| CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Pública | **x** | Pública Clasificada | | Pública Reservada | |

**INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL**

**Montería septiembre 18 de 2026**

Señor(a)
**JESUS DAVID SILVA RAMOS**
Supervisor contrato nro. **CO1.PCCNTR.9272910**
Cargo del supervisor Instructor G16
Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir
Montería

**Asunto**: Informe mensual de ejecución contractual septiembre de 2026

**Referencia**: No (CO1.PCCNTR.9272910) del año (2026)

Ketty Cecilia Sánchez Carmona, identificado con la cédula de ciudadanía nro. 52.421.420, 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.

**Valor y forma de Pago:** Se fija como valor total para el contrato la suma de TREINTA Y SIETE MILLONES OCHOCIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS SETENTA Y SEIS PESOS M/CTE ($ 37.899.976) esta

suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera, a) ocho (8) pagos iguales por los meses de febrero a septiembre de 2026 por valor de CUATRO MILLONES SETECIENTOS TREINTA Y SIETE MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS M/CTE ($4.737.497).

**Plazo: 30 de septiembre de 2025.**

**Objeto:** CONTRATAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL COMO INSTRUCTOR CONTRATISTA PARA IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA OFERTA REGULAR, TITULADA Y COMPLEMENTARIA PRESENCIAL Y VIRTUAL EN EL CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR.

**Ejecución mensual de actividades**

| Nro. | Obligaciones | Acciones realizadas | Evidencias |
|---|---|---|---|
| 1 | Alistar procesos formativos e impartir 160 horas mensuales de formación profesional integral en programas titulados y/o complementarios del área asignada dentro del programa oferta regular, en las competencias, resultados de aprendizaje y actividades de los proyectos de formación programados dentro de los tiempos que para cada acción se determine por el Centro de formación. | **3406772-desarrollo de procesos de mercadeo**<br><br>**Competencia**: proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico<br><br>**Resultados**: seleccionar el segmento de mercado de acuerdo con políticas comerciales de la organización.<br><br>**3280257 - Gestión agroempresarial**<br><br>**Competencia** coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo<br><br>**Resultado**: evaluar el plan de acción de acuerdo con procedimiento y metodología administrativa.<br><br>**3286362-gestion de la producción agrícola** | **Anexo 1**: Planeación pedagógica<br><br>3406772- 3280257-3286362-3543244<br><br>**Anexo2:**<br>Lista de asistencia Fichas No. 3406772-3280257-3286362-<br><br>**Anexo 3:** Guías de Aprendizaje programa de formación<br><br>Fichas 3406772-3280257-3286362-3543244<br><br>**Anexo 4:** Plan concertado de las fichas 3406772-3280257-3286362-3543244 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | **competencia** implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado.<br><br>**Resultado**: verificar las acciones de mercadeo, de acuerdo con cronogramas y criterios de evaluación estratégica establecidos por la empresa.<br><br>**3543244-Emprendimiento y fomento empresarial**<br><br>**competencia** dirigir procesos organizacionales según modelo de gestión.<br><br>**Resultado**: preparar la estructura organizacional teniendo en cuenta los recursos y actividades claves<br><br>total horas mes:160 | |
| 2 | Autogestionar formación complementaria y Eventos de Divulgación Tecnológica de acuerdo con su área de desempeño, presentando la documentación requerida para ello y realizar el proceso requerido para tal fin. | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación | **No Aplica** |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 3 | Asociar a los aprendices a la ruta de aprendizaje de las fichas a cargo dentro de los términos estipulados. | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación | **No Aplica** |
| 4 | Apoyar y participar activamente en la gestión del programa de formación para el cumplimiento de metas y posicionamiento Regional de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato. | Se realizó apoyo en la oferta de Técnico en operaciones logísticas de Puerto escondido. | **Anexo 5:** Evidencia fotográfica |
| 5 | Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar los informes mensuales de la ejecución del contrato o los productos que se le requiera, además del informe mensual de actividades según la fase en que se encuentre el curso (planear, ejecutar y evaluar) durante el desarrollo del proceso de aprendizaje y de las actividades en general con sus respectivos anexos. | Se atiende el llamado y las instrucciones por parte del supervisor(a). | **Anexo 6**: Correos y mensajes de grupo. |
| 6 | Dar aviso oportuno sobre las novedades de ambientes y materiales de formación | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación | **No Aplica** |
| 7 | Prestar los servicios profesionales con seriedad, responsabilidad, respeto, eficiencia, oportunidad y diligencia los servicios contratados. | Se dio cumplimiento oportuno de los entregables del proceso formativo. | **No Aplica** |
| 8 | Atender según los requerimientos de la Subdirección de centro, actividades de apoyo a la supervisión de contratos y/o evaluación de propuestas según las competencias que su formación académica le permitan desarrollar. | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación | **No Aplica** |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 9 | Emitir los juicios evaluativos de cada resultado de aprendizaje en la plataforma Sena sofia plus dentro de los 5 días hábiles siguientes a la finalización de cada resultado de aprendizaje impartido, dando a conocer los resultados de los mismos a los aprendices. | Para el periodo objeto de cobro se han evaluado juicios de las fichas 3286362-gestion de la producción agrícola, 3406772-desarrollo de procesos de mercadeo. | **Anexo 7:** Reporte de juicios en Sofía plus |
| 10 | Mantener en tiempo real el portafolio del instructor con la documentación soporte inherente a la formación según la guía para desarrollar los procesos formativos. | Se mantiene el portafolio del instructor según lo indicado en la Guía para desarrollar procesos formativos.<br><br>**GFPI-F-013** para las fichas No. 3406772-3280257-3543652-3286362<br>• Guía de Aprendizaje.<br>• Plan concertado<br>• Listas de Asistencia.<br>• Evidencias fotográficas. | **Anexo 8**: Pantallazo del portafolio del instructor(onedrive)<br>**Link**: SEPTIEMBRE |

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.

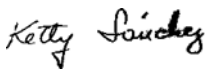
| ÍTEM | NRO. DE LA ORDEN DE VIAJE | LUGAR DE DESPLAZAMIENTO | FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL | FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL |
|---|---|---|---|---|
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |

Para efectos del presente informe, se adjuntan las certificaciones de antecedentes correspondientes, con las fechas que se relacionan a continuación:

- **Certificación de antecedentes fiscales:** 18 de septiembre de 2026
- **Certificación de antecedentes penales:** 18 de septiembre de 2026
- **Certificación de antecedentes disciplinarios:** 18 de septiembre de 2026
- **Certificación de registro nacional de medidas correctivas:** 18 de septiembre de 2026

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. 4663378763 y 4666082237 del operador SOI referente a los meses de agosto y septiembre de 2026

Cordialmente,



**KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA**
Contratista
**C.C. No.52.421.420**

**JESUS DAVID SILVA RAMOS**
Supervisor del contrato. **CO1.PCCNTR.9272910 del año 2026**

**Obligaciones Contractuales**

**Contractual 1**

**Anexo 1**: Planeación pedagógica 3406772- 3280257-3286362

Copia no controlada

| | |
|---|---|
| | Código: GFPI-F-134 |
| | Versión: 05 |

**PROCESO**

**GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**NOMBRE DEL FORMATO**

**FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA**

**CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

| Pública [x] | Pública Clasificada [ ] | Pública Reservada [ ] |
|---|---|---|

**Instrucciones para el Diligenciamiento del Formato**

**No Imprimir**

**1. Generalidades**

**CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN:** en cada pestaña marque con una equis (X) la clasificación del documento según los lineamientos establecidos en la GOR-G-015 Guía Etiquetado de Información, que puede ser consultada en la herramienta de gestión del SIGA.
Importante: solo se debe clasificar la información cuando se diligencie el formato, por si el formato vacio no contiende información por ende no se etiqueta.

a) Objetivo del formato: Consolidar la información de la Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo.

b) PROCEDIMIENTO ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PGFPI-P-026

c) Diligenciador por Equipo de Gestión Curricular del Programa de Formación.

d) Frecuencia de diligenciamiento: Cada vez que se debe realiza alistamiento del programa de formación.

e) El formato una vez diligenciado y en conjunto con las Guía de Aprendizaje, es enviado para revisión técnica y metodológica por parte del Equipo Pedagógico de Centro.

f) No se requiere imprimir.

g) El formato es guardado en el SVP y en el repositorio establecido por el Centro de Formación.

**2. Instrucciones para diligenciar las casillas**

| NOMBRE DE LA CASILLA | INSTRUCCIONES | TENER EN CUENTA |
|---|---|---|
| **Fecha de Elaboración** | Fecha en que se elabora la planeación pedagógica | SEPTIEMBRE DE 2026 |
| **Denominación del Programa de Formación** | Denominación del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el aplicativo sistema de gestión académico administrativo- con estado en ejecución | Gestion agroempresarial |
| **Código y versión del Programa** | Código y versión del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el sistema de gestión académico administrativo- con estado en ejecución | 723179 V1 |
| **Nombre del Proyecto** | Denominación del Proyecto como aparece en sistema de gestión académico administrativo- con estado en publicado | implementación de un modelo de gestión administrativa y productiva de la empresa agropecuaria mediante el uso de las tics para impulsar el crecimiento económico de los pequeños y medianos productores. |
| **Código del Proyecto** | Código del Proyecto como aparece en sistema de gestión académico administrativo- con estado en publicado | 2404916 |
| **Equipo de gestión Curricular que elabora la planeación pedagógica** | Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica | Ketty Cecilia Sánchez Carmona |
| **Regional y Centro de formación** | Diligencie los nombre del centro y regional correspondiente al Equipo de Gestión Curricular | Regional Cordoba- Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir |
| **Actividad de proyecto formativo (si el programa es titulada)** | Actividad del proyecto formativo objeto de planeación pedagógica. | realizar diagnóstico administrativo, productivo y social de la empresa agropecuaria y/o agroindustrial. |
| **Fase de proyecto formativo (solo titulada)** | Fase del proyecto formativo a la cual pertenece la actividad de proyecto. | Análisis. |
| **Competencia** | Competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto. | coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo. |
| **Resultados de aprendizaje** | Resultados de aprendizaje asociados a la competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto. | evaluar el plan de acción de acuerdo con procedimiento y metodología administrativa |
| **Actividades de aprendizaje a desarrollar** | Formule la (s) actividad (es) de aprendizaje en correspondencia con las actividades de proyecto. | Conocimiento: Prueba sobre proceso administrativo, plan de acción e indicadores<br>Conocimiento: Sustentación de la evaluación del plan de acción<br>Producto: Plan de acción evaluado<br>Producto: Informe final de evaluación<br>Desempeño: Trabajo colaborativo y análisis del caso |
| **Duración actividad de aprendizaje (horas)** | Colocar la duración de la actividad de aprendizaje. | Según la suma de los resultados de aprendizaje que componen la actividad |
| **Horas trabajo directo** | Horas trabajo directo con el instructor para desarrollar la actividad. | 96 |
| **Horas trabajo independiente** | Horas de trabajo independiente del aprendiz. | 8 |
| **Estrategias didácticas activas** | De acuerdo a la actividad formulada describa las didácticas activas que utilizará para su ejecución. | ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE ACTIVO: Mesa redonda, juego de roles, grupos cooperativos de trabajo,<br>ESTRATEGIAS COLABORATIVAS: Exposiciones, debates, lectura compartida, construcción de idea con imágenes, animación y juegos,<br>APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS: Estudios de casos, formación por |
| **Ambientes de aprendizaje tipificados** | Registrar el nombre de los ambientes requeridos. | AMBIENTE DE FORMACIÓN (SALÓN) |
| **Ambiente de formación** | Ambiente de aprendizaje para desarrollar la actividad (aula, laboratorio, unidad productiva) si es virtual el ambiente es el LMS dispuesto por el SENA. | AMBIENTE DE FORMACIÓN (SALÓN), MESAS. |
| **Materiales de formación** | Los materiales están descritos en el proyecto formativo. Material de formación es todo recurso consumible o utilizable en el proceso de formación, recuerde citar los materiales adecuados a la modalidad virtual para este tipo de programas. | RESMA DE PAPEL<br>LÁPIZ<br>MARCADORES<br>LAPICEROS |
| **Instructores responsables** | número de instructores para desarrollar la actividad. | KETTY SANCHEZ |
| **Criterios de evaluación** | Criterios de evaluación descritos en el programa de formación para desarrollar la competencia. | Identifica los elementos del proceso administrativo de acuerdo con las necesidades de la organización. Analiza los componentes del plan de acción de acuerdo con los objetivos organizacionales.<br>Interpreta indicadores de gestión de acuerdo con las metas |
| **Descripción de la evidencia de aprendizaje** | Cite si la actividad es de producto, de desempeño o de conocimiento, según conceptos establecidos en la guia de diseño. | Conocimiento: Prueba sobre proceso administrativo, plan de acción e indicadores<br>Conocimiento: Sustentación de la evaluación del plan de acción<br>Producto: Plan de acción evaluado<br>Producto: Informe final de evaluación<br>Desempeño: Trabajo colaborativo y análisis del caso |
| **Observaciones** | Documente las observaciones | Ninguna |

Copia no controlada

| | Código: GFPI-F-134 |
|---|---|
| | Versión: 05 |

**PROCESO**

**GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**NOMBRE DEL FORMATO**

**FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA**

**CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

| Pública [x] | Pública Clasificada [ ] | Pública Reservada [ ] |
|---|---|---|

**Instrucciones para el Diligenciamiento del Formato**

**No Imprimir**

**1. Generalidades**

**CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN:** en cada pestaña marque con una equis (X) la clasificación del documento según los lineamientos establecidos en la GOR-G-015 Guía Etiquetado de Información, que puede ser consultada en la herramienta de gestión del SIGA.
Importante: solo se debe clasificar la información cuando se diligencie el formato, por si el formato vacio no contiende información por ende no se etiqueta.

a) Objetivo del formato: Consolidar la información de la Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo.

b) PROCEDIMIENTO ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PGFPI-P-026

c) Diligenciador por Equipo de Gestión Curricular del Programa de Formación.

d) Frecuencia de diligenciamiento: Cada vez que se debe realiza alistamiento del programa de formación.

e) El formato una vez diligenciado y en conjunto con las Guía de Aprendizaje, es enviado para revisión técnica y metodológica por parte del Equipo Pedagógico de Centro.

f) No se requiere imprimir.

g) El formato es guardado en el SVP y en el repositorio establecido por el Centro de Formación.

**2. Instrucciones para diligenciar las casillas**

| NOMBRE DE LA CASILLA | INSTRUCCIONES | TENER EN CUENTA |
|---|---|---|
| **Fecha de Elaboración** | Fecha en que se elabora la planeación pedagógica | SEPTIEMBRE DE 2026 |
| **Denominación del Programa de Formación** | Denominación del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el aplicativo sistema de gestión académico administrativo- con estado en ejecución | Gestion de la produccion agricola |
| **Código y versión del Programa** | Código y versión del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el sistema de gestión académico administrativo- con estado en ejecución | 722148 V1 |
| **Nombre del Proyecto** | Denominación del Proyecto como aparece en sistema de gestión académico administrativo- con estado en publicado | MANEJO INTEGRAL DE SISTEMAS PRODUCTIVOS AGRICOLAS IMPLEMENTANDO LAS B.P.A EN EL DESARROLLO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL CON LA ESTRATÉGIA SENA EMPRESA EN EL |
| **Código del Proyecto** | Código del Proyecto como aparece en sistema de gestión académico administrativo- con estado en publicado | 2875529 |
| **Equipo de gestión Curricular que elabora la planeación pedagógica** | Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica | Ketty Cecilia Sánchez Carmona |
| **Regional y Centro de formación** | Diligencie los nombre del centro y regional correspondiente al Equipo de Gestión Curricular | Regional Cordoba- Centro agropecuario y de biotecnologia el porvenir |
| **Actividad de proyecto formativo (si el programa es titulada)** | Actividad del proyecto formativo objeto de planeación pedagógica. | MANEJAR INTEGRALMENTE EL CULTIVO |
| **Fase de proyecto formativo (solo titulada)** | Fase del proyecto formativo a la cual pertenece la actividad de proyecto. | Ejecución |
| **Competencia** | Competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto. | IMPLEMENTAR ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON SEGMENTOS Y ESCENARIOS DEL MERCADO. |
| **Resultados de aprendizaje** | Resultados de aprendizaje asociados a la competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto. | VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA. |
| **Actividades de aprendizaje a desarrollar** | Formule la (s) actividad (es) de aprendizaje en correspondencia con las actividades de proyecto. | Actividad cognitiva: Cuadro comparativo presentado en medio físico o digital. Actividad de apropiación: Mapa conceptual o resumen analítico. Actividad procedimental: Informe de evaluación del plan de mercadeo |
| **Duración actividad de aprendizaje (horas)** | Colocar la duración de la actividad de aprendizaje. | Según la suma de los resultados de aprendizaje que componen la actividad |
| **Horas trabajo directo** | Horas trabajo directo con el instructor para desarrollar la actividad. | 96 |
| **Horas trabajo independiente** | Horas de trabajo independiente del aprendiz. | 8 |
| **Estrategias didácticas activas** | De acuerdo a la actividad formulada describa las didácticas activas que utilizará para su ejecución. | ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE ACTIVO: Mesa redonda, juego de roles, grupos cooperativos de trabajo, ESTRATEGIAS COLABORATIVAS: Exposiciones, debates, lectura compartida, construcción de idea con imágenes, animación y juegos, APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS: Estudios de casos, formación por |
| **Ambientes de aprendizaje tipificados** | Registrar el nombre de los ambientes requeridos. | AMBIENTE DE FORMACIÓN (SALÓN) |
| **Ambiente de formación** | Ambiente de aprendizaje para desarrollar la actividad (aula, laboratorio, unidad productiva) si es virtual el ambiente es el LMS dispuesto por el SENA. | AMBIENTE DE FORMACIÓN (SALÓN), MESAS, |
| **Materiales de formación** | Los materiales están descritos en el proyecto formativo. Material de formación es todo recurso consumible o utilizable en el proceso de formación, recuerde citar los materiales adecuados a la modalidad virtual para este tipo de programas. | RESMA DE PAPEL LÁPIZ MARCADORES LAPICEROS |
| **Instructores responsables** | número de instructores para desarrollar la actividad. | KETTY SANCHEZ |
| **Criterios de evaluación** | Criterios de evaluación descritos en el programa de formación para desarrollar la competencia. | IDENTIFICA LA TECNICA DE EVALUACION TENIENDO EN CUENTA PROCEDIMIENTOS ORGANIZACIONALES ESTABLECE VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS PARA EVIDENCIAR CUMPLIMIENTO |
| **Descripción de la evidencia de aprendizaje** | Cite si la actividad es de producto, de desempeño o de conocimiento, según conceptos establecidos en la guía de diseño. | Documento con análisis de técnicas de evaluación de estrategias de mercadeo. |
| **Observaciones** | Documente las observaciones | Ninguna |

Copia no controlada

| | Código: GFPI-F-134 |
|---|---|
| | Versión: 05 |

**PROCESO**

**GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**NOMBRE DEL FORMATO**

**FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA**

**CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

| Pública [x] | Pública Clasificada [ ] | Pública Reservada [ ] |
|---|---|---|

**Instrucciones para el Diligenciamiento del Formato**

**No Imprimir**

**1. Generalidades**

**CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN:** en cada pestaña marque con una equis (X) la clasificación del documento según los lineamientos establecidos en la GOR-G-015 Guía Etiquetado de Información, que puede ser consultada en la herramienta de gestión del SIGA.
Importante: solo se debe clasificar la información cuando se diligencie el formato, por si el formato vacio no contiende información por ende no se etiqueta.

a) Objetivo del formato: Consolidar la información de la Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo.

b) PROCEDIMIENTO ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PGFPI-P-026

c) Diligenciador por Equipo de Gestión Curricular del Programa de Formación.

d) Frecuencia de diligenciamiento: Cada vez que se debe realiza alistamiento del programa de formación.

e) El formato una vez diligenciado y en conjunto con las Guía de Aprendizaje, es enviado para revisión técnica y metodológica por parte del Equipo Pedagógico de Centro.

f) No se requiere imprimir.

g) El formato es guardado en el SVP y en el repositorio establecido por el Centro de Formación.

**2. Instrucciones para diligenciar las casillas**

| NOMBRE DE LA CASILLA | INSTRUCCIONES | TENER EN CUENTA |
|---|---|---|
| **Fecha de Elaboración** | Fecha en que se elabora la planeación pedagógica | SEPTIEMBRE DE 2026 |
| **Denominación del Programa de Formación** | Denominación del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el aplicativo sistema de gestión académico administrativo- con estado en ejecución | DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO |
| **Código y versión del Programa** | Código y versión del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el sistema de gestión académico administrativo- con estado en ejecución | 124101 V1 |
| **Nombre del Proyecto** | Denominación del Proyecto como aparece en sistema de gestión académico administrativo- con estado en publicado | ESTRUCTURACIÓN DE UN PLAN DE MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA MIPYMES EN EL DEPARTAMENTO DE CORDOBA |
| **Código del Proyecto** | Código del Proyecto como aparece en sistema de gestión académico administrativo- con estado en publicado | 2875294 |
| **Equipo de gestión Curricular que elabora la planeación pedagógica** | Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica | Ketty Cecilia Sánchez Carmona |
| **Regional y Centro de formación** | Diligencie los nombre del centro y regional correspondiente al Equipo de Gestión Curricular | Regional Cordoba- Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir |
| **Actividad de proyecto formativo (si el programa es titulada)** | Actividad del proyecto formativo objeto de planeación pedagógica. | preparar el plan comercial y plan de comunicación integral según las caracteristicas del mercado meta |
| **Fase de proyecto formativo (solo titulada)** | Fase del proyecto formativo a la cual pertenece la actividad de proyecto. | Planeación |
| **Competencia** | Competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto. | proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico |
| **Resultados de aprendizaje** | Resultados de aprendizaje asociados a la competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto. | seleccionar el segmento de mercado de acuerdo con políticas comerciales de la organización. |
| **Actividades de aprendizaje a desarrollar** | Formule la (s) actividad (es) de aprendizaje en correspondencia con las actividades de proyecto. | Actividad cognitiva: Cuadro comparativo presentado en medio físico o digital. Actividad de apropiación: Mapa conceptual o resumen analítico. Actividad procedimental: Informe de evaluación del plan de mercadeo |
| **Duración actividad de aprendizaje (horas)** | Colocar la duración de la actividad de aprendizaje. | Según la suma de los resultados de aprendizaje que componen la actividad |
| **Horas trabajo directo** | Horas trabajo directo con el instructor para desarrollar la actividad. | 96 |
| **Horas trabajo independiente** | Horas de trabajo independiente del aprendiz. | 8 |
| **Estrategias didácticas activas** | De acuerdo a la actividad formulada describa las didácticas activas que utilizará para su ejecución. | ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE ACTIVO: Mesa redonda, juego de roles, grupos cooperativos de trabajo, ESTRATEGIAS COLABORATIVAS: Exposiciones, debates, lectura compartida, construcción de idea con imágenes, animación y juegos, APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS: Estudios de casos, formación por |
| **Ambientes de aprendizaje tipificados** | Registrar el nombre de los ambientes requeridos. | AMBIENTE DE FORMACIÓN (SALÓN), |
| **Ambiente de formación** | Ambiente de aprendizaje para desarrollar la actividad (aula, laboratorio, unidad productiva) si es virtual el ambiente es el LMS dispuesto por el SENA. | AMBIENTE DE FORMACIÓN (SALÓN), MESAS, |
| **Materiales de formación** | Los materiales están descritos en el proyecto formativo. Material de formación es todo recurso consumible o utilizable en el proceso de formación, recuerde citar los materiales adecuados a la modalidad virtual para este tipo de programas. | RESMA DE PAPEL LÁPIZ MARCADORES LAPICEROS |
| **Instructores responsables** | número de instructores para desarrollar la actividad. | KETTY SANCHEZ |
| **Criterios de evaluación** | Criterios de evaluación descritos en el programa de formación para desarrollar la competencia. | IDENTIFICA LA TECNICA DE EVALUACION TENIENDO EN CUENTA PROCEDIMIENTOS ORGANIZACIONALES ESTABLECE VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS PARA EVALUACIÓN CONSTRUCTIVA |
| **Descripción de la evidencia de aprendizaje** | Cite si la actividad es de producto, de desempeño o de conocimiento, según conceptos establecidos en la guía de diseño. | Documento con análisis de técnicas de evaluación de estrategias de mercadeo. |
| **Observaciones** | Documente las observaciones | Ninguna |

Copia no controlada

| | Código: GFPI-F-134 |
|---|---|
| | Versión: 05 |

**PROCESO**

**GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**NOMBRE DEL FORMATO**

**FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA**

**CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

| Pública [x] | Pública Clasificada [ ] | Pública Reservada [ ] |
|---|---|---|

**Instrucciones para el Diligenciamiento del Formato**

**No Imprimir**

**1. Generalidades**

**CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN:** en cada pestaña marque con una equis (X) la clasificación del documento según los lineamientos establecidos en la GOR-G-015 Guía Etiquetado de Información, que puede ser consultada en la herramienta de gestión del SIGA.
Importante: solo se debe clasificar la información cuando se diligencie el formato, por si el formato vacio no contiende información por ende no se etiqueta.

a) Objetivo del formato: Consolidar la información de la Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo.

b) PROCEDIMIENTO ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PGFPI-P-026

c) Diligenciador por Equipo de Gestión Curricular del Programa de Formación.

d) Frecuencia de diligenciamiento: Cada vez que se debe realiza alistamiento del programa de formación.

e) El formato una vez diligenciado y en conjunto con las Guía de Aprendizaje, es enviado para revisión técnica y metodológica por parte del Equipo Pedagógico de Centro.

f) No se requiere imprimir.

g) El formato es guardado en el SVP y en el repositorio establecido por el Centro de Formación.

**2. Instrucciones para diligenciar las casillas**

| NOMBRE DE LA CASILLA | INSTRUCCIONES | TENER EN CUENTA |
|---|---|---|
| **Fecha de Elaboración** | Fecha en que se elabora la planeación pedagógica | SEPTIEMBRE DE 2026 |
| **Denominación del Programa de Formación** | Denominación del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el aplicativo sistema de gestión académico administrativo- con estado en ejecución | EMPRENDIMIENTO Y FOMENTO EMPRESARIAL |
| **Código y versión del Programa** | Código y versión del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el sistema de gestión académico administrativo- con estado en ejecución | 722148 V1 |
| **Nombre del Proyecto** | Denominación del Proyecto como aparece en sistema de gestión académico administrativo- con estado en publicado | MANEJO INTEGRAL DE SISTEMAS PRODUCTIVOS AGRICOLAS IMPLEMENTANDO LAS B.P.A EN EL DESARROLLO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL CON LA ESTRATÉGIA SENA EMPRESA EN EL |
| **Código del Proyecto** | Código del Proyecto como aparece en sistema de gestión académico administrativo- con estado en publicado | 2875529 |
| **Equipo de gestión Curricular que elabora la planeación pedagógica** | Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica | Ketty Cecilia Sánchez Carmona |
| **Regional y Centro de formación** | Diligencie los nombre del centro y regional correspondiente al Equipo de Gestión Curricular | Regional Cordoba- Centro agropecuario y de biotecnología el porvenir |
| **Actividad de proyecto formativo (si el programa es titulada)** | Actividad del proyecto formativo objeto de planeación pedagógica. | MANEJAR INTEGRALMENTE EL CULTIVO |
| **Fase de proyecto formativo (solo titulada)** | Fase del proyecto formativo a la cual pertenece la actividad de proyecto. | Ejecución |
| **Competencia** | Competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto. | IMPLEMENTAR ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON SEGMENTOS Y ESCENARIOS DEL MERCADO. |
| **Resultados de aprendizaje** | Resultados de aprendizaje asociados a la competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto. | VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA. |
| **Actividades de aprendizaje a desarrollar** | Formule la (s) actividad (es) de aprendizaje en correspondencia con las actividades de proyecto. | Actividad cognitiva: Cuadro comparativo presentado en medio físico o digital. Actividad de apropiación: Mapa conceptual o resumen analítico. Actividad procedimental: Informe de evaluación del plan de mercadeo |
| **Duración actividad de aprendizaje (horas)** | Colocar la duración de la actividad de aprendizaje. | Según la suma de los resultados de aprendizaje que componen la actividad |
| **Horas trabajo directo** | Horas trabajo directo con el instructor para desarrollar la actividad. | 96 |
| **Horas trabajo independiente** | Horas de trabajo independiente del aprendiz. | 8 |
| **Estrategias didácticas activas** | De acuerdo a la actividad formulada describa las didácticas activas que utilizará para su ejecución. | ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE ACTIVO: Mesa redonda, juego de roles, grupos cooperativos de trabajo, ESTRATEGIAS COLABORATIVAS: Exposiciones, debates, lectura compartida, construcción de idea con imágenes, animación y juegos, APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS: Estudios de casos, formación por |
| **Ambientes de aprendizaje tipificados** | Registrar el nombre de los ambientes requeridos. | AMBIENTE DE FORMACIÓN (SALÓN) |
| **Ambiente de formación** | Ambiente de aprendizaje para desarrollar la actividad (aula, laboratorio, unidad productiva) si es virtual el ambiente es el LMS dispuesto por el SENA. | AMBIENTE DE FORMACIÓN (SALÓN), MESAS, |
| **Materiales de formación** | Los materiales están descritos en el proyecto formativo. Material de formación es todo recurso consumible o utilizable en el proceso de formación, recuerde citar los materiales adecuados a la modalidad virtual para este tipo de programas. | RESMA DE PAPEL LÁPIZ MARCADORES LAPICEROS |
| **Instructores responsables** | número de instructores para desarrollar la actividad. | KETTY SANCHEZ |
| **Criterios de evaluación** | Criterios de evaluación descritos en el programa de formación para desarrollar la competencia. | IDENTIFICA LA TECNICA DE EVALUACION TENIENDO EN CUENTA PROCEDIMIENTOS ORGANIZACIONALES ESTABLECE VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS PARA EVIDENCIAR CUMPLIMIENTO |
| **Descripción de la evidencia de aprendizaje** | Cite si la actividad es de producto, de desempeño o de conocimiento, según conceptos establecidos en la guía de diseño. | Documento con análisis de técnicas de evaluación de estrategias de mercadeo. |
| **Observaciones** | Documente las observaciones | Ninguna |

**Obligaciones Contractuales**

**Contractual 1**

**Anexo2:**

Lista de asistencia Fichas No. 3406772- 3280257-3543652-3286362

SENA

FORMATO DE APOYO

REGISTRO DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Sena - Centro Agropec y Biotecnol. El Porvenir

OBJETIVO: IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Programa de Formación: | Tecnologo en Gestión Agroempresarial | | | Código del Programa: | | Ficha de Caracterización | 3280257 |
| Competencia: | Coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestion y Proceso administrativo | | | Resultado de Aprendizaje: | Evaluar el plan de acción de acuerdo con procedimientos y metodologia administrativa | | |
| Tipo de Formación: | Titulada X<br>Complementaria ___ | Mes: Septiembre<br>Año: 2026 | Instructor: Kelly Sanchez | Correo Electrónico: Kasanchez@sena.edu.co | | Teléfono: 3116588973 | |

| No. | DATOS DEL APRENDIZ | | | | DIA 7 | DIA | DIA | DIA | DIA | DIA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre | Apellidos | Celular | Correo Electrónico | Firma Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz |
| | Kelly Jhoana | Velez M. | 3022685372 | Kelismorales@ymail.com | Kelly | | | | | |
| | José Armando | Ramos Padilla | 3025658204 | ramospadilla97@gmail.com | José A. Ramos | | | | | |
| | Damian | Alvarez L | 3008114764 | damiancuellar1979@gmail.com | | | | | | |
| | Sofia del Carmen | Carmona C. | 3145469733 | sofiacarmona431@gmail.com | SC | | | | | |
| | María Nataly | Hernández O. | 3208922048 | mariananataly88222@gmail.com | María H. | | | | | |
| | Alex Cogollo | Cogollo G. | 3217439024 | cogollogonzalezalexandry@gmail.com | Alex Cogollo | | | | | |
| | Daniel Ol. | Olivanda. | 3103703440 | otaesbaniel2502@gmail.com | Daniel Ol. | | | | | |
| | Edilson | Cano Carmona | 3235899959 | carmonaedilson2@gmail.com | Edilson | | | | | |
| | Maria nataly | Gomez Vega | 3201549371 | nataly.gomez.vega1606 | nataly | | | | | |
| | Luis Jose | Martinez | 3243364332 | luisjosemms@yma | luis | | | | | |
| | Carlos | Romero | 3146913733 | | | | | | | |
| | Carlos | Hernández | 3239410350 | Carlos.josehernandez.cv216@gmail.com | | | | | | |

Powered by CamScanner

SENA

FORMATO DE APOYO

REGISTRO DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Sena Cabp

OBJETIVO: IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Programa de Formación: | Tecnologo en Gestión Agroempresarial | | Código del Programa: | | Ficha de Caracterización | 3280257 |
| Competencia: | Coordina actividades de acuerdo con estrategias de gestión y procedimiento adtivo | | Resultado de Aprendizaje: | Evalua el plan de acción de acuerdo con procedimiento y metodol. administrativa | | |
| Tipo de Formación: | Titulada X<br>Complementaria ___ | Mes: Septiembre<br>Año: 2026 | Instructor: Kelly Sánchez | Correo Electrónico: KCsanchez@sena.edu.co | Teléfono: 3116588573 | |

| No. | DATOS DEL APRENDIZ | | | | DIA | DIA | DIA | DIA | DIA | DIA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre | Apellidos | Celular | Correo Electrónico | Firma Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz |
| | YAIR | Florez | 3046426955 | | | | | | | |
| | Duban | Padilla P. | 3027469075 | durvanpadillapinereso@gmail.com. | DubanP | | | | | |
| | Anthony | Kelly M. | 3013543069 | anthonykellyl@gmail.com | Anthony | | | | | |
| | Ikel | Jara Diaz | 3172439270 | ikeljaradiaz@gmail.com | Ikel | | | | | |
| | Daynaris | Vergara | 3136856769 | Daynarisvmos@gmail.com | Daynaris | | | | | |
| | Daniela | Arazo | 3136325566 | Danielaarazo955@gmail | Arazo | | | | | |
| | Sully | Perez T. | 3043927075 | Perezsully645@gmail.com | Sully. | | | | | |
| | Luis José | Vargas. | 3044357330 | LU6250533@gmail.com. | | | | | | |
| | Mauricio | Monive | 3126974447 | mauriciomonive24@gmail.com | Monive. | | | | | |
| | Carlos | Pantoja | 3113018843 | | CarlosP | | | | | |
| | Eva J | Mesa C | 3012986964 | | EvaM | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

Powered by CamScanner

SENA

**FORMATO DE APOYO**

**REGISTRO DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL**

LUGAR: Centro Agropecuario El Porvenir

OBJETIVO: IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Programa de Formación: | Tecnologo en gestion de la Producción Agricola | | Código del Programa: | | Ficha de Caracterización | 3286362 |
| Competencia: | Implementar acciones estrategicas de mercado de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado | | Resultado de Aprendizaje: | Verificar las acciones de mercadeo de acuerdo con cronogramas y criterios de evaluación estrategicas. | | |
| Tipo de Formación: | Titulada X<br>Complementaria ___ | Mes: Septiembre<br>Año: 2026 | Instructor: Kelly Sánchez | Correo Electrónico: Kcsanchez@sena.edu.co | Teléfono: 3116588973 | |

| No. | DATOS DEL APRENDIZ | | | | DIA 03 | DIA 10 | DIA 17 | DIA | DIA | DIA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre | Apellidos | Celular | Correo Electrónico | Firma Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz |
| | Leans Castilla | Vargas | 3043436876 | leanis406@gmail. | Leans V | Leans V | Leans V | | | |
| | Daidy A. | Rios Salcedo | 3023956637 | riosdaidi4@gmail.com | Daidy | Daidy | Daidy. | | | |
| | Adrian | Acosta | 3002899304 | acostaPantoras @gmail.com | Adrian | Adrian | Adrian | | | |
| | Jose Manuel | Ochoa Pacheco | 3238935867 | Jochoapacheco60@gmail.com | Jose | Jose | Jose | | | |
| | Yuranis | Arrieta D. | 3237976811 | Yuranisarrieta durango@gmail.com | Yuranis | Yuranis | Yuranis A. | | | |
| | Juan David | Ramos P. | 3249205857 | Juandavidvargasperez @gmail.com. | Juan | Juan | Juan | | | |
| | Yira Paola | Durango C. | 3117714259 | yirabatabrazo@gmail.com | Yira | Yira | Yira. | | | |
| | Elida | Herera S. | 3005585979 | diherreraSaenz@gmail.com | Elida | Elida | Elida. | | | |
| | Valerin | Anaya P. | 3022817930 | anayaparavalerinsmith@gmail.com | Valerin | Valerin | Valerin | | | |
| | Chelian | Luna P. | 3238146232 | Chelian luna 23@ gmail.Com | Luna | Luna | Luna | | | |
| | Roberto Carlos | Benitez Baltazar | 3255017306 | benitezbaltazarcarlos@gmail | | | | | | |
| | Jose | PINZON | 3332636871 | JosePINZON21F@gmail | PINZON | PINZON | PINZON | | | |

Powered by CamScanner

SENA

FORMATO DE APOYO

REGISTRO DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Sena CabP

OBJETIVO: IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Programa de Formación: | Tecnologo en gestión de la producción agricola | | Código del Programa: | | Ficha de Caracterización: 3286362 |
| Competencia: | Implementar acciones estrategicas de mercadeo de acuerdo con segmento y escenarios del mercado | | Resultado de Aprendizaje: | Verificar las acciones de mercadeo de acuerdo con cronograma y criterios de evaluación estrateg. | |
| Tipo de Formación: | Titulada X / Complementaria ___ | Mes: Septiembre / Año: 2020 | Instructor: Kelly Sandoval | Correo Electrónico: | Teléfono: |

| No. | DATOS DEL APRENDIZ | | | | DIA 03 | DIA 10 | DIA 17 | DIA | DIA | DIA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre | Apellidos | Celular | Correo Electrónico | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz |
| | Leiver Jose | Ramos Garcia | 3044465885 | leiveryamos777@gmail.com | Jeiver | Jeiver | Jeiver | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

Powered by CamScanner

SENA

FORMATO DE APOYO

REGISTRO DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Centro Agropecuario y Biotecnología El Porvenir

OBJETIVO: IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Programa de Formación: | Tec. Desarrollo de Procesos de Mercadeo | | | Código del Programa: | | Ficha de Caracterización | 3406772 |
| Competencia: | Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | | | Resultado de Aprendizaje: | Selecciona el segmento de mercado de acuerdo con políticas comerciales de la org. | | |
| Tipo de Formación: | Titulada X<br>Complementaria ___ | Mes: Septiembre<br>Año: 2026 | Instructor: Kelly Sánchez | Correo Electrónico: Kcsánchez@sena.edu.co | | Teléfono: 3116588973 | |

| No. | DATOS DEL APRENDIZ | | | | DIA 02 | DIA 04 | DIA 09 | DIA 11 | DIA 16 | DIA 18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre | Apellidos | Celular | Correo Electrónico | Firma Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz |
| 1 | Mauricio Jose | Acosta Arrieta | 3205173208 | mauroacostaarrieta1979@gmail.com | Mauricio | Mauricio | Mauricio | Mauricio | Mauricio | Mauricio |
| 2 | Shabaira | Gonzalez | 3146683248 | Shalaragonzalez@gmail | Shalaira | Shabaira | | Incapac. | | |
| 3 | Edwin | Nuñez Padilla | 3207269478 | edwinyeta@gmail.com | E.N | E.N | E.N | E.N | | |
| 4 | Eglys | Ojeda Ienes | 3014198257 | eglisojedalenes@gmail.com | Eglys | Eglys | Eglys | Eglys | Eglys | Eglys |
| 5 | Samuel | Lopez To. | 310 7246888 | Samuelthevening9@gmail.com | Samuel | Samuel | Samuel | Samuel | Samuel | Samuel |
| 6 | Julissa | Pérez G | 3233732728 | Yulisa 8847@.gmail.com. | Julissa | Julissa | Julissa | Julissa | Julissa | Julissa |
| 7 | Geidy M. | Caballero C. | 3215811510 | geidycaballero78@gmail.com | Geidy | Geidy | Geidy C. | | | |
| 8 | Yanis Ortega | de la ossa | 3003408921 | Yanisortega4@gmail.com | Yanis O. | Yanis O. | Yanis O. | Yanis O. | Yanis O. | Yanis O. |
| 9 | Franchesca | Vivescas | 3004828006 | franchescavivescas2019@gmail.com | Zulay | Zulay | Zulay | | | |
| 10 | Isaac | Cordero | 3145946883 | Corderoisaac2949@gmail.com | | | | | | |
| 11 | Rosa | Contreras | 3135505711 | rosathevenin985@gmail.com | Rosa | Rosa | Rosa | Rosa | Rosa | Rosa |
| 12 | Isabela | Borja | 3002313424 | Isabelaborja06@gmail.com | Isabela | Isabela | Isabela | | Isabela B. | Isabela B. |

Powered by CamScanner

SENA

FORMATO DE APOYO
REGISTRO DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Sena Cabp.

OBJETIVO: IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Programa de Formación: | Tec. Desarrollo de procesos de mercadeo | | Código del Programa: | | Ficha de Caracterización | 3406772 |
| Competencia: | Proyecta el mercado según segmentos y métodos de pronostico | | Resultado de Aprendizaje: | Selecciona el segmento de mercado de acuerdo con políticas comerciales de la org. | | |
| Tipo de Formación: | Titulada X<br>Complementaria ___ | Mes: Septiembre<br>Año: 2026 | Instructor: Kelly Sánchez | Correo Electrónico: Kcsanchez@sena.edu.co | Teléfono: 3116588973 | |

| No. | DATOS DEL APRENDIZ | | | | DIA | DIA | DIA | DIA | DIA | DIA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre | Apellidos | Celular | Correo Electrónico | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz | Firma del Aprendiz |
| | Didier | Torres Fabra | 3043892703 | didierpalermina7@gmail.com | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

Powered by CamScanner

**Obligaciones Contractuales**

**Contractual 1**

**Anexo 3:** Guías de Aprendizaje programa de formación Fichas 3406772- 3280257-3543652-3286362

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Gestion agroempresarial
- Código del Programa de Formación: 723179
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): implementación de un modelo de gestión administrativa y productiva de la empresa agropecuaria mediante el uso de las tics para impulsar el crecimiento económico de los pequeños y medianos productores.
- Fase del Proyecto (si aplica): Análisis.
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): realizar diagnóstico administrativo, productivo y social de la empresa agropecuaria y/o agroindustrial.
- Competencia: coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo.
- Resultados de Aprendizaje: evaluar el plan de acción de acuerdo con procedimiento y metodología administrativa
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 96 Horas.

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz

La gestión agroempresarial requiere mucho más que producir bienes agropecuarios. Una unidad productiva debe planear, organizar, ejecutar, controlar y evaluar sus actividades para garantizar el cumplimiento de sus objetivos y responder de manera eficiente a las condiciones del entorno.

En este contexto, el plan de acción constituye una herramienta fundamental para convertir los objetivos de la organización en actividades concretas, estableciendo responsables, recursos, tiempos, indicadores y resultados esperados.

La presente guía tiene como propósito desarrollar capacidades para evaluar el cumplimiento de un plan de acción aplicado a una unidad productiva agroempresarial, utilizando procedimientos y metodologías administrativas que permitan identificar avances, desviaciones, dificultades, oportunidades de mejora y acciones correctivas.

Durante el desarrollo de las actividades, usted analizará conceptos relacionados con planeación, proceso administrativo, plan de acción, objetivos, metas, indicadores de gestión, seguimiento, evaluación, cumplimiento, desviaciones y mejoramiento continuo.

Posteriormente, aplicará estos conocimientos a una situación relacionada con una unidad productiva agroempresarial, analizará información de ejecución, comparará resultados frente a lo planeado y formulará recomendaciones para mejorar el desempeño organizacional.

La evaluación del plan de acción es una actividad fundamental para la toma de decisiones. En los procesos de planeación, la evaluación permite verificar los avances, retroalimentar las actividades y realizar los ajustes necesarios para alcanzar los resultados previstos.

La formación se desarrollará mediante estrategias de aprendizaje activo como estudio de caso, trabajo colaborativo, análisis de información, ejercicios prácticos, simulación empresarial y elaboración de productos aplicables al contexto agroempresarial.
¡BIENVENIDO!

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

### 3.1 Actividades de reflexión inicial:

**Descripción de la actividad**: ¿Planear es suficiente?

Imagine la siguiente situación:

La unidad productiva “AgroCórdoba S.A.S.” se dedica a la producción y comercialización de productos agrícolas.

Al inicio del año, la organización elaboró un plan de acción con los siguientes objetivos:

- Incrementar la producción en un 15 %.
- Reducir las pérdidas poscosecha en un 10 %.
- Incrementar las ventas en un 20 %.
- Mejorar la gestión de inventarios.
- Capacitar al personal encargado de producción y comercialización.

Después de seis meses, la administración observa que algunas actividades se han ejecutado, pero los resultados no son los esperados.

El gerente manifiesta:
“Todas las actividades fueron programadas y algunas incluso se realizaron, pero los resultados económicos y productivos no han mejorado como esperábamos”.

Responda individualmente:
¿Qué diferencia existe entre realizar una actividad y alcanzar un resultado?
¿Por qué es necesario evaluar un plan de acción?
¿Qué información necesitaría para determinar si el plan está funcionando?
¿Qué indicadores utilizaría para evaluar una unidad productiva agropecuaria?
¿Qué debería hacer el administrador cuando una meta no se está cumpliendo?
¿Considera que un plan de acción debe modificarse cuando cambian las condiciones del entorno? ¿Por qué?

Socialice sus respuestas con el grupo y participe en la discusión orientada por el instructor.
Producto: Reflexión individual y participación en socialización.
Duración: 4 horas.
Tipo de evidencia: Conocimiento / desempeño.
Esta actividad es diagnóstica y no calificable.

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

Observe una unidad productiva de su contexto territorial. Puede ser:

- Finca productora.
- Asociación de productores.
- Cooperativa.
- Empresa agropecuaria.
- Empresa de transformación agroindustrial.
- Unidad de comercialización de productos agrícolas.
- Emprendimiento rural.
- Organización comunitaria productiva.

Identifique:

1. Actividad económica.
2. Productos o servicios.
3. Principales clientes.
4. Objetivos organizacionales.
5. Actividades principales.
6. Recursos utilizados.
7. Responsables de las actividades.
8. Problemas administrativos identificados.
9. Indicadores que podrían utilizarse.
10. Resultados que deberían evaluarse.

**Producto:** Elabore un **Mapa de caracterización de la unidad productiva**, utilizando una herramienta física o digital.

Posteriormente, explique ante el grupo:

¿Qué aspectos deberían ser evaluados para determinar si la unidad productiva está cumpliendo su plan de acción?

**Duración:** 8 horas.

### 3.3 Actividades de apropiación:

**Descripción:**

Con apoyo del material de formación suministrado por el instructor, investigue y analice los siguientes conceptos:

**A. Proceso administrativo**

- Planeación.
- Organización.
- Dirección.
- Control.
- Evaluación.

**B. Planeación administrativa**

- Planeación estratégica.
- Planeación táctica.
- Planeación operativa.
- Objetivos.
- Metas.
- Estrategias.
- Actividades.

**C. Plan de acción**

Investigue:

- Concepto.
- Importancia.
- Características.
- Componentes.

- Responsables.
- Recursos.
- Cronograma.
- Indicadores.
- Metas.
- Medios de verificación.

**D. Seguimiento y evaluación**

Analice:

- Seguimiento.
- Evaluación.
- Cumplimiento.
- Eficacia.
- Eficiencia.
- Efectividad.
- Productividad.
- Desviación.
- Acción correctiva.
- Acción preventiva.
- Mejora continua.

**E. Indicadores**

Analice la estructura de un indicador:

**Indicador = Resultado obtenido / Resultado esperado × 100**

Ejemplo:

Una unidad productiva esperaba producir 1.000 kg de producto y logró producir 850 kg.

**Cumplimiento = 850 / 1.000 × 100 = 85 %**

Por lo tanto, el nivel de cumplimiento fue del **85 %**.

Duración de la actividad:  10 horas.

**3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:**

**Estudio de caso: "AgroFuturo del Sinú"**

**Situación problémica**

La empresa **AgroFuturo del Sinú** es una unidad productiva dedicada a la producción y comercialización de productos agrícolas.

Al inicio del periodo, la administración estableció el siguiente plan:

| Objetivo | Meta |
|---|---|
| Incrementar la producción | 20 % |
| Incrementar las ventas | 15 % |
| Reducir pérdidas poscosecha | 10 % |
| Mejorar la satisfacción de clientes | 90 % |
| Capacitar trabajadores | 40 personas |

Al finalizar el periodo se obtuvieron los siguientes resultados:

| Indicador | Meta | Resultado |
|---|---|---|
| Incremento de producción | 20 % | 16 % |
| Incremento de ventas | 15 % | 18 % |
| Reducción de pérdidas | 10 % | 6 % |
| Satisfacción de clientes | 90 % | 87 % |
| Trabajadores capacitados | 40 | 35 |

**El grupo deberá:**

1. Analizar el plan de acción.
2. Calcular el porcentaje de cumplimiento de cada meta.
3. Identificar las metas cumplidas.
4. Identificar las metas parcialmente cumplidas.
5. Identificar las metas no cumplidas.
6. Analizar las posibles causas.

7. Identificar fortalezas.
8. Identificar debilidades.
9. Formular acciones correctivas.
10. Formular acciones de mejora.
11. Priorizar las acciones.
12. Elaborar conclusiones administrativas.

Duración de la actividad: 16 horas.

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

| Tipo de evidencia | Evidencia | Técnica | Instrumento |
|---|---|---|---|
| Conocimiento | Prueba sobre proceso administrativo, plan de acción e indicadores | Formulación de preguntas | Cuestionario |
| Desempeño | Sustentación de la evaluación del plan de acción | Observación | Lista de chequeo |
| Producto | Plan de acción evaluado | Valoración de producto | Rúbrica |
| Producto | Informe final de evaluación | Valoración de producto | Rúbrica |
| Desempeño | Trabajo colaborativo y análisis del caso | Observación | Lista de chequeo |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Acción correctiva:** Acción implementada para eliminar la causa de una situación no deseada y evitar su recurrencia.

**Actividad:** Conjunto de tareas que permiten alcanzar un resultado.

**Desviación:** Diferencia entre el resultado esperado y el resultado obtenido.

**Eficacia:** Capacidad de alcanzar los resultados previstos.

**Eficiencia:** Capacidad de alcanzar resultados utilizando adecuadamente los recursos.

**Evaluación:** Proceso mediante el cual se analiza el cumplimiento y desempeño frente a criterios previamente establecidos.

## 6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2017). *Administración: una perspectiva global, empresarial y de innovación*. McGraw-Hill.
- Münch, L. (2018). *Administración: gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. Pearson.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Administración*. Pearson.
- Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. *Guías de aprendizaje y orientaciones para la Formación Profesional Integral*.
- Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. *Oferta de formación – Planeación para procesos administrativos*. La competencia consultada contempla la coordinación de actividades de acuerdo con estrategias de gestión y procesos administrativos.


## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Ketty Sanchez Carmona | Instructor de mercadeo | Centro agropecuario y de Biotecnología el Porvenir | 03/08/2026 |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Gestion de la produccion agricola
- Código del Programa de Formación: 722148
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): Estructuración de un Plan de Mercadeo de Productos y Servicios para Mipymes en el departamento de Cordoba
- Fase del Proyecto (si aplica): Evaluación
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): Evaluar el plan de mercadeo teniendo en cuenta las condiciones del mercado y políticas de la organización.
- Competencia: implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado.
- Resultados de Aprendizaje: verificar las acciones de mercadeo, de acuerdo con cronogramas y criterios de evaluación estratégica establecidos por la empresa.
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 96 Horas.

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz

Reciba un cordial saludo, el propósito de esta guía, consiste en brindar orientaciones precisas acerca de las la formación profesional integral SENA bajo la modalidad titulada presencial 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.

En un entorno empresarial cada vez más competitivo, las organizaciones agrícolas requieren implementar estrategias de mercadeo que les permitan identificar oportunidades comerciales, satisfacer las necesidades de los clientes y posicionar sus productos en diferentes mercados.

La definición de acciones estratégicas de mercadeo constituye una herramienta fundamental para orientar la toma de decisiones relacionadas con producto, precio, plaza y promoción, considerando las características de los segmentos de mercado y los escenarios comerciales en los que participa la empresa.

A través de esta guía, el aprendiz desarrollará competencias para analizar información de mercado, identificar segmentos de clientes y formular acciones estratégicas alineadas con los objetivos del plan de mercadeo empresarial.

¡BIENVENIDO!

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

### 3.1 Actividades de reflexión inicial:

**Descripción de la actividad**: Una asociación de productores agrícolas de la región ha evidenciado una disminución en las ventas de sus productos debido al ingreso de nuevos competidores y cambios en las preferencias de los consumidores.

Analice la situación y responda:

¿Qué factores pueden influir en la disminución de las ventas?

¿Por qué es importante conocer las características de los clientes antes de diseñar estrategias de mercadeo?

¿Qué acciones implementaría para mejorar el posicionamiento de los productos agrícolas?

Socialice sus respuestas con el grupo y construya conclusiones colectivas.

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

Realice una consulta bibliográfica sobre los siguientes temas:

Concepto de mercadeo y marketing.

Plan de mercadeo.

Segmentación de mercados.

Mercado objetivo.

Comportamiento del consumidor.

Mezcla de mercadeo (Producto, Precio, Plaza y Promoción).

Estrategias de posicionamiento.

Análisis de escenarios de mercado.

Tendencias del mercado agropecuario.

Como evidencia, elabore un mapa conceptual o infografía que relacione los conceptos investigados.

Duración de la actividad: 15 horas.

**3.3 Actividades de apropiación:**

**Descripción:**

Taller. Identificación de Segmentos de Mercado

A partir de un caso de estudio relacionado con una empresa agrícola:

Identifique los clientes potenciales.

Clasifique los segmentos de mercado.

Determine las necesidades y preferencias de cada segmento.

Seleccione el mercado objetivo.

Producto: Informe de segmentación de mercado.

Duración de la actividad: 10 horas.

**3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:**

Descripción de la actividad: Evaluación del plan de mercadeo del proyecto formativo

El aprendiz selecciona una técnica de evaluación adecuada para el plan de mercadeo desarrollado en el proyecto formativo y justifica su elección, considerando los objetivos comerciales, las políticas de la organización y las condiciones del mercado. Esta actividad permite al aprendiz aplicar conocimientos teóricos en un contexto práctico, promoviendo toma de decisiones fundamentadas y pensamiento estratégico.

Ambiente requerido: Ambiente convencional de aprendizaje

Estrategias o técnicas didácticas activas: Elaboración en grupos de trabajo colaborativo del informe de evaluación con retroalimentación del instructor.

Materiales de formación: Computador o tablet con acceso a software de oficina (Word, Excel, PowerPoint), Pizarra y marcadores para organizar ideas, Hojas de trabajo o cuaderno de notas, Plantillas de cuadros comparativos

Material de apoyo: Guías sobre evaluación de estrategias de mercadeo y control de resultados comerciales.

Evidencias de aprendizaje: Informe de evaluación del plan de mercadeo.

Instrumentos de evaluación: Rúbrica de desempeño para evaluar el informe, considerando claridad, fundamentación y aplicabilidad de la técnica.

Duración de la actividad: 16 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 |
|---|---|---|---|---|---|
| Evaluación | Evaluar el plan de mercadeo teniendo en cuenta las condiciones del mercado y políticas de la organización. | Actividad cognitiva: Cuadro comparativo presentado en medio físico o digital. Actividad de apropiación: Mapa conceptual o resumen analítico. Actividad procedimiental: Informe de evaluación del plan de mercadeo | **-Evidencia de Conocimiento:** Documento con análisis de técnicas de evaluación de estrategias de mercadeo.<br><br>**-Evidencia de Desempeño:** Aplicación de la técnica de evaluación seleccionada conforme a las políticas de la organización.<br><br>**-Evidencia de Producto:** Informe estructurado | -Selecciona técnicas de evaluación acordes con los objetivos comerciales.<br><br>-Aplica las políticas organizacionales en la evaluación del plan de mercadeo.<br><br>-Analiza las condiciones del mercado para sustentar la evaluación.<br><br>-Presenta información clara, coherente y debidamente estructurada. | -Reflexión sobre la importancia de la evaluación en el plan de mercadeo. Foro de discusión y socialización.<br>-Elaboración de cuadro comparativo de técnicas de evaluación y su aplicación en MIPYMES.<br>-Estudio de indicadores KPI, técnicas de evaluación de estrategias y políticas organizacionales. Resúmenes o mapas conceptuales.<br>-Selección y aplicación de |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | de evaluación del plan de mercadeo. | | técnica de evaluación al plan de mercadeo. Elaboración de informe estructurado. |

**5. GLOSARIO DE TÉRMINOS**

Mercado Objetivo: Grupo específico de consumidores al que dirige sus esfuerzos una empresa.

Segmentación de Mercado: Proceso de dividir un mercado en grupos con características y necesidades similares.

Plan de Mercadeo: Documento que establece objetivos, estrategias y acciones para posicionar productos o servicios.

Posicionamiento: Lugar que ocupa una marca o producto en la mente del consumidor.

Estrategia Comercial: Conjunto de acciones orientadas al logro de objetivos de ventas y participación en el mercado.

Mezcla de Mercadeo: Herramienta conformada por producto, precio, plaza y promoción.

**6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS**

Kotler, P. y Armstrong, G. Fundamentos de Marketing.
Stanton, W. Fundamentos de Mercadotecnia.
Lamb, Hair y McDaniel. Marketing.
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia.
SENA. Materiales de formación en Gestión Comercial y Mercadeo.
FAO. Comercialización y Mercados Agropecuarios.
DANE. Estadísticas del Sector Agropecuario.

Agronet Colombia.

**7. CONTROL DEL DOCUMENTO**

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Ketty Sanchez Carmona | Instructor de mercadeo | Centro agropecuario y de Biotecnología el Porvenir | 06/08/2026 |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Desarrollo de procesos de Mercadeo
- Código del Programa de Formación: 124101
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): Estructuración de un Plan de Mercadeo de Productos y Servicios para Mipymes en el departamento de Cordoba
- Fase del Proyecto (si aplica): Planeación
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): preparar el plan comercial y plan de comunicación integral según las caracteristicas del mercado meta.
- Competencia: proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- Resultados de Aprendizaje: seleccionar el segmento de mercado de acuerdo con políticas comerciales de la organización.
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 96 Horas.

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz

Bienvenido a esta guía de aprendizaje. En esta fase aprenderá a identificar el público objetivo de una empresa basándose en criterios demográficos, geográficos, psicográficos y conductuales, asegurando que la selección responda a las políticas organizacionales de la empresa.

¡BIENVENIDO!

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

**3.1 Actividades de reflexión inicial:**

**Descripción de la actividad**: Reflexione y responda de forma individual: ¿Por qué una empresa que vende productos masivos (ej. bebidas energizantes) no le vende exactamente a toda la población? ¿Qué pasaría si intentara dirigir su publicidad a todas las edades por igual?

Duración de la actividad: 2 horas.

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

Participe en el foro de debate propuesto e identifique las variables tradicionales para clasificar a los consumidores en un mercado meta:




Duración de la actividad: 10 horas.

**3.3 Actividades de apropiación:**

**Descripción:**

Construya una matriz conceptual donde compare y defina los criterios de segmentación y su alineación con la estrategia empresarial:

| Criterio de Segmentación | Variables Principales | Ejemplo Aplicado | Alineación con Política Comercial |
|---|---|---|---|
| **Geográfico** | País, ciudad, clima, densidad. | Venta de abrigos en zonas frías. | Cobertura de distribución regional. |
| **Demográfico** | Edad, género, ingresos, ocupación. | Relojes de lujo para ingresos altos. | Nivel de margen de ganancia proyectado. |
| **Psicográfico** | Estilo de vida, personalidad, valores. | Alimentos veganos para estilo fitness. | Posicionamiento e imagen de marca. |
| **Conductual** | Frecuencia de uso, lealtad, beneficios. | Programas de viajero frecuente. | Estrategia de fidelización de clientes. |

**3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:**

Seleccione una empresa real o proyectada de su entorno y elabore un informe estructurado que contenga:

1. Perfil detallado del segmento objetivo (*buyer persona*).
2. Cuadro comparativo del segmento elegido frente a la política comercial y capacidad operativa de la organización.
3. Justificación técnica de la selección del segmento.

Duración de la actividad: 16 horas.

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

| Criterios de Evaluación | Evidencias de Aprendizaje | Técnica e Instrumento |
|---|---|---|
| Clasifica los segmentos de mercado utilizando variables demográficas, geográficas y psicográficas. | **Evidencia de Conocimiento:** Cuestionario sobre criterios de segmentación y políticas comerciales. | Técnica: Formulación de preguntas.<br><br>Instrumento: Cuestionario. |
| Evalúa los segmentos potenciales según los objetivos y políticas organizacionales. | **Evidencia de Producto:** Matriz de segmentación y perfil del cliente ideal (*Buyer Persona*). | Técnica: Valoración de producto.<br><br>Instrumento: Lista de chequeo. |
| Selecciona el target comercial garantizando la viabilidad del mercado meta. | **Evidencia de Desempeño:** Sustentación de la selección del segmento meta ante el comité instructor. | Técnica: Observación directa.<br><br>Instrumento: Rúbrica de evaluación. |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Alianza Estratégica:** Acuerdo formal entre dos o más organizaciones para compartir recursos, capacidades y riesgos con el fin de alcanzar objetivos de mercado comunes.

**Buyer Persona:** Representación semi-ficcional del cliente ideal de una empresa, construida a partir de datos demográficos, patrones de comportamiento, motivaciones y objetivos reales.

**Canal de Distribución:** Ruta o red de intermediarios (mayoristas, minoristas, plataformas digitales) por la cual un producto o servicio pasa desde el fabricante hasta el consumidor final.

**Estrategia Indiferenciada (Mercado Masivo):** Enfoque comercial donde la empresa decide atender a todo el mercado ofreciendo una misma propuesta de valor, sin distinguir entre segmentos.

**Estudio de Mercado:** Proceso sistemático de recolección, análisis e interpretación de datos sobre un mercado, competidores o consumidores para la toma de decisiones comerciales.

**Investigación de Mercados:** Aplicación del método científico para recopilar y analizar información cualitativa y cuantitativa que solucione problemas específicos de comercialización.

**Mercado Meta (Target Group):** Grupo específico de consumidores al que la empresa dirige deliberadamente sus productos, servicios y esfuerzos de mercadeo.

**Mercado Objetivo:** Población delimitada cuantitativa y cualitativamente a la cual se orienta una estrategia comercial según criterios de viabilidad financiera y operativa.

**Nichos de Mercado:** Fracción reducida o subgrupo dentro de un segmento que posee necesidades no satisfechas o altamente especializadas.

**Participación de Mercado (Market Share):** Porcentaje de ventas o volumen total de un sector controlado por una empresa específica durante un período determinado.

## 6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management** (15ª edición). Pearson.
    - Texto fundamental sobre estrategias de mercadeo, planificación y evaluación de resultados comerciales.
2. Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). **Principles of Marketing** (18ª edición). Pearson.
    - Presenta técnicas de evaluación de estrategias, indicadores de desempeño y casos aplicados a empresas de diferentes tamaños.
3. Bravo, M., & Moreno, J. (2018). **Marketing para PYMES: Estrategias y herramientas prácticas**. Editorial Universitaria.
    - Guía práctica para la aplicación de planes de mercadeo en micro, pequeñas y medianas empresas.
4. ISO 9001:2015. **Sistemas de gestión de la calidad – Requisitos**. Organización Internacional de Normalización (ISO).
    - Referencia para alinear la evaluación de procesos y estrategias con estándares de calidad y mejora continua.

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Ketty Sanchez Carmona | Instructor de mercadeo | Centro agropecuario y de Biotecnología el Porvenir | 14/08/2026 |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN**: emprendimiento y fomento empresarial
- **FICHA:** 3543244
- **COMPETENCIA:** dirigir procesos organizacionales según modelo de gestión.
- **RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZAR:**
  preparar la estructura organizacional teniendo en cuenta los recursos y actividades claves de

- **DURACIÓN DE LA GUÍA:** 24 HR

## 2. PRESENTACIÓN

. Estimado Aprendiz

Reciba un cordial saludo, el propósito de esta guía, consiste en brindar orientaciones precisas acerca de las la formación profesional integral SENA bajo la modalidad titulada presencial 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 concreción 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 las cuáles 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 y concebir que construir el proyecto de vida y el perfil emprendedor se contrastan como instrumentos del desarrollo personal.

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 enfoncadas 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

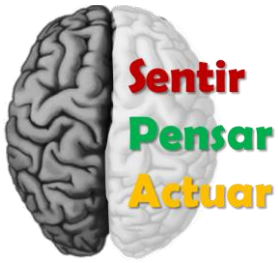
El propósito de esta actividad es realizar un autodiagnóstico de su Espíritu emprendedor. Para esto es muy importante su colaboración y sinceridad durante el desarrollo del test, pues de ello dependerá la elaboración e implementación de un buen plan de acción que permita mejorar y/o potencializar su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

En el siguiente enlace encontrarás un test que te permitirá reconocer que tipo de emprendedor eres, este tiene varias opciones de respuesta, https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/tipos-de-emprendedores.html



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



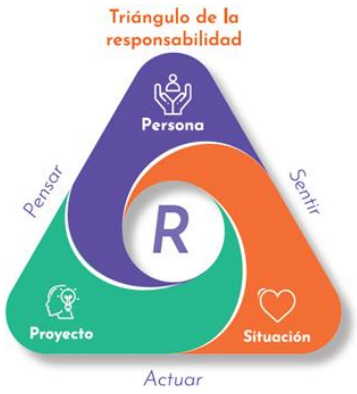

Para entender un poco mejor el comportamiento emprendedor, se verá el ejemplo de Henry Forero, un joven con muchos sueños y mucho éxito:
https://www.youtube.com/watch?v=lbfov7kXDhs




Reflexionar

- ¿Qué características definen a Henry Forero?
- ¿Cuál es el sueño de Henry?
- ¿Qué hizo para conseguirlo?
- ¿Cómo el entorno influyó sobre las decisiones de Henry Forero?

De acuerdo con la cartilla del comportamiento emprendedor del fondo emprender (Gutiérrez Achury, Martínez Vega, Gómez Franco, García Pereira, & Caycedo Molano, 2020, pág. 14) se definen los 3 elementos del comportamiento emprendedor de la siguiente manera:










Hora de Accionar

En equipos de trabajo generados por los instructores desarrollar el juego de persecución en el laberinto entrando en el siguiente enlace:

https://wordwall.net/play/15149/712/356

Instrucciones:

- Registre su nombre de equipo
- Resuelva los 15 laberintos contestando las preguntas que aparecen en la parte inferior de la pantalla, llevando el personaje con la flecha del teclado a la respuesta correcta.
- Evita ser tocado por los aliens
- Tienes 10 minutos en cada intento (aunque te daremos 20 minutos para que lo puedas intentar más de 1 vez con tu equipo)
- Una vez termine el juego tome un pantallazo del resultado y compártelo

**3.1.3 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.

### 3.1.4 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

### 3.1.5 Actividad de Reflexión Inicial

Es momento de analizar dos elementos importantes al momento de construir una idea de negocio: tus clientes y tus costos. Para ello te invito a responder los siguientes interrogantes:

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

¿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.

### 3.1.6 Actividad de Reflexion Final

Luego de observar el video “el ultimo consejo de Jack Ma para emprendedores”, https://www.youtube.com/watch?v=BV8zIuGCJ3w

Imagine y relate 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.

## 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 Reseña critica

Con una película previamente seleccionada por el instructor que sera transmitida durante la sesión, los aprendices conformaran parejas para redactar una breve reseña critica sobre dicha película siguiendo los lineamientos indicados.

### 3.2.3 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 enrrutar su carrera hacía 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.

### 3.2.4 ¿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 (adicional), 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 Pigneaur, 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!

## 1. 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, experiencias, emosiones, sensaciones.

## 2. 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.

## 3. 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, indumentaria exclusiva, 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.

### 3.2.4. 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 llegaras a ellos.

## 4. 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 – Evalué 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 respeto 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.

## 5. 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.

## 6. 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.

## 7. 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?¿Cuáles nuestra relación con los clientes?¿Cuáles los flujos de ingresos?

## 8. 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 hacía 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?

### 3.2.5 Calcule Su Idea de Negocio

#### 9. 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 costes 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.

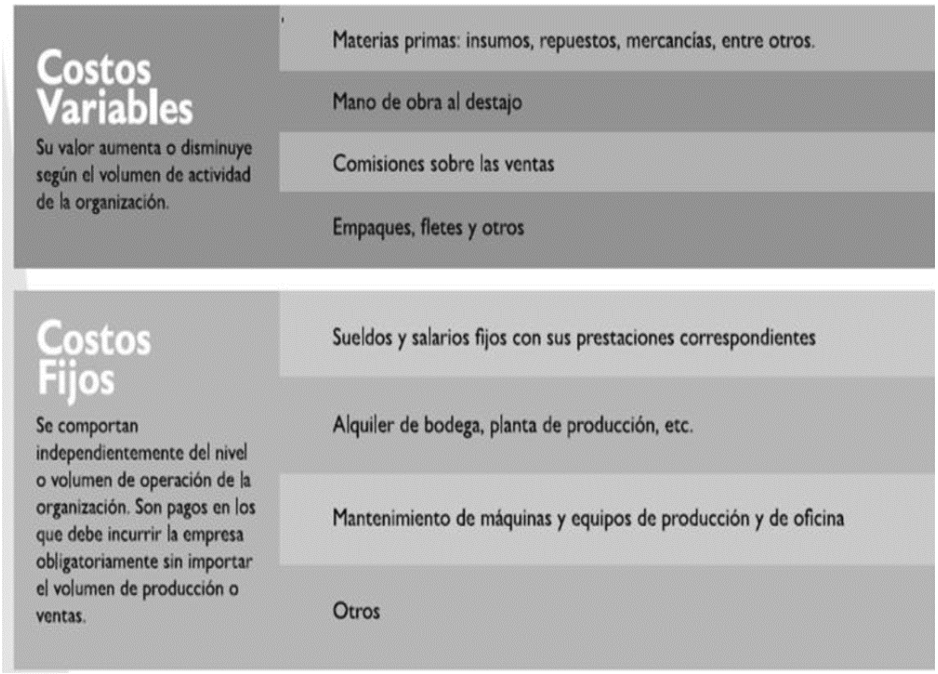
Objetivo de los costos
• Permiten conocer el monto de los recursos que se necesitan para producir un bien.
• Suministran información para monitorear, evaluar y controlar los costos en el proceso de producción.
• Ayudan a fijar el precio de venta, el margen de rentabilidad y la utilidad.

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.




### 3.3 Actividades de apropiación

#### 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 Ruta emprendimiento SENA

La ruta de emprendimiento SENA se encuentra compuesta por los siguientes programas:

- SENA EMPRENDE RURAL
- EMPRENDIMIENTO Y OTRAS FUENTES DE FINANCIACION
- FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
- FONDO EMPRENDER

Teniendo en cuenta toda la información proporcianada de cada programa, analize y responda las siguientes preguntas:

1.¿Tenía usted algún conocimiento previo acerca de los programas para emprendimiento gestionados por el SENA?

2.De todos los programas con los que cuenta el SENA dentro de su ruta emprendedora, ¿Cuál considera tienes más beneficios para la comunidad?

3.Si tuviera la posibilidad de postularse a uno de los programas, ¿a cuál se postularía? ¿Por qué?

### 3.3.3 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.

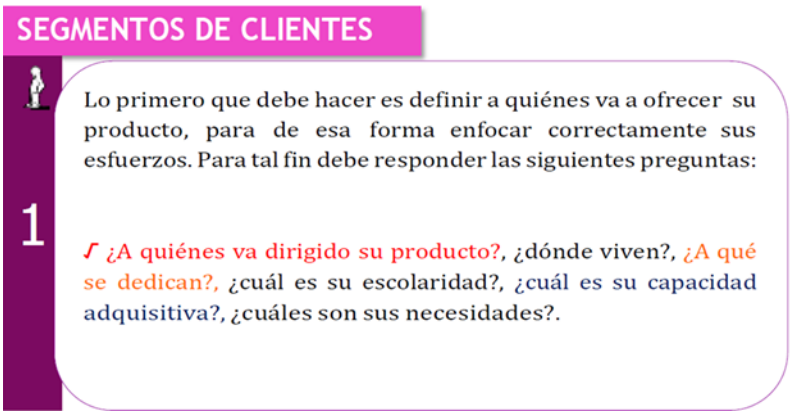
 Proponga soluciones que respondan a satisfacer necesidades, de acuerdo a la problemática o necesidad focalizada, a través de la fabricación de productos o la prestación de servicios.

### 3.3.4 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.

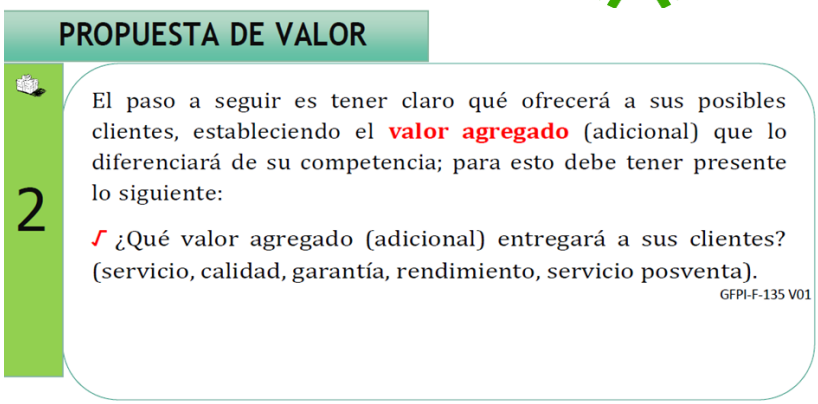
**Paso 1 – Segmento de clientes**

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



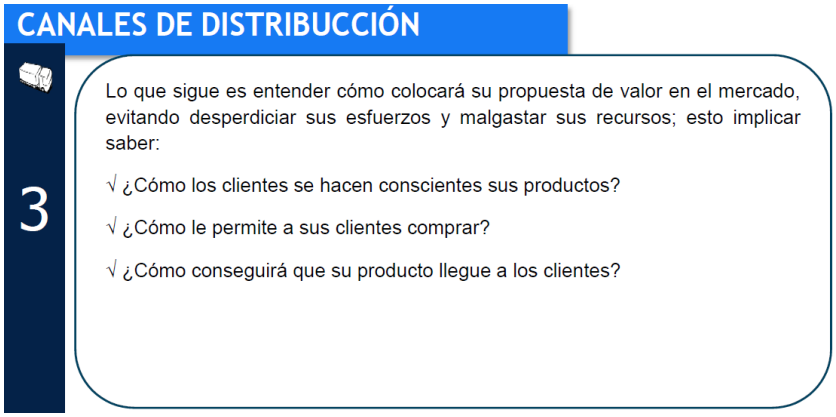

**Paso 2 – Propuesta de valor**

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.




**Paso 3 – Canales de distribución**

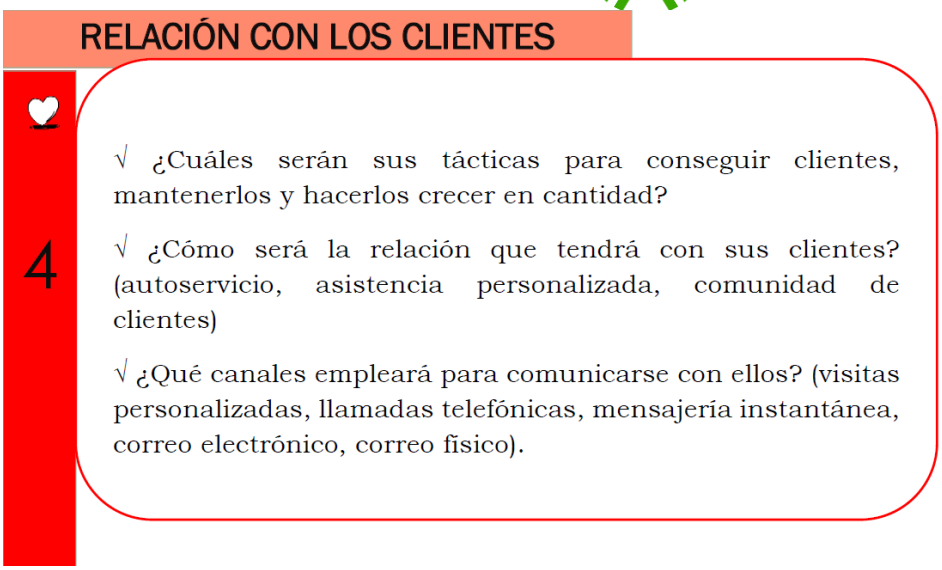
Responda a la pregunta cómo hará llegar su propuesta de valor al segmento de clientes.




### 3.3.4 Desarrollo de tu Modelo Canvas

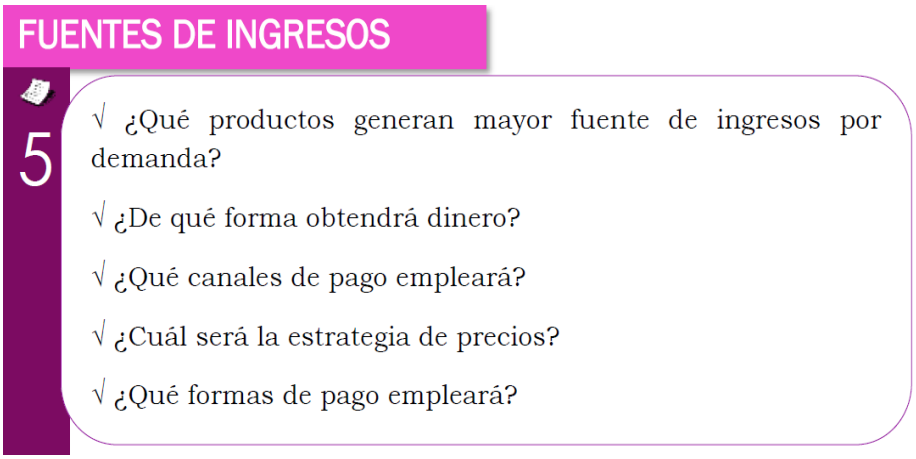
**Paso 4 – Relación con clientes**

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.



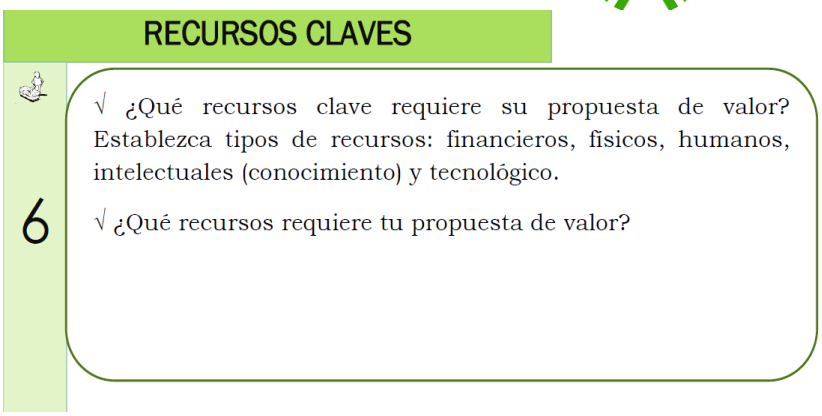

**Paso 5 – Fuentes de ingresos**

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.



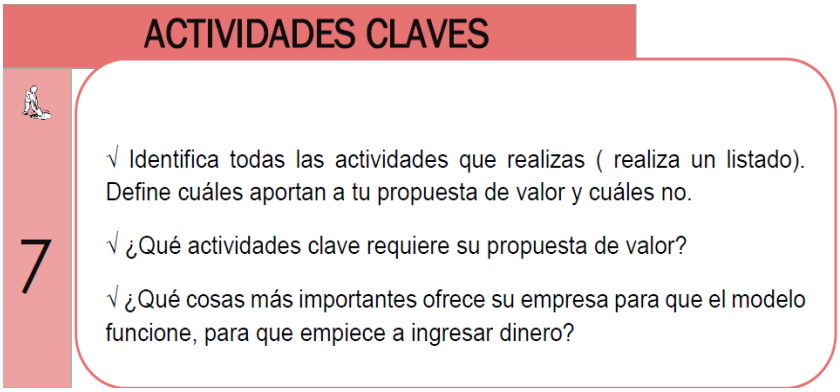

**Paso 6 – Recursos claves**

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.



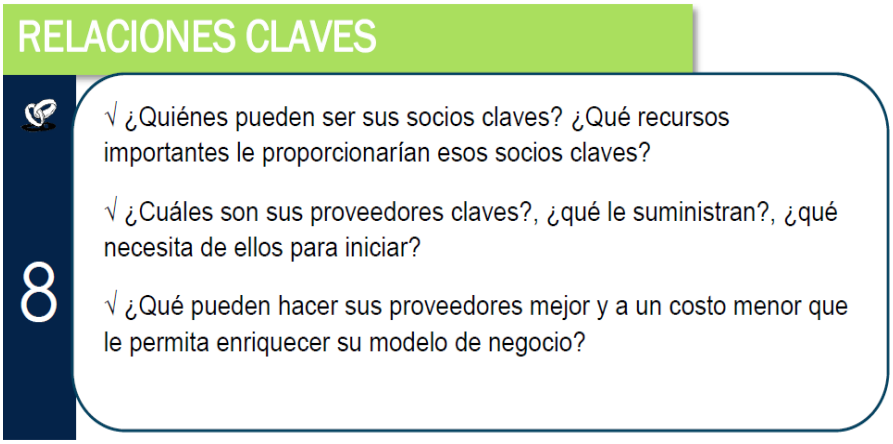

**Paso 7 - Actividades claves**

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.




**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.



**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 deben tener encuenta aspectos como:
1.Realice un listado de materias primas e insumos necesarios para elaborar el producto y/o prestar el servicio.
2. Identificar número de servicios o productos a ofrecer.
3. Clasificar orrectamente los costos fijos y costos variables del producto o servicio que ofrecerás.

### 3.3.5 Caso Practico

Los aprendices visualizaran una serie de casos emprendedores reales tomados del programa SHARK TANK https://www.youtube.com/watch?v=vkmwMr-vqzU&ab_channel=SharkTankColombia cada equipo de trabajo tendrá asignado 1 de los casos, con el cual deben crear un glosario con todos los términos desconocidos con sus respectivas definiciones y a partir de las apreciaciones personales mencionar visión y dimensiones emprendedoras, proceso de toma de decisiones, creatividad y estrategia emprendedora y procesos de negociación.

## 3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

### 3.4.1 Diana de valoración

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 **La Diana de Valoración,** 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 stickers y, con los conceptos mencionados anteriormente, evalúa tu desempeño en cada una de las CEP.

2. Las CEP que ubiques más cerca al centro serán tus fortalezas y las más alejadas serán tus debilidades.

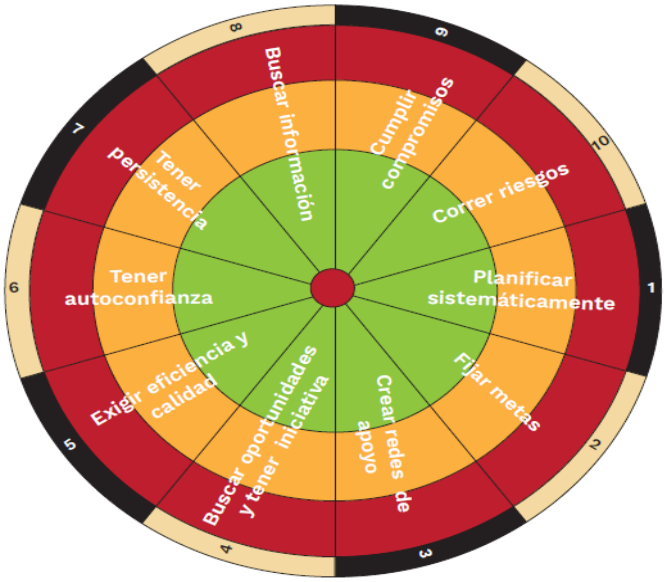
3. Como lo puedes ver en la imagen, la diana tiene tres zonas de valoración, demarcadas con tres colores diferentes.

**Verde:** Si es un aspecto notable en tu personalidad, ubica el punto cerca al centro.

**Amarillo:** Si es un aspecto que aplicas con una frecuencia intermedia en tu comportamiento, ubica el punto en el área amarilla de la diana.

**Rojo:** Si es un aspecto que aplicas con poca frecuencia en tu vida, ubica el punto lo más alejado del centro.

**La Diana de Valoración**




**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 ☐

**3.4.2 Presentacion/exposición**

En el material de apoyo previamente compartido que corresponde a la CARTILLA COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR con el cual trabajaremos desde la villa de la visualización y análisis hasta la villa del diseño las cuales comprenden las siguientes temáticas:

**1. Unidad 2: Visión Emprendedora pag 46 - 48**

**2. Unidad 3: Dimensiones Emprendedoras pag 52 - 57**

**3. Unidad 4: Toma de Decisiones pag 61 - 65**

**4. Unidad 5: Creatividad Emprendedora pag 68 - 74**

**5. Unidad 6: Estrategia Emprendedora pag 78 - 83**

**6. Unidad 7: Emprendimiento y Negociación pag 87 - 94**

En grupos de trabajo conformados les será asignada 1 de las temáticas enumeradas, deberán preparar una presentación – exposición junto con 1 dinámica evaluativa de la temática asignada.

Para el desarrollo de la dinámica evaluativa, cada grupo deberá ingresar al link https://es.educaplay.com/ en el cual encontraran una variedad de dinámicas desde sopa de letras hasta cuestionarios, etc.

- 1 integrante del grupo debe registrarse en la plataforma para poder crear actividades en ella, de lo contrario no les será posible trabajar.
- Seguidamente dentro de todas las opciones seleccionara 1 actividad la cual diseñaran en base a la temática correspondiente de su presentación.
- Luego de exponer su temática presentaran a sus compañeros la dinámica creada por su grupo donde evaluaran los conocimientos adquiridos por ellos.
- La dinámica debe ser resuelta por sus compañeros de clase y no por los integrantes del grupo de exposición.

### 3.4.3 Genere su idea de negocio

Teniendo en cuenta el formato guía diseñado conformado por 3 secciones, en las cuales se contextualizarán y darán un paso adelante hacia la generación de una idea de negocio. Para el desarrollo de esta evidencia deberán conformar grupos de máximo 5 aprendices, el objetivo final de esta guía es describir de forma clara y concisa una idea de emprendimiento con la que sientan afinidad, identificando qué oportunidad, problema o necesidad se busca satisfacer, qué productos o servicios ofrecerá, en qué lugar estará ubicada la unidad productiva y quiénes serán sus potenciales clientes. Realice la lectura detallada del glosario de términos que se encuentran disponibles en la evidencia.

### 3.4.4 Cronstruye el CANVAS de tu idea

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: Puede desarrollar en plantilla compartida por el instructor o crear su plantilla de libre diseño, formato PDF. Una vez finalizada la evidencia debe ser enviada al instructor.

### 3.4.5 Pitch Idea de Negocio

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




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

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento :**<br>- **Autodiagnóstico de conceptos**<br>- **Presupuesto de inversión inicial**<br>- **Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas.**<br>**Evidencias de Desempeño**<br>- **Autoreconocimiento de potencialidades y debilidades en la identificación del proyecto de vida.**<br>- **Identificación de ideas de negocios**<br>- **Selección de estrategias de relacionamiento con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves.**<br>- **Listado de materias primas e insumos**<br>- **Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas.** | **Realiza un reconocimiento de conceptos necesarios para el aprendizaje.**<br>**Identifica aspectos importantes para iniciar su carrera hacía el emprendimiento**<br>**Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial**<br>**Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.**<br>**Articula los elementos de la estructura del plan de negocio definiendo estrategias y acciones claves.**<br>**Realiza listado de materias primas e insumos necesarios para elaborar el producto.**<br>**Clasifica correctamente los costos fijos y variables de bien o servicio.** | **Técnica: Respuesta a preguntas**<br>**Instrumento de Evaluación: Preguntas en en el ambiente de aprendizaje.**<br>**Técnica: Método expositivo**<br>**Instrumento de Evaluación:**<br>**-Aplicación del test diana de valoración**<br>**-Presentacion/exposición**<br>**-Documento escrito que expone idea de negocio seleccionada.**<br>**-Matriz canvas que identifica los elementos de la idea de negocio.**<br>**-Video dinámico sustentando idea de negocio.** |

| | | |
|---|---|---|
| **Evidencias de Producto:**<br>- **Test de cualidades emprendedoras**<br>- **Selección de la idea de negocio**<br>- **Plantea estrategías enfocadas en la relación con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves.**<br>- **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 BILBIOGRÁFICOS

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/269219

https://emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio

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

Cartilla de Comportamiento Emprendedor: Camino al Logro / Ruth Nelly Gutiérrez Achury [y otros 4].—Primera edición — Bogotá: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Dirección General, 2020.

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| Autor (es) | Ketty Sanchez Carmona | Instructor de emprendimiento | Centro agropecuario y de biotecnología el Porvenir. | 16/09/2026 |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |

**Obligaciones Contractuales**

**Contractual 1**

**Anexo 4:** Plan concertado de las fichas 3406772- 3280257-3543652-3286362

| | |
|---|---|
| SENA | **PLAN DE TRABAJO CONCERTADO** |
| **PROGRAMA DE FORMACIÓN** | **Gestión agroempresarial** |
| **FICHA** | **3280257** |
| **COMPETENCIA** | **COORDINAR ACTIVIDADES DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE GESTIÓN Y PROCESO ADMINISTRATIVO** |
| **RESULTADO DE APRENDIZAJE** | **EVALUAR EL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO Y METODOLOGÍA ADMINISTRATIVA** |
| **INSTRUCTOR** | **Ketty Cecilia Sanchez Carmona** |

| NOMBRES | APELLIDOS | Actividad a desarrollar: Mapa Concept. | Forma de entrega | | Fecha de entrega: | | | Actividad a desarrollar: Crea tu agroempresa. | Forma de entrega | | Fecha de entrega: | | | Actividad a desarrollar: Matriz Dofa | Forma de entrega | | Fecha de entrega: | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Físico | Digital | | SI | No | | Físico | Digital | | SI | No | | Físico | Digital | | SI | No |
| JAIDER DAVID | NIETO ESQUIVEL | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| SEBASTIAN | GARCIA OVIEDO | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| DAIBER DAVID | GONZALEZ GONZALEZ | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| EDUARDO | HERNANDEZ MARTINEZ | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| ANTHONY | KETTYL MACHUCA | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| DUBAN | PADILLA PIÑERES | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| CARLOS ANDRES | ROMERO VILLADIEGO | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| ALEX DE JESUS | COGOLLO GONZALEZ | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| MARIA NATALY | GOMEZ VARGAS | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| MARIA NATALY | HERNANDEZ OJEDA | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| LUIS JOSE | VARGAS CARRASQUILLA | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| EDILSON | OSORIO CARMONA | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| LUIS JOSÉ | MARTÍNEZ MEDRANO | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| JHONNIER ESTEBAN | PEREIRA PEREZ | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| KATTY LUZ | HERNANDEZ SIERRA | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| ILSEL YULIANA | PEREZ DIAZ | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| JOSE ARMANDO | RAMOS PADILLA | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| DAMIAN | ALCARAZ LOPEZ | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| LUIS ANGEL | RICO MARTINEZ | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| JULIANA | GIL MERCADO | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| DAYANIS | VERGARA MARTINEZ | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| DIEGO JESUS | LOAIZA ACOSTA | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| KELY YOHANA | VELEZ MOLINA | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| CARLOS JOSE | HERNANDEZ CRUZ | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| VALERI | VARGAS RAMOS | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| JOSE DANIEL | CLEMENTE RUIZ | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| YAIR ANTONIO | FLOREZ ALEAN | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| DANIELA | AYAZO SANCHEZ | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| LEISLY | PEREZ BERNA | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| ANGELA MARIA | MORALES GOMEZ | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| LEANDRYS | TORRES BAUTISTA | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| DANIEL JESUS | MIRANDA HERNANDEZ | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| EVA JANELY | MESA CENTENO | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| MAURICIO | MUNIVE SIMANCA | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| SEVASTIAN | MARTINEZ GARCES | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| SULLY SUSANA | PEREZ TAPIA | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| CARLOS DANIEL | PANTOJA ALTAMIRANDA | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| HUBER ANDRES | MIRANDA ROMERO | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| ELISA YULIETH | GONZALEZ CARVAJAL | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |
| SOFIA DEL CARMEN | CARMONA CARMONA | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| JUAN DAVID | DIAZ MELLAO | | | x | 10-ago-26 | x | | | x | | 24-ago-26 | x | | | x | | 31-ago-26 | x | |
| RICARDO MANUEL | HOYOS MERCADO | | | x | 10-ago-26 | | | | x | | 24-ago-26 | | | | x | | 31-ago-26 | | |

| | |
|---|---|
| | **PLAN DE TRABAJO CONCERTADO** |
| **PROGRAMA DE FORMACIÓN** | **GESTION DE LA PRODUCCION AGRICOLA** |
| **FICHA** | **3286362** |
| **COMPETENCIA** | **IMPLEMENTAR ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON SEGMENTOS Y ESCENARIOS DEL MERCADO.** |
| **RESULTADO DE APRENDIZAJE** | **VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA.** |
| **INSTRUCTOR** | **Ketty Cecilia Sanchez Carmona** |

| NOMBRES | APELLIDOS | Actividad a desarrollar: Taller | Forma de entrega | | Fecha de entrega: 13-08-2026 | | | Actividad a desarrollar: Exposiciones | Forma de entrega actividad: | | Fecha de entrega: | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Físico | Digital | | SI | No | | Físico | Digital | | SI | No |
| SERGIO ANDRES | BERRIO DURANGO | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| SERGIO | AGAMEZ PADILLA | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| DIANA LUZ | ARROYO OJEDA | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| ESTEFANIA | MACEA MENDOZA | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| CAROLINA ANDREA | ALVAREZ BURGOS | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| JOSE MANUEL | ECHENIQUE DURANGO | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| KEYNER ALFREDO | ESTRADA ALVAREZ | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| YIMMY JAVIER | MARIMON CONTRERAS | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| DANIEL CRISTOBAL | PEÑA PEINADO | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| ADRIAN ANDRES | ACOSTA PANTOJA | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| MARINELLA | PASTRANA CONDE | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| KIARA VANEZZA | ALMANZA MERCADO | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| JOSE LUIS | FUENTES VEGA | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| ALDAIR JOSE | MELENDEZ ROSARIO | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| XIOMARA | ARRIETA DURANGO | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| LEANIS JOHANA | CASTILLA VARGAS | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| ANA DEIBIS | HERNANDEZ APARICIO | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| DAIDY ALEJANDRA | RIOS SOTELO | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| VALERIN SMITH | ANAYA PAEZ | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| MARCOS DAVID | BURGOS GAVIRIA | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| ORLANDO MANUEL | MONTENEGRO GOMEZ | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| VIVIANA DE LAS MERCEDES | ALVAREZ GONZALEZ | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| ELIDA LIBRADA | HERRERA SAENZ | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| JUAN DAVID | RANGEL PEREZ | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| KEINER DAVID | GUERRA VIAÑA | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| CHELIAN | LUNA PADILLA | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| RAFAEL SEGUNDO | PADILLA PESTANA | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| YASURI YAMILED | USMA GIRALDO | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| LUIS FELIPE | PORTILLO SALGADO | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| SHARICK | MARTINEZ RAMOS | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| JOSE EDUARDO | PINZON CORDOBA | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| MARIA ALEJANDRA | HERRERA ANGULO | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| KEINER LUIS | ALMANZA HERRERA | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| LEIVER JOSÉ | RAMOS GAVIRIA | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| YIRA PAOLA | DURANGO LARA | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |
| DIEGO ANDRES | PEREZ BEGAMBRES | | x | | 20-ago-26 | | x | | x | | 17-sep-26 | | x |
| ROBERTO CARLOS | BENITEZ BALTAZAR | | x | | 20-ago-26 | x | | | x | | 17-sep-26 | x | |

| | |
|---|---|
| | **PLAN DE TRABAJO CONCERTADO** |
| **PROGRAMA DE FORMACIÓN** | **DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO** |
| **FICHA** | **3406772** |
| **COMPETENCIA** | **EVALUAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON OBJETIVOS COMERCIALES** |
| **RESULTADO DE APRENDIZAJE** | **VALIDAR LOS RESULTADOS DEL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN** |
| **INSTRUCTOR** | **Ketty Cecilia Sanchez Carmona** |

| NOMBRES | APELLIDOS | Actividad a desarrollar:exposiciones | Forma de entrega | | Fecha de entrega: | EN | | Actividad a desarrollar: Taller exposiciones | Forma de entrega | | Fecha de entrega: | EN TR | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Físico | Digital | | SI | No | | Físico | Digital | | SI | No |
| MARIA DEL CARMEN | DIAZ BLANCO | | | x | 9-sep-26 | | x | | | x | 16-sep-26 | | x |
| ARISTIDES | MENDOZA TORRES | | | x | 9-sep-26 | | x | | | x | 16-sep-26 | | x |
| JESUS DAVID | RIVERO SANCHEZ | | | x | 9-sep-26 | | x | | | x | 16-sep-26 | | x |
| ISABELA | BORJA MENDOZA | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| YANIS JOSE | ORTEGA DE LA OSSA | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| FANNY LUZ | ROSARIO TERAN | | | x | 9-sep-26 | | x | | | x | 16-sep-26 | | x |
| GEIDY MARIA | CABALLERO CASTILLO | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| MARI NELA | VILLEGAS TERAN | | | x | 9-sep-26 | | x | | | x | 16-sep-26 | | x |
| SAMUEL ANTONIO | LOPEZ THEVENING | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| EDWIN JESUS | NUÑEZ PERALTA | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| JHAJAIRA INAID | GONZALEZ AVILEZ | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| SAMUEL | PATERNINA LOPEZ | | | x | 9-sep-26 | | x | | | x | 16-sep-26 | | x |
| EGLIS PAOLA | OJEDA LENES | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| ROSA ISELA | CONTRERAS THEVENING | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| ISAAC DAVID | CORDERO OCHOA | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| FRANCHESLA ZULEY | PINEDA BULA | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| DIDIER | TORRES FABRA | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| MARIA JOSE | VILORIA CAUSIL | | | x | 9-sep-26 | | x | | | x | 16-sep-26 | | x |
| MAURICIO JOSE | ACOSTA ARRIETA | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |
| JULISSA | PEREZ GARCIA | | | x | 9-sep-26 | x | | | | x | 16-sep-26 | x | |

| | |
|---|---|
| | **PLAN DE TRABAJO CONCERTADO** |
| **PROGRAMA DE FORMACIÓN** | **EMPRENDIMIENTO Y FOMENTO EMPRESARIAL** |
| **FICHA** | **3543244** |
| **COMPETENCIA** | **DIRIGIR PROCESOS ORGANIZACIONALES SEGÚN MODELO DE GESTIÓN** |
| **RESULTADO DE APRENDIZAJE** | **PREPARAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL TENIENDO EN CUENTA LOS RECURSOS Y ACTIVIDADES CLAVES** |
| **INSTRUCTOR** | **Ketty Cecilia Sanchez Carmona** |

| NOMBRES | APELLIDOS | Actividad a desarrollar: | Forma de entrega | | Fecha de entrega: | ENTR | | Actividad a desarrollar: | Forma de entrega | | Fecha de entrega: | ENTR | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Físico | Digital | | SI | No | | Físico | Digital | | SI | No |
| LUZ NEY | URAN SOTELO | | | | | | | | | | | | |
| MAGALY SOFIA | OLASCUAGA GUZMAN | | | | | | | | | | | | |
| YESICA MARIA | MENCO PINEDO | | | | | | | | | | | | |
| MARISOL | CALDERA MORALES | | | | | | | | | | | | |
| ANGELICA BEATRIZ | HERRERA MENDOZA | | | | | | | | | | | | |
| YANELIS | RIOS GUERRA | | | | | | | | | | | | |
| YULITHZA | MENDOZA LOPEZ | | | | | | | | | | | | |
| MAITE | GARCIA ZABALETA | | | | | | | | | | | | |
| DAYANA MARIA | LOPEZ OSORIO | | | | | | | | | | | | |
| DIANA MARCELA | MENDOZA MONTERROZA | | | | | | | | | | | | |
| LUIS ANGEL | RICARDO REQUEME | | | | | | | | | | | | |
| JESSICA JULIETH | TAMARA POLANCO | | | | | | | | | | | | |
| CARLOS ANDRES | SALGADO PATERNINA | | | | | | | | | | | | |
| SUAT MILENA | PACHECO PERALTA | | | | | | | | | | | | |
| NAIRA CRISTINA | ALVIS CORPAS | | | | | | | | | | | | |
| KAROL VANNESA | ARCIA SUAREZ | | | | | | | | | | | | |
| ZULEIMA ISABEL | SEQUEDA HERRERA | | | | | | | | | | | | |
| INDIRA LUZ | LOPEZ DUARTE | | | | | | | | | | | | |
| KAROL LICETH | DURANTE VARGAS | | | | | | | | | | | | |
| ARLET PATRICIA | GUERRA ARROYO | | | | | | | | | | | | |
| NATASHA VALENTINA | HOYOS ALGARIN | | | | | | | | | | | | |
| LUCIANA | VERGARA MELLAO | | | | | | | | | | | | |
| DIANIS ZHARICK | HOYOS ALVAREZ | | | | | | | | | | | | |
| BRIANIS MILETH | CADENA ALVAREZ | | | | | | | | | | | | |
| IVANA | CHICA CALDERA | | | | | | | | | | | | |
| JORGE DANIEL | URIBE OSPINA | | | | | | | | | | | | |

**Obligaciones Contractuales**

**Contractual 4**

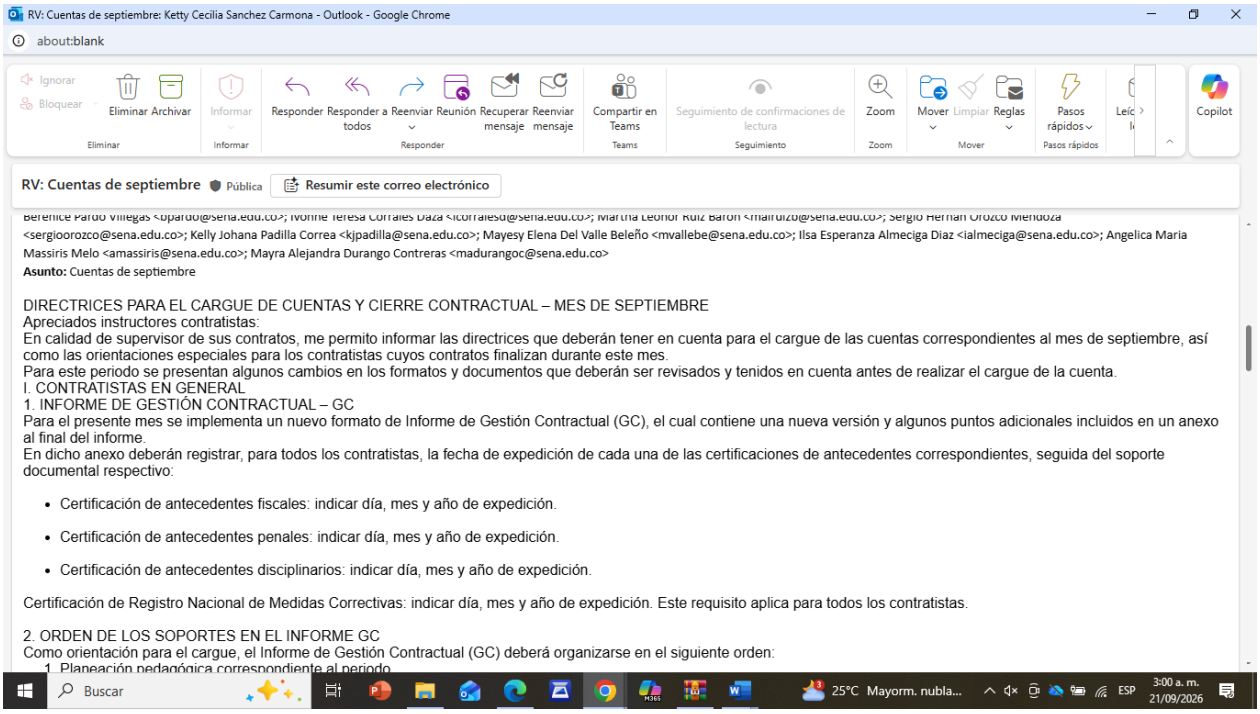
**Anexo 5:** Evidencia fotografica



**Obligaciones Contractuales**

**Contractual 5**

**Anexo 6:** Pantallazo correos



**Obligaciones Contractuales**

**Contractual 9**

**Anexo 7:** Reporte de juicios en Sofía plus

# Reporte de Juicios de Evaluación

**Fecha del Reporte:** 17/09/2026
**Ficha de Caracterización:** 3286362
**Cógigo:** 722148
**Versión:** 1
**Denominación:** GESTION DE LA PRODUCCION AGRICOLA
**Estado de la Ficha de** EN EJECUCION
**Fecha Inicio:** 28/07/2025
**Fecha Fin:** 29/10/2027
**Modalidad de Formación:** PRESENCIAL
**Regional:** 23 - REGIONAL CÓRDOBA
**Centro de Formación:** 9115 - CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR

| Tipo de | Número de | Nombre | Apellidos | Estado | Competencia | Resultado de Aprendizaje | Juicio de | Fecha y Hora del | Funcionario que registro el juicio evaluativo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CC | 1007822171 | CAROLINA ANDREA | ALVAREZ BURGOS | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1007822171 | CAROLINA ANDREA | ALVAREZ BURGOS | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1007822171 | CAROLINA ANDREA | ALVAREZ BURGOS | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062427114 | JOSE MANUEL | ECHENIQUE DURANGO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062427114 | JOSE MANUEL | ECHENIQUE DURANGO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062427114 | JOSE MANUEL | ECHENIQUE DURANGO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062956595 | DANIEL CRISTOBAL | PEÑA PEINADO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062956595 | DANIEL CRISTOBAL | PEÑA PEINADO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062956595 | DANIEL CRISTOBAL | PEÑA PEINADO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062959673 | ADRIAN ANDRES | ACOSTA PANTOJA | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062959673 | ADRIAN ANDRES | ACOSTA PANTOJA | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062959673 | ADRIAN ANDRES | ACOSTA PANTOJA | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067864327 | XIOMARA | ARRIETA DURANGO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067864327 | XIOMARA | ARRIETA DURANGO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067864327 | XIOMARA | ARRIETA DURANGO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067869863 | LEANIS JOHANA | CASTILLA VARGAS | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067869863 | LEANIS JOHANA | CASTILLA VARGAS | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067869863 | LEANIS JOHANA | CASTILLA VARGAS | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067872894 | DAIDY ALEJANDRA | RIOS SOTELO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067872894 | DAIDY ALEJANDRA | RIOS SOTELO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067872894 | DAIDY ALEJANDRA | RIOS SOTELO | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067876282 | VALERIN SMITH | ANAYA PAEZ | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067876282 | VALERIN SMITH | ANAYA PAEZ | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067876282 | VALERIN SMITH | ANAYA PAEZ | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067969389 | ELIDA LIBRADA | HERRERA SAENZ | EN FORMACIÓN | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CC | 1067969389 | ELIDA LIBRADA | HERRERA SAENZ | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1067969389 | ELIDA LIBRADA | HERRERA SAENZ | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1068418141 | JUAN DAVID | RANGEL PEREZ | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1068418141 | JUAN DAVID | RANGEL PEREZ | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1068418141 | JUAN DAVID | RANGEL PEREZ | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1068420180 | CHELIAN | LUNA PADILLA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1068420180 | CHELIAN | LUNA PADILLA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1068420180 | CHELIAN | LUNA PADILLA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1073979823 | YASURI YAMILED | USMA GIRALDO | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1073979823 | YASURI YAMILED | USMA GIRALDO | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1073979823 | YASURI YAMILED | USMA GIRALDO | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1119390651 | JOSE EDUARDO | PINZON CORDOBA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1119390651 | JOSE EDUARDO | PINZON CORDOBA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1119390651 | JOSE EDUARDO | PINZON CORDOBA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1133797361 | LEIVER JOSÉ | RAMOS GAVIRIA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1133797361 | LEIVER JOSÉ | RAMOS GAVIRIA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1133797361 | LEIVER JOSÉ | RAMOS GAVIRIA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1133870937 | YIRA PAOLA | DURANGO LARA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1133870937 | YIRA PAOLA | DURANGO LARA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1133870937 | YIRA PAOLA | DURANGO LARA | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 78744480 | ROBERTO CARLOS | BENITEZ BALTAZAR | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556751 - 26010100203VERIFICAR LAS ACCIONES DE MERCADEO, DE ACUERDO CON CRONOGRAMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA | APROBADO | 17/09/2026 14.34 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 78744480 | ROBERTO CARLOS | BENITEZ BALTAZAR | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556753 - 26010100202DEFINIR LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS SEGÚN PLAN DE MERCADEO, SEGMENTOS Y ESCENARIOS DE MERCADOS | APROBADO | 16/08/2026 9.18 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 78744480 | ROBERTO CARLOS | BENITEZ BALTAZAR | EN FORMACION | 37457 - Implementar acciones estratégicas de mercadeo de acuerdo con segmentos y escenarios del mercado. | 556754 - 26010100201ALISTAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCADEO SEGÚN NECESIDADES DE | APROBADO | 14/06/2026 19.32 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |

# Reporte de Juicios de Evaluación

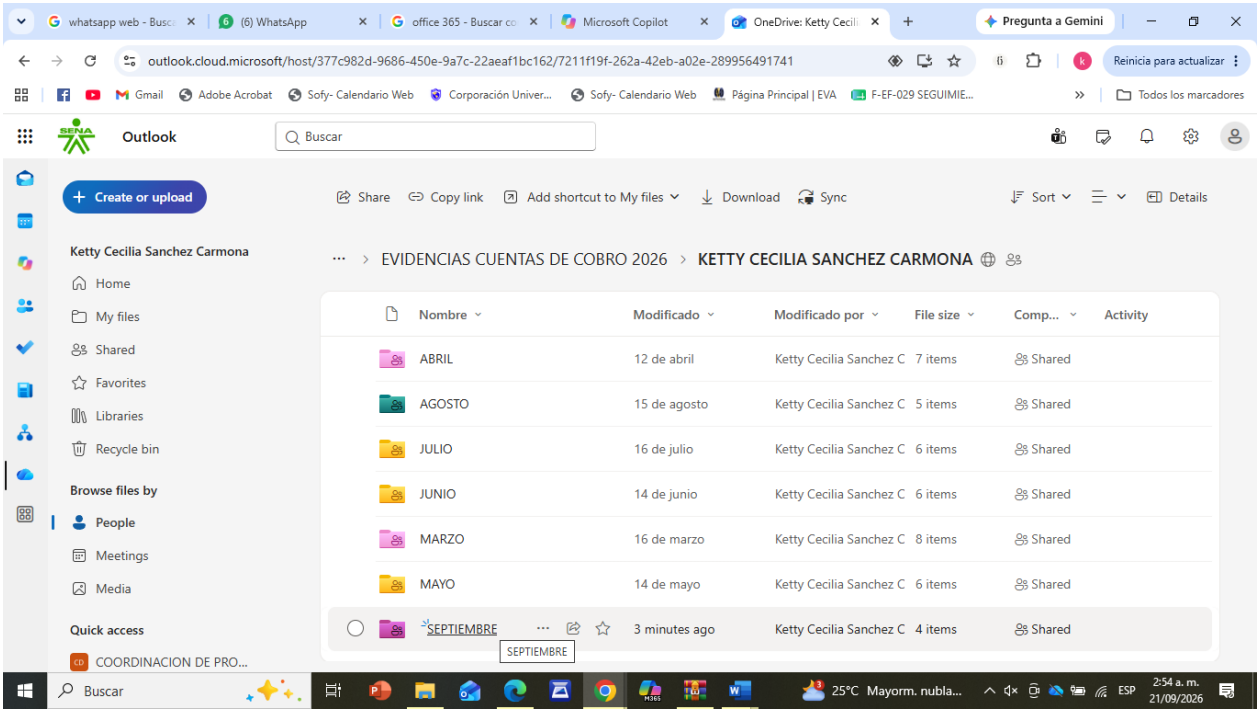
**Fecha del Reporte:** 18/09/2026
**Ficha de Caracterización:** 3406772
**Cógigo:** 124101
**Versión:** 1
**Denominación:** DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
**Estado de la Ficha de** EN EJECUCION
**Fecha Inicio:** 10/12/2025
**Fecha Fin:** 02/02/2028
**Modalidad de Formación:** PRESENCIAL
**Regional:** 23 - REGIONAL CÓRDOBA
**Centro de Formación:** 9115 - CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR

| Tipo de | Número de | Nombre | Apellidos | Competencia | Resultado de Aprendizaje | Juicio de | Fecha y Hora del | Funcionario que registro el juicio evaluativo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TI | 1029650988 | EDWIN JESUS | NUÑEZ PERALTA | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062606728 | ISABELA | BORJA MENDOZA | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1062965800 | YANIS JOSE | ORTEGA DE LA OSSA | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1062969490 | JHAJAIRA INAID | GONZALEZ AVILEZ | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1067896724 | EGLIS PAOLA | OJEDA LENES | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1067898087 | ROSA ISELA | CONTRERAS THEVENING | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1068423517 | ISAAC DAVID | CORDERO OCHOA | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.50 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1071433029 | GEIDY MARIA | CABALLERO CASTILLO | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1073989221 | FRANCHESLA ZULEY | PINEDA BULA | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1073989575 | DIDIER | TORRES FABRA | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| CC | 1137977722 | SAMUEL ANTONIO | LOPEZ THEVENING | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1138025550 | MAURICIO JOSE | ACOSTA ARRIETA | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |
| TI | 1138078847 | JULISSA | PEREZ GARCIA | 38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico | 610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO | APROBADO | 18/09/2026 9.51 a | CC 52421420 - KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA |

**Obligaciones Contractuales**

**Contractual 10**

**Anexo 8**: Pantallazo del portafolio del instructor(onedrive) **Link**: SEPTIEMBRE



CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA

# LA CONTRALORÍA DELEGADA PARA RESPONSABILIDAD FISCAL , INTERVENCIÓN JUDICIAL Y COBRO COACTIVO

## CERTIFICA:

Que una vez consultado el Sistema de Información del Boletín de Responsables Fiscales 'SIBOR', hoy viernes 18 de septiembre de 2026, a las 20:04:59, el número de identificación, relacionado a continuación, NO SE ENCUENTRA REPORTADO COMO RESPONSABLE FISCAL.

| | |
|---|---|
| Tipo Documento | Cédula de Ciudadanía |
| No. Identificación | 52421420 |
| Código de Verificación | 524214202609182004 58 |

Esta Certificación es válida en todo el Territorio Nacional, siempre y cuando el tipo y número consignados en el respectivo documento de identificación, coincidan con los aquí registrados.

De conformidad con el Decreto 2150 de 1995 y la Resolución 220 del 5 de octubre de 2004, la firma mecánica aquí plasmada tiene plena validez para todos los efectos legales.

HERNÁN GUILLERMO JOJOA SANTACRUZ
Contralor Delegado

Generó: WEB

POLICÍA NACIONAL
DE COLOMBIA



**Consulta en línea de Antecedentes Penales y Requerimientos Judiciales**

**La Policía Nacional de Colombia informa:**
Que siendo las 08:11:01 PM horas del 18/09/2026, el ciudadano identificado con:
Cédula de Ciudadanía Nº **52421420**
Apellidos y Nombres: **SANCHEZ CARMONA KETTY CECILIA**

**NO TIENE ASUNTOS PENDIENTES CON LAS AUTORIDADES JUDICIALES**
de conformidad con lo establecido en el artículo 248 de la Constitución Política de Colombia.

En cumplimiento de la Sentencia SU-458 del 21 de junio de 2012, proferida por la Honorable Corte Constitucional, la leyenda “NO TIENE ASUNTOS PENDIENTES CON LAS AUTORIDADES JUDICIALES” aplica para todas aquellas personas que no registran antecedentes y para quienes la autoridad judicial competente haya decretado la extinción de la condena o la prescripción de la pena.

Esta consulta es válida siempre y cuando el número de identificación y nombres, correspondan con el documento de identidad registrado y solo aplica para el territorio colombiano de acuerdo a lo establecido en el ordenamiento constitucional.

Si tiene alguna duda con el resultado, consulte las **preguntas frecuentes** o acérquese a las instalaciones de la **Policía Nacional** más cercanas.

Dirección: Avenida El Dorado # 75 – 25 barrio Modelia, Bogotá D.C.
Atención administrativa: Lunes a Viernes 8:00 am a 12:00 pm y 2:00 pm a 5:00 pm
Línea de atención al ciudadano: 5159700 ext. 30552 (Bogotá)
Resto del país: 018000 910 112
E-mail: dijin.araic-atc@policia.gov.co

Presidencia de la República

Ministerio de Defensa Nacional

Portal Único de Contratación

GOV.CO

Todos los derechos reservados.

# CERTIFICADO DE ANTECEDENTES

## CERTIFICADO ORDINARIO
## No. 303231862

PIB
20:19:23


Bogotá DC, 18 de septiembre del 2026

La PROCURADURIA GENERAL DE LA NACIÓN certifica que una vez consultado el Sistema de Información de Registro de Sanciones e Inhabilidades (SIRI), el(la) señor(a) KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA identificado(a) con Cédula de ciudadanía número 52421420:

NO REGISTRA SANCIONES NI INHABILIDADES VIGENTES

**ADVERTENCIA:** La certificación de antecedentes contiene las anotaciones de las sanciones o inhabilidades que se encuentren vigentes. Cuando se trate de nombramiento o posesión en cargos que exijan para su desempeño ausencia de antecedentes, se certificarán todas las anotaciones que figuren en el registro. Anterior, de acuerdo a los incisos 3o. y 4o. del artículo 238 Ley 1952 de 2019.

**NOTA:** El certificado de antecedentes disciplinarios es un documento que contiene las anotaciones e inhabilidades generadas por sanciones penales, disciplinarias, inhabilidades que se deriven de las relaciones contractuales con el estado, de los fallos con responsabilidad fiscal, de las decisiones de pérdida de investidura y de las condenas proferidas contra servidores, ex servidores públicos y particulares que desempeñen funciones públicas en ejercicio de la acción de repetición o llamamiento en garantía. **Este documento tiene efectos para acceder al sector público, en los términos que establezca la Constitución Politica y la ley particular o demás disposiciones vigentes.** El Sistema SIRI reporta como antecedentes solamente las sanciones con debida ejecutoria recibidas de las autoridades nacionales colombianas. En caso de nombramiento o suscripción de contratos con el Estado, es responsabilidad de la Entidad, validar la información de antecedentes del aspirante en la página web: https://www.procuraduria.gov.co/Pages/certificado-antecedentes.aspx

Mario Enrique Castro González
Jefe División de Relacionamiento Con El Ciudadano (C)

**ATENCIÓN :**
**ESTE CERTIFICADO CONSTA DE 01 HOJA(S), SOLO ES VALIDO EN SU TOTALIDAD. VERIFIQUE QUE EL NUMERO DEL CERTIFICADO SEA EL MISMO EN TODAS LAS HOJAS.**

Policía Nacional de Colombia

(https://www.policia.gov.co/)

Portal de Servicios al Ciudadano PSC

# Sistema Registro Nacional de Medidas Correctivas RNMC

Consulta Ciudadano

## La Policía Nacional de Colombia informa:

Que a la fecha, 18/09/2026 08:17:06 p. m. el ciudadano con Cédula de Ciudadanía Nº. **52421420** y Nombre: **KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA.**

## NO TIENE MEDIDAS CORRECTIVAS PENDIENTES POR CUMPLIR.

De conformidad con la Ley 1801 de 2016 "Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana". Registro interno de validación No. **148021432** . La persona interesada podrá verificar la autenticidad del presente documento a través de la página web institucional digitando https://www.policia.gov.co, menú ciudadanos/ consulta medidas correctivas, con el documento de identidad y la fecha de expedición del mismo. Esta consulta es válida siempre y cuando el número de cédula corresponda con el documento de identidad suministrado.

Nueva Busqueda | Imprimir

**Policía Nacional de Colombia**
Dirección General - Carrera 59 # 26 - 21
Centro Administrativo Nacional CAN , Bogotá D.C
Línea de atención: 018000-910112

| CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Pública | **X** | Pública Clasificada | | Pública Reservada | |

**INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN**
**CONTRATO N° CO1.PCCNTR.9272910, CELEBRADO ENTRE EL CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PROVENIR (SENA) Y EL CONTRATISTA KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA**

En mi calidad de supervisor del contrato de la referencia, me permito presentar el informe final del mismo, de acuerdo con la siguiente información:

## 1. ASPECTOS GENERALES

| | |
|---|---|
| **CONTRATANTE** | Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir – SENA Regional Córdoba |
| **TIPO DE CONTRATO** | Prestación de Servicios Personales |
| **CONTRATO NRO.** | CO1.PCCNTR.9272910 |
| **OBJETO** | PRESTAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL DE INSTRUCTORES PARA IMPARTIR FORMACION INTEGRAL PRESENCIAL EN EL PROGRAMA OFERTA REGULAR DEL CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGÍA EL PORVENIR DE CÓRDOBA. |
| **FECHA DE SUSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO JURÍDICO** | 30 de enero de 2026 |
| **FECHA DE INICIO** | 02 de febrero de 2026 |
| **PLAZO INICIAL** | 240 días |
| **FECHA DE TERMINACIÓN INICIAL** | 30 de septiembre de 2026 |
| **RAZÓN SOCIAL** | Ketty Cecilia Sánchez Carmona |
| **CC o NIT** | 52.421.420 |
| **NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL** | NO APLICA |
| **NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL** | NO APLICA |
| **LUGAR DE EJECUCIÓN** | MONTERIA CORDOBA |
| **VALOR INICIAL** | $37.899.976 |
| **FORMA DE PAGO** | *a) ocho (8) pagos iguales por los meses de febrero a septiembre de 2026 por valor de CUATRO MILLONES SETECIENTOS TREINTA Y SIETE MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS M/CTE ($4.737.497).* |
| **CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL** | **3526** |

| | |
|---|---|
| **CERTIFICADO DE REGISTRO PRESUPUESTAL** | 38826 |
| **VALOR FINAL DEL NEGOCIO JURÍDICO** | $37.899.976 |
| **FECHA DE TERMINACIÓN FINAL** | 30 de septiembre de 2026 |
| **FECHA DE TERMINACIÓN ANTICIPADA (Sí aplica)** | No Aplica |
| **VALOR TOTAL PAGADO** | $37.899.976 |
| **VALOR TOTAL EJECUTADO** | $37.899.976 |
| **SUPERVISOR** | JESUS DAVID SILVA RAMOS |
| **APOYO A LA SUPERVISIÓN** | No Aplica |

## 2. ASPECTOS TÉCNICOS

### 2.1 Obligaciones

En virtud de la suscripción N° CO1.PCCNTR.9272910**,** el contratista adquirió las siguientes obligaciones:

| **OBLIGACIONES** [Incluya todas las obligaciones contractuales] | **¿CUMPLIÓ?** [Seleccione: **SI / NO / Parcialmente / No se requirió el cumplimiento]** | **PRODUCTO O EVIDENCIA** [Referir la ubicación de los soportes de las actividades desarrolladas para cumplir cada obligación específica durante el periodo del informe] |
|---|---|---|
| Alistar procesos formativos e impartir 160 horas mensuales de formación profesional integral en programas titulados y/o complementarios del área asignada dentro del programa oferta regular, en las competencias, resultados de aprendizaje y actividades de los proyectos de formación programados dentro de los tiempos que para cada acción se determine por el Centro de formación. | SI | Durante la ejecución del contrato 2026 los soportes y/o evidencias se anexaron en los informes de gestión contractual y el portafolio del instructor cargados mes a mes en la plataforma SECOP II. Registros formativos de los resultados de aprendizajes y novedades cargados en el sistema académico SOFIA Plus de las formaciones ejecutadas en el periodo de ejecución contractual. |
| Autogestionar formación complementaria y Eventos de | SI | Durante la ejecución del contrato 2026 se gestionaron y |

| | | |
|---|---|---|
| Divulgación Tecnológica de acuerdo con su área de desempeño, presentando la documentación requerida para ello y realizar el proceso requerido para tal fin. | | ejecutaron las formaciones complementarias en Servicio al cliente ficha No 3567423 y Mercadeo y ventas ficha No 3476156 soportadas en el portafolio del instructor. |
| Asociar a los aprendices a la ruta de aprendizaje de las fichas a cargo dentro de los términos estipulados. | SI | Se soportaron en el Portafolio del Instructor, mes a mes durante la ejecución del contrato 2026 las evidencias de asociación de rutas de aprendizaje en las fichas Servicio al cliente ficha No 3567423 y Mercadeo y ventas ficha No 3476156. |
| Apoyar y participar activamente en la gestión del programa de formación para el cumplimiento de metas y posicionamiento Regional de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato. | SI | Durante la ejecución del contrato 2026 se participó activamente en las ofertas de formación presencial y virtual del centro. |
| Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar los informes mensuales de la ejecución del contrato o los productos que se le requiera, además del informe mensual de actividades según la fase en que se encuentre el curso (planear, ejecutar y evaluar) durante el desarrollo del proceso de aprendizaje y de las actividades en general con sus respectivos anexos. | SI | Durante la ejecución del contrato 2026 se atendieron los requerimientos del supervisor y los soportes y/o evidencias se anexaron en los informes de gestión contractual cargados mes a mes en la plataforma SECOP II y el portafolio del instructor. |

| | | |
|---|---|---|
| Prestar los servicios profesionales con seriedad, responsabilidad, respeto, eficiencia, oportunidad y diligencia los servicios contratados. | SI | Durante la ejecución del contrato 2026, Se dio cumplimiento oportuno de los entregables del proceso formativo soportados en el portafolio del instructor. |
| Atender según los requerimientos de la Subdirección de centro, actividades de apoyo a la supervisión de contratos y/o evaluación de propuestas según las competencias que su formación académica le permitan desarrollar. | **No se requirió el cumplimiento** | |
| Emitir los juicios evaluativos de cada resultado de aprendizaje en la plataforma Sena sofia plus dentro de los 5 días hábiles siguientes a la finalización de cada resultado de aprendizaje impartido, dando a conocer los resultados de los mismos a los aprendices. | SI | Se adjuntaron los juicios evaluativos realizados en la plataforma Sofía plus en el portafolio del Instructor, mes a mes durante la ejecución del contrato 2026 |
| Mantener en tiempo real el portafolio del instructor con la documentación soporte inherente a la formación según la guía para desarrollar los procesos formativos. | SI | Se adjuntó la documentación soporte en el portafolio del Instructor, mes a mes durante la ejecución del contrato 2026 |
| Los instructores contratistas que se vinculen a proyectos de investigación e innovación que se desarrollen en el centro de formación, deberán atender los lineamientos | NO se requirió el cumplimiento | |

| | | |
|---|---|---|
| operativos SENNOVA indicados por el SENA, previa concertación con el Supervisor o Dinamizador. **Parágrafo**: En el proceso de concertación, se deberá aprobar por las partes un cronograma de trabajo y entregables. | | |
| Aplicar los procedimientos correspondientes al instructor para formalizar la deserción de los aprendices que abandonan el proceso formativo de acuerdo con lo establecido en el reglamento del aprendiz SENA vigente. | SI | Durante la ejecución del contrato se aplicaron los procedimientos para formalizar la deserción de aprendices y se soportó en el portafolio del Instructor, mes a mes durante la ejecución del contrato 2026 |
| Generar y ejecutar estrategias que permita la permanencia de los aprendices durante todo el tiempo de formación e Informar oportunamente a la Coordinación Académica cualquier novedad presentada con los aprendices. | SI | Portafolio del Instructor, mes a mes durante la ejecución del contrato 2026 |
| El contratista debe cumplir con las normas del Sistema General de Riesgos Laborales, en especial, las siguientes: 1. Procurar el cuidado integral de su salud. 2. Contar con los elementos de protección personal necesarios para ejecutar la actividad contratada, para lo cual asumirá su costo. 3. Informar a los contratantes la ocurrencia de incidentes, accidentes de trabajo y | SI | Durante la ejecución del contrato 2026 se dio cumplimiento a las normas del Sistema General de Riesgos Laborales |

| | | |
|---|---|---|
| enfermedades laborales. 4. Participar en las actividades de Prevención y Promoción organizadas por los contratantes, los Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo o Vigías Ocupacionales o la Administradora de Riesgos Laborales. 5. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST. 6. Informar oportunamente a los contratantes toda novedad derivada del contrato. | | |

## 3. ASPECTOS LEGALES

### 3.1 Garantías contractuales

Como garantías se establecieron las siguientes:

| **GARANTÍA ÚNICA DE CUMPLIMIENTO [Diligencie si aplica]** | | | |
|---|---|---|---|
| **ASEGURADORA** | Seguros mundial | | |
| **NRO. DE PÓLIZA** | CMT-100021205 | | |
| **CERTIFICADO O ANEXO** | | | |
| **FECHA EXPEDICIÓN** | 30/01/2026 | | |
| **FECHA APROBACIÓN** | 30/01/2026 | | |
| **AMPARO** | **VIGENCIA** | | **VALOR** |
| | **DESDE** | **HASTA** | |
| Cumplimiento | 01/02/2026 | 30/01/2027 | **$3.789.997** |
| Devolución del pago anticipado | | | |
| Salarios y prestaciones sociales | | | |

| GARANTÍA ÚNICA DE CUMPLIMIENTO [Diligencie si aplica] | | | |
|---|---|---|---|
| Calidad del servicio | | | |

### 3.2 Cumplimiento del objeto

El contratista **cumplió a cabalidad** con el objeto del contrato, prestando los servicios personales de carácter temporal como instructor para impartir formación integral presencial en el programa de oferta regular del Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir – SENA Regional Córdoba.
Durante la ejecución contractual se desarrollaron las actividades académicas, pedagógicas y administrativas asignadas, garantizando la planeación, ejecución y evaluación del proceso formativo, así como el acompañamiento permanente a los aprendices. Los servicios fueron recibidos **a satisfacción**, sin que se presentaran multas, sanciones o declaratorias de incumplimiento durante el periodo contractual.

### 3.3 Cumplimiento de los aspectos del Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol – SIGA

El contratista cumplió con las políticas del SIGA, incluyendo el manejo adecuado de residuos, el uso responsable de recursos, el cumplimiento de las normas de Seguridad y Salud en el Trabajo y el cuidado de los ambientes e instalaciones del SENA, sin presentarse novedades o incumplimientos durante la ejecución del contrato.

### 3.4 Multas y sanciones

De conformidad con la ejecución del contrato **NO** se presentaron multas y/o sanciones.

### 3.5 Certificado de pagos de seguridad social

Mediante los informes presentados por la supervisión durante la ejecución del contrato, los cuales fueron entregados para el proceso de pago, se evidenció que **KETTY CECILIA SANCHEZ CARMONA**, identificado con cédula de ciudadanía No. 52.421.420, cumplió a cabalidad con el objeto contractual y presentó oportunamente los aportes al Sistema de Seguridad Social durante el periodo de ejecución.

### 3.6 Designación de la supervisión

Que el Ordenador del Gasto realizó la designación de la supervisión el día 30/01/2026, asignando como supervisor del contrato al señor Jesús David Silva Ramos.

### 3.7 Liquidación del negocio jurídico

La minuta del contrato establece que la liquidación se realizará de manera bilateral al finalizar la ejecución contractual, mediante la suscripción del acta de liquidación, en la cual se dejará constancia del cumplimiento de las obligaciones y de la inexistencia de saldos pendientes entre las partes.

## 4. OBLIGACIONES DE LA ENTIDAD

**No aplica.** El contrato corresponde a la prestación de servicios personales y no contempla la entrega de bienes u obras que generen obligaciones de mantenimiento o revisiones periódicas por parte de la entidad.

## 5. ASPECTOS FINANCIEROS

### 5.1 Pagos realizados

Se expidió el Certificado de Desembolsos del SIIF correspondiente al contrato No. CO1.PCCNTR.9272910, registrando un valor total pagado de $37.899.976. La información detallada de las órdenes de pago será incorporada una vez el área financiera expida el soporte correspondiente.

| NÚMERO DE ORDEN DE PAGO | FECHA DE PAGO | VALOR DE PAGO |
|---|---|---|
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |

| | | |
|---|---|---|
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |
| No aplica | | No aplica |

**No Aplica**

Este numeral no aplica para contratos de prestación de servicios personales, de acuerdo con lo establecido en el formato institucional.

**5.2 Estado financiero**

| CONCEPTO | VALOR |
|---|---|
| **Valor inicial del negocio jurídico** | $37.899.976 |
| **Adiciones o disminuciones del negocio jurídico** | $ 0,00 |
| **Valor de las reducciones** | $ 0,00 |
| **Valor final del negocio jurídico** | $37.899.976 |
| **Valor ejecutado** | $37.899.976 |
| **Valor pagado** | $37.899.976 |
| **Valor por pagar** | $ 0,00 |
| **Valor a liberar** | $ 0,00 |

Conforme a lo anteriormente expuesto, se debe:

a) Elaborar la liquidación bilateral del contrato, teniendo en cuenta que no existen saldos por liberar ni valores pendientes a favor de las partes, y que las obligaciones fueron cumplidas a satisfacción

Para constancia se firma 21 de septiembre de 2026

**JESUS DAVID SILVA RAMOS**

SUPERVISOR CONTRATO No. CO1.PCCNTR.9272910