato No. CO1.PCCNTR. 7513881
Coordinador Académico



ANEXOS

Obligación Contractual 1. Se realizó alistamiento de procesos académicos, impartiendo formación, en los programas de formación con ficha No. 3176822, 3066298, 3314613, 3353033

Anexo 1: Planeación Pedagógica Ficha No. 3176822, 3066298, 3314613, 3353033

Anexo 2: Guías de Aprendizaje programa de formación Ficha No. 3176822, 3066298, 3314613, 3353033

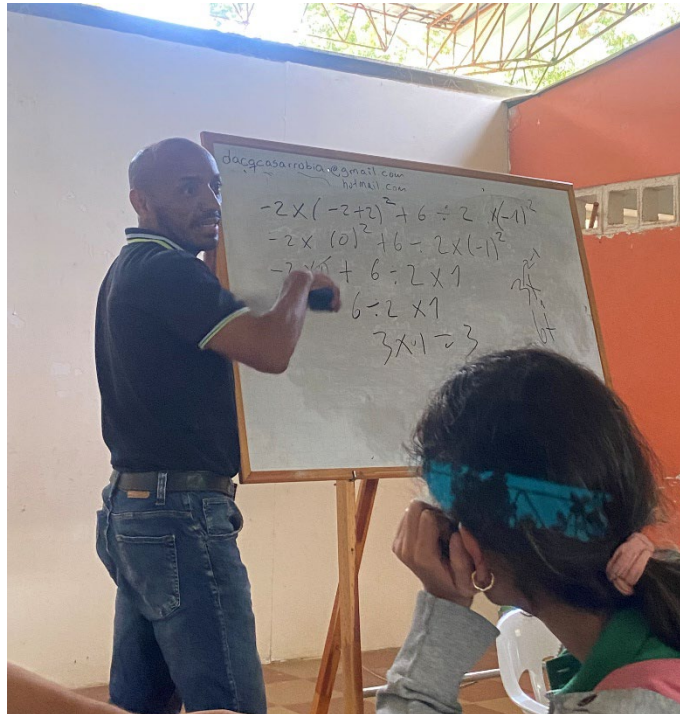
Anexo 3: Plan Concertado Ficha No. 3176822, 3066298, 3314613, 3353033

Anexo 4: Listas de Asistencias Ficha No. 3176822, 3066298, 3314613, 3353033



EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS







• Obligación Contractual 1

Anexo 1:

• Planeación Pedagógica Fichas No. 2846576.

										Versión: 04						
Código: GTH-F-58																
Proceso Gestión de Formación Profesional Integral																
Formato Planeación Pedagógica																
Fecha de Elaboración		1/08/2024														
Denominación del Programa de Formación		DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADO														
Modalidad de Formación		PRESENCIAL														
Código y versión del Programa de Formación		124101														
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		ESTRUCTURACIÓN DE UN PLAN DE MERCADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA MIPYMES EN EL DEPARTAMENTO DE CORDOBA														
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		2875294														
Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica		NEVIS PATRICIA VILLALBA ELIANA PAOLA SEGURA DEIMER JAVIER CORONADO														
		Regional y Centro de formación: Córdoba, CAEP														
FASE DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es de titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	SABERES DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	SABERES DE PROCESO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE PROPICIADOS			OBSERVACIONES	
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE			AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTALACIONES REQUERIDAS		
PLANEACION	ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADO	PROYECTAR EL MERCADO SEGUN SEGMENTOS Y METODOS DE PRONOSTICOS	ANALIZAR MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ACUERDO CON TENDENCIAS DEL MERCADO.	Conceptos previos del tema de formación, análisis de situación del mercado.	1- Planificación del proceso de formación. 2- Metodología del proceso de formación. 3- Objetivos del proceso de formación. 4- los contenidos del proceso de formación. 5- Evaluación del proceso de Formación.	IDENTIFICAR VARIABLES QUE INCIDEN EN EL COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA, TENIENDO EN CUENTA TENDENCIAS DEL MERCADO CARACTERÍSTICA OFERTA Y DEMANDA SEGUN ESTRUCTURA DE ORGANIZACIÓN 4- los contenidos del proceso de formación. 5- Evaluación del proceso de Formación.	1- Estimar el alcance de un producto en el mercado partiendo de la necesidad y el consumo del mismo. 2- Segmentar el mercado según calificación del consumo.	32		1- Evidencias de Conocimiento: Respuestas a preguntas sobre el tema en formación. 2- Evidencias de desempeño: Elaborar mapa conceptual del tema, analizando casos reales o situaciones del mismo.	Sensibilización de conocimiento por medio de reflexión previa	Aula dotada de sillas, paredes, redes : Tablero, mesa y silla del instructor.	Humanos: Instructor y Aprendices Materiales: Tablero, Marcadores, Computadores, Sillas, Video beam, Mesas, Herramientas ofimáticas e informáticas en línea y en red	ELIN BARRIOS REGA		

		Versión: 02
		Código: GFPI-F-134
Proceso Gestión de Formación Profesional Integral		
Formato Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo		
Fecha de Elaboración	14 de Junio 2023	
Denominación del Programa de Formación	Tecnico Comercialización de Alimentos	
Modalidad de Ejecución	PRESENCIAL	
Código y versión del Programa	632215 Versión 100	
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	APLICACION DE UN SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS EMPLEANDO TECNICAS DE MERCHANDISING E INNOVACION EN LOS PROCESOS IMPLEMENTADO	
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	1331858	
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	EDELSA JUDIT MARTINEZ GARCIA Regional Cordoba - Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir MANUEL DE JESUS CASTRO PEREZ Regional Cordoba - Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir	

FASE DE PROYECTO (si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
EJECUCION	ELABORACIÓN DE INVENTARIOS UTILIZANDO INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACION	PROCESAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES Y PARÁMETROS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA.	MANEJAR INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL DESARROLLO DE PROCESOS DE ACUERDO CON LOS CONTROLES ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA.	Sopa de letras con conceptos basicos básicos y lenguaje técnico empleado en la competencia con el fin de que el estudiante se vaya relacionando con la terminología técnica utilizada	3,5	4,5	Trabajo colaborativo en equipos de trabajo	Aula convencional	COMPUTADORES, IMPRESORA Y VIDEO BEAM	Edelsa Judit Martinez Garcia , Manuel Castro Perez	RECONOCE LOS TERMINOS USADOS EN PROCESAMIENTO DE DATOS	Se le dará una sopa de letras al aprendiz con conceptos basicos y lenguaje técnico empleado en la competencia, los cuales deben descubrir y se va socializando en el aula a medida que s evan descubriendo	
				actividad de campo donde se realizará la percepción de los alimentos en un supermercado y evidenciar con fotos	4	4	Trabajo colaborativo en equipos de trabajo	supermercado y aula convencional	Resma de Papel	Edelsa Judit Martinez Garcia , Manuel Castro Perez	ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN. -PRESENTA LOS INFORMES EN UN PERÍODO DETERMINADO. -CLASIFICA LOS INFORMES SEGÚN LOS PROCESOS O UNIDADES DE NEGOCIO. -PRESENTA LOS INFORMES DE	Se realiza actividad de campo donde se realizará la percepción de los alimentos en un supermercado, evidenciar con fotos y socializar con compañero.	

