		Versión: 04
		Código: GFPI-F-134

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica

Fecha de Elaboración	**25 DE FEBRERO DE 2026**
Denominación del Programa de Formación	**EMPRENDIMIENTO Y FOMENTO EMPRESARIAL**
Modalidad de Formación	**PRESENCIAL**
Código y versión del Programa de Formación	**134102 V 1**
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**DISEÑO Y FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO CON ENFOQUE EMPRESARIAL EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA.**
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**3460631**

Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos** **BRENDA W. MEDINA CASTRO**	**Regional y Centro de formación** **CAUCA - COMERCIO Y SERVICIOS**
	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)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			OBSERVACIONES
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
INDUCCION	DESARROLLAR EL PROCESO DE INDUCCIÓN	Resultado de Aprendizaj	**IDENTIFICAR LA DINÁMICA ORGANIZACIONAL DEL SENA Y EL ROL DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DE ACUERDO CON SU PROYECTO DE VIDA Y EL DESARROLLO PROFESIONAL**	MISIÓN, VISIÓN, HISTORIA INSTITUCIONAL, OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL, PRINCIPIOS ÉTICOS, VALORES Y PROCEDERES ÉTICOS. ELEMENTOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL: ESCUDO, BANDERA, LOGO SÍMBOLO, HIMNO, ESCARAPELAS. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA, POLÍTICAS DE BIENESTAR A APRENDICES Y NORMAS DE CONVIVENCIA INTERNA: ALTERNATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LA ETAPA PRODUCTIVA, ETAPAS DE LA FORMACIÓN, REGLAMENTO DEL APRENDIZ. FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL: CONCEPTO, PRINCIPIOS Y CARACTERÍSTICAS. TIPOS DE OFERTA DE	IDENTIFICAR EL DESARROLLO HISTÓRICO DEL SENA. IDENTIFICAR LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL SENA. DESCRIBIR LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA IMAGEN CORPORATIVA DEL SENA. IDENTIFICAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA ENTIDAD. DESCRIBIR LAS NORMAS DE CONVIVENCIA QUE REGULAN EL COMPORTAMIENTO DEL APRENDIZ, DURANTE EL PROCESO DE FORMACIÓN. DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DEL SENA. DIFERENCIAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL.	RECONOCE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL Y LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y FORMATIVOS. IDENTIFICA LOS COMPONENTES Y ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL SEGÚN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN Y SU PERFIL COMO APRENDIZ DEL SENA. INCORPORA A SU PROYECTO DE VIDA LAS OPORTUNIDADES OFRECIDAS POR EL SENA.	JUEGO DE ROLES, EXPOSICIONES Y ESTUDIO DE CASOS	24	24		SALA DE INFORMATICA	EQUIPOS DE COMPUTO, CARTULINA, MACADORES	BRENDA MEDINA	

Copia no controlada

PLANEACIÓN	CARACTERIZACIÓN DELMERCADO OBJETIVO Y ELABORACIÓN DEL PERFIL DEL CLIENTE.	**Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas**	**IDENTIFICAR EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO PROPUESTO.**	MERCADO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, ELEMENTOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. OFERTA: CONCEPTO, ELEMENTOS, CARACTERÍSTICAS. FUENTES DE INFORMACIÓN: PRIMARIAS, SECUNDARIA, CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, TIPOS, TÉCNICAS, HERRAMIENTAS. SEGMENTACIÓN: HERRAMIENTAS, VARIABLES DE SEGMENTACIÓN, TAMAÑO DE MERCADO, MERCADO OBJETIVO. CLIENTES: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, NECESIDADES, REQUERIMIENTOS, RECURSOS, PERFIL. COMPETENCIA: CONCEPTO, ANÁLISIS, COMPETENCIA DIRECTA, COMPETENCIA INDIRECTA, TÉCNICAS, HERRAMIENTAS.	RECONOCER LA OFERTA DEL ENTORNO DE MERCADO. IDENTIFICAR LAS FUENTES DE INFORMACIÓN. SELECCIONAR LAS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. APLICAR HERRAMIENTAS DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES Y MERCADO OBJETIVO. IDENTIFICAR EL PERFIL DE LOS CLIENTES. DESCRIBIR LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA.	CARACTERIZA LOS SEGMENTOS DEL MERCADO DE ACUERDO CON LA INVESTIGACIÓN DESARROLLADA. DESCRIBE LAS NECESIDADES, REQUERIMIENTOS, RECURSOS Y PERFIL DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO. RELACIONA LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO PROPUESTO.	Analizar el impacto de la atención al cliente en la competitividad empresarial a través de la observación de videos y situaciones reales de servicio. Interpretar la normatividad vigente, los manuales de servicio y los protocolos de etiqueta empresarial para establecer el marco legal y corporativo de la organización. Diagnosticar la calidad del servicio en una organización específica y diseñar un informe técnico que incluya planes de mejora estratégica y protocolos de atención	96	24	Aprendizaje Basado en Problemas (Utilizar los Estudios de Caso para que los aprendices resuelvan conflictos críticos de servicio al cliente, aplicando la normatividad vigente.) Simulación de Roles (Practicar las Guías de etiqueta y protocolo mediante simulaciones de atención presencial y telefónica, permitiendo la reflexión crítica sobre el desempeño)	sala de informatica	equipos d e computo, carteleras, e internet	BRENDA MEDINA	
			PREPARAR LA MEZCLA DE MERCADEO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN EL MODELO	MERCADEO: CONCEPTO, ESTRATEGIA, OBJETIVOS, POLÍTICAS, PLAN DE ACCIÓN, POSICIONAMIENTO,INDICADORES, METAS. MEZCLA DE MERCADEO: CONCEPTO, COMPONENTES, CARACTERÍSTICAS, INDICADORES, METAS. PRODUCTO: CONCEPTO, VARIABLES, CICLO DE VIDA, EMPAQUE, MARCA, CALIDAD, SERVICIOS ADICIONALES, LÍNEA, FICHA TÉCNICA. PRECIO: CONCEPTO, VARIABLES, POLÍTICAS, MÉTODOS Y FACTORES PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS. PLAZA: CONCEPTO, CANALES DE DISTRIBUCIÓN, TIPOS, ELEMENTOS, INTERMEDIARIOS, LOGÍSTICA O DISTRIBUCIÓN FÍSICA, TÉRMINOS PARA LA NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL. RELACIONES PÚBLICAS. SERVICIO AL CLIENTE: CONCEPTO, SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE, PROTOCOLOS.	IDENTIFICAR LOS COMPONENTES DE LA MEZCLA DE MERCADEO PARA EL MODELO DE NEGOCIO PROPUESTO. PROPONER LAS ESTRATEGIAS PARA LA MEZCLA DE MERCADEO.	RECONOCE LOS COMPONENTES DE LA MEZCLA DE MERCADEO DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS TÉCNICOS. REALIZA LAS ESTRATEGIAS PARA LA MEZCLA DE MERCADEO DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIOS.							
			VERIFICAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS METAS FIJADAS EN LA MEZCLA DE MERCADEO.	POSTVENTA: CONCEPTO, ELEMENTOS, CRITERIOS, TÉCNICAS, HERRAMIENTAS. MONITOREO: CONCEPTO, MÉTRICAS, HERRAMIENTAS.	RECONOCER LOS CRITERIOS PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.	RECONOCE LOS CRITERIOS PARA LA VALIDACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE							
			ORGANIZAR LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE ACUERDO CON LOS RECURSOS, ACTIVIDADES CLAVES Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.	**PRODUCCIÓN**: CONCEPTO, ELEMENTOS, FACTORES, CARACTERÍSTICAS. **PROCESOS**: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CALIDAD, TECNOLOGÍA DISPONIBLE, RECURSOS, ENTRADAS, SALIDAS, NORMATIVIDAD TÉCNICA. **DIAGRAMAS**: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, SIMBOLOGÍA, HERRAMIENTAS.	RELACIONAR LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA. RECONOCER LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO. PREPARAR EL DIAGRAMA DE PROCESOS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.	DESCRIBE EL PROCESO PRODUCTIVO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO APLICANDO LA NORMATIVIDAD TÉCNICA REQUERIDA.		144					

		Planear producción de acuerdo con sistema productivo y métodos técnicos	**PREPARAR LA ESTRUCTURA DE COSTOS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO, TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS SELECCIONADAS.**	COSTOS: CONCEPTO, ELEMENTOS, CLASIFICACIÓN, UNIDADES DE MEDIDA. COSTOS DIRECTOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES. COSTOS INDIRECTOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES. GASTOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, CARACTERÍSTICAS COSTO TOTAL: CONCEPTO, COMPONENTES, CÁLCULO, HOJA DE COSTOS. PRECIO DE VENTA: CONCEPTO, ELEMENTOS. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN: CONCEPTO, ELEMENTOS. PUNTO DE EQUILIBRIO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, ELEMENTOS. CÁLCULOS MATEMÁTICOS: DESCRIPCIÓN, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, FÓRMULAS.	IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE MATERIA PRIMA, INSUMOS Y MANO DE OBRA. CLASIFICAR LOS ELEMENTOS DEL COSTO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO. REALIZAR LOS COSTOS DE LA MATERIA PRIMA, INSUMOS Y MANO DE OBRA DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO. DETERMINAR EL PRECIO DE VENTA, MARGEN DE CONTRIBUCIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.	DETERMINA EL COSTO TOTAL DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO CUMPLIENDO LAS TÉCNICAS SELECCIONADAS. ESTIMA EL PRECIO DE VENTA, MARGEN DE CONTRIBUCIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO, DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS TÉCNICOS.								
			VERIFICAR LA CAPACIDAD INSTALADA DE LOS RECURSOS CLAVES DE ACUERDO CON LA NORMATIVIDAD TÉCNICA VIGENTE.	CAPACIDAD: CONCEPTO, CAPACIDAD INSTALADA, MAQUINARIA Y EQUIPO, MATERIALES, INFRAESTRUCTURA FÍSICA, TECNOLOGÍA, DISTRIBUCIÓN EN PLANTA, PLANOS, HERRAMIENTAS.	ELABORAR EL PLANO DE DISTRIBUCIÓN EN PLANTA. DETERMINAR LA CAPACIDAD INSTALADA DE LOS RECURSOS CLAVES Y TECNOLOGÍA DISPONIBLE. AJUSTAR LOS REQUERIMIENTOS DE LA CAPACIDAD INSTALADA.	RECONOCE LA CAPACIDAD INSTALADA DE LOS RECURSOS CLAVES CUMPLIENDO CON LOS CRITERIOS TÉCNICOS ESTABLECIDOS PARA EL MODELO DE NEGOCIOS. RESUELVE LAS SOLICITUDES TÉCNICAS PARA LA OPERACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS.								
ANALISIS	ACTIVIDAD 1: IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS HECHOS ECONÓMICOS BÁSICOS DE LA EMPRESA SIMULADA.	**SELECCIONAR LOS PRODUCTOS FINANCIEROS TENIENDO EN CUENTA LOS REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.**		SISTEMA FINANCIERO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, FUNCIONES, ESTRUCTURA, ENTIDADES DE CONTROL Y VIGILANCIA, POLÍTICAS DE CRÉDITO, NORMATIVIDAD FINANCIERA. CENTRALES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, TIPO DE CONSULTAS, PROCEDIMIENTOS, CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN, NORMAS DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN, TRATAMIENTO DE DATOS.	RECONOCER LAS POLÍTICAS Y NORMAS DEL SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO. RELACIONAR LAS FUNCIONES DE LAS ENTIDADES QUE CONFORMAN EL SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO.	DESCRIBE EL FUNCIONAMIENTO Y LAS POLÍTICAS QUE INTEGRAN EL SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO.		48						
		EVALUAR SOLICITUDES FINANCIERAS DE ACUERDO CON TIPO DE PRODUCTO Y MANUAL TÉCNICO	**FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO SEGÚN LA NORMATIVIDAD VIGENTE.**	PRODUCTOS FINANCIEROS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASIFICACIÓN, PORTAFOLIO, NORMATIVIDAD. CAPITAL SEMILLA: CONCEPTO, FUENTES DE FINANCIACIÓN, REQUERIMIENTOS, TRÁMITES, CONDICIONES, GARANTÍAS, POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS, NORMATIVIDAD, RUBROS. CRÉDITOS: CONCEPTO, MODALIDADES, REQUERIMIENTOS, TRÁMITES, CONDICIONES, GARANTÍAS, PÓLIZA DE SEGUROS, TASAS, INTERESES, POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS, RUBROS, NORMATIVIDAD.	IDENTIFICAR PRODUCTOS DE AHORRO Y FINANCIACIÓN OFRECIDOS POR LAS ENTIDADES BANCARIAS. CLASIFICAR EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS FINANCIEROS PARA EL EMPRENDIMIENTO Y CREACIÓN DE EMPRESAS.	ORGANIZA LOS PRODUCTOS FINANCIEROS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INVERSIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.							
			RECONOCER LOS REQUISITOS Y TRÁMITES PARA LA FINANCIACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.	SOLICITUDES FINANCIERAS: TIPOS, FORMATOS, REQUISITOS, PROCEDIMIENTOS, INDICADORES TIR, VAN, PRI, TRÁMITES.	MONITOREAR LOS REQUERIMIENTOS PARA LA FINANCIACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS. VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS Y TRÁMITES PARA LAS SOLICITUDES FINANCIERAS. RESOLVER LAS SOLICITUDES DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS.	VERIFICA LOS REQUISITOS Y TRÁMITES DE LAS SOLICITUDES FINANCIERAS CUMPLIENDO CON LAS POLÍTICAS DE FINANCIACIÓN DE LA ENTIDAD BANCARIA. REVISA LAS SOLICITUDES FINANCIERAS TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE CRÉDITO ESTABLECIDAS POR LAS ENTIDADES BANCARIAS.							
		Dirigir procesos organizacionales según modelo de gestión	**1 PREPARAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL TENIENDO EN CUENTA LOS RECURSOS Y ACTIVIDADES CLAVES DEL MODELO DE NEGOCIOS.**	**ADMINISTRACIÓ**N: CONCEPTO, PROCESOS ADMINISTRATIVOS, PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN, CONTROL, CULTURA ORGANIZACIONAL, HERRAMIENTAS. **ORGANIGRAMAS**: CONCEPTO, CLASES, CARACTERÍSTICAS, ÁREAS FUNCIONALES O CLAVES, ROLES, FUNCIONES, HERRAMIENTAS. **PROCESOS:** CONCEPTO, COMPONENTES, METODOLOGÍA, TIPOLOGÍA, DESCRIPCIÓN, DIAGRAMAS, SIMBOLOGÍA, HERRAMIENTAS.	1 IDENTIFICAR LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y CONTROL. 2 DETERMINAR EL ORGANIGRAMA DEL MODELO DE NEGOCIO. 3 ORGANIZAR EL MAPA DE PROCESOS.	DESCRIBE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL REQUERIDA POR EL MODELO DE NEGOCIOS DE ACUERDO CON LOS RECURSOS Y LAS ACTIVIDADES CLAVES.		96						

	DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ELABORACIÓN DEL ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.	**Dirigir procesos organizacionales según modelo de gestión**	2 ELABORAR EL ESTRATÉGICO A PARTIR DE LOS CRITERIOS PLANTEADOS EN LA PROPUESTA DE VALOR DEL MODELO DE NEGOCIOS.	**DIAGNÓSTICO**: CONCEPTO, TIPOS, ELEMENTOS, MATRICES, HERRAMIENTAS. **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**: CONCEPTO, COMPONENTES, METODOLOGÍA, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y PRINCIPIOS CORPORATIVOS, POLÍTICAS, HERRAMIENTAS.	1 REALIZAR LA MATRIZ DE DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN. 2 SELECCIONAR LA METODOLOGÍA ADECUADA PARA LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. 3 EMPLEAR LAS HERRAMIENTAS REQUERIDAS PARA LA ELABORACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y PRINCIPIOS CORPORATIVOS.	APLICA LA MATRIZ DE DIAGNÓSTICO CUMPLIENDO CON LOS CRITERIOS TÉCNICOS Y LA METODOLOGÍA SELECCIONADA. ORGANIZA EL PLAN ESTRATÉGICO TENIENDO EN CUENTA EL MODELO DE NEGOCIO PROPUESTO								
			3 RECONOCER EL TALENTO HUMANO REQUERIDO PARA LAS ACTIVIDADES CLAVES PROPUESTAS EN EL MODELO DE NEGOCIOS.	**TALENTO HUMANO:** CONCEPTO, ANÁLISIS DE CARGOS, PERFILES, ESTRUCTURA SALARIAL, HERRAMIENTAS. **MANUALES**: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES, RESPONSABILIDADES, NORMATIVIDAD LABORAL,	1 VERIFICAR LOS PERFILES, CARGOS Y ESTRUCTURA SALARIAL NECESARIA PARA LA OPERACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS. 2 RECONOCER LAS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL TALENTO HUMANO. 3 AJUSTAR LOS REQUERIMIENTOS DEL EQUIPO DE TRABAJO.	DETERMINA LOS PERFILES, CARGOS Y ESTRUCTURA SALARIAL REQUERIDOS PARA LAS ACTIVIDADES CLAVES DEL MODELO DE NEGOCIOS. VALIDA LAS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL TALENTO HUMANO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN ESTRATÉGICO. RESUELVE LAS NECESIDADES DEL TALENTO HUMANO CUMPLIENDO LOS CRITERIOS TÉCNICOS Y NORMATIVIDAD LABORAL VIGENTE.								
EJECUCION		Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	APLICAR EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE ACUERDO CON REFERENTES CONCEPTUALES Y RETOS PERSONALES Y PRODUCTIVOS.	EMPRENDEDOR: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, COMPORTAMIENTO, COMPETENCIAS. RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA: CONCEPTO, DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD.	IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR. ASOCIAR LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR CON RETOS PERSONALES Y PRODUCTIVOS.	RELACIONA LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE ACUERDO CON RETOS PERSONALES Y PRODUCTIVOS.		192						
			DETERMINAR RETO DE INNOVACIÓN DE ACUERDO CON MOTIVACIONES Y POTENCIALIDADES DEL ENTORNO.	CREATIVIDAD: CONCEPTO, TÉCNICAS, HERRAMIENTAS. INNOVACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, CICLO DE VIDA, INNOVACIÓN EN PRODUCTO, MERCADOS Y PROCESOS, RETOS, RIESGOS, TÉCNICAS, HERRAMIENTAS. PROSPECTIVA Y VIGILANCIA TECNOLÓGICA: CONCEPTO, HERRAMIENTAS. OBJETIVOS PERSONALES: MOTIVACIONES, METAS, PROPÓSITO DE VIDA. CONTEXTO: CONCEPTO, VARIABLES DE ANÁLISIS, TÉCNICAS DE ANÁLISIS.	RECONOCER MOTIVACIONES Y COMPETENCIAS PERSONALES. INDAGAR CONTEXTO EN BUSCA DE POTENCIALES RETOS DE INNOVACIÓN. IDENTIFICAR RETO DE INNOVACIÓN. JUSTIFICAR RETO DE INNOVACIÓN.	DESCRIBE MOTIVACIONES Y COMPETENCIAS PERSONALES DE ACUERDO CON HERRAMIENTA DE IDENTIFICACIÓN. PLANTEA RETOS DE INNOVACIÓN DE ACUERDO CON POTENCIALIDADES DEL ENTORNO.								
			DISEÑAR PROTOTIPO DE IDEA DE NEGOCIO DE ACUERDO CON TÉCNICAS DE VALIDACIÓN.	MERCADO: CONCEPTO, TÉCNICAS DE ANÁLISIS, CARACTERÍSTICAS, ENTORNO, FACTORES EXTERNOS, TENDENCIAS, POSICIONAMIENTO, GRUPO META, FUENTES DE INFORMACIÓN, HERRAMIENTAS DE SEGMENTACIÓN. GENERACIÓN DE IDEAS: CONCEPTO, FUENTES, MÉTODOS, TÉCNICAS, FASES, HERRAMIENTAS. PROTOTIPADO: CONCEPTO, TÉCNICAS, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, HERRAMIENTAS. VALIDACIÓN: CONCEPTO, TÉCNICAS, HERRAMIENTAS.	RELACIONAR RETO DE INNOVACIÓN CON EL MERCADO. APLICAR TÉCNICAS DE GENERACIÓN DE IDEAS. SELECCIONAR IDEA DE NEGOCIO CON BASE EN EL RETO DE INNOVACIÓN. IMPLEMENTAR TÉCNICAS DE VALIDACIÓN PARA EL PROTOTIPO.	ELABORA PROTOTIPO DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO Y TÉCNICAS DE PROTOTIPADO. AJUSTA PROTOTIPO DE ACUERDO CON TÉCNICAS DE VALIDACIÓN.								

			FORMULAR MODELO DE NEGOCIO DE ACUERDO CON HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.	MODELO DE NEGOCIO: CONCEPTO, ELEMENTOS, HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA, TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN. PROPUESTA DE VALOR: CONCEPTO, HERRAMIENTAS. CLIENTE: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS. CANALES DE DISTRIBUCIÓN: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, HERRAMIENTAS DE SELECCIÓN. PROCESO: CONCEPTO, HERRAMIENTAS DE MAPEO, ACTIVIDADES CLAVE. RECURSOS CLAVE: CONCEPTO, TIPOS. SOCIO: CONCEPTO, TIPOS, HERRAMIENTAS DE IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE SOCIOS CLAVE. ESTRUCTURA DE COSTOS: CONCEPTO, TIPOS, HERRAMIENTAS DE ESTIMACIÓN. INGRESOS: CONCEPTO, FUENTES, ESTIMACIÓN DE PRECIOS, PUNTOS DE EQUILIBRIO.	IDENTIFICAR PROPUESTA DE VALOR. DESCRIBIR SEGMENTO DE MERCADO Y RELACIÓN CON EL CLIENTE. SELECCIONAR CANALES DE DISTRIBUCIÓN. RELACIONAR ACTIVIDADES CON RECURSOS Y SOCIOS. DETERMINAR ESTRUCTURA DE COSTOS Y FUENTES DE INGRESOS.	ELABORA MODELO DE NEGOCIO ACORDE CON HERRAMIENTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. SUSTENTA MODELO DE NEGOCIO ACORDE CON TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN.					
EVALUACION	PREPARACIÓN Y SUSTENTACIÓN DEL PROYECTO EN LA FERIA EMPRESARIAL INSTITUCIONAL	Reconocer recursos financieros de acuerdo con política y normativa contable	RECONOCER LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA DE ACUERDO CON EL PLAN DE NEGOCIOS PROPUESTO Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.	EMPRESA: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, REQUISITOS Y TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA, SECTORES ECONÓMICOS, NORMATIVIDAD JURÍDICA, TRIBUTARIA, LABORAL. SOCIEDADES: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, CARACTERÍSTICAS Y TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN, NORMATIVA. ECONOMÍA SOLIDARIA: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN Y NORMATIVA.	IDENTIFICAR LA NORMATIVIDAD JURÍDICA, TRIBUTARIA Y LABORAL PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA. DETERMINAR LOS REQUISITOS Y TRÁMITES PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA.	DESCRIBE LOS REQUISITOS Y TRÁMITES JURÍDICOS, TRIBUTARIOS Y LABORALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE ACUERDO CON SU FORMA JURÍDICA.	144					
			PREPARAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LA NORMATIVIDAD CONTABLE, TRIBUTARIA Y LABORAL VIGENTE.	LIBROS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, LIBROS OFICIALES, CONTABLES, NO CONTABLES. TÍTULOS VALORES: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS. DOCUMENTOS SOPORTE: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN. NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA: MARCO CONCEPTUAL, OBJETIVOS, POLÍTICAS, MEDICIÓN Y RECONOCIMIENTO DE ACTIVOS, PASIVOS, PATRIMONIO, INGRESOS Y GASTOS. CICLO CONTABLE: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN, DINÁMICA, ECUACIÓN PATRIMONIAL. LIQUIDACIÓN DE NÓMINA: CONCEPTO, DEVENGADOS, DEDUCIDOS, NETO PAGADO, APROPIACIONES. LEGISLACIÓN TRIBUTARIA: CONCEPTO, ELEMENTOS DEL TRIBUTO, IMPUESTOS NACIONALES Y LOCALES. SOFTWARE CONTABLE: CONCEPTO, TIPOS, USOS.	CLASIFICAR LOS SOPORTES Y LIBROS CONTABLES. RECONOCER ACTIVOS, PASIVOS, PATRIMONIO, INGRESOS Y GASTOS DE LA EMPRESA. REGISTRAR LOS HECHOS ECONÓMICOS UTILIZANDO LOS RECURSOS INFORMÁTICOS DE LA EMPRESA.	ORGANIZA LOS LIBROS Y SOPORTES CONTABLES DE LA EMPRESA SEGÚN NORMATIVA Y CRITERIOS TÉCNICOS. REGISTRA LAS OPERACIONES COMERCIALES DE ACTIVOS, PASIVOS, PATRIMONIO, INGRESOS Y GASTOS DE ACUERDO CON NORMATIVA Y CRITERIOS TÉCNICOS.					
			VERIFICAR ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS DE LA EMPRESA DE ACUERDO A NORMATIVIDAD VIGENTE.	ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, NORMATIVA, PROYECCIONES,	ELABORAR LOS ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS UTILIZANDO LOS RECURSOS INFORMÁTICOS DE LA EMPRESA.	REGISTRA LOS HECHOS ECONÓMICOS UTILIZANDO LOS RECURSOS INFORMÁTICOS DE LA EMPRESA.					
			ORGANIZAR LA DOCUMENTACIÓN DE LA EMPRESA DE ACUERDO CON LA NORMATIVA VIGENTE.	CICLO VITAL DEL DOCUMENTO: CONCEPTO, FASES. ARCHIVOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, FINALIDAD, NORMATIVA. ORGANIZACIÓN: CONCEPTO, NORMATIVA. CLASIFICACIÓN: CONCEPTO, USOS, APLICACIÓN, NORMATIVA. ORDENACIÓN: CONCEPTO, USOS, APLICACIÓN, DEPURACIÓN, FOLIACIÓN, NORMATIVA. DESCRIPCIÓN: CONCEPTO, USOS, APLICACIÓN, NORMATIVA. CONSERVACIÓN DE DOCUMENTOS: CONCEPTO, USO, APLICACIÓN, NORMATIVA, POLÍTICAS INSTITUCIONALES.	IDENTIFICAR EL CICLO VITAL DE LOS DOCUMENTOS DE ARCHIVO. RECONOCER LOS DOCUMENTOS GENERADOS POR LA EMPRESA. CLASIFICAR LOS DOCUMENTOS. ORGANIZAR LOS DOCUMENTOS EN EL ARCHIVO DE GESTIÓN DE LA EMPRESA.	DESCRIBE EL CICLO VITAL DE LOS DOCUMENTOS GENERADOS POR LA EMPRESA DE ACUERDO CON NORMATIVA. ORGANIZA LOS DOCUMENTOS EN EL ARCHIVO DE GESTIÓN DE LA EMPRESA CUMPLIENDO CON NORMAS					

		REGISTRO DE LA INFORMACIÓN.	ELABORAR LOS DOCUMENTOS EMPRESARIALES Y DE TEXTO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS DE REDACCIÓN, DIGITACIÓN, TRANSCRIPCIÓN, TECNOLOGÍA DISPONIBLE Y NORMATIVA.	PAPELERÍA: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, CLASES. NORMA TÉCNICA PARA EL MANEJO DE PAPEL Y FORMATOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, USOS. NORMA TÉCNICA PARA LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS: CONCEPTO, GRAMÁTICA, ORTOGRAFÍA, PERMEABILIDAD, DURABILIDAD. PROCESOS ARCHIVÍSTICOS: CONCEPTO, ESTILOS, MODELOS, HOJAS MEMBRETEADAS. TÉCNICAS DE REDACCIÓN: CONCEPTO, TIPOS, APLICABILIDAD, NORMAS. TÉCNICAS DE DIGITACIÓN: CONCEPTO, NORMAS, APLICABILIDAD. TÉCNICAS DE TRANSCRIPCIÓN: CONCEPTO, NORMAS, APLICABILIDAD. ELEMENTOS Y ÚTILES PARA EL PROCESO DE DIGITACIÓN Y/O TRANSCRIPCIÓN: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, USOS. EQUIPOS DE DIGITACIÓN Y/O TRANSCRIPCIÓN: CONCEPTO, OPERACIÓN.	IDENTIFICAR LOS DOCUMENTOS EMPRESARIALES Y SUS CLASES. INTERPRETAR LAS NORMAS TÉCNICAS GRAMATICALES, ORTOGRÁFICAS PARA LA ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS. RECONOCER LAS TÉCNICAS DE REDACCIÓN, DIGITACIÓN Y TRANSCRIPCIÓN. REDACTAR LOS DOCUMENTOS EMPRESARIALES Y DE TEXTO.	RECONOCE LOS DOCUMENTOS EMPRESARIALES DE ACUERDO CON EL MODELO DE GESTIÓN DE LA EMPRESA.								
			VERIFICAR QUE LOS DOCUMENTOS EMPRESARIALES Y DE TEXTO REDACTADOS, CUMPLAN CON LAS NORMAS GRAMATICALES, TÉCNICAS Y DEL MODELO DE GESTIÓN DE LA EMPRESA.	NORMA TÉCNICA COLOMBIANA: PROTOCOLOS INSTITUCIONALES EN LA PRESENTACIÓN DE INFORMES, SISTEMA Y MEDIOS DE INFORMACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN DE INFORMES, NORMATIVIDAD VIGENTE. INFORMES: CONCEPTO, TIPOS. CORRECCIÓN DE TEXTOS: SIGNOS DE CORRECCIÓN, COTEJO DE DOCUMENTOS, CORRECCIÓN DIGITAL.	REVISAR LOS DOCUMENTOS Y TEXTOS REDACTADOS. AJUSTAR LOS DOCUMENTOS Y TEXTOS REDACTADOS. PRESENTAR DOCUMENTOS EMPRESARIALES Y DE TEXTO.	REDACTA LOS DOCUMENTOS EMPRESARIALES Y DE TEXTO APLICANDO LAS NORMAS TÉCNICAS GRAMATICALES, ORTOGRÁFICAS Y DE REDACCIÓN PARA LA ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS.								
ETAPA PRÁCTICA	APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA	PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN											