



Programa de Mercadeo

QUINTO SEMESTRE



Universidad de la.
Amazonia

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO

Equipo Diseñador

Daniel Camilo Duran Camacho
Director

Yhully Marin
Coordinador de Medios y Recursos Tecnológicos

Coordinadora de Programa

Esp. EDNA EDIT GUARACA PENNA

NEC Docente – Autores de la Guía Didáctica

Leidy Juliet Artunduaga Gómez
Habilidades de Negociación y Ventas

Lucio Orlando Meneses González
Canales Y Logística de Distribución

Ariadna García Penna
Gerencia del Talento Humano

Luis Jaime Barco García
Ingeniería Económica

Bexsi Rodríguez Aguilar
Finanzas en Mercadeo

Nidia Molina

Biocomercio
Nayra Ayerbe Martínez

Constitución y Democracia

Florencia – Caquetá, 2026.



Campus Porvenir Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F –
Barrio Porvenir Tel: (+57) 8-4366160



Este documento se encuentra bajo una Licencia de Creative Commons. Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

* Esta guía didáctica se estructuró bajo los lineamientos pedagógicos y didácticos del modelo de educación a distancia, tomados del Capítulo 3 del Módulo “EDUCACIÓN A DISTANCIA: SIGNIFICACIÓN HISTÓRICA, EDUCATIVA Y PEDAGÓGICA”, ISBN 958- 97270-0-X. Autores: Luz Dary Cardona García y Lillyam López de Parra.

CONTENIDO

Presentación

Orientaciones para el Desarrollo del Proceso de Estudio

Estructura de Contenidos del Semestre

Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

Interaprendizaje o Trabajo de Núcleos de Estudio Colaborativo

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Trabajo Integrado Final

Bibliografía

Guía Didáctica Presentación

Presentación

Apreciado estudiante,

Bienvenido a su proceso de formación como Profesional en Mercadeo en la Modalidad de Educación a Distancia en la Universidad de la Amazonía.

Propósitos y estructura de la guía didáctica:

En educación a distancia el desarrollo de un periodo académico debe estar previamente planeado y programado, en este sentido, para el PROGRAMA DE MERCADEO, la Guía Didáctica se convierte en la principal herramienta de mediación entre la enseñanza y el aprendizaje. Un semestre académico se estructura en un bloque programático conformado por unidades temáticas o espacios académicos, los cuales se integran alrededor de un eje problémico o pregunta orientadora de investigación, incentivando así la integralidad y la interdisciplinariedad de diferentes áreas del saber. De otro lado, incentiva el aprendizaje autónomo y el trabajo en equipo o colaborativo para dar respuesta al trabajo teórico práctico que conlleva a procesos de investigación formativa a través de un proyecto de semestre representado en un producto denominado Trabajo Integrado Final "TIF", que se aborda desde los núcleos de estudio colaborativo por parte de los estudiantes con el acompañamiento permanente del asesor o profesor, el cual se desarrolla a través de momentos de interaprendizaje.

Propósitos de la guía

- Orienta al estudiante las diferentes actividades y estrategias a desarrollar para dar cumplimiento a sus compromisos académicos.
- Promueve y motiva en el estudiante el aprendizaje autónomo y el interaprendizaje o trabajo colaborativo.
- Promueve la investigación formativa al dar respuesta a un eje problémico a través del desarrollo del bloque programático.
- Organiza el trabajo en productos y tiempos de entrega para los estudiantes y asesores.
- Orienta el desarrollo de habilidades en el uso de las herramientas TIC, creando y editando sus propios productos (videos, diseño de diagramas, el uso de almacenamiento en la nube, tratamiento de archivos en diferentes formatos, la gestión de búsquedas a través de bases de datos especializadas desde de la web)
- Gestión de las diferentes herramientas y actividades de la plataforma virtual que debe asumir el estudiante para el desarrollo de su proceso de formación.

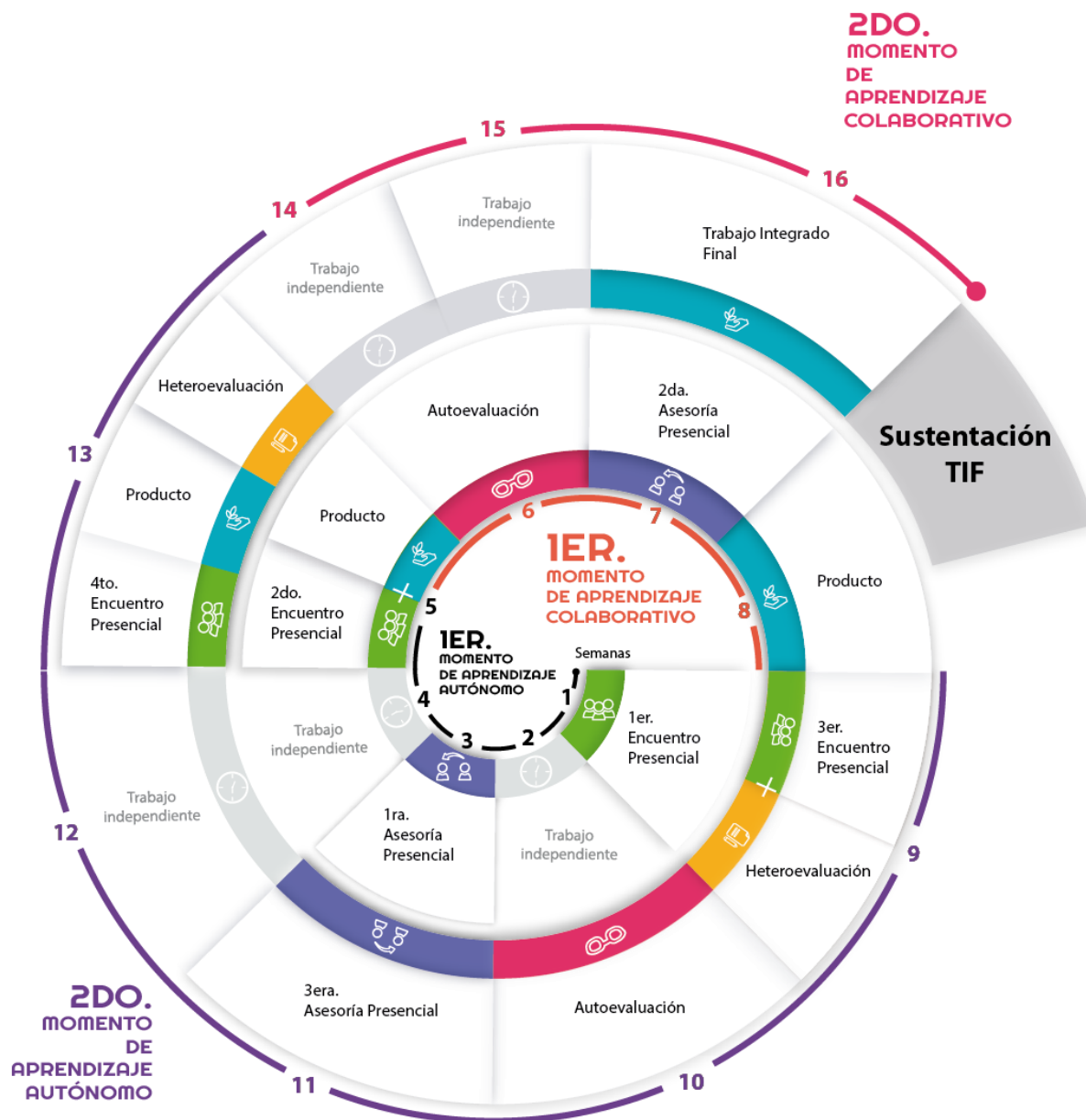
Proceso de Estudio Orientaciones

¿Cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia?