Formato Planeación Pedagógica			
Fecha de Elaboración	nov-25		
Denominación del Programa de Formación	PROCESAMIENTO DE DERIVADOS LACTEOS		
Modalidad de Formación	PRESENCIAL		
Código y versión del Programa de Formación	936193 VERSION 1		
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	PRODUCCIÓN DE DERIVADOS LACTEOS INNOVADORES BAJO ESTÁNDARES DE CALIDAD EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA		
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	2594306		
Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica	JAIDITH JIMENEZ CUAVAS		REGIONCENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENRAL CORDOBA-
	Nombres y Apellidos		Regional y Centro de formación
	Nombres y Apellidos		Regional y Centro de formación
	Nombres y Apellidos		Regional y Centro de formación

FASE DE PROYECTO FORMATIVO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	SABERES DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	SABERES DE PROCESO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIFICADOS			OBSERVACIONES
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE			AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
			EFECTUAR OPERACIONES DE LIMPIEZA Y DESINFECCION DE AREAS Y EQUIPOS DE PLANTA DE PRODUCCION DE ALIMENTOS TENIENDO EN CUENTA PROGRAMA Y PROCEDIMIENTOS	NORMATIVIDAD VIGENTE: RELACIONADA CON LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS, CON LA INDUSTRIA LÁCTEA, AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO. MANIPULADORES DE ALIMENTOS: CONCEPTO, CAPACITACIÓN, RIESGOS ASOCIADOS, BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN, RESPONSABILIDAD SOCIAL	RECONOCER LAS NORMAS RELACIONADAS CON LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS ESTABLECER LAS CAUSAS, CONSECUENCIAS Y TIPOS DE RIESGOS DE CONTAMINACIÓN ALIMENTARIA APLICAR LAS NORMAS DE HIGIENE PERSONAL, SALUD OCUPACIONAL Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO. UTILIZAR RESPONSABLEMENTE LA INDUMENTARIA DE TRABAJO Y ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL	ESTABLECE LOS FACTORES DE RIESGOS DE CONTAMINACIÓN DE LOS ALIMENTOS Y SUS MEDIDAS PREVENTIVAS SEGÚN NORMATIVA VIGENTE. RELACIONA LAS ENFERMEDADES PRODUCIDAS POR CONTAMINACIÓN DE ALIMENTOS CON LAS FUENTES QUE LAS ORIGINAN	Reconociendo la planta y sus necesidades de higienización Objetivo: Identificar las áreas, superficies, equipos y puntos críticos de contaminación en una planta de derivados lácteos para comprender la importancia de aplicar procedimientos adecuados de limpieza y desinfección.	8	8	Cuadro comparativo + texto explicativo + solución al caso práctico.	Prueba escrita aplicada (Evaluación mediante preguntas abiertas, desarrollo conceptual y resolución de caso práctico). Análisis documental (Revisión del cuadro comparativo y texto explicativo elaborado por el aprendiz).	Ambiente de formación dotado con internet y equipos de cómputo.	marcadores, computador, cartulinas, hojas, lapiceros, etc	Ing. De alimentos	

ANÁLISIS	INTERPRETAR LAS CONDICIONES TÉCNICAS Y LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS	HIGIENIZAR PLANTA DE ALIMENTOS SEGÚN PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y NORMATIVA SANITARIA	APLICAR PROGRAMA DE CONTROL DE PLAGAS Y DISPOSICIÓN DE RESIDUOS EN PLANTA DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS DE ACUERDO CON NORMATIVA.	PLAGAS: CONCEPTO, CLASES, TÉCNICAS DE MANEJO Y PREVENCIÓN RESIDUOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, DISPOSICIÓN	DISPONER RESIDUOS OCASIONADOS EN LA INDUSTRIA LÁCTEA. DILIGENCIAR FORMATOS DE FABRICACIÓN DE ALIMENTOS DILIGENCIAR FORMATOS DE CONTROL DE PLAGAS EN INSTALACIONES DE LA INDUSTRIA LÁCTEA.	CUMPLE LAS NORMAS DE HIGIENE PERSONAL GARANTIZANDO LA SEGURIDAD Y SALUBRIDAD EN LA FABRICACIÓN DE ALIMENTOS LÁCTEOS DE ACUERDO CON LA NORMALIZACIÓN VIGENTE	Observa el diseño o plano de una planta de derivados lácteos (puede ser real o proporcionado por el instructor). Analiza y responde cuestionario entregado por el instructor.	8	8	lista de chequeo	Instrumento de evaluación: Rúbrica de evaluación.	Ambiente de formación dotado con internet y equipos de cómputo.	marcadores, computador, cartulinas, hojas, lapiceros, etc	Ing. De alimentos	
			APLICAR PRÁCTICAS HIGIÉNICAS Y MEDIDAS DE PROTECCIÓN PERSONAL EN LA ELABORACIÓN DE ALIMENTOS DE ACUERDO CON NORMATIVA Y PROTOCOLO.	CONDICIONES BÁSICAS DE HIGIENE EN LA FABRICACIÓN DE ALIMENTOS: EDIFICACIÓN E INSTALACIONES. EQUIPOS: CONCEPTO, MATERIAL, FUNCIONAMIENTO, ARME Y DESARME HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS: MATERIAL, USOS, FICHA TÉCNICA.	PREPARAR DETERGENTES Y DESINFECTANTES PARA LOS PROCESOS DE HIGIENIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES, MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS. LIMPIAR, LAVAR Y DESINFECTAR LAS INSTALACIONES, MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS. REVISAR QUE LAS INSTALACIONES, MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS CUMPLAN CON EL PROCESO DE HIGIENIZACIÓN.	HIGIENIZA INSTALACIONES, MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS SEGÚN PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO DISPONE DE RESIDUOS TENIENDO EN CUENTA EL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO Y EL MANEJO AMBIENTAL DILIGENCIA	Desglosando el proceso de limpieza y desinfección paso a paso Objetivo: Comprender y explicar cada etapa del proceso de limpieza y desinfección en la industria láctea, así como los principios técnicos que aseguran su eficacia.	8	8	Evidencia esperada: Registro diligenciado del POES + observación del desempeño práctico.	Técnica: Observación directa en el ambiente de aprendizaje o planta. El instructor observa al aprendiz mientras ejecuta el POES o procedimiento asignado.	Ambiente de formación dotado con internet y equipos de cómputo.	marcadores, computador, cartulinas, hojas, lapiceros, etc	Ing. De alimentos	
			DETERMINAR LOS PELIGROS DE CONTAMINACIÓN EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS APLICANDO NORMATIVA SANITARIA.	RIESGOS ALIMENTARIOS: TIPOS (FÍSICOS, QUÍMICOS, BIOLÓGICOS, CONTAMINACIÓN CRUZADA) Y PREVENCIÓN. ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS: CLASIFICACIÓN, CAUSAS, TIPOS, SINTOMATOLOGÍA, PREVENCIÓN. ENFERMEDADES ZOONÓTICAS: AGENTES CAUSANTES, TIPOS, SINTOMATOLOGÍA, RIESGOS, PREVENCIÓN ALIMENTO: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, CALIDAD, INOCUIDAD.	PREPARAR DETERGENTES Y DESINFECTANTES PARA LOS PROCESOS DE HIGIENIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES, MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS. LIMPIAR, LAVAR Y DESINFECTAR LAS INSTALACIONES, MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS. REVISAR QUE LAS INSTALACIONES, MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS CUMPLAN CON EL PROCESO DE HIGIENIZACIÓN.	DILIGENCIA FORMATOS DE PROCESO DE HIGIENIZACIÓN SEGÚN PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO ANALIZA LAS CONTINGENCIAS Y NO CONFORMIDADES DEL PROCESO DE HIGIENIZACIÓN DE LA INDUSTRIA LÁCTEA DE ACUERDO CON EL PLAN SANITARIO.	Ejecución de un procedimiento real de limpieza y desinfección. Objetivo: Aplicar correctamente las operaciones de limpieza y desinfección de acuerdo con las necesidades del proceso de derivados lácteos y siguiendo el protocolo de la planta.	8	8	Mapa o esquema de puntos críticos con breve explicación escrita.	Técnica: Revisión y análisis del producto elaborado (Mapa de puntos críticos, esquemas o diagramas presentados por el aprendiz).	Ambiente de formación dotado con internet y equipos de cómputo.	marcadores, computador, cartulinas, hojas, lapiceros, etc	Ing. De alimentos	



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
- Código del Programa de Formación: 124101
- Nombre del Proyecto Formativo: **ESTRUCTURACIÓN DE UN PLAN DE MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA MIPYMES EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA**
- Fase del Proyecto: Ejecucion
- Actividad de Proyecto Formativo: Caracterizar el comportamiento del mercado realizando una investigación de acuerdo con objetivos organizacionales
- Competencia: **EVALUAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON OBJETIVOS COMERCIALES**
- Resultados de Aprendizaje:
 - ✓ **RAP 4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN**
 - ✓ Duración de la Guía de Aprendizaje: 96 horas

2. PRESENTACIÓN

El proceso de mercadeo no termina con la ejecución de estrategias; es indispensable realizar procesos de evaluación y validación para garantizar que los objetivos planteados se cumplan y se pueda retroalimentar la gestión comercial.

En esta guía de aprendizaje, el aprendiz desarrollará competencias para seleccionar y aplicar técnicas de evaluación de estrategias de mercadeo, identificar criterios, parámetros y variables, e interpretar indicadores de gestión. Además, se adentrará en la validación de resultados mediante



el uso de métricas como la tasa de retención, grado de satisfacción, ROI y otros indicadores clave, para finalmente elaborar informes que sirvan de soporte en la toma de decisiones empresariales.

La metodología propuesta articula el **aprendizaje autónomo**, la **discusión colaborativa** y la **práctica aplicada en entornos reales o simulados**, con el fin de que los aprendices logren interiorizar el proceso de evaluación y validación como parte fundamental del ciclo del plan de mercadeo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es)

3.1 Actividades de reflexión inicial: (4 horas)

- **Pregunta detonante:** ¿Qué pasa con una empresa que ejecuta planes de mercadeo sin evaluar los resultados?
- **Dinámica:** lluvia de ideas en grupos sobre estrategias de mercadeo que hayan conocido (éxitos o fallidas).
- **Producto:** cuadro de conclusiones con factores claves de éxito o fracaso.

Ambiente requerido: Aula convencional con internet.

Materiales: Tablero, marcadores, papelógrafos.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

- Aplicación de cuestionario diagnóstico sobre indicadores y métricas de mercadeo.
- Debate grupal sobre experiencias previas en planes de mercadeo en la región.
- Socialización de respuestas y construcción de un mapa conceptual colaborativo.

Ambiente requerido: Aula convencional con proyección.

Materiales: Cuestionarios impresos, computadores con acceso a internet.

Duración de la actividad: 6 horas.

3.3 Actividades de apropiación:

RAP 1 – Selección de técnica de evaluación de estrategias

- Taller: identificación de **criterios de evaluación** (eficacia, eficiencia, efectividad, productividad, competitividad).
- Actividad práctica: **comparar variables** de evaluación en diferentes planes de mercadeo.



- Ejercicio: **selección de indicadores de gestión** y construcción de un protocolo de evaluación.
- Elaboración de un **informe parcial** con interpretación de indicadores.

RAP 2 – Validación de resultados del plan de mercadeo

- Análisis de métricas: tasa de retención, grado de satisfacción, ROI.
- Aplicación de instrumentos de medición de satisfacción del cliente.
- Taller: construcción de un plan de contingencia para ajustar estrategias de mercadeo.
- Elaboración de un **informe de validación de resultados** con conclusiones y propuestas.

Ambiente requerido: Aula de informática con software ofimático.

Materiales: Computadores, acceso a plantillas de indicadores y software de análisis de datos.

Duración de la actividad: 60 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

- Proyecto en equipos: aplicar el proceso completo de evaluación y validación a un plan de mercadeo de una MIPYME real o simulada.
- Producto final: **informe completo de validación**, con gráficas, indicadores, conclusiones y recomendaciones.
- Socialización de resultados en plenaria.

Ambiente requerido: Aula de informática y aula convencional.

Materiales: Software de análisis de datos, presentaciones digitales.

Duración de la actividad: 26 horas.

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
	Caracterizar el comportamiento del mercado realizando una investigación de	Taller de criterios y variables de evaluación	Evidencia de Conocimiento: cuadro comparativo,	Reconoce criterios, variables y técnicas de evaluación.	Cuestionarios, listas de chequeo.



	acuerdo con objetivos organizacionales		protocolo de evaluación.		
		Aplicación de indicadores de mercadeo	Evidencia de Desempeño: selección e interpretación de indicadores.	Aplica correctamente indicadores de gestión y valida resultados.	Observación directa, lista de chequeo de desempeño.
		Proyecto grupal de validación	Evidencia de Producto: informe final de validación del plan de mercadeo.	Presenta un informe completo, claro y argumentado.	Lista de valoración de producto.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Evaluación:** Proceso sistemático para analizar estrategias y medir su impacto.
- **Indicador:** Variable cuantitativa o cualitativa que mide el avance hacia un objetivo.
- **Métrica:** Herramienta de medición en mercadeo (ej. ROI, satisfacción).
- **Productividad:** Relación entre los resultados obtenidos y los recursos utilizados.
- **ROI (Retorno sobre la Inversión):** indicador que mide rentabilidad de la inversión.
- **Auditoría de Mercadeo:** Evaluación integral del plan de mercadeo y sus estrategias.
- **Plan de Contingencia:** Estrategias alternativas para responder a desviaciones.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing*. Pearson.
- Sainz de Vicuña, J. M. (2017). *Plan de Marketing*. ESIC Editorial.
- Superintendencia de Industria y Comercio – (www.sic.gov.co).
- Mintic – Estrategias digitales de mercadeo.
- Recursos digitales SENA en gestión de mercadeo.



7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	LUIS CASARRUBIA	INSTRUCTOR	CABP	30/07/2025

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					





PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
- Código del Programa de Formación: 124101
- Nombre del Proyecto Formativo: ESTRUCTURACIÓN DE UN PLAN DE MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA MIPYMES EN EL DEPARTAMENTO DE CORDOBA
- Fase del Proyecto: PLANEACION
- Actividad de Proyecto Formativo: ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO
- Competencia: DEFINIR EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE ACUERDO CON LA CULTURA Y ESTRATEGIA CORPORATIVA
- Resultados de Aprendizaje: estructuras el brief de comunicación según especificaciones de la organización y comportamiento del segmento.





2. PRESENTACIÓN

El papel que en la actualidad juega la imagen para el consumidor influye ampliamente en su decisión de compra, es de vital importancia aplicar acciones del plan de merchandising en el canal de acuerdo con objetivos de mercadeo y normativa. Para una organización es esencial captar la atención del consumidor y diferenciarse de la competencia directa utilizando estrategias de visual merchandising en la comunicación en el punto de venta. Esto cobra sentido si se considera que el 64 % de los consumidores eligen el lugar para comprar sus productos en función de la experiencia global que la tienda ofrece, por lo tanto, el reto es cautivar al shopper en el punto de venta. (Dinero,2019) Adicional se debe estructurar el brief de comunicación según especificaciones de la organización y comportamiento del segmento, constituye una herramienta esencial para la comunicación entre el cliente y la empresa en el desarrollo de una campaña publicitaria exitosa.



3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Cognitivo:

- Identificar los elementos del Visual Merchandising teniendo en cuenta el espacio comercial

Actividades de reflexión inicial

1. La empresa italiana de ropa y accesorios Benetton presenta su video de Visual Merchandising en el siguiente enlace <https://youtu.be/LSAjUErsh5s> luego de verlo reflexione en 8 renglones sobre la importancia de exhibir los productos en el punto de venta.



Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

2. De forma individual responda las siguientes preguntas relacionadas con la temática. Imagine que se encuentra en un establecimiento distinguido dentro de un centro comercial.
 - a. ¿Antes de ingresar al establecimiento comercial hay algo que llama su atención?
 - b. ¿Cuáles considera son los principales elementos visuales que atraen al consumidor al punto de venta?
 - c. ¿Qué es lo que más le seduce en la exhibición?
 - d. ¿Qué tipo de mobiliario encuentra en una exhibición?



- e. ¿Cree usted que las tiendas en su ciudad tienen en cuenta la ergonometría para la realización de sus exhibiciones?
- f. ¿A partir de las dimensiones, el espacio físico, y volumen de los productos es necesario diseñar estrategias de acomodación de los mismos para conseguir una mejor presentación?
- g. ¿Siente que se están involucrando sus sentidos al ingresar al establecimiento comercial?
- h. ¿Considera que la presentación de los productos y servicios ayuda a mejorar la rentabilidad de una organización?

Actividades de apropiación del conocimiento

- 3. Leer detenidamente el Glosario de términos al final de la guía de aprendizaje, el instructor le asignara realizar en cartulinas media carta 3 dibujos creativos para la realización del Juego “Abracadabra Merchandising”, se dividen en grupos de 6 aprendices y ubicar las cartulinas en el tablero, los aprendices de otro grupo deben adivinar la palabra que corresponda al dibujo. Se elige un aprendiz responsable para la asignación de puntos, al sumarlos hay un ganador.
- 4. El instructor le facilitara un material “¿Que hacen los que más venden?” de Ricardo Palomares Borja, realizar un Mapa mental con la información suministrada. Deben realizarlo de forma creativa utilizando herramientas interactivas de diseño como Genially <https://app.genial.ly/> o Canva <https://www.canva.com/> al socializar con sus compañeros.
- 5. El instructor dará una charla magistral a modo de exposición sobre la temática merchandising, realizar de forma individual el Taller N°1. Si requiere investigar más se pueden apoyar en las bases de datos en el link de la biblioteca del Sena <http://biblioteca.sena.edu.co/> Para el ingreso su usuario y contraseña es el mismo número de su documento de identidad.
- 6. El instructor dará una charla magistral a modo de exposición sobre la temática visual merchandising, realizar de forma individual el Taller N°2. Si requiere investigar más se pueden apoyar en las bases de datos en el link de la biblioteca del Sena <http://biblioteca.sena.edu.co/> Para el ingreso su usuario y contraseña es el mismo número de su documento de identidad.



7. A través de una evidencia de conocimiento el instructor comprobara sus conocimientos con la técnica de evaluación respuesta a preguntas sobre la temática: merchandising, layout, visual, marketing sensorial y teoría del color.
8. A partir de la información suministrada por su instructor Como hacer un Brief y a partir de la socialización de la temática en su charla magistral realizar un abstract o resumen. Si requiere investigar más se pueden apoyar en las bases de datos en el link de la biblioteca del Sena <http://biblioteca.sena.edu.co/> Para el ingreso su usuario y contraseña es el mismo número de su documento de identidad.
9. Trabajo de campo. El instructor le dará un Instructivo para la realización de un trabajo de campo en uno de los centros comerciales de su ciudad, responda atentamente cada una de las preguntas.

Actividades Aprendizaje - Área Procedimental:

- Seleccionar estrategias de Visual Merchandising teniendo en cuenta los requerimientos de la organización
- Realizar diseño del punto de venta en 3D a partir de la distribución del espacio comercial
- Estructurar el plan de Merchandising para la distribución de productos en el punto de venta según objetivos de la organización
- Construir Brief de comunicación según el comportamiento del segmento objetivo

Actividades Aprendizaje - Área Valorativa:

- Evaluar el impacto ambiental de la exhibición a partir de políticas empresariales



Actividades de Transferencia del conocimiento

10. Basados en su proyecto productivo en Gaes o grupos de trabajo diseñe la distribución del espacio en el establecimiento comercial teniendo en cuenta las características, objetivos y tipo de negocio aplicando técnicas de animación 3D y Merchandising en el punto de venta según estrategias de exhibición planteadas. Es importante aplicar los principios de diseño, imagen corporativa y estrategias de mercadeo para la venta de productos o servicios. Se pueden apoyar en la realización del diseño en 3D en software de gestión en el punto de venta o herramientas gratuitas en internet como <https://home.by.me/es/> <https://es.floorplanner.com> entre otras.
 11. Realizar el Plan de Merchandising y el Brief de comunicación comercial para su proyecto productivo en grupos de trabajo, el instructor entregara un instrumento de evaluación con la información que debe contener el documento para su elaboración.
- Ambiente Requerido
 - Ambiente de aprendizaje con capacidad para 36 personas, mesas y sillas ergonómicas, propicios para el manejo de la comunicación asertiva
 - Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal con elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
 - Ambiente Virtual de aprendizaje: Sistema de gestión de aprendizaje (LMS), recursos educativos y biblioteca virtual
 - Materiales
 - Computadores, televisor e impresora láser. Marcadores borrables, pegante líquido, pegastic, cartulina surtida, papel iris, fomi, papel kimberly, cinta de enmascarar, cinta adhesiva transparente.

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Planeación	Estimar la demanda potencial y el plan de precios	Utilizar estrategias de precios en el plan de mercadeo a	Evidencias de conocimiento: Responde a preguntas como	identifica requerimientos del establecimiento comercial de	Valoracion del conocimiento -Cuestionario



	para el segmento de mercado teniendo en cuenta los objetivos del plan de mercadeo	partir del comportamiento del mercado y políticas de la organización	merchandising, layout visual marketing sensorial y teoría del color Evidencias de desempeño: Trabajo de campo -visual, merchandising y vitrinismo Evidencias de producto: Diseño del punto de venta en 3D Plan de merchandising y brief de comunicación comercial	acuerdo con políticas organizacionales selecciona estrategias de exhibición de acuerdo con comportamiento del consumidor elabora plan de exhibición según objetivos de la organización	Observación sistémica Trabajo de campo Guía para la realización de un diseño en 3D Valoración de un producto.
--	---	---	---	--	---



5. GLOSARIO DE TERMINOS

AIDA: Técnica de amplio uso en Merchandising utilizada para producir un efecto en los clientes, cuya sigla significa: Atención, interés, deseo y Acción.

BTL MARKETING: Mercadeo Bajo la Línea. Es cualquier forma creativa, pagada de llegar al consumidor, que se enfoca en medios directos de comunicación: correo directo, e-mail, y cualquier otra que utilizando listas bien segmentadas y escogidas de nombres, para maximizar la respuesta. Es el nuevo nombre de "Mercadeo Directo". En marketing, otros gastos que no corresponden a publicidad en medios ni a la producción de la misma (correo directo, exposiciones, demostraciones, material de punto de venta)

CAMPAÑA PUBLICITARIA: Conjunto de mensajes publicitarios organizados para determinados medios publicitarios (prensa, radio, televisión etc.) y planificados en el tiempo para alcanzar unos objetivos determinados.

DIAGRAMACIÓN: Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

DISPLAY: Término de origen inglés, que se utiliza para designar pequeños soportes contruidos con materiales diversos, que sirven para presentar algún producto o una muestra de él. Normalmente, se colocan en los escaparates de los establecimientos y a la entrada de los mismos. Existen diversos tipos de displays, los más tradicionales, son de carácter estático, otros tienen movimiento, mientras que los más modernos son de carácter audiovisual.

EXHIBICIÓN: Conversión de las características del producto en beneficios para el cliente.



EXHIBIDORES: Son soportes para la exhibición de productos, generalmente son adicionales para productos o marcas específicas o complementan la exhibición de las góndolas.

ISLA: Espacio en zona promocional con estibas o arrumes para ubicar mercancía del proveedor.

LAYOUT: Es utilizado en el marketing para aludir al diseño o disposición de ciertos productos y servicios en sectores o posiciones en los puntos de venta, corresponde a un croquis, esquema, o bosquejo de distribución de las piezas o elementos que se encuentran dentro de un diseño en particular, con el fin de presentarle dicho esquema a un cliente para venderle la idea.

MATERIAL POP: Corresponde a todos los implementos destinados a promocionar una empresa, que se entregan como regalos a los clientes.

MEDIOS PUBLICITARIOS: Son los diferentes canales impersonales de comunicación, a través de los cuales pueden transmitirse los mensajes publicitarios.

MENSAJE PUBLICITARIO: Conjunto de ideas que la empresa anunciante desea hacer llegar al público para conseguir sus objetivos.

MERCHANDISING: Técnicas utilizadas en el punto de venta para ganar rentabilidad y hacer atractivos los productos y el lugar de compra para los clientes, de tal forma que lo prefieran. Punto de encuentro entre el comercio y el Marketing. Incluye toda actividad desarrollada en un punto de venta, que pretende reafirmar o cambiar la conducta de compra, a favor de los artículos más rentables para el establecimiento. Los objetivos básicos del merchandising son: llamar la atención, dirigir al cliente hacia el producto, facilitar la acción de compra.

MERCHANDISING VISUAL: Tipo de Merchandising que se enfoca en estimular la compra por impulso.

MERCHANDISING DE GESTIÓN: Maneja rentabilidad de espacios, rotación de productos, categoría de productos, etc.

MERCHANDISING DE SEDUCCIÓN: Busca seducir al cliente a partir del uso de espacios de forma atractiva, que den placer o estimulen al cliente hacia la compra y aplicado en forma amplia en la tienda espectáculo.



OUTLET: Formatos o establecimientos dedicados a vender productos que son remanentes de inventarios de reconocidas marcas a precios inferiores a los que generalmente se ofrecen.

PLANIMETRÍA: Técnica que permite la distribución proporcional de los productos en el punto de venta y las góndolas.

PLANOGRAMA: Representaciones gráficas del lineal

PLAN DE MEDIOS: Resultado de la planificación de los medios de comunicación que se usarán en una campaña publicitaria. El documento en el que se muestra la planificación de medios

POP: (Point of Purchase) Material de apoyo en el punto de venta

PROMOCIÓN: Técnica cuyo objetivo es acercar el producto al consumidor.

PUBLICIDAD: Es una de las subfunciones o actividades del marketing, que puede definirse como “un proceso de comunicación de carácter impersonal y controlado que, a través de medios masivos, pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o institución, con objeto de informar e influir en su compra o aceptación”.

PUNTO DE COMPRA: Establecimientos donde los productos están al alcance del consumidor y cuya exhibición por sí misma, tiene poder de persuasión.

PUNTO DE VENTA: Lugar donde el cliente tiene contacto con personal que lo induce a la compra de un producto mediante técnicas adecuadas de persuasión.

PUNTOS CALIENTES: Zonas o áreas del punto de venta con gran acogida o donde los productos expuestos son superiores.

PUNTOS FRÍOS: Espacios dentro del punto de venta, con baja rotación de productos.

REBAJAS: Productos que se venden a precios reducidos por un tiempo, con respecto a otras épocas del año, generalmente se dan al principio de año o en épocas bajas de ventas.



STAND: Es el espacio dentro de una feria o salón en el que una empresa expone y presenta sus productos o servicios. El stand es un espacio identificador de cada empresa en el que se acoge a los visitantes y se realizan negociaciones comerciales. La cantidad de superficie escogida en el recinto ferial depende en gran medida del presupuesto asignado así como del tipo de producto o servicio que se quiere exponer y de los objetivos marcados para el evento. El stand debe constituir el espacio en que la empresa se presenta ante sus clientes y ante su competencia por lo que debe reflejar fielmente su filosofía e imagen corporativa constituyendo a su vez un entorno ameno y atractivo.

STOCK: Es la cantidad de mercadería que posee la empresa dispuesta para vender o en el depósito. Mientras más rápido mueve el stock y mientras menos cantidad de stock necesita más rápido se mueve el capital y más rentable es el local.

STORE CHECK: Reposición de productos en las góndolas o anaqueles, toma de inventarios, limpieza donde está colocado el producto, recolección de información promocional y de precios.

SUPERFICIE DE VENTA: Denominación que se utiliza para designar aquella parte de un establecimiento en la que las clientelas pueden moverse libremente para observar o tomar los productos que deseen adquirir. La superficie de venta comprende los escaparates, las vitrinas, las estanterías y los pasillos de circulación dentro del establecimiento.

TARGET: Es el tipo de personas a las que se dirige una campaña de publicidad, porque les pueda interesar el producto o servicio publicitado. También son las características de las personas que visitan un sitio web

TIENDA ESPECTÁCULO: Es un lugar o punto de compra, donde se le brindan a los consumidores o clientes diversas experiencias o sensaciones, (olores, colores, sonidos, etc.) Y tienen relación directa o indirecta con la compra. Algunos autores lo comparan con un teatro: La ambientación de la tienda es la escenografía, los empleados son actores y la clientela son los espectadores.

VISUAL MERCHANDISING: Es la disciplina que estudia la relación existente entre el objeto, el contexto en que éste se inserta y su imagen. Se aplica principalmente a los sectores de la moda y del diseño y representa un punto de contacto interdisciplinar entre el comercio, los principios de la percepción visual y la psicología cognitiva.



VITRINA: Parte de la fachada de un establecimiento de venta al público, que está cubierta con cristales para permitir ver los productos que se exponen en su interior. El escaparate es al mismo tiempo un lugar importante para la colocación de displays y otras formas publicitarias, influyendo de manera importante en la imagen del establecimiento.

VITRINAS AL EXTERIOR DEL ALMACÉN: Son espacios que se encuentran en la fachada del almacén y que se pueden observar desde la vía pública.

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

Prieto, J. (2018) Merchandising. Ed. 3. Bogotá. Ecoe Ediciones

Martínez, H. (2018) El arte de seducir: Merchandising. Bogotá. Ecoe Ediciones

Escrivá, J. (2005) Marketing en el punto de venta. Madrid. McGraw-Hill

Best, R. (2007) Marketing estratégico. 4 Ed. Madrid. Prentice Hall

Kotler, P; Armstrong, G. (2017). Marketing. Ed.16. México. Pearson

Manzano, R; Gavilán, D. (2012) Marketing sensorial: Comunicar los sentidos en el punto de venta. Madrid. Prentice Hall

Gianella, A. (2013) Visual merchandising o el amor a primera vista. Ediciones de la U.

Morgan, T. (2016) Visual Merchandising: escaparates e interiores comerciales. Ed. 3. Editorial Gustavo Gili

Prieto, J (2009) Merchandising, la seducción en el punto de venta. Bogotá. Ecoe Ediciones

Palomares, R. (2012) Marketing en el punto de venta: 100 ideas clave para vender más. Madrid. Editorial ESIC.



Palomares, R. (2009). Merchandising Teoría, práctica y estrategia. Madrid Editorial ESIC.

Yate, A. (2012) Material POP. Publicidad en el punto de venta. Bogotá. Ecoe Ediciones

Estrella, A. (2018) Comunicación integrada de marketing. Madrid. Esic Editorial.

O'guinn, T. (2013) Publicidad y promoción integral de marca. Ed. 6. Cengage Learning.

Hoyos, R. (2016) Branding el arte de marcar corazones. Bogotá. Ecoe ediciones

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	MAUREN GOMEZ	INSTRUCTOR	CABP	15/09/2025

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	SERGIO HERNANDEZ	INSTRUCTOR	CABP	01/11/2025	Ajustes de actualización

0,00



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendimiento y Fomento Empresarial
- **Código del Programa de Formación:** 134102
- **Nombre del Proyecto Formativo (si aplica):**
- **Fase del Proyecto (si aplica):**
- **Actividad de Proyecto Formativo (si aplica):**
- **Competencia:** EVALUAR SOLICITUDES FINANCIERAS DE ACUERDO CON TIPO DE PRODUCTO Y MANUAL TÉCNICO
- **Resultados de Aprendizaje:**
 - RAP3. RECONOCER LOS REQUISITOS Y TRÁMITES PARA LA FINANCIACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.
- **Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 144**

2. PRESENTACIÓN

Esta guía tiene como finalidad que el aprendiz desarrolle las competencias necesarias para identificar, analizar y verificar los requisitos técnicos, financieros, jurídicos y administrativos exigidos para la financiación de un plan de negocios, de acuerdo con el tipo de producto financiero y los manuales técnicos de las entidades financieras.

Durante el proceso formativo se abordarán los aspectos clave relacionados con las fuentes de financiación, los documentos requeridos, los criterios de evaluación crediticia, la capacidad de pago, el análisis del riesgo y la viabilidad financiera de los emprendimientos.

El desarrollo de la guía permite al aprendiz comprender el proceso de evaluación de solicitudes financieras, interpretar la información económica del negocio y sustentar técnicamente la solicitud de recursos ante entidades financieras, programas de fomento y otras fuentes de financiación.



3. CONTENIDO DE LOS TEMAS

UNIDAD 1 – FUNDAMENTOS DE LA FINANCIACION EMPRESARIAL

Concepto de financiación empresarial: Definición, importancia y objetivos de la financiación en el desarrollo del plan de negocios.

Tipos de financiación: Financiación propia y financiación externa; corto, mediano y largo plazo.

Fuentes de financiación: Entidades financieras, cooperativas, fondos de empleados, programas estatales, inversionistas privados y capital semilla.

Productos financieros: Crédito comercial, crédito de fomento, microcrédito, leasing, factoring, líneas especiales para emprendimientos.

UNIDAD 2 – REQUISITOS Y TRAMITES PARA LA FINANCIACION

Requisitos generales para la financiación: Documentación legal, financiera y administrativa exigida por las entidades financieras.

Documentos soporte del plan de negocios: Registro mercantil, RUT, estados financieros, flujos de caja, presupuestos y proyecciones.

Trámites ante entidades financieras: Radicación de solicitudes, estudios preliminares, verificación de información y tiempos de respuesta.

Manual técnico de crédito: Concepto, estructura y criterios utilizados por las entidades para la evaluación de solicitudes financieras.

UNIDAD 3 – ANALISIS FINANCIERO DE LA SOLICITUD

Capacidad de pago: Concepto, cálculo e interpretación de ingresos, egresos y flujos de efectivo.

Endeudamiento: Indicadores básicos, nivel de riesgo y relación deuda-ingresos.

Garantías: Tipos de garantías, respaldo patrimonial y avales exigidos por las entidades.

Riesgo crediticio: Concepto, clasificación y factores que influyen en la decisión de aprobación o rechazo.

UNIDAD 4 – EVALUACION Y SUSTENTACION DE LA SOLICITUD FINANCIERA

Evaluación integral del plan de negocios: Análisis técnico, financiero y económico.

Criterios de aprobación: Coherencia del proyecto, viabilidad financiera y cumplimiento de requisitos.

Elaboración del expediente financiero: Organización y presentación de la documentación requerida.

Sustentación de la solicitud: Argumentación técnica y financiera ante entidades de financiación.

4. FORMULACION DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

4.1 ACTIVIDADES DE REFLEXION INICIAL

Debate guiado: Importancia de la financiación para el crecimiento de un emprendimiento.

Propósito: Identificar conocimientos previos sobre acceso a recursos financieros.

Lluvia de ideas: Experiencias personales o conocidas en solicitudes de crédito o financiación.

Propósito: Reconocer percepciones y dificultades comunes en el acceso al crédito.



4.2 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACION

Análisis de casos reales: Revisión de casos de emprendimientos financiados y no financiados.

Propósito: Identificar causas de aprobación o rechazo.

Lectura guiada de manuales técnicos: Análisis de criterios usados por entidades financieras.

Propósito: Comprender los lineamientos técnicos de evaluación.

4.3 ACTIVIDADES DE APROPIACION

Taller de identificación de requisitos: Clasificación de documentos exigidos para una solicitud financiera.

Propósito: Reconocer requisitos legales, financieros y administrativos.

Simulación de evaluación crediticia: Análisis de una solicitud financiera ficticia.

Propósito: Aplicar criterios técnicos de evaluación.

Ejercicio de cálculo financiero: Determinación de capacidad de pago y endeudamiento.

Propósito: Fortalecer el análisis financiero del plan de negocios.

4.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA

Caso integral aplicado: Elaboración y evaluación completa de una solicitud de financiación para un plan de negocios.

Propósito: Integrar conocimientos y habilidades adquiridas.

Exposición final: Sustentación técnica de la solicitud financiera ante el grupo.

Propósito: Desarrollar habilidades argumentativas y de evaluación.

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

Fase	Actividad del Proyecto	Actividad de Aprendizaje	Evidencia	Criterio de Evaluación	Técnica/Instrumento
Planeación y diagnóstico	Identificación de fuentes y requisitos de financiación	Reconocimiento de requisitos y trámites para la financiación del plan de negocios según tipo de producto financiero	Informe escrito de requisitos de financiación	Identifica correctamente los requisitos y trámites exigidos por las entidades financieras	Lista de chequeo



Desarrollo	Preparacion de informacion financiera del plan de negocios	Reconocimiento de requisitos y tramites para la financiacion del plan de negocios segun tipo de producto financiero	Expediente financiero organizado	Identifica correctamente los requisitos y tramites exigidos por las entidades financieras	Observación directa, rúbrica
Implementación	Evaluacion de la solicitud financiera	Analisis de capacidad de pago endeudamiento y riesgo crediticio	Formato de analisis financiero	Aplica criterios financieros para la evaluacion de solicitudes	Rúbrica de desempeño
Evaluación y mejora	Sustentacion de la solicitud de financiacion	Presentacion tecnica de la solicitud financiera del plan de negocios	Exposición y análisis final	Sustenta tecnica y normativamente la solicitud financiera	Rúbrica de presentación

5. Glosario Ampliado

- Analisis financiero: proceso mediante el cual se evalua la informacion economica y financiera de un plan de negocios para determinar su viabilidad, capacidad de pago y nivel de riesgo.

Capacidad de pago: habilidad financiera de una persona o empresa para cumplir oportunamente con las obligaciones derivadas de un credito, segun sus ingresos, egresos y flujo de caja.

Credito: operacion financiera mediante la cual una entidad entrega recursos economicos a un solicitante, bajo condiciones de plazo, tasa de interes y garantias.

Endeudamiento: nivel de compromiso financiero de una persona o empresa, determinado por la relacion entre sus deudas y su capacidad economica.

Estados financieros: informes que presentan la situacion economica y financiera de un negocio, utilizados por las entidades financieras para evaluar solicitudes de financiacion.

Evaluacion de solicitud financiera: proceso tecnico mediante el cual una entidad analiza los requisitos, documentos y condiciones de un plan de negocios para decidir su aprobacion o rechazo.

Expediente financiero: conjunto organizado de documentos legales, financieros y administrativos que soportan una solicitud de financiacion.



Financiación: obtención de recursos económicos propios o externos destinados a la creación, operación o crecimiento de un negocio.

Flujo de caja: registro y proyección de los ingresos y egresos de dinero de un negocio, utilizado para medir la liquidez y la capacidad de pago.

Fuentes de financiación: entidades o mecanismos a través de los cuales se obtienen recursos económicos, como bancos, cooperativas, programas estatales e inversionistas.

Garantía: respaldo económico o patrimonial exigido por una entidad financiera para asegurar el cumplimiento de una obligación crediticia.

Manual técnico de crédito: documento interno de las entidades financieras que establece los criterios, requisitos y procedimientos para la evaluación de solicitudes de financiación.

Plan de negocios: documento que describe la idea empresarial, el modelo de negocio, el análisis financiero y las proyecciones necesarias para solicitar financiación.

Producto financiero: servicio ofrecido por las entidades financieras para otorgar recursos, como créditos, microfinanciación, leasing o líneas de fomento.

Requisitos de financiación: conjunto de documentos y condiciones exigidas para acceder a un producto financiero, según el tipo de crédito.

Riesgo crediticio: posibilidad de que el solicitante no cumpla con las obligaciones de pago pactadas en una operación de financiación.

Solicitud financiera: documento formal mediante el cual se presenta a una entidad financiera la petición de recursos para el desarrollo del plan de negocios.

Sustentación financiera: presentación técnica y argumentada de la solicitud de financiación, basada en información económica, financiera y normativa.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Congreso de la república de Colombia. Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro pequeñas y medianas empresas.

Congreso de la república de Colombia. Ley 905 de 2004. Por la cual se modifica la ley 590 de 2000 y se dictan otras disposiciones.

Congreso de la república de Colombia. Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.



Dirección de impuestos y aduanas nacionales. Normatividad tributaria vigente aplicable a los emprendimientos. Colombia.

Ministerio de comercio industria y turismo. Guía para la formulación y financiación de planes de negocio en Colombia. Bogotá.

Superintendencia financiera de Colombia. Régimen de protección al consumidor financiero y lineamientos para el otorgamiento de crédito.

Banco de desarrollo empresarial de Colombia Bancoldex. Líneas de financiación para emprendedores y microempresas.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	LUIS DANIEL CASARRUBIA	INSTRUCTOR	CABP	06/08/2025

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: LUIS DANIEL CASARRUBIA MARTINEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL

FECHA INICIAL: 01/11/2025 00:00:00

FECHA FINAL: 15/12/2025 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA 3193341 - EMPRENDIMIENTO Y FOMENTO EMPRESARIAL
DE APRENDIZAJE:

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Dirigir procesos organizacionales según modelo de gestión
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** EVALUAR SOLICITUDES FINANCIERAS DE ACUERDO CON TIPO DE PRODUCTO Y MANUAL TÉCNICO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RAP1. IDENTIFICAR EL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO SEGÚN LA NORMATIVIDAD VIGENTE.

RAP2. SELECCIONAR LOS PRODUCTOS FINANCIEROS TENIENDO EN CUENTA LOS REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.

RAP3. RECONOCER LOS REQUISITOS Y TRÁMITES PARA LA FINANCIACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Planear producción de acuerdo con sistema productivo y métodos técnicos
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Prospeccionar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 96H

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.

24020152801 IDENTIFICAR SITUACIONES PROBLEMÁTICAS ASOCIADAS A SUS NECESIDADES DE CONTEXTO APLICANDO PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS

24020152802 PLANTEAR PROBLEMAS ARITMÉTICOS, GEOMÉTRICOS Y MÉTRICOS DE ACUERDO CON LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL

24020152803 SOLUCIONAR PROBLEMAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL APLICANDO PRINCIPIOS MATEMÁTICOS

24020152804 VERIFICAR LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS CONFORME CON LOS REQUERIMIENTOS DE LOS DIFERENTES CONTEXTOS.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Reconocer recursos financieros de acuerdo con política y normativa contable
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Registrar información de acuerdo con normativa y procedimiento técnico
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

**FICHA
DE APRENDIZAJE:**

3314613 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Formular el plan según objetivos y metodologías

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Orientar investigación formativa según referentes técnicos
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 96H

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.

24020152801 IDENTIFICAR SITUACIONES PROBLEMÁTICAS ASOCIADAS A SUS NECESIDADES DE CONTEXTO APLICANDO PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS

24020152802 PLANTEAR PROBLEMAS ARITMÉTICOS, GEOMÉTRICOS Y MÉTRICOS DE ACUERDO CON LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL

24020152803 SOLUCIONAR PROBLEMAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL APLICANDO PRINCIPIOS MATEMÁTICOS

24020152804 VERIFICAR LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS CONFORME CON LOS REQUERIMIENTOS DE LOS DIFERENTES CONTEXTOS.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

**FICHA
DE APRENDIZAJE:**

3353033 - PROCESAMIENTO DE DERIVADOS LACTEOS.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR PROCESO TERMICO SEGÚN PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO Y NORMAS VIGENTES
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Despachar la mercancía según normativa de cargue y solicitud de pedido
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FERMENTAR LECHE SEGÚN PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y NORMATIVA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: HIGIENIZAR PLANTA DE ALIMENTOS SEGÚN PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y NORMATIVA SANITARIA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Producir quesos según ficha técnica y manual operativo

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.

24020152801 IDENTIFICAR SITUACIONES PROBLEMÁTICAS ASOCIADAS A SUS NECESIDADES DE CONTEXTO APLICANDO PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS

24020152802 PLANTEAR PROBLEMAS ARITMÉTICOS, GEOMÉTRICOS Y MÉTRICOS DE ACUERDO CON LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL

24020152803 SOLUCIONAR PROBLEMAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL APLICANDO PRINCIPIOS MATEMÁTICOS

24020152804 VERIFICAR LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS CONFORME CON LOS REQUERIMIENTOS DE LOS DIFERENTES CONTEXTOS.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 32,00

**FICHA
DE APRENDIZAJE:**

3066298 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Formular el plan según objetivos y metodologías

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Orientar investigación formativa según referentes técnicos
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 96H

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.

RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.

24020152801 IDENTIFICAR SITUACIONES PROBLEMÁTICAS ASOCIADAS A SUS NECESIDADES DE CONTEXTO APLICANDO PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS

24020152802 PLANTEAR PROBLEMAS ARITMÉTICOS, GEOMÉTRICOS Y MÉTRICOS DE ACUERDO CON LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL

24020152803 SOLUCIONAR PROBLEMAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO Y SOCIAL APLICANDO PRINCIPIOS MATEMÁTICOS

24020152804 VERIFICAR LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS CONFORME CON LOS REQUERIMIENTOS DE LOS DIFERENTES CONTEXTOS.

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 48,00

**FICHA
DE APRENDIZAJE:**

3176822 - COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** ALMACENAR PRODUCTOS ALIMENTICIOS SEGÚN NATURALEZA DEL PRODUCTO Y TÉCNICAS DE ALMACENAMIENTO
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** CONTROLAR LOS PRODUCTOS EN LA CADENA EN FRIO DE ACUERDO A LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPULSAR LAS VENTAS EN EL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE VENTAS.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR CON CLIENTES DE ACUERDO CON POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROCESAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES Y PARÁMETROS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

INTERPRETAR LA INFORMACIÓN CONSOLIDADA POR PROCESOS DEL PERÍODO SEÑALADO, SEGÚN INSTRUCTIVO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RECIBIR PRODUCTOS ALIMENTICIOS E INSUMOS SEGÚN FICHA TÉCNICA
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 168,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT's

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS
TOTAL TIEMPO EDT's:				0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:			0,00

INSTRUCTOR: LUIS DANIEL CASARRUBIA MARTINEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL