



PROCESO					
GESTIÓN CONTRACTUAL					
NOMBRE DEL FORMATO					
INFORME MENSUAL DE EJECUCIÓN CONTRACTUAL					
CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Pública		Pública Clasificada		Pública Reservada	

Marzo de 2026

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Generalidades:

- 1) Este formato tiene por objeto dar cuenta de la ejecución mensual que un contratista desarrolla con ocasión de un contrato de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión.
- 2) La acreditación del documento por el contratista brinda al supervisor las herramientas que le permiten verificar la ejecución del contrato para efectos de pago.
- 3) El formato está asociado al Manual de Contratación (GCCON-M-001) y al Manual Supervisión e Interventoría (GCCON-M-002), así como a los procedimientos que rigen la gestión contractual de la entidad.
- 4) Este formato es diligenciado por el contratista y es revisado y aprobado por el supervisor del contrato. De igual forma, también podrá ser suscrito por el ordenador del gasto.
- 5) Su diligenciamiento se debe dar cada vez que se realice un reporte mensual de actividades.
- 6) **El formato no requiere ser impreso.** Sin embargo, debe ser cargado en las plataformas administradas por Colombia Compra Eficiente.
- 7) Este formato, una vez diligenciado, deberá archivarse de conformidad con lo establecido en las tablas de retención documental de la entidad.
- 8) El contenido que se encuentra en color diferente a negro, entre paréntesis o con el signo “[]” son orientaciones para el diligenciamiento del formato.
- 9) El formato puede ser modificado en aquellos apartados en que así se indique.
- 10) Las notas internas son situaciones o recomendaciones que se deben tener en cuenta al momento de elaborar el formato. No obstante, las mismas deben ser eliminadas previa impresión o suscripción del mismo.
- 11) Todas las recomendaciones o sugerencias que busquen mejorar el presente documento pueden ser remitidas al correo de la Dirección jurídica del SENA.



CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN				
Pública	X	Pública Clasificada		Pública Reservada

INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería 29 de abril de 2026

Señor(a)

ROSEMBERG J. ESTRADA TOLEDO

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR. **7657667**

Cargo del supervisor: Profesional Aseguramiento de la Calidad Dependencia:

Centro de Comercio Industria y Turismo.

Montería

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual marzo de 2026

Referencia: No. CO1.PCCNTR. **7657667** de 2026.

MARTHA ISABEL BRUNAL CABRALES, identificada con la cédula de ciudadanía nro. 50927686 de Montería en mi calidad de contratista del SENA, 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 marzo de 2026.

Valor y forma de Pago: Valor y forma de Pago: Se fija como valor total para el contrato la suma CUARENTA MILLONES CUATROCIENTOS SETENTA Y CINCO MIL SEISCIENTOS NOVENTA Y SEIS PESOS M/CTE (\$40.475.696) Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) un primero pago correspondiente al mes de marzo de 2025 por valor DOS MILLONES CIENTO CUARENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y OCHO PESOS M/CTE. (\$2.146.438); b) ocho (8) pagos iguales por los meses de abril a noviembre de 2025 por valor de CUATRO MILLONES QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS ONCE PESOS M/CTE. (\$4.599.511) cada uno.; c) un pago por el mes de diciembre de 2025 por valor UN MILLÓN QUINIENTOS TREINTA Y TRES MIL CIENTO SETENTA PESOS M/CTE. (\$1.533.170).

Dichos honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General en la cuenta de ahorros N° **56900006473** de BANCOLOMBIA cuyo titular es el (la) Contratista; el cambio de cuenta por parte del contratista deberá ser informada al supervisor del contrato con el fin de surtir los trámites pertinentes, para que el SENA pueda adelantar los trámites administrativos para el pago, tales como la certificación expedida por el supervisor del contrato en la que acredite el cumplimiento a satisfacción del objeto y obligaciones del contrato en el respectivo periodo y la certificación de los aportes al sistema general de salud, pensión y Riesgos laborales, así como los demás documentos necesarios para el pago.



Plazo: 30 de noviembre de 2025.

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

Ejecución mensual de actividades

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planear y ejecutar la formación profesional cumpliendo con la programación académica predeterminada por la coordinación respectiva en los programas y competencias asignada, para el logro de los resultados de aprendizaje definidos, cumpliendo las horas de formación de las competencias de los programas de formación equivalentes a la programación de la Formación Profesional Integral.	Se planeó la formación profesional con la programación académica en Emprendimiento en Producción de Pollos en Pie.	Elaboración guía de aprendizaje
2	Apoyar la elaboración de la planeación pedagógica, guías de aprendizaje, instrumentos de evaluación, plan de trabajo, ayudas didácticas requeridos para el desarrollo de los procesos de formación asignados	Se elabora planeación pedagógica, se actualiza guías de aprendizaje.	Formatos Planeación Pedagógica, Guía de Aprendizaje,
3	Registrar en el aplicativo SOFIA PLUS, todas las evidencias del proceso formativo: crear las rutas de aprendizaje, asociar aprendices, realizar registro de inasistencia de aprendices, planes de mejoramiento y registrar juicios evaluativos, acorde con los lineamientos institucionales	Se registró a todos los aprendices en la formación Emprendimiento en Producción de Pollos en Pie solicitada	Aplicativo sofia plus



4	Participar en las reuniones de equipos de ejecución de la formación por grupo o áreas, según la determinación de la respectiva Coordinación Académica y de acuerdo con el procedimiento establecido por la institución, para garantizar integralidad en el diseño de actividades de aprendizaje.	No aplica para este mes	N/A
5	Presentar las actas finales de cierre de etapa lectiva de las fichas asignadas como responsable, acorde con los lineamientos institucionales.	No aplica para este mes	N/A
6	Apojar el trámite de las novedades de deserción de aprendices acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz.	No aplica para este mes	N/A
7	Asistir a los aprendices en las novedades acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz	No aplica para este mes	N/A
8	Aportar todos los documentos soporte del proceso de formación profesional, publicados en la plataforma SIGA, así como los requisitos para aseguramiento de la calidad (Autoevaluación y Registro calificado)	Se suministra la documentación solicitada de acuerdo a los requerimientos exigidos en SIGA	Formatos Planeación Pedagógica, Guías de Aprendizaje
9	Participar en proyectos de investigación aplicada, técnica y pedagógica en función de la formación profesional de los programas relacionados con el área temática.	No aplica para este mes	N/A
10	Gestionar la colocación de aprendices en alguna de las modalidades de etapa productiva y rendir informes periódicos de los resultados alcanzados, conforme a las instrucciones que les sean impartidas	No aplica para este mes	N/A
11	Subir los documentos soporte del pago en la plataforma del SECOP II en los plazos establecidos por la entidad y acorde con los requisitos legales exigidos. De evidenciarse la falta de cargue de los documentos para el respectivo pago en la plataforma por dos meses seguidos se procederá con el inicio de proceso de incumplimiento contractual.	Se carga la Cuenta de cobro a Secop II con todos los soportes correspondientes al mes de marzo de 2026 entregado al supervisor del contrato	Cuenta de cobro mes de febrero GF & GC



12	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo máximo de tres (3) días hábiles anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información.	No aplica para este mes	N/A
13	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo no inferior a quince (15) días hábiles las anomalías, inconsistencias, novedades del Contrato (Cesión -Terminación).	No aplica para este mes	N/A



NOTA INTERNA: Diligenciar del cuadro conforme las siguientes instrucciones. Obligaciones: Transcribir las obligaciones específicas del contrato; Acciones realizadas: Haga una reseña de los hechos y circunstancias que dieron lugar al cumplimiento de la obligación en el respectivo mes. De no haber sido necesaria la ejecución en el respectivo informe mensual, indicar que “No requirió la actividad”; Evidencias: Reseñe el material probatorio que corrobore la ejecución de la actividad, y de ser el caso, adjuntar la respectiva evidencia.

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 para legalización del desplazamiento, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados. Cada informe de legalización 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.

ÍTEM	NRO. DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1				
2				

NOTA INTERNA. Diligenciar el cuadro con la información de cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntando con el respectivo informe el respectivo 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: (i) Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales, (ii) los desplazamientos realizados y (iii) el pago de la planilla de seguridad social y parafiscal nro. **4647348714** de SOI, referente al mes de febrero.

Cordialmente,

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



Recibí a satisfacción:

ROSEMBERG J. ESTRADA TOLEDO

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR. . **7657667**

Cargo del supervisor: Profesional Aseguramiento de la Calidad CONTRATO No. CO1.PCCNTR. . **7657667** Año 2026

Control de Cambios

VERSIÓN	FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	NATURALEZA DEL CAMBIO
1	Marzo 2026	Creación del formato. El presente formato sustituye el formato GTH-F-062, en virtud de su migración del proceso de Gestión del Talento Humano al proceso de Gestión Contractual, conforme a la actualización documental correspondiente.

EVIDENCIAS

Elaboración guía de aprendizaje

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **Emprendimiento en Produccion de Pollo en Pie**
- Código del Programa de Formación: **03000136**
- Competencia: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

- 1) Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con



sus potencialidades, objetivos y el entorno.

- 2) Apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor.
 - 3) Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora.
 - 4) Relacionar la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación.
- Duración de la Guía: **96 horas**

2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz

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

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

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

La presente guía tiene como finalidad abarcar aspectos importantes que se deben considerar para crear o fortalecer emprendimientos de alto valor. Se abordaran temáticas que servirán de apoyo al aprendiz



para identificar los elementos de la cultura emprendedora, conjunto de conocimientos y característica que tiene una persona la cual pone en práctica para ser un verdadero emprendedor.

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

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

¡BIENVENIDO!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL.

3.1.1 Test de Cualidades emprendedoras

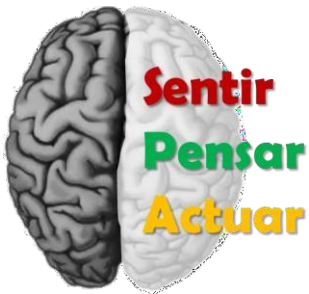
El propósito de esta actividad es realizar un autodiagnóstico de su Espíritu emprendedor. Para esto es muy importante su colaboración y sinceridad durante el desarrollo del test, pues de ello dependerá la elaboración e implementación de un buen plan de acción que permita mejorar y/o potencializar su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

En el siguiente enlace encontrarás un cuestionario de 25 preguntas, el cual tiene varias opciones de respuesta,



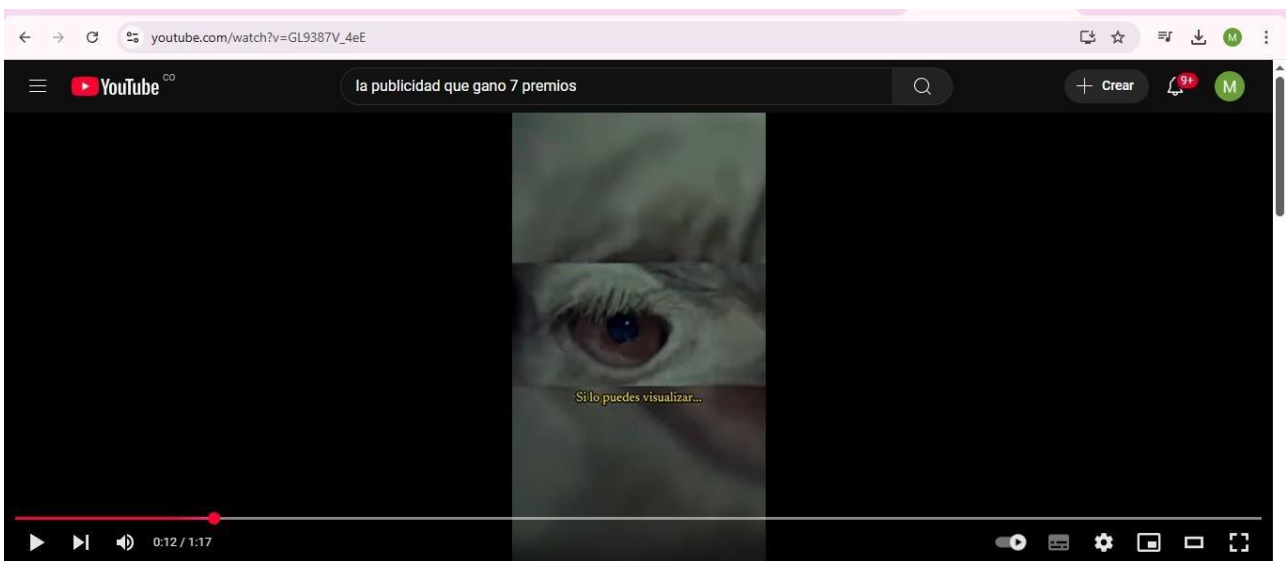
<https://www.thatquiz.org/es/preview?c=q7pybb97&s=rqbtog> marque la opción que más se ajuste a tu opinión, la que mejor refleje tu forma de pensar, sentir o actuar; no conteste pensando en agradar a alguien; piense en que es su futuro el que está en juego, no el de nadie más. Una vez completado el test,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

3.1.2 Actividad de Reflexión Inicial



Para entender un poco mejor el comportamiento emprendedor, se verá el ejemplo de una avestruz con iniciativa:

https://www.youtube.com/watch?v=GL9387V_4eE



Reflexionar

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



Hora de Accionar

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

Emprendimiento Empresarial 1

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

Palabras a encontrar:

EMPRESARIAL
DESARROLLAR
PROYECTO
IDEAS
CREATIVIDAD
EMPRESARIAL
PERSISTENCIA

PIONERO
PROGRESO
MICROEMPRESA
CRECIMIENTO
LIDER
ENTIDAD

ECONOMIA
EMPRESARIAL
EXITO
APTITUD
LOGRO
INICIATIVA

Instrucciones:

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



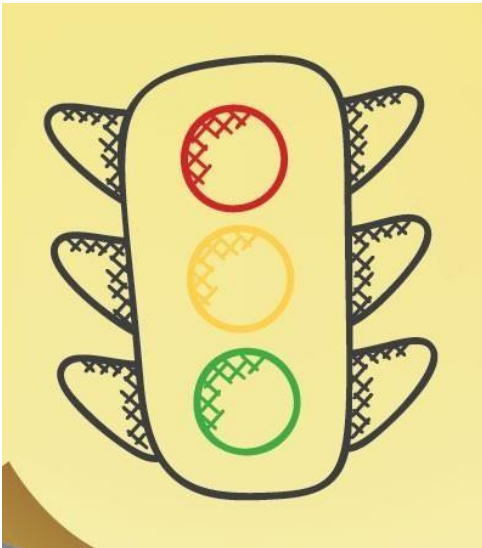
3.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS.

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

Descripción de la actividad

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

1. En primer lugar, toma un lápiz o unos memos y, con los conceptos socializados anteriormente, evalúa tu desempeño en cada una de las CEP.
2. Las CEP que ubiques en el color del semáforo verde serán tus fortalezas, en el amarillo serán las CEP a mejorar y las rojas serán tus debilidades.
3. Como lo puedes ver en la imagen, el semáforo tiene tres zonas de valoración, demarcadas con tres colores diferentes.



Verde: Si es un aspecto notable en tu personalidad.

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

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

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

Finalmente escribe



1. La Característica Emprendedora Personal CEP que quieres desarrollar:

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

Es una fortaleza

Debo mejorar

Reflexionar acerca de la importancia de conocer nuestro territorio.

Estimado aprendiz, para este momento de su aprendizaje, se le invita a responder las siguientes preguntas.

¿Por qué es importante conocer el territorio donde habitas?

¿Qué actividades económicas impulsan el desarrollo económico local de tu región?

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



3.1.3 Actividad de Reflexión Inicial

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

UNA HISTORIA QUE SUELE OCURRIR...

Pedro: *compadre ya pagué el primer mes de arriendo del local, contraté al empleado y compré la estantería del negocio.*

Pablo: *¡qué bien compadre!, y ¿qué va a vender?*

Pedro: *¡ay compadre!, aún no he pensado en eso.*

Mencione 5 aspectos claves que olvidó Pedro para la puesta en marcha de su negocio.

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

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

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



3.1.4 ¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO?

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

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

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

¡Aquí vamos!

PROPUESTA DE VALOR



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

Son esas características físicas o intangibles del producto que tiene un valor

para el cliente y sobre el cual se basa su decisión de compra. Qué estas vendiendo con tu propuesta de valor: salud, alimentación, experiencias, emociones, sensaciones.



SEGMENTO DE CLIENTES



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

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



¿Qué debo considerar para hacer la segmentación?

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

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

Psicográfica. Gustos y preferencias del cliente.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



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

Los Canales de Distribución son el conducto y un conjunto de organizaciones a través de las cuales, las empresas se encargan de trasladar un producto desde

el fabricante hasta el consumidor final, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Lo anterior hace referencia al tipo de canal que utilizará el productor para que su producto llegue al consumidor final.

Tipos de Canales de Distribución:

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

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

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

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

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

Factores que influyen en la elección de un Canal de Distribución:

Los clientes con necesidades diferentes a las que satisface nuestro producto, dinero para gastar en obtener y voluntad de gastarlo.

Los productos pueden ser perecederos, que con el transporte a larga distancia puede deteriorarse, depende del valor que le de él consumidor final.

Los intermediarios con disponibilidad para llegar a cierto espacio geográfico, la calidad de servicio que promete a cierto segmento del mercado, políticas de distribución.

La empresa siempre depende de las aspiraciones que tiene para satisfacer a sus clientes, de los recursos con que cuente, de los servicios que brinda.

El mercado depende si los potenciales clientes están situados en unas cuantas regiones geográficas o si están muy dispersos.



La competencia influye si los productos son de consumo masivo y tu competidor está en una zona geográfica, es importante hacernos presentes para formar parte de la torta como opción de compra para tu consumidor final.

3.1.5. Identifica el centro de tu idea de negocio

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



RELACIÓN CON LOS CLIENTES

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

Definir cómo la empresa se relacionará con sus clientes para ello debe plantearse los siguientes interrogantes:

¿Qué tipo de relación cada segmento de clientes espera que la empresa tenga con ellos? ¿Qué tipo de relación existe hoy? ¿Cuánto cuesta esa relación? ¿Cómo esa relación se integra con el resto del modelo de negocios?

Servicio post venta – Evalúe el nivel de satisfacción de los clientes una vez es ejecutada la venta, conozca qué experiencia tuvo el cliente con el producto.

Comunicación fluida – Establezca un canal de comunicación con sus clientes que le permita crear y mantener una relación y lazos de confianza. Conocer sus inquietudes respecto al producto, el servicio recibido para mejorar su relación con los clientes.

Motivación – Identifique qué aspectos motivan a sus clientes a regresar a su negocio.

Confianza y seguridad – Garantice a sus clientes seguridad en los productos que ofrece en cuanto a calidad y uso.

Tipos de relaciones con el cliente

Existen varios tipos de relaciones con los clientes. Debes especificar de qué forma se conectará tu propuesta de valor con el cliente. Estos son algunos de los tipos de relaciones más comunes:

Directa: mantienes un trato personal con el cliente, sea cara a cara o vía telefónica

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

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

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

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



FUENTES DE INGRESOS

Las fuentes de ingresos determinarán la estabilidad financiera de una empresa. Por una parte es necesario definir cuál será la fuente de ingresos para su emprendimiento, es decir, cómo apalancará la puesta

en marcha de su negocio. Por otra parte es clave para la sostenibilidad del negocio identificar cuáles son los ingresos que espera recibir de su negocio, la razón de ser de ingresos de su empresa (demanda del producto e incremento de las ventas).

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

Es importante que empiece a reflexionar sobre los siguientes interrogantes:

¿Por cuál valor están dispuestos a pagar los clientes?

Con esto podremos determinar nuestra principal fuente generación de ingresos, así como validar la coherencia y viabilidad del modelo de negocio.

¿Cómo pagan los clientes y cómo les gustaría pagar?

De gran utilidad para conocer las preferencias de pago de los clientes y si estamos ofreciendo los medios adecuados para promover y facilitar el flujo de ingresos hacia el negocio.

¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total?

Permite cuantificar los ingresos provenientes de cada fuente y enfocarnos en las de mayor importancia.



RECURSOS CLAVES

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

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

Tipos de recursos clave

Los recursos clave pueden ser financieros, humanos, físicos e intelectuales.

Recursos financieros - Son los medios para obtener el capital que necesitas para llevar a cabo tu emprendimiento. Nos permiten obtener ventajas en el mercado y dominar los distintos instrumentos financieros (efectivo, líneas de crédito, etc.) para ubicarnos en una posición más competitiva.

Recursos humanos - Todos los socios y empleados de tu empresa serán clave para lograr los objetivos de la empresa. Debes ser muy hábil para contratar a tus empleados en los puestos clave del negocio.



Recursos físicos - Incluye todos los recursos de la empresa: Instalaciones, puntos de venta y otros bienes que dan ventaja sobre la competencia.

Recursos tecnológicos – Incluye la maquinaria especializada, equipos tecnológicos y aplicaciones digitales (página web, una app, un software para las compras online, elementos publicitarios, entre otros) que utilizarás para el desarrollo de los procesos.



ACTIVIDADES CLAVES

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

venta y en general hacer que el negocio funcione día a día.

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

En definitiva, la reflexión sobre las **actividades clave** para el desarrollo de un modelo de negocio deberá dar respuesta a estas cuatro preguntas:

¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Cuáles requieren nuestros canales de distribución? ¿Cuál es nuestra relación con los clientes? ¿Cuáles son los flujos de ingresos?



SOCIOS CLAVES

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

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

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

Uno de los interrogantes que puede plantearse para identificar los socios claves es:

¿Qué recursos son claves para que tu modelo de negocio funcione?

¿Qué pueden hacer los socios mejor que usted, en cuanto a ahorro de costos?

¿Con quién debes buscar alianzas para escalar tu negocio?



3.1.6 Calcule Su Idea de Negocio



ESTRUCTURA DE COSTOS

Describe los costos en los que se incurren para poder explotar el negocio. Crear y entregar valor, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos nos obliga a incurrir en costos.

Todo negocio debe conocer su estructura de costos, dado que son el insumo de direccionamiento estratégico y financiero. De allí la importancia de cómo identificarlos, planificarlos y contenerlos. No podemos marcar precios de venta al público sin conocer bien la estructura de costos y, muy especialmente, habiéndolos categorizado adecuadamente.

En los negocios (y en Contabilidad) el coste es el valor monetario que una empresa ha invertido para producir un producto o servicio.

Identificar bien los costes de tu emprendimiento permite una buena salud empresarial.

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

Objetivo de los costos

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

Objetivo de los costos

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

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

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



Costos Variables

Su valor aumenta o disminuye según el volumen de actividad de la organización.

Materias primas: insumos, repuestos, mercancías, entre otros.

Mano de obra al destajo

Comisiones sobre las ventas

Empaques, fletes y otros

Costos Fijos

Se comportan independientemente del nivel o volumen de operación de la organización. Son pagos en los que debe incurrir la empresa obligatoriamente sin importar el volumen de producción o ventas.

Sueldos y salarios fijos con sus prestaciones correspondientes

Alquiler de bodega, planta de producción, etc.

Mantenimiento de máquinas y equipos de producción y de oficina

Otros

$$\text{Costo fijo por unidad} = \frac{\text{Total costos fijos}}{\text{N}^\circ \text{ de unidades producidas}}$$

Costo fijo por unidad	\$	Unidades
	-	
	0	

Costo fijo por unidad	Unidad
------------------------------	---------------



Costo variable por unidad	$\frac{\text{Costo variable total}}{\text{Unidades producidas}}$
----------------------------------	--

COSTO UNITARIO TOTAL	$\text{Costo Variable por unidad} + \text{costo fijo por unidad}$
-----------------------------	---

MARGEN DE UTILIDAD	%
---------------------------	---

PRECIO DE VENTA	\$
------------------------	----

$\text{Precio de venta} = (\text{Costo unitario total}) / (1 - \% \text{ de utilidad})$	
---	--

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$\text{PEU} = \text{Costos Totales} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario})$	
--	--

PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS

$\text{PE} = \text{PEU} * \text{Precio de venta}$	
---	--



3.1.7 Actividad de Reflexión

Hora de accionar

Estimado aprendiz, medite esta pregunta.

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

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

3.1.9 Reflexion Final

Luego de observar el video “el ultimo consejo de Jack Ma para emprendedores”, realice una línea de tiempo con los sucesos mas importantes de su vida y proyectese como se ve y donde desea estar en 5 años con su emprendimiento. <https://www.youtube.com/watch?v=BV8zluGCJ3w>

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

3.2.1 Autodiagnóstico

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

Palabras o sigla	Mi Concepto	Concepto ampliado
Cultura Emprendedora		
Emprendedor		
Perfil emprendedor		
Emprendimiento		
Empresa		
Mercado		
Modelo de negocio		



Plan de negocio		
Clientes		
Oferta		
Demanda		
Negocios sostenibles		

3.2.2 Descubre tu idea

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

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

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

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

¿Cuáles son sus motivaciones para emprender?

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

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

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO



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

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

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

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

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

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

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

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

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

3.3.2 Lluvia Ideas de Negocio

La lluvia de ideas, es una herramienta de gran ayuda pues te permite salirte de tu zona de confort y buscar soluciones diferentes a problemas o necesidades que tiene una población.

¡Recuerda que no hay ideas malas y que la creatividad puede ser un elemento fundamental para que tu idea sea un éxito!

Para desarrollar esta actividad usted podrá realizarla de manera individual o conformando grupos máximo de tres (3) aprendices. Reconozca y analice:

Lluvias de ideas. Identifique ideas de negocio orientada en el programa de formación que actualmente recibe formación. (Para ello deberá reunirse con su grupo y debatir y generar propuestas de negocios).

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

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



3.3.3 Comienza a construir tu Canvas

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

Paso 1 – Segmento de clientes

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

SEGMENTOS DE CLIENTES



1

Lo primero que debe hacer es definir a quiénes va a ofrecer su producto, para de esa forma enfocar correctamente sus esfuerzos. Para tal fin debe responder las siguientes preguntas:

✓ ¿A quiénes va dirigido su producto?, ¿dónde viven?, ¿A qué se dedican?, ¿cuál es su escolaridad?, ¿cuál es su capacidad adquisitiva?, ¿cuáles son sus necesidades?.

Paso 2 – Propuesta de valor

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

PROPUESTA DE VALOR



2

El paso a seguir es tener claro qué ofrecerá a sus posibles clientes, estableciendo el **valor agregado** (adicional) que lo diferenciará de su competencia; para esto debe tener presente lo siguiente:

✓ ¿Qué valor agregado (adicional) entregará a sus clientes? (servicio, calidad, garantía, rendimiento, servicio posventa).

GFPI-F-135 V01



Paso 3 – Canales de distribución

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

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



3

Lo que sigue es entender cómo colocará su propuesta de valor en el mercado, evitando desperdiciar sus esfuerzos y malgastar sus recursos; esto implicar saber:

- √ ¿Cómo los clientes se hacen conscientes sus productos?
- √ ¿Cómo le permite a sus clientes comprar?
- √ ¿Cómo conseguirá que su producto llegue a los clientes?

3.3.4 Desarrollo de tu Modelo Canvas

Paso 4 – Relación con clientes

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

RELACIÓN CON LOS CLIENTES



4

- √ ¿Cuáles serán sus tácticas para conseguir clientes, mantenerlos y hacerlos crecer en cantidad?
- √ ¿Cómo será la relación que tendrá con sus clientes? (autoservicio, asistencia personalizada, comunidad de clientes)
- √ ¿Qué canales empleará para comunicarse con ellos? (visitas personalizadas, llamadas telefónicas, mensajería instantánea, correo electrónico, correo físico).



Paso 5 – Fuentes de ingresos

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

FUENTES DE INGRESOS

5

- √ ¿Qué productos generan mayor fuente de ingresos por demanda?
- √ ¿De qué forma obtendrá dinero?
- √ ¿Qué canales de pago empleará?
- √ ¿Cuál será la estrategia de precios?
- √ ¿Qué formas de pago empleará?

Paso 6 – Recursos claves

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

RECURSOS CLAVES

6

- √ ¿Qué recursos clave requiere su propuesta de valor?
Establezca tipos de recursos: financieros, físicos, humanos, intelectuales (conocimiento) y tecnológico.
- √ ¿Qué recursos requiere tu propuesta de valor?

Paso 7 - Actividades claves

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



ACTIVIDADES CLAVES



7

- √ Identifica todas las actividades que realizas (realiza un listado). Define cuáles aportan a tu propuesta de valor y cuáles no.
- √ ¿Qué actividades clave requiere su propuesta de valor?
- √ ¿Qué cosas más importantes ofrece su empresa para que el modelo funcione, para que empiece a ingresar dinero?

Paso 8 - Relaciones claves

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

RELACIONES CLAVES



8

- √ ¿Quiénes pueden ser sus socios claves? ¿Qué recursos importantes le proporcionarían esos socios claves?
- √ ¿Cuáles son sus proveedores claves?, ¿qué le suministran?, ¿qué necesita de ellos para iniciar?
- √ ¿Qué pueden hacer sus proveedores mejor y a un costo menor que le permita enriquecer su modelo de negocio?

3.3.5 Desenlace Modelo de Canvas

Paso 9 – Estructura de Costes

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

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



DETALLE	UNIDAD DE COMPRA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR TOTAL
TOTAL				

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

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

3.4.3 Modelo de Negocio Canvas

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

Tenga en cuenta los 9 elementos que este modelo propone:

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



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

3.4.4 Pitch Idea de Negocio

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



4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<p>Evidencias de Conocimiento :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autodiagnóstico de conceptos - Presupuesto de inversión inicial - Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas. 	<p>Realiza un reconocimiento de conceptos necesarios para el aprendizaje.</p> <p>Identifica aspectos importantes para iniciar su carrera hacia el emprendimiento</p> <p>Estructura un perfil de emprendedor teniendo en</p>	<p>Técnica: Respuesta a preguntas</p> <p>Instrumento de Evaluación: Preguntas en en el ambiente de aprendizaje.</p> <p>Técnica: Método expositivo</p> <p>Instrumento de Evaluación:</p>



<p>Evidencias de Desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoreconocimiento de potencialidades y debilidades en la identificación del proyecto de vida. - Identificación de ideas de negocios - Selección de estrategias de relacionamiento con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves. - Listado de materias primas e insumos - Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas. 	<p>cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial</p> <p>Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.</p> <p>Articula los elementos de la estructura del plan de negocio definiendo estrategias y acciones claves.</p> <p>Realiza listado de materias primas e insumos necesarios para elaborar el producto.</p> <p>Clasifica correctamente los costos fijos y variables de bien o servicio.</p>	<p>Aplicación del test de cualidades.</p> <p>Documento escrito idea de negocio seleccionada.</p> <p>Documento escrito que identifica los elementos de la estructura de negocio.</p>
<p>Evidencias de Producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Test de cualidades emprendedoras - Selección de la idea de negocio - Plantea estrategias enfocadas en la relación con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves. - Identificación y clasificación de costos fijos y variables del producto. 		



--	--	--

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ley de Emprendimiento 1014 del 2006.

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

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

[https://www.entrepreneur.com/article/2](https://www.entrepreneur.com/article/269219)

[69219](https://www.entrepreneur.com/article/269219)

[https://emprendepyme.net/crear-](https://emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio)

[empresa/idea-de-negocio](https://emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio)

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





Proceso de Registro de aprendices en el aplicativo SOFIA PLUS.

Para continuar con su registro en Sofia Plus debe ingresar la información básica de contacto, tanto suya como de un familiar o acudiente adulto responsable. Tenga en cuenta que los campos marcados con * son obligatorios.

Lugar de residencia	Datos de un familiar o acudiente mayor de edad
País * COLOMBIA	Nombres y apellidos * Jose Suarez
Departamento * CÓRDOBA	Teléfono * 57 1 1233445
Municipio * SAN ANDRÉS DE SOTAVENTO	
Contacto personal	
Correo electrónico * campesenainscripciones@gmail.com	
Confirme su correo * campesenainscripciones@gmail.com	
Teléfono * 57 1 7879867	
Teléfono móvil 300 2334556	

Para registrarse en Sofia Plus debe ingresar información básica de identificación. Tenga en cuenta que los campos marcados con * son obligatorios para continuar el registro.

Documento de identidad	Datos de identificación
Tipo de documento * Cédula de Ciudadanía	Nombres * Danis Daniel
No. de documento * 1102800032	Primer apellido * Martinez
Cargue Docum. Identificación * Examinar	Segundo apellido Meja
País de expedición * COLOMBIA	Género * Seleccione
Departamento donde fue expedido * SUCRE	Fecha de nacimiento * 13 Ene 1985
Municipio donde fue expedido * SINCELEJO	País de nacimiento * COLOMBIA
Fecha de expedición * 11 Ago 2004	Departamento de nacimiento * SUCRE
	Municipio de nacimiento * SINCELEJO
	Estrato socioeconómico * Uno



Proceso de apertura de matrícula de los programas Emprendimiento en Producción de Pollos en Pie.

The image displays two screenshots of a Gmail inbox, showing the process of receiving and responding to emails regarding the registration process for the 'Emprendimiento en Producción de Pollos en Pie' program.

Top Screenshot: Shows an email from Andres David Burgos Jaime (para inscripciones9523, mi, Nelson) dated 31 mar 2025, 10:25. The subject is 'RV: ficha de caracterización y formato de inscripción Chinú'. The email body contains the text: 'HOLA favor me colaboran con la matrícula de esta formación CAMPESENA. coordinador NELSON DE LA ESPRIELLA'. The email is marked as 'Recibidos x'.

Bottom Screenshot: Shows a forwarded email from Andres David Burgos Jaime (para inscripciones9523, Nelson, mi) dated lun, 31 mar, 10:22. The subject is 'RV: ficha de caracterización y formato de inscripción San Andrés'. The email body contains the text: 'HOLA favor me colaboran con la matrícula de esta formación CAMPESENA. coordinador NELSON DE LA ESPRIELLA'. The email is marked as 'Recibidos x'. The forwarded email body includes the following details: 'De: Martha Isabel Brunal Cabrales <mbrunalcabrales@gmail.com>', 'Enviado: jueves, 27 de marzo de 2025 16:41', 'Para: Andres David Burgos Jaime <anburgos@sena.edu.co>', and 'Asunto: Fwd: ficha de caracterización y formato de inscripción San Andrés'. The forwarded email body also includes the text: 'Buenas tardes, envío documentos para matricular el curso en Emprendimiento en producción de pollos en pie, en el municipio de San Andrés de Sotavento.'