Un semestre en los programas académicos de la modalidad de Educación a Distancia se desarrolla a través de un proceso de estudio estructurado en dos momentos de aprendizaje autónomo y dos momentos de interaprendizaje o trabajo colaborativo que se abordan durante 16 semanas de clase. En cada uno de los momentos de estudio, se realizan actividades para la construcción de productos integrados definidos en la guía didáctica, que es considerada la principal herramienta de mediación que cuenta el estudiante para ubicarse en su propio proceso de formación de un semestre académico. Para ello, el estudiante a distancia cuenta con el apoyo del grupo de asesores (profesores), con quienes se programan encuentros presenciales, asesorías presenciales en el aula y asesorías virtuales permanentes asistidas por tecnología que se desarrollan a través del *Campus Virtual de Educación Distancia (Plataforma Moodle)* y *el sistema de videoconferencias*. De igual manera, se orienta al estudiante a que lleve a cabo procesos de autodiagnóstico, autorreflexión, autorregulación y cooperación acerca de su aprendizaje, una vez realizada la autoevaluación, y de manera colectiva en la coevaluación de cada Núcleo de Estudio Colaborativo (NEC). Todo el proceso se enfoca desde una perspectiva holística e integrada en el que las unidades temáticas o espacios académicos se interrelacionan en pro de la construcción y sustentación del Trabajo Integrado Final (TIF) o proyecto de semestre.

Un aspecto fundamental de resaltar para conocer cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia, es que el Modelo Pedagógico Mediacional en Educación a Distancia se centra en elementos, procesos y estrategias de mediación pedagógica en donde se *privilegia la comunicación e interacción permanente entre docentes y estudiantes*, posibilitando las diferentes formas de mediar el proceso de enseñanza y aprendizaje; es decir, un semestre académico representado en el proceso de estudio como se describe en el siguiente gráfico, el encuentro presencial no es el centro del proceso de formación, el encuentro presencial es una de las múltiples estrategias que se utilizan para acompañar el proceso de formación, además de las asesorías, los materiales de estudio, el trabajo colaborativo, la misma guía didáctica, la forma en que se estructura el currículo bajo un enfoque integrado e interdisciplinario, y todas las herramientas tecnológicas que se puedan emplear haciendo uso pedagógico de las mismas para el acompañamiento en el proceso de formación del estudiante.

En este sentido, el proceso de estudio utiliza como mediación tecnológica la plataforma Moodle, la cual facilita la organización de cursos, actividades y tiempos programados en la guía didáctica, permitiendo así la convergencia de docentes y estudiantes desde cada uno de los momentos de aprendizaje. Así mismo, posibilita la interacción a través de las diferentes herramientas de comunicación, estableciendo encuentros de manera síncrona y asíncrona con el fin de acompañar y evaluar el proceso de estudio.



El gráfico representa una espiral ascendente que detalla el proceso de estudio durante el periodo académico (16 semanas) y cada una de las actividades a desarrollar a través de los momentos de aprendizaje autónomo y aprendizaje colaborativo.

Temporalización de actividades

Primera Heteroevaluación	14 y 15 de marzo de 2026
Segunda Heteroevaluación	9 y 10 de mayo de 2026
Primera Autoevaluación	14 al 17 de marzo de 2026
Segunda Autoevaluación	25 al 28 de abril de 2026
Coevaluación	9 y 10 de mayo de 2026
Sustentación TIF	6 y 7 de junio de 2026
Fecha límite de reporte evaluación del 75% (en sistema Chaira)	Hasta el 19 de mayo de 2026
Fecha límite de modificación de reporte del 75%	Hasta el 22 de mayo de 2026
Fecha límite de reporte evaluación del 25% (en sistema Chaira)	Hasta el 9 de junio de 2026
Fecha límite de reporte del 25%	Hasta el 12 de junio de 2026

Propósitos de Formación del Bloque Programático

El programa de Profesional en Mercadeo, modalidad distancia de la Universidad de la Amazonia tiene como objetivo desarrollar en el QUINTO SEMESTRE el Bloque Programático denominado “VARIABLES SOCIALES Y COMERCIALES” donde el propósito es formar un Profesional con habilidades de negociación y ventas que le permiten tomar decisiones de acuerdo a variables sociales y financieras en el contexto del mercado, para una mayor productividad en las organizaciones.

En este semestre se orientan siete unidades temáticas de las cuales cinco de ellas son disciplinares: Ingeniería económica, Gerencia del talento Humano, Canales y logística de distribución, habilidades de negociación y ventas, Finanzas en Mercadeo y la unidad de énfasis llamada Biocomercio. Constitución y Democracia representa la formación socio-humanística

Competencia: Aplicar decisiones estratégicas en torno al mercadeo para que las empresas sean productivas según variables comerciales y sociales

Pregunta de investigación que orientará el Trabajo Integrado Final de este semestre:

¿Cómo desarrollar un modelo de negocio (CANVAS) sostenible y rentable de una cadena productiva/producto/servicio biocomercial en la Amazonía, considerando las particularidades del mercado, las necesidades de las comunidades locales y las regulaciones ambientales, a fin de generar un impacto positivo en la región?

Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 9 de Febrero hasta el 9 de Marzo de 2026

INGENIERÍA ECONÓMICA

Temas y subtemas

CAPÍTULO 1. GENERALIDADES DE LA MATEMÁTICAS FINANCIERAS

- La matemática financiera y el concepto de interés
- Inflación y valor del dinero en el tiempo
- El riesgo y la oportunidad
- Clases de interés en Colombia.

CAPÍTULO 2. INTERÉS NO CAPITALIZADO O SIMPLE

- Definición
- Notación de variables
 - Valor futuro
 - Valor presente
 - Tasa de interés
 - Interés
 - Línea de tiempo
 - Flujo de caja o ecuación de valor
- Fórmulas de interés simple
- Ejercicios

CAPÍTULO 3. INTERÉS COMPUESTO O CAPITALIZADO

- Definición
- Variables a utilizar
 - Tasa de interés nominal anual
 - Tasa de interés efectiva anual
- Factores múltiples
- Fórmulas de interés compuesto
- Diferencia entre interés simple y compuesto
- Ejercicios

CAPÍTULO 4. APLICACIONES DEL INTERÉS COMPUESTO EN COLOMBIA

- Depósito a término fijo
- La inflación y la devaluación
- Tasas combinadas
- Tasa deflactada o tasa real

SUBEJE PROBLÉMICO:

¿Cómo analizar la información de tasas de interés y análisis del entorno de un mercado; para optimizar, invertir y proyectar recursos en una organización, teniendo en cuenta el riesgo y la oportunidad?

Material didáctico de apoyo

- Acceder a los documentos: ubicados en la plataforma moodle
- Ingeniería económica de Guillermo Baca Currea, fondo educativo panamericano
- Matemáticas financieras con ecuaciones de diferencia finita de Jaime A. García
- Matemáticas financieras de Jesús Alberto Ramírez Ceballos
- Manual de ingeniería Económica de Rodolfo Sosa Gómez
- Matemáticas financieras, interés, tasas y equivalencias de Juan Manuel Ramírez Mora y Edgar Enrique

Actividades

- Leer el material didáctico ubicado en la plataforma Moodle
- Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje
- Construir(conseguir) una tabla de amortización (plan de pagos) para comparar e intercambiar ejemplos, fuentes y conceptos de los siguientes tipos de crédito: Libranza o crédito de consumo, tarjeta de crédito, crédito de vivienda. Crédito asociado a la DTF; al IBR; préstamo con abonos fijos a capital. Tabla con el IPC de los últimos 10 años informado por el DANE.Tabla con la variación del PIB nal y dptal de los últimos 10 años.
- El espacio académico "Ingeniería económica" posibilita al estudiante relacionar información teórica y práctica que permite desarrollar las competencias necesarias en su campo laboral.

Evaluación: Se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico. el análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales.

Criterios de evaluación: Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales

Producto: Responder el sub eje problémico.

¿Cómo analizar la información de tasas de interés y análisis del entorno de un mercado; para optimizar, invertir y proyectar recursos en una organización, teniendo en cuenta el riesgo y la oportunidad?

INFORME (Mínimo 3 páginas. Normas APA versión 7) formato word, que incluya la aplicación de los conceptos desarrollados hasta el momento de la elaboración del texto.

Nombre del archivo: PMAING_apellidos y nombre del estudiante.

Fecha de envío: Hasta el 9 de marzo de 2026.

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.

<p>Análisis y Argumentos</p>	<p>El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.</p>	<p>La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.</p>	<p>El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.</p>	<p>El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.</p>	<p>No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.</p>
<p>Presentación Visual</p>	<p>El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.</p>	<p>La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.</p>	<p>La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.</p>	<p>La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.</p>	<p>La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.</p>
<p>Gramática y Ortografía</p>	<p>El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.</p>	<p>El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.</p>	<p>El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.</p>	<p>El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.</p>	<p>La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.</p>

Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.
----------------------------	--	---	---	---	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

GERENCIA DEL TALENTO HUMANO

Temas y subtemas

UNIDAD I -GESTION DEL TALENTO HUMANO

Cultura y Clima Organizacional

Reclutamiento y Selección de Personal (competencias laborales).

Seguridad y Salud en el Trabajo (plan de capacitación)

UNIDAD II – EL LIDERAZGO EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

La Motivación y sus Mecanismos.

Importancia y características de los equipos de trabajo.

Ser un líder, estilos y características

SUBEJE PROBLÉMICO:

¿Cómo Gestionar del talento humano en el Modelo de negocios CANVAS para fortalecer la idea de negocio ?

Material de apoyo

Acceder a los documentos:

- Herramientas de la gestión del talento humano y las perspectivas humanísticas de la gerencia actual
<https://revistaneque.org/index.php/revistaneque/article/view/103/31> 4
- La importancia del proceso de reclutamiento y selección de personal
<https://blog.peoplenext.com/la-importancia-del-proceso-de-reclutamiento-y-seleccion-en-una-empresa>

- Clima y Cultura Organizacional y su Relación con el Cambio Gerencial de Organizaciones Tradicionales a Organizaciones Inteligentes
<https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/270/266>

- Definición de competencias específicas y laborales.
<https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/44/44715/defcompetegenerespeci.pdf>
- 10 competencias que te ayudarán si tienes un perfil de marketing,
<https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/gestion-por-competencias/10-competencias-que-te-ayudaran-tienes-perfil-de-marketing/>
- Las 5 competencias clave para un agente de marketing en el mercado laboral, <https://www.wrike.com/es/blog/las-5-competencias-clave-para-un-agente-de-marketing-en-el-mercado-laboral/>
- Liderazgo y motivación: cómo ser un buen líder;
<https://blog.edenred.es/liderazgo-y-motivacion-ser-buen-lider/>
- Liderazgo empresarial y Motivación: ¿La fórmula del éxito?
<https://montaner.com/blog/motivacion-y-liderazgo-la-formula-del-exito-empresarial>

Actividades

- Leer el material antes indicado y cargado en el campus virtual.
- Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje.
- La finalidad de este espacio académico es permitir que el estudiante logre conceptualizar términos propios de la gerencia en el talento humano, de tal manera que identifique los paradigmas actuales del mismo.

Producto:

Informe Ejecutivo que responda al subeje problémico; (Max. 20 pag.) El documento debe estar estructurado de la siguiente manera:

Portada

Presentación (Importancia de los temas a tratar y ventajas para la empresa)

Objetivo General

1. Modelo de negocios CANVAS en la idea de negocio_(nombre del emprendimiento)

1.1. Descripción del Negocio: Reseña histórica, Cultura Organizacional de la Empresa (Misión, Visión, objetivos, principios, valores, etc.) y Ficha técnica del Producto.

1.1. Proceso de Reclutamiento y Selección de Personal (incluir competencias, perfiles, experiencia, etc.)

1.2. Programa de Seguridad y Salud en el trabajo.(plan de capacitación y bienestar)

2. Descripción del aporte de la GTH en cada uno de los módulos del CANVAS en la idea de negocio.

2.1. Segmento de Clientes

2.2. Canales de distribución

2.3. Propuesta de Valor

2.4. Recursos Claves

2.5. Flujo de Ingresos

2.6. Actividades Claves

2.7. Presupuesto

2.8. Estructura de Costos

2.9. Relación con clientes Conclusiones

Referencias

Entrega del Producto: Formato PDF, Según formato guía de informe ejecutivo APA; con la siguiente nomenclatura: SPM1 nombre del estudiante

Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de informe ejecutivo					
Crterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Clarity of Message (Claridad del Mensaje)	El informe ejecutivo presenta una comunicación clara y concisa del mensaje clave. Los puntos principales se explican de manera directa y efectiva.	La mayoría del informe ejecutivo es claro y transmite el mensaje principal, aunque algunos aspectos podrían ser más concisos.	La claridad del mensaje en el informe ejecutivo es aceptable, pero hay partes que podrían ser más explícitas.	La comunicación en el informe ejecutivo es confusa en varios puntos, dificultando la comprensión del mensaje principal.	El informe ejecutivo carece de una comunicación clara y coherente.
Data Presentation (Presentación de Datos)	Los datos se presentan de manera clara, con gráficos y tablas relevantes que ayudan a la comprensión.	La mayoría de los datos se presentan de manera clara, pero algunos gráficos o tablas podrían mejorarse para una mejor visualización.	La presentación de datos es aceptable, pero falta cohesión o algunos elementos visuales dificultan su comprensión.	Los datos se presentan de manera confusa o poco efectiva, afectando su interpretación.	El informe carece de presentación visual de datos o esta es inadecuada para su análisis.
Analysis and Recommendations (Análisis y Recomendaciones)	El informe ejecutivo incluye un análisis profundo y fundamentado, y ofrece recomendaciones sólidas y viables.	La mayoría del análisis y las recomendaciones son adecuados, pero podrían ser más detallados en ciertos aspectos.	El informe ejecutivo incluye análisis y recomendaciones básicas, pero les falta sustento o profundidad.	El análisis y las recomendaciones presentados son insuficientes o poco fundamentados.	El informe ejecutivo carece de análisis y recomendaciones.

Language and Style (Lenguaje y Estilo)	El informe ejecutivo está escrito con un lenguaje profesional, claro y adecuado para el público objetivo.	El lenguaje y estilo del informe son buenos, aunque algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor fluidez.	El lenguaje y estilo del informe son aceptables, pero hay problemas de redacción que dificultan la lectura.	El lenguaje y estilo del informe son deficientes, afectando la comprensión del mismo.	El informe ejecutivo tiene numerosos problemas de lenguaje y estilo que dificultan su lectura.
Organization and Structure (Organización y Estructura)	El informe ejecutivo sigue una estructura clara y lógica, con una introducción, desarrollo y conclusiones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión y organización.	La estructura del informe es aceptable, pero hay partes confusas o desordenadas.	La estructura del informe es desorganizada, afectando la presentación de los contenidos.	El informe carece de una estructura adecuada y coherente.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

CANALES Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN

Temas y subtemas

CAPÍTULO UNO:

- Fundamentos, concepto, estructura y composición de los canales de distribución.
- Cadena de suministro sostenible
- Tipos de canales (directos, indirectos, híbridos) y su aplicabilidad en el contexto Internacional, nacional, local y del barrio.

CAPÍTULO DOS

- Logística Sostenible, conceptos clave como la logística inversa, el transporte sostenible, el embalaje ecológico y la gestión de residuos en procesos de producción.
- Comercio electrónico
- Evaluar el potencial del eCommerce para comercializar productos amazónicos a nivel local, nacional e internacional.
- Analizar las barreras y desafíos del eCommerce en la región (conectividad, infraestructura, pagos entre otros).
- Estudiar modelos de marketplaces y plataformas digitales que promuevan la comercialización de productos amazónicos.

SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo diseñar y gestionar una cadena de suministro sostenible y eficiente para una cadena productiva, productos y/o servicio en la Amazonía, que permita conectar a productores locales con mercados nacionales e internacionales, garantizando la calidad, la trazabilidad y la preservación del medio ambiente?

Material didáctico de apoyo

Páginas web de consulta:

www.procolombia.co

www.colombiaproductiva.com

<https://observatorioecommerce.mintic.gov.co>

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29971/LPI2018.pdf>

<https://blogs.iadb.org/transporte/es/>

Podcast

Logística en acción (Seguros Bolívar):

<https://open.spotify.com/show/7h6HhIxk3SPNRLlwQS3ku1?si=837dde109e5b4723>

Logistics Business Conversations (Logistics Business Publishing):

<https://open.spotify.com/show/2VCZznHJEuPGsm02DAOxoF?si=b56f894d91404f3a>

Bases de datos científicas

Google Académico: <https://scholar.google.com/>

Scopus: <https://www.scopus.com/>

JSTOR: <https://www.jstor.org/>

Bibliografía de documentos de investigación

Ahmed, W., & Streimikiene, D. (2023). Sustainable Business Models and the Circular Economy: A Review of the Business Model Canvas. *Sustainability*, 15(3), 2560. <https://doi.org/10.3390/su15032560>

Chen, J., & QIAN, Y. (2023). The impact of social media marketing on e-commerce logistics efficiency: A moderated mediation model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103485.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103485>

Gao, W., Li, J., & Shang, R. (2024). Exploring the impact of social commerce constructs on omnichannel customer loyalty. *Journal of Business Research*, 170, 114343. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114343>

Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2023). Agile business model innovation in digital entrepreneurship: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 73, 102500.

<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102500>

Hidayat, M. T., & Setyawati, C. A. (2023). The role of social media capabilities in improving e-commerce performance: The mediating effect of supply chain integration. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(4), 1567-1578. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.5.011>

Huiru, X., & Lei, Z. (2024). The Impact of Digital Transformation on Business Model Innovation: The Mediating Role of Digital Dynamic Capabilities. *Sustainability*, 16(5), 1890. <https://doi.org/10.3390/su16051890>

Kamal, M. M., Irani, Z., & Sharif, A. M. (2023). The-Business-Model-Canvas- for-Blockchain-in-Supply-Chain-Management: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *International Journal of Production Research*, 61(15), 5093-5118.

<https://doi.org/10.1080/00207543.2022.2130963>

Lopes, C. M., Scavarda, A., Hofmeister, C., Thomé, A. M. T., & Vaccaro, G. L. R. (2023). Business model canvas for circular economy: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 388, 135975.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135975>

Mishra, R., Singh, R. K., & Koles, B. (2022). Social commerce supply chain: a systematic literature review and research agenda. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 25(4-5), 493-520.
<https://doi.org/10.1080/13675567.2021.1879512>

Ritala, P., & Huotari, P. (2024). Platform-based business models: A review of value creation and capture mechanisms. *Technovation*, 129, 102888.
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102888>

Actividades

Leer el material didáctico

Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Desarrollar las actividades programadas en el contexto de las temáticas vistas (Compra real en ambientes internacionales, nacionales, local y del barrio).

Evaluación: Se toma como referencia el foro académico

Criterios de evaluación: Participación en el foro,

Criterio de evaluación: Comprensión, análisis y aplicación de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales.

Producto

Entrega del producto: Matriz de información, Análisis y toma de decisiones de mínimo 50 variables/atributos de un ecommerce para las compras internacionales, nacionales, locales y del barrio en formato .XLS y/o PDF, referente al proceso de compra en una plataforma de comercio electrónico internacional, nacional, local y del barrio que incluya la aplicación de los conceptos y ejercicios desarrollados en la materia. (Apoyo en la construcción de la matriz con la orientación del docente).

Letra Time New Roman con normas APA Séptima versión con la siguiente nomenclatura: PPM1_Nombredel estudiante.

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.

Presentación Visual	<p>El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.</p>	<p>La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.</p>	<p>La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.</p>	<p>La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.</p>	<p>La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.</p>
Gramática y Ortografía	<p>El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.</p>	<p>El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.</p>	<p>El informe tiene fallencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.</p>	<p>El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.</p>	<p>La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.</p>
Referencias y Citas	<p>El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.</p>	<p>El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.</p>	<p>Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.</p>	<p>El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.</p>	<p>La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.</p>

Letra Time New Roman con normas APA Séptima versión con la siguiente nomenclatura: PPM1_Nombredel estudiante.

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

HABILIDADES DE NEGOCIACIÓN Y VENTAