Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
62360002	CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 08/09/2020 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	48 horas
JUSTIFICACIÓN:	Las organizaciones necesitan establecer acciones estratégicas de marketing para su crecimiento y desarrollo comercial. Según el blog Rd station en un artículo publicado el 2 de abril del 2020 Es necesario tener una mirada estratégica hacia el futuro y tener en cuenta que las empresas afrontan situaciones estacionales que generan cambios y por ende la pronta adaptación a los mismos. la cuarta revolución tiene el potencial de elevar los niveles de ingreso globales y mejorar la calidad de vida de poblaciones enteras, apunta Schwab, las mismas que se han beneficiado con la llegada del mundo digital. Sin embargo, el proceso de transformación sólo beneficiará a quienes sean capaces de innovar y adaptarse. Los sondeos reflejan las preocupaciones de empresarios por el «darwinismo tecnológico», donde aquellos que no se adapten no lograrán sobrevivir (Sainz de Vicuña Ancín, J. (2018, El plan de marketing digital en la práctica). Los cambios del mercado, la globalización y los clientes hiperconectados, exigen que las marcas se comuniquen a través de diferentes medios digitales, en donde las redes sociales tienen mucha relevancia, por lo tanto, las TIC´s, resultan fundamentales para crear mensajes claros, dinámicos y llamativos, que permitan posicionar las marcas en los canales online. El SENA a través del programa Creación de contenido digital para redes sociales. Brinda a los empresarios, emprendedores y comerciantes, las herramientas para desarrollar contenidos digitales, a través de las redes sociales que cumplan con estas características, y fortalezcan el posicionamiento de las marcas.
REQUISITOS DE INGRESO:	Tener los datos actualizados en el aplicativo SofiaPlus Cumplir con los requisitos establecido por el SENA en el centro de formación
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El instructor Tutor

	El entorno Las TIC El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101055	Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Establecer lineamientos conceptuales del canal.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN
RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.
RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RA1

MARCA: CONCEPTO E IDENTIDAD VISUAL.

PÚBLICO OBJETIVO: CARACTERÍSTICAS Y SEGMENTOS.

ELEMENTOS GRÁFICOS: TIPOS, CARACTERÍSTICAS Y USOS.

STYLE: MANEJO DEL COLOR, TIPOGRAFÍAS.

PORTAFOLIO DE PRODUCTO: TIPOS, CATEGORÍAS Y USO.

CANALES DIGITALES: TIPOS, COMUNICACIÓN, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS E IMPORTANCIA.

MODELOS DE NEGOCIO: EMPRENDIMIENTO, MARKETPLACE Y MIPYMES.

RA2

HERRAMIENTAS DIGITALES: CLASIFICACIÓN, RECURSOS, TÉCNICAS, CARACTERÍSTICAS Y USOS.

CONTENIDO DIGITAL: ESTRATEGIA, NIVELES DE RELATO, ARQUETIPOS DE MARCA, TIPOS (CURADURÍA, EDITORIAL Y AUTORÍA), ASOCIACIONES Y PALABRAS CLAVE.

RA3

PLATAFORMAS Y APP: DISEÑO DE CONTENIDOS, EDICIÓN DE FOTOGRAFÍAS, TENDENCIA DE HASHTAG Y PARRILLA DE CONTENIDOS.

ESTRATEGIA DIGITAL EN REDES: PERFILES DE REDES SOCIALES, CONFIGURACIÓN, ESTRUCTURA, ELEMENTOS.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1

IDENTIFICAR EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA.

SELECCIONAR ELEMENTOS GRÁFICOS.

CATEGORIZAR PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.

DETERMINAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITALES.

RA2

APLICAR RECURSOS TECNOLÓGICOS.

CONSTRUIR EL CONTENIDO DIGITAL.

ESTABLECER LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN.

CATEGORIZAR LAS PALABRAS DE BÚSQUEDA Y POSICIONAMIENTO.

RA3

PUBLICAR CONTENIDO EN LAS REDES SOCIALES.

VERIFICAR LA ESTRUCTURA DE CONTENIDO DIGITAL.

COMPROBAR EL RESULTADO DE LA PUBLICACIÓN.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1

ESTABLECE EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PÚBLICO OBJETIVO.

CLASIFICA LAS CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS GRÁFICOS DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD DE MARCA.

PROPONE LOS CANALES DIGITALES SEGÚN ESTRATEGIA COMERCIAL DEL NEGOCIO.

RA2

APLICA LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO.

ESTRUCTURA EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA.

INTEGRA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SEGÚN LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN.

RA3

COMPRUEBA ESTRUCTURA DE LAS PUBLICACIONES SEGÚN ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

RELACIONA EL CONTENIDO PUBLICADO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS.

AJUSTA LA PUBLICACIÓN CONFORME A LOS RESULTADOS DE VALIDACIÓN.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN: ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES. ESTAS PROFESIONES DEBEN ESTAR ASOCIADAS A LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN LOS TÍTULOS OBTENIDOS, NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO: INGENIERO DE MERCADOS, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MERCADÓLOGO, PROFESIONAL EN MERCADEO Y
Competencias mínimas	COMPETENCIAS COMUNES ORIENTACIÓN A RESULTADOS ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO TRANSPARENCIA COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2) 1. EXPERTICIA TÉCNICA 2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN 3. APRENDIZAJE CONTINUO 4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN
Experiencia laboral y/o especialización	VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DE LABORES DE MERCADEO O MARKETING DIGITAL Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	IVAN VELEZ	GESTOR SECTORIAL RED DE COMERCIO Y VENTAS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	07/09/2020
Responsable del diseño	CLAUDIA JULIANA LEON PINTO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y TURÍSTICOS. REGIONAL SANTANDER	07/09/2020
Responsable del diseño	CAROLINA HERRERA	INSTRUCTOR TECNICO DE DISEÑO	CENTRO DE FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL Y MINERO. REGIONAL NORTE DE SANTANDER	08/09/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	08/09/2020
Responsable del diseño	JORGE EDILBERTO PORRAS	INSTRUCTOR TECNICO DE DISEÑO	null. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	08/09/2020
Responsable del diseño	SURANI SILVA	ASESORA METODOLOGICA DE DISEÑO	CENTRO DE INDUSTRIA Y SERVICIOS DEL META. REGIONAL META	08/09/2020
Responsable del diseño	OMAR RODRIGO SANCHEZ	INSTRUCTOR TECNICO DE DISEÑO	CENTRO DE GESTION DE MERCADOS, LOGISTICA Y TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	08/09/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	08/09/2020

Responsable del diseño	ADRIANA XIMENA MONCAYO	ASESORA METODOLOGICA DE DISEÑO	CENTRO DE MANUFACTURA EN TEXTILES Y CUERO. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	08/09/2020
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	08/09/2020

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica

Copia no controlada

Fecha de Elaboración	**15/04/2026**
Denominación del Programa de Formación	**CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**
Modalidad de Formación	**Presencial**
Código y versión del Programa de Formación	**62360002 V1**
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**N/A**
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**N/A**
Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos: CATALINA OTÁLORA NIÑO** **Regional y C**

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 TIPIF	
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE			AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN
			RAP 1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	**MARCA: CONCEPTO E IDENTIDAD VISUAL.** **PÚBLICO OBJETIVO: CARACTERÍSTICAS Y SEGMENTOS.** **ELEMENTOS GRÁFICOS: TIPOS, CARACTERÍSTICAS Y USOS.** **STYLE: MANEJO DEL COLOR, TIPOGRAFÍAS.** **PORTAFOLIO DE PRODUCTO: TIPOS, CATEGORÍAS Y USO.** **CANALES DIGITALES: TIPOS, COMUNICACIÓN, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS E IMPORTANCIA.** **MODELOS DE NEGOCIO: EMPRENDIMIENTO, MARKETPLACE Y MIPYMES.**	**IDENTIFICAR EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA.** **SELECCIONAR ELEMENTOS GRÁFICOS.** **CATEGORIZAR PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.** **DETERMINAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITALES.**	**ESTABLECE EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PÚBLICO OBJETIVO.** **CLASIFICA LAS CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS GRÁFICOS DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD DE MARCA.** **PROPONE LOS CANALES DIGITALES SEGÚN ESTRATEGIA COMERCIAL DEL NEGOCIO.**	**Analizar ejemplos de publicaciones en redes sociales para identificar el producto o servicio, el público objetivo y el mensaje.** **Reconocer la importancia de la planificación del contenido y definir la red social, el tipo de publicaciones, el mensaje y la secuencia.**	12	4				

N/A	N/A	**ESTRUCTURAR LA ESTRATEGIA DE MERCADEO DIGITAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE CAMPAÑA Y NORMATIVA LEGAL.**	**RAP 2DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO**	**HERRAMIENTAS DIGITALES: CLASIFICACIÓN, RECURSOS, TÉCNICAS, CARACTERÍSTICAS Y USOS.** **CONTENIDO DIGITAL: ESTRATEGIA, NIVELES DE RELATO, ARQUETIPOS DE MARCA, TIPOS (CURADURÍA, EDITORIAL Y AUTORÍA), ASOCIACIONES Y PALABRAS CLAVE.**	**APLICAR RECURSOS TECNOLÓGICOS.** **CONSTRUIR EL CONTENIDO DIGITAL.** **ESTABLECER LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN.** **CATEGORIZAR LAS PALABRAS DE BÚSQUEDA Y POSICIONAMIENTO.**	**APLICA LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO.** **ESTRUCTURA EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA.** **INTEGRA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SEGÚN LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN.**	**Elaborar un esquema sencillo que permita organizar la propuesta y facilitar su revisión de la planificación del contenido, la red social, el tipo de publicaciones, el mensaje y la secuencia.**	12	4	**PRESENTACIÓN EN CANVA O PPT DE UNA PROPUESTA DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES, ESTRUCTURADA COMO UNA SECUENCIA ORGANIZADA DE PUBLICACIONES, CONFORME A LA IDENTIDAD DE MARCA, EL PÚBLICO OBJETIVO Y LOS CRITERIOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN VISUAL.**	Observación Lluvia de ideas Preguntas orientadoras Aprendizaje experiencial Trabajo colaborativo Aprendizaje basado en proyectos Análisis de resultados Análisis de referentes visuales Socialización de resultados Retroalimentación en tiempo real Aprendizaje autónomo Lista de chequeo	Convencional y externo	Dispositivos móviles Productos u objetos Conexión a internet Aplicaciones de edición fotográfica Referentes visuales (imágenes digitales o impresas) Proyector o Televisor
			RAP 3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDESSOCIALES.	**PLATAFORMAS Y APP: DISEÑO DE CONTENIDOS, EDICIÓN DE FOTOGRAFÍAS, TENDENCIA DE HASHTAG Y PARRILLA DE CONTENIDOS.** **ESTRATEGIA DIGITAL EN REDES: PERFILES DE REDES SOCIALES, CONFIGURACIÓN, ESTRUCTURA, ELEMENTOS.**	**PUBLICAR CONTENIDO EN LAS REDES SOCIALES.** **VERIFICAR LA ESTRUCTURA DE CONTENIDO DIGITAL.** **COMPROBAR EL RESULTADO DE LA PUBLICACIÓN.**	**COMPRUEBA ESTRUCTURA DE LAS PUBLICACIONES SEGÚN ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.** **RELACIONA EL CONTENIDO PUBLICADO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS.** **AJUSTA LA PUBLICACIÓN CONFORME A LOS RESULTADOS DE VALIDACIÓN.**	**Finalizar la propuesta de contenido digital mediante la organización y presentación de una secuencia de publicaciones coherente con la identidad de marca y criterios de comunicación visual.**	12	4				

Copia no controlada

	Versión: 04
	Código: GFPI-F-134

entro de formación: Risaralda - CDITI

DE ICADOS	OBSERVACIONES
INSTRUCTORES RESPONSABLES	

Copia no controlada

1	

Copia no controlada

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES
- Código del Programa de Formación: 62360002 v 1
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Fase del Proyecto (si aplica): N/A
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Competencia: ESTRUCTURAR LA ESTRATEGIA DE MERCADEO DIGITAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE CAMPAÑA Y NORMATIVA LEGAL.

Resultados de Aprendizaje**:** **RAP 1**: CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS. **RAP 2**: DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO. **RAP 3**: VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDESSOCIALES.

- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 36 horas

2. PRESENTACIÓN

Bienvenidos al programa complementario “CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES”. En este espacio desarrollaremos la competencia “ESTRUCTURAR LA ESTRATEGIA DE MERCADEO DIGITAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE CAMPAÑA Y NORMATIVA LEGAL”, fortaleciendo sus habilidades técnicas, el pensamiento crítico y la creatividad.

Durante el proceso desarrollaremos actividades teórico–prácticas que les permitirán integrar sus conocimientos previos con nuevos saberes para lograr un aprendizaje significativo, autónomo y aplicado al contexto real. Se espera que asuman un rol activo, participen de manera colaborativa con sus compañeros y organicen su trabajo de forma sistemática, disciplinada y respetuosa, contribuyendo así a su formación integral como aprendices SENA.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial: (Antes de aprender)

Analizar ejemplos de publicaciones en redes sociales para identificar el producto o servicio, el público objetivo y el mensaje.

En esta actividad reconocerás la intención comunicativa del contenido digital a partir del análisis de publicaciones en redes sociales. Observarás ejemplos relacionados con productos o servicios y, mediante preguntas orientadoras, identificarás el público objetivo, el mensaje y las características del contenido. A lo largo del proceso, participarás activamente aportando diferentes puntos de vista y, finalmente, reflexionarás sobre la importancia de la comunicación visual en la creación de contenido digital.

Descripción de la actividad:

- Se presentan ejemplos de publicaciones en redes sociales relacionadas con productos o servicios.
- Los aprendices observan y responden: ¿Qué producto se promociona?, ¿a quién va dirigido? y ¿qué mensaje transmite?
- Se motiva la participación activa promoviendo aportes diferentes.
- Realizar una reflexión sobre la intención comunicativa del contenido.

Ambiente requerido: Convencional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Observación – Preguntas orientadoras

Materiales de formación: Video beam, equipos de cómputo

Duración de la actividad: 2 horas

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje: (Antes de aprender) Reconocer la importancia de la planificación del contenido y definir la red social, el tipo de publicaciones, el mensaje y la secuencia.

Al enfrentarte a la creación de contenido de manera espontánea, pones en evidencia tu forma natural de interpretar y comunicar visualmente una idea. Una propuesta de contenido no depende únicamente de herramientas o recursos, sino de cómo defines y organizas elementos clave como el tipo de producto, el público objetivo, el estilo visual y el mensaje que deseas transmitir. A partir de la exploración práctica y el

análisis de referentes, comienzas a reconocer que todo contenido responde a decisiones intencionales. Observar qué hace que una propuesta sea más clara o atractiva que otra permite identificar criterios básicos de coherencia, organización visual y comunicación, fundamentales para construir contenido digital con sentido y propósito.

REMITIRSE AL MATERIAL DE APOYO "CREACIÓN DE CONTENIDO"

Descripción de la actividad:

- Seleccionar un producto o servicio.
- Describir el tipo de producto, público objetivo, estilo visual y mensaje.
- Seleccionar referentes visuales relacionados.
- Se realiza retroalimentación general.

Ambiente requerido: Convencional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Trabajo autónomo – Análisis de referentes

Materiales de formación: Equipos de cómputo, conexión a internet

Duración de la actividad: 10 horas.

3.3 Actividades de apropiación: (Durante el aprendizaje) Elaborar un esquema sencillo que permita organizar la propuesta y facilitar su revisión de la planificación del contenido, la red social, el tipo de publicaciones, el mensaje y la secuencia.

Al crear contenido digital, la planificación cumple un papel fundamental para lograr coherencia y claridad en el mensaje. Así como en otros procesos creativos, organizar previamente las ideas permite orientar mejor el resultado final. Definir la red social, el tipo de publicaciones, el mensaje y la secuencia en que se presentará el contenido ayuda a construir una propuesta estructurada y comprensible. Este proceso facilita tomar decisiones conscientes sobre cómo comunicar y a quién dirigirse, permitiendo que cada pieza tenga sentido dentro de un conjunto. A través de la organización de estas ideas en un esquema sencillo y la revisión de la propuesta, se fortalece la capacidad de planear contenido con intención y coherencia.

REMITIRSE AL MATERIAL DE APOYO "COLOR Y COMPOSICIÓN"

Descripción de la actividad:

- Crear imágenes y redactar textos.
- Aplicar criterios básicos de color y composición.
- Elaboración de una pieza en utilizando software de preferencia o IA como herramienta.
- Presentar avances y recibir retroalimentación.

Ambiente requerido: Convencional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje práctico – Producción de contenido

Materiales de formación: Equipos de cómputo, dispositivos móviles

Duración de la actividad: 12 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento: (Despues del aprendizaje) Finalizar la propuesta de contenido digital mediante la organización y presentación de una secuencia de publicaciones coherente con la identidad de marca y criterios de comunicación visual.

La presentación del contenido digital es una fase clave en la que se evidencia la coherencia entre lo planificado y lo desarrollado. Organizar las piezas en una secuencia permite comprender cómo cada publicación aporta a un mensaje general, manteniendo unidad visual y comunicativa. Explicar la intención y el público objetivo ayuda a justificar las decisiones tomadas durante el proceso creativo. A través de la revisión y retroalimentación, se fortalecen aspectos relacionados con la claridad del mensaje, la organización del contenido y su pertinencia, consolidando así una propuesta de contenido digital con sentido y propósito.

REMITIRSE AL MATERIAL DE APOYO "ESTRATEGIA DE CONTENIDO RRSS"

Descripción de la actividad:

- El aprendiz organiza las piezas en secuencia.
- Presenta su propuesta explicando intención y público.
- El instructor evalúa y retroalimenta.

Ambiente requerido: Convencional

Estrategias o técnicas didácticas activas: Socialización – Evaluación

Materiales de formación: Equipos de cómputo

Duración de la actividad: 12 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

N/A	N/A	Analizar ejemplos de publicaciones en redes sociales para identificar el producto o servicio, el público objetivo y el mensaje.	Participación en actividad práctica y socialización de la actividad	Establece el concepto visual de la marca de acuerdo con el público objetivo. / Clasifica las características y elementos gráficos de acuerdo con la identidad de marca	Observación directa – Preguntas
		Reconocer la importancia de la planificación del contenido y definir la red social, el tipo de publicaciones, el mensaje y la secuencia.	Caracterización de un producto o servicio con definición de público objetivo, estilo visual, mensaje y referentes visuales asociados.	Propone los canales digitales según estrategia comercial del negocio. / Aplica las técnicas y herramientas digitales según el público objetivo	Revisión de producto – Lista de chequeo
		Elaborar un esquema sencillo que permita organizar la propuesta y facilitar su revisión de la planificación del contenido, la red social, el tipo de publicaciones,	Esquema sencillo de una propuesta de contenido digital que incluya red social, tipo de publicaciones, mensaje y secuencia.	Estructura el contenido digital de acuerdo con los objetivos de comunicación de la marca. / Integra la estrategia de comunicación según la	Revisión de producto – Lista de chequeo

		el mensaje y la secuencia. Finalizar la propuesta de contenido digital mediante la organización y presentación de una secuencia de publicaciones coherente con la identidad de marca y criterios de comunicación visual.	Presentación en canva o ppt de una propuesta de contenido digital para redes sociales, estructurada como una secuencia organizada de publicaciones, conforme a la identidad de marca, el público objetivo y los criterios básicos de comunicación visual.	campaña de promoción. Comprueba estructura de las publicaciones según estrategia de comunicación. / Relaciona el contenido publicado de acuerdo con los parámetros establecidos. / Ajusta la publicación conforme a los resultados de validación.	Lista de chequeo (Instrumento de evaluación producto)

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Contenido digital:
Información presentada en formato digital (imagen, texto, video, etc.) con el propósito de comunicar un mensaje en medios virtuales.

Identidad de marca:
Conjunto de características visuales y comunicativas que permiten reconocer una marca (colores, estilo, tono, mensaje).

Público objetivo:
Grupo de personas al que va dirigido el contenido, definido por características como edad, intereses o necesidades.

Mensaje:
Idea principal que se desea comunicar a través del contenido.

Red social:
Plataforma digital donde se publican y comparten contenidos (ej. Instagram, Facebook, TikTok).

Publicación:
Contenido individual que se comparte en una red social (imagen, video o texto).

Secuencia de publicaciones:
Conjunto organizado de publicaciones que siguen un orden lógico y mantienen coherencia entre sí.

Copy:
Texto breve que acompaña una publicación y refuerza el mensaje.

Referentes visuales:
Imágenes o ejemplos que sirven como inspiración o guía para crear contenido.

Estilo visual:
Forma en que se presenta el contenido, incluyendo colores, tipografía, iluminación y composición.

Coherencia visual:
Relación armónica entre los elementos de diseño que hace que el contenido se vea uniforme.

Composición:
Organización de los elementos dentro de una imagen o publicación.

Encuadre:
Selección del espacio visual que se muestra dentro de una imagen.

Iluminación:
Uso de la luz para mejorar la visibilidad y apariencia del contenido.

Edición:
Proceso de ajuste y mejora de imágenes o contenidos digitales.

Formato digital:
Tipo de archivo en el que se presenta el contenido (JPEG, PNG, MP4, etc.).

Engagement (interacción):
Nivel de participación del público con el contenido (me gusta, comentarios, compartidos).

Alcance:
Cantidad de personas que ven una publicación.

Plataforma digital:
Medio tecnológico donde se crea, publica o comparte contenido.

Estrategia de contenido:
Plan básico para definir qué se publica, cómo y para quién.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Adobe. (2024). *Guía básica de creación de contenido digital*. Recuperado de https://www.adobe.com

Canva. (2024). *Principios de diseño para redes sociales*. Recuperado de https://www.canva.com

HubSpot. (2023). *Guía de marketing de contenidos*. Recuperado de https://www.hubspot.com

Hootsuite. (2024). *Social Media Trends y creación de contenido*. Recuperado de https://www.hootsuite.com

Philip Kotler & Keller, K. (2016). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.

Google. (2023). *Fundamentos de marketing digital*. Recuperado de https://learndigital.withgoogle.com

Rock Content. (2022). *Marketing de contenidos: guía completa*. Recuperado de https://rockcontent.com

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Catalina Otálora Niño	Instructora	Formación Complementaria	15/04/2026

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

FORMATO INSTRUMENTO DE EVALUACION LISTA DE CHEQUEO (PRODUCTO) F08-9543-007 / 07 - 10 Versión 3 Proceso: Ejecución de la Formación Profesional Procedimiento: Desarrollo Curricular	SENA SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN GENERAL

Regional: RISARALDA		
Centro de Formación: CDITI		
Fecha:	**Nombre del Evaluado:**	**Documento de Identidad:**

2. IDENTIFICACIÓN LISTA DE CHEQUEO

Programa de Formación: **CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES**	**Ficha:**
Nombre del Proyecto: **N/A**	
Fase del Proyecto: **N/A**	
Actividad del Proyecto: **N/A**	
Resultados de Aprendizaje:	
RAP 1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	
RAP 2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	
RAP 3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	

Clase de Evidencia: Producto

Nombre de la Evidencia: PRESENTACIÓN EN CANVA O PPT DE UNA PROPUESTA DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES, ESTRUCTURADA COMO UNA SECUENCIA ORGANIZADA DE PUBLICACIONES, CONFORME A LA IDENTIDAD DE MARCA, EL PÚBLICO OBJETIVO Y LOS CRITERIOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN VISUAL.

3. PRESENTACIÓN

Señor aprendiz después de haber desarrollado una serie de actividades correspondientes a la guía de aprendizaje, realizaremos una evaluación del desempeño y/o valoración del producto entregado, para determinar el dominio que posee frente a los resultados de aprendizaje establecidos.

Duración de la prueba. 20 minutos
Sitio de Aplicación: Ambiente de formación

Instrucciones para desarrollar el instrumento:

Señor Instructor:

- Diligencie los datos personales del aprendiz.
- Marque con una X en la columna SI o NO según corresponda.
- Justifique en la columna de observaciones cuando su concepto sea no satisfactorio.
- Recuerde que, para la aceptación total, el aprendiz debe aprobar todos los indicadores prescritos. Si no es así, proceda a concertar actividades remediales.
- Firme la evaluación.
- Comunique al evaluado, finalizada la evaluación, el resultado obtenido.

4. LISTA DE CHEQUEO DE PRODUCTO

No.	CRITERIOS/INDICADORES	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
PRESENTACIÓN EN CANVA O PPT DE UNA PROPUESTA DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES, ESTRUCTURADA COMO UNA SECUENCIA ORGANIZADA DE PUBLICACIONES, CONFORME A LA IDENTIDAD DE MARCA, EL PÚBLICO OBJETIVO Y LOS CRITERIOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN VISUAL QUE CONTIENE:				
1	ESTABLECE EL CONCEPTO VISUAL DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PÚBLICO OBJETIVO.	**X**		
2.	CLASIFICA LAS CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS GRÁFICOS DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD DE MARCA.	**X**		
3	PROPONE LOS CANALES DIGITALES SEGÚN ESTRATEGIA COMERCIAL DEL NEGOCIO.	**X**		
4	APLICA LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO.	**X**		
5	ESTRUCTURA EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA.	**X**		
6	INTEGRA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SEGÚN LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN.	**X**		
7	COMPRUEBA ESTRUCTURA DE LAS PUBLICACIONES SEGÚN ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.	**X**		
8	RELACIONA EL CONTENIDO PUBLICADO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS.	**X**		
9	AJUSTA LA PUBLICACIÓN CONFORME A LOS RESULTADOS DE VALIDACIÓN.	**X**		

5. VERIFICACIÓN

RECOMENDACIONES:	**JUICIO DE VALOR:**	
	A: __ X ___	**D: _____**
Ciudad – Fecha	DOSQUEBRADAS - Catalina O. N. Firma del Evaluador:	
	Firma del Evaluado/a:	

DESARROLLO CURRICULAR › MATERIAL DE APOYO



Color y composición



CREACIÓN DE CONTENIDO



ESTRATEGIA DE CONTENIDO RRSS

MATERIAL COMPLEMENTARIO

1. Hootsuite YouTube Channel – *Social Media Content Strategy for Beginners*

https://www.youtube.com/watch?v=V0x2fK6z0bU
Explica de forma sencilla cómo crear una estrategia de contenido desde cero: definir objetivos, público y tipo de publicaciones. Ideal para principiantes que necesitan ordenar sus ideas.

---

2. HubSpot – *Guía de marketing de contenidos*

https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-de-contenidos
Artículo completo que explica qué es el contenido digital, cómo planificarlo y cómo adaptarlo a redes sociales. Incluye ejemplos prácticos y conceptos básicos.

---

3. Think Media – *How to Create Social Media Content*

https://www.youtube.com/watch?v=7s7R1zF4zXQ
Video enfocado en la creación de contenido visual y práctico. Muestra cómo generar ideas, grabar y estructurar publicaciones de manera sencilla.

---

4. Canva – *Guía para crear contenido en redes sociales*

https://www.canva.com/es_mx/aprende/crear-contenido-redes-sociales/
Guía visual muy clara sobre diseño, uso del color, tipografía y organización del contenido. Muy útil para quienes empiezan a crear piezas gráficas.

---

5. Metricool – *Estrategia de contenido para redes sociales*

https://www.youtube.com/watch?v=GqQ8XKZpZrQ
Explica cómo planificar contenido, organizar publicaciones y entender qué funciona en redes sociales. Incluye consejos prácticos para mejorar la coherencia y resultados.

BILBIOGRAFÍA

Google. (2023). *Fundamentos de marketing digital*. Recuperado de https://learndigital.withgoogle.com

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. (2022). *Ciudadanía digital y uso responsable de internet*. Recuperado de https://www.mintic.gov.co

UNESCO. (2021). *Competencias digitales para la ciudadanía*. Recuperado de https://www.unesco.org

Hootsuite. (2024). *Guía de redes sociales y comunicación digital*. Recuperado de https://www.hootsuite.com

Common Sense Media. (2020). *Digital Citizenship Curriculum*. Recuperado de https://www.commonsense.org

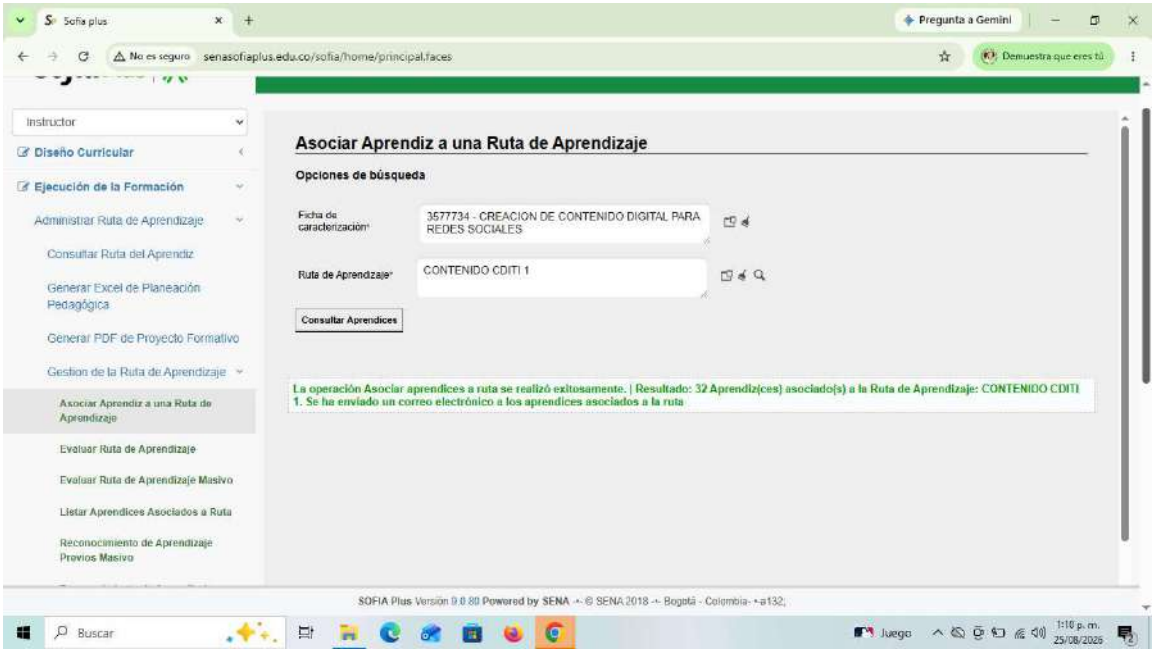
HubSpot. (2023). *Guía de marketing de contenidos y redes sociales*. Recuperado de https://www.hubspot.es

Ruta de Aprendizaje

Nombre de la Ruta de Aprendizaje* CONTENIDO CDITI 1

Guardar | Activar Ruta de Aprendizaje

La ruta de aprendizaje fue guardada y activada exitosamente


Sofia plus
Pregunta a Gemini
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Demuestra que eres tú
Instructor
Diseño Curricular
Ejecución de la Formación
Administrar Ruta de Aprendizaje
Consultar Ruta del Aprendiz
Generar Excel de Planeación Pedagógica
Generar PDF de Proyecto Formativo
Gestion de la Ruta de Aprendizaje
Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje Masivo
Listar Aprendices Asociados a Ruta
Reconocimiento de Aprendizaje Previos Masivo
Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje
Opciones de búsqueda
Ficha de caracterización*
3577734 - CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES
Ruta de Aprendizaje*
CONTENIDO CDITI 1
Consultar Aprendices
La operación Asociar aprendices a ruta se realizó exitosamente. | Resultado: 32 Aprendiz(ces) asociado(s) a la Ruta de Aprendizaje: CONTENIDO CDITI 1. Se ha enviado un correo electrónico a los aprendices asociados a la ruta
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -•- © SENA 2018 -•- Bogotá - Colombia- •-a132;
Buscar
Juego
1:16 p. m.
25/08/2026

Leyes de [illegible] Nat.

Técnica

① Leyes Composición: → Ley Horizontal Muralla / Tercios / Simetría

* Recortar, Enderezar, Brillo, Contraste, Nitidez △ Definición

② Angulaciones > Cenital, Nadir, Picado, Contrapicado, a Nivel

③ Planos > Panorámico, GPG, PG, PA, PM, PP, PPP, PD

④ Mov. Cámara > Panea, Tilt [up / down], travelling [in / out], Zoom [in / out]

MOVIMIENTOS DE CÁMARA

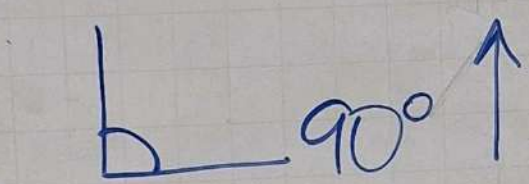
1. Paneo < der - iz / iz - der
2. Tilt < UP / DOWN
3. Travelling < in / out | 360° de seguimiento
4. Zoom < in / out

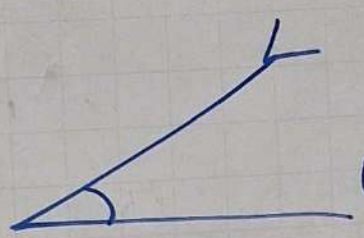
PLANOS

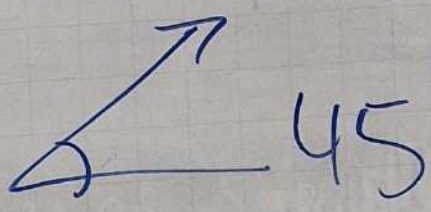
1. Panorámica > PAN
2. Gran Plano General > GPG
3. Plano General > PG
4. Plano Americano > PA
5. Plano Medio > PM
6. Primer Plano > PP
7. Primerísimo Primer Plano > PPP
8. Plano Detalle > PD

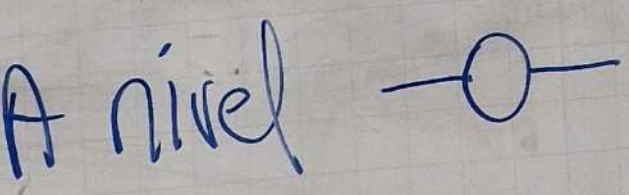
ANGULACIONES

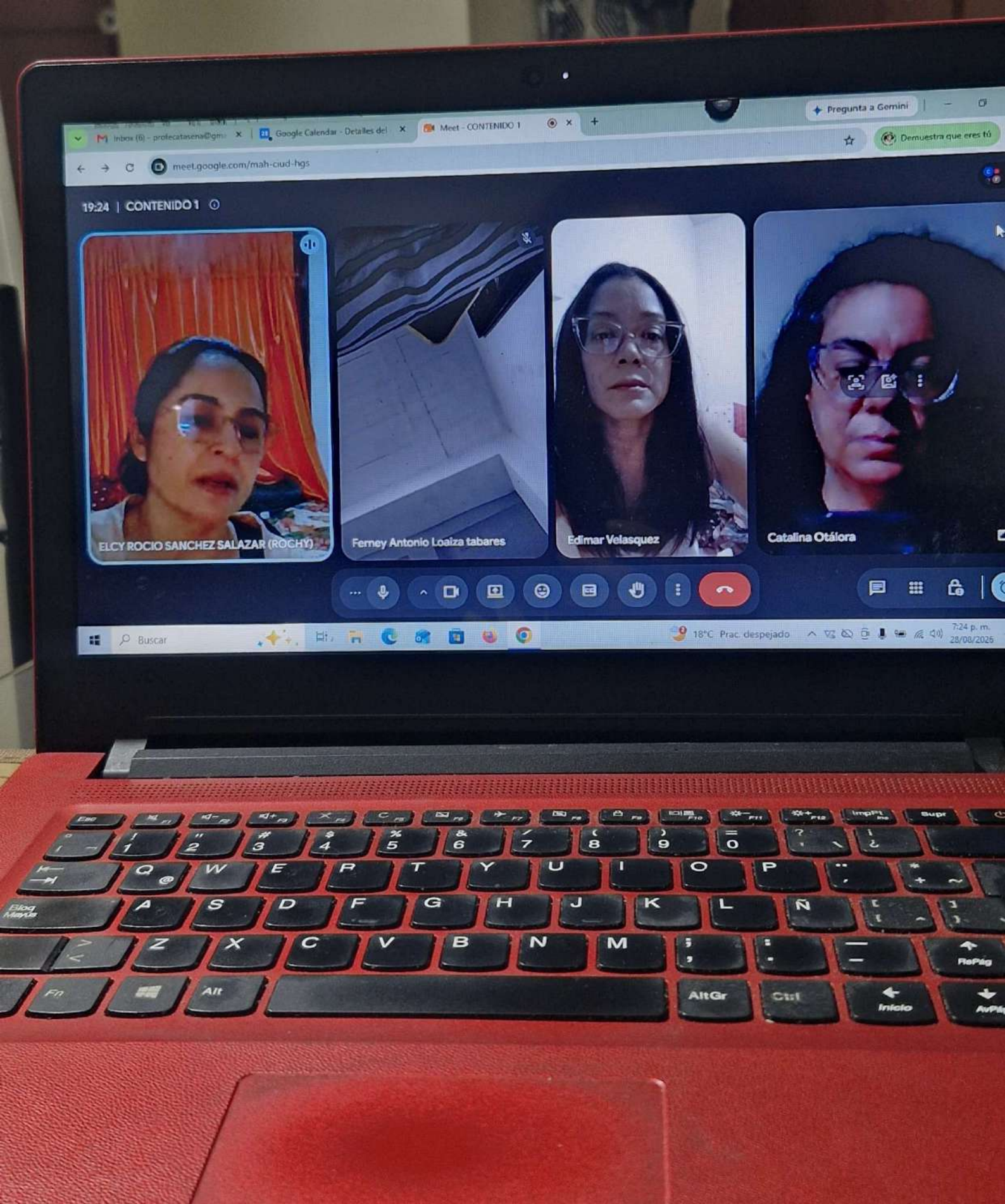
① Cenital >  90°

② Nadir  90°

③ Picado  45°

④ Contrapicado  45°

⑤ A nivel 


Meet - CONTENIDO 1
meet.google.com/mah-ciud-hgs
19:24 | CONTENIDO 1
ELCY ROCIO SANCHEZ SALAZAR (ROCHY)
Ferney Antonio Loaiza tabares
Edimar Velasquez
Catalina Otálora

NOMBRES	ID	DOCUMENTO	6-ago	7-ago	13-ago	14-ago
Ana Milena Peñaranda Lugo	CC	25166440		X		X
Angie Marcela Hernández ospina	CC	1088037754				
Carlos herman Gordillo Zabala	CC	93128896		X		X
Diana Carolina Posada Godoy	CC	42150302	X	X	X	X
Edimar José Velásquez Guzmán	PPT	6699768	X		X	X
Elcy Rocio Sanchez Salazar	CC	24790350	X		X	
Ferney antonio loaiza tabares	CC	4580270	X		X	X
Ivan Santiago Orejuela Trejos	CC	1087994247				
Juanita Arbeláez	CC	1225090719				
Laura camila Marin osorio	CC	1034780853	X			
Laura Daniela Grisales Muñoz	CC	1088337197	X		X	X
Laura valentina González	CC	1007217558	X		X	X
Leidy Yurani Echeverri Valencia	CC	1088005701	X	X	X	X
Libia Andrea jimenez mejia	CC	1088316322				
Lizeth Tamayo	CC	1088020310	X			X
luciana arias mendez	CC	1088829067				
Mary luz Molina zapata	CC	1094889838				
Nathalia Paez	CC	1025323738				
Patricia Eugenia Arango Angel	CC	42067241				
Paula Andrea Alzate	CC	42136689		X		X
SANDRA BIBIANA DUQUE SÁNCH	CC	25165359	X	X	X	X
Serbulo Arturo Duque Sánchez	CC	10022150		X	X	X
Wilmar Alberto Agudelo Ruiz	CC	18508472	X	X	X	X
Yamiled Marín Muñoz	CC	66930545				
Yeison Stiwar Hurtado Albornoz	CC	1007544926		X		
Yorladis cataño	CC	42158935	X		X	
Yuly calderon	CC	53047236				

Fecha del Reporte: 25/08/2026

Ficha de Caracterización: 3577734

Cógigo: 62360002

Versión: 1

Denominación: CREACION DE CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES

Estado de la Ficha de Caracterización: TERMINADA POR FECHA

Fecha Inicio: 23/07/2026

Fecha Fin: 14/08/2026

Modalidad de Formación: PRESENCIAL

Regional: 66 - REGIONAL RISARALDA

Centro de Formación: 9223 - CENTRO DE DISEÑO E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos
CC	10022150	SERBULO ARTURO	DUQUE SANCHEZ
CC	10022150	SERBULO ARTURO	DUQUE SANCHEZ
CC	10022150	SERBULO ARTURO	DUQUE SANCHEZ
CC	1007217558	LAURA VALENTINA	GONZALES SANCHEZ
CC	1007217558	LAURA VALENTINA	GONZALES SANCHEZ
CC	1007217558	LAURA VALENTINA	GONZALES SANCHEZ
CC	1007544926	YEISON STIWAR	HURTADO ALBORNOZ
CC	1007544926	YEISON STIWAR	HURTADO ALBORNOZ
CC	1007544926	YEISON STIWAR	HURTADO ALBORNOZ

TI	1012395710	ASLI SAMANTA	LOTERO DAZA
TI	1012395710	ASLI SAMANTA	LOTERO DAZA
TI	1012395710	ASLI SAMANTA	LOTERO DAZA
CC	1025323738	NATHALIA DEL PILAR	PAEZ RODRIGUEZ
CC	1025323738	NATHALIA DEL PILAR	PAEZ RODRIGUEZ
CC	1025323738	NATHALIA DEL PILAR	PAEZ RODRIGUEZ
CC	1034780853	LAURA CAMILA	MARIN OSORIO
CC	1034780853	LAURA CAMILA	MARIN OSORIO
CC	1034780853	LAURA CAMILA	MARIN OSORIO
TI	1042861822	GERONIMO	MOYA POLANIA
TI	1042861822	GERONIMO	MOYA POLANIA
TI	1042861822	GERONIMO	MOYA POLANIA
CC	1087994247	IVAN SANTIAGO	OREJUELA TREJOS
CC	1087994247	IVAN SANTIAGO	OREJUELA TREJOS
CC	1087994247	IVAN SANTIAGO	OREJUELA TREJOS
CC	1088005701	LEIDY YURANI	ECHEVERRI VALENCIA
CC	1088005701	LEIDY YURANI	ECHEVERRI VALENCIA
CC	1088005701	LEIDY YURANI	ECHEVERRI VALENCIA
CC	1088020310	LIZETH ALBENNY	TAMAYO SANCHEZ
CC	1088020310	LIZETH ALBENNY	TAMAYO SANCHEZ

CC	1088020310	LIZETH ALBENNY	TAMAYO SANCHEZ
CC	1088037754	ANGIE MARCELA	HERNANDEZ OSPINA
CC	1088037754	ANGIE MARCELA	HERNANDEZ OSPINA
CC	1088037754	ANGIE MARCELA	HERNANDEZ OSPINA
CC	1088316322	LIBIA ANDREA	JIMENEZ MEJIA
CC	1088316322	LIBIA ANDREA	JIMENEZ MEJIA
CC	1088316322	LIBIA ANDREA	JIMENEZ MEJIA
CC	1088337197	LAURA DANIELA	GRISALES MUÑOZ
CC	1088337197	LAURA DANIELA	GRISALES MUÑOZ
CC	1088337197	LAURA DANIELA	GRISALES MUÑOZ
TI	1089614384	DILAN SANTIAGO	HURTADO CABRERA
TI	1089614384	DILAN SANTIAGO	HURTADO CABRERA
TI	1089614384	DILAN SANTIAGO	HURTADO CABRERA
CC	1094889838	MARY LUZ	MOLINA ZAPATA
CC	1094889838	MARY LUZ	MOLINA ZAPATA
CC	1094889838	MARY LUZ	MOLINA ZAPATA
TI	1140417203	KAREN YULIET	QUINTERO MOLINA
TI	1140417203	KAREN YULIET	QUINTERO MOLINA
TI	1140417203	KAREN YULIET	QUINTERO MOLINA
TI	1142516424	NICOLAS	GARCIA COSSIO

TI	1142516424	NICOLAS	GARCIA COSSIO
TI	1142516424	NICOLAS	GARCIA COSSIO
TI	1142519326	SAMUEL	CARMONA OTALVARO
TI	1142519326	SAMUEL	CARMONA OTALVARO
TI	1142519326	SAMUEL	CARMONA OTALVARO
CC	1225090719	JUANITA	ARBELAEZ ALZATE
CC	1225090719	JUANITA	ARBELAEZ ALZATE
CC	1225090719	JUANITA	ARBELAEZ ALZATE
CC	18508472	WILMAR ALBERTO	AGUDELO RUIZ
CC	18508472	WILMAR ALBERTO	AGUDELO RUIZ
CC	18508472	WILMAR ALBERTO	AGUDELO RUIZ
CC	24790350	ELCY ROCIO	SANCHEZ SALAZAR
CC	24790350	ELCY ROCIO	SANCHEZ SALAZAR
CC	24790350	ELCY ROCIO	SANCHEZ SALAZAR
CC	25165359	SANDRA BIBIANA	DUQUE SANCHEZ
CC	25165359	SANDRA BIBIANA	DUQUE SANCHEZ
CC	25165359	SANDRA BIBIANA	DUQUE SANCHEZ
CC	25166440	ANA MILENA	PEÑARANDA LUGO
CC	25166440	ANA MILENA	PEÑARANDA LUGO
CC	25166440	ANA MILENA	PEÑARANDA LUGO

CC	42067241	PATRICIA EUGENIA	ARANGO ANGEL
CC	42067241	PATRICIA EUGENIA	ARANGO ANGEL
CC	42067241	PATRICIA EUGENIA	ARANGO ANGEL
CC	42136689	PAULA ANDREA	ALZATE MARIN
CC	42136689	PAULA ANDREA	ALZATE MARIN
CC	42136689	PAULA ANDREA	ALZATE MARIN
CC	42150302	DIANA CAROLINA	POSADA GODOY
CC	42150302	DIANA CAROLINA	POSADA GODOY
CC	42150302	DIANA CAROLINA	POSADA GODOY
CC	42158935	YORLADIS	CATAÑO SANCHEZ
CC	42158935	YORLADIS	CATAÑO SANCHEZ
CC	42158935	YORLADIS	CATAÑO SANCHEZ
CC	4580270	FERNEY ANTONIO	LOAIZA TABARES
CC	4580270	FERNEY ANTONIO	LOAIZA TABARES
CC	4580270	FERNEY ANTONIO	LOAIZA TABARES
CC	53047236	YULY PAOLA	CALDERON
CC	53047236	YULY PAOLA	CALDERON
CC	53047236	YULY PAOLA	CALDERON
CC	66930545	YAMILED	MARIN MUÑOZ
CC	66930545	YAMILED	MARIN MUÑOZ

CC	66930545	YAMILED	MARIN MUÑOZ
PPT	6699768	EDIMAR JOSE	VELASQUEZ GUZMAN
PPT	6699768	EDIMAR JOSE	VELASQUEZ GUZMAN
PPT	6699768	EDIMAR JOSE	VELASQUEZ GUZMAN
CC	93128896	CARLOS HERMAN	GORDILLO ZABALA
CC	93128896	CARLOS HERMAN	GORDILLO ZABALA
CC	93128896	CARLOS HERMAN	GORDILLO ZABALA

Reporte de Juicios

Estado	Competencia
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

EN FORMACION	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

de Evaluación

Resultado de Aprendizaje	Juicio de Evaluación
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO

612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO

612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO

612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO

612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	NO APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	NO APROBADO

612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	NO APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO
612258 - RA1 CARACTERIZAR LOS ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.	APROBADO
612259 - RA2 DESARROLLAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON EL MODELO DE NEGOCIO.	APROBADO
612260 - RA3 VALIDAR EL CONTENIDO DIGITAL DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.	APROBADO

Fecha y Hora del Juicio Evaluativo	Funcionario que registro el juicio evaluativo
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO

25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO

25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO

25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO

25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.44 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO

25/08/2026 23.43 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO
25/08/2026 23.41 a	CC 52388647 - CATALINA OTALORA NIÑO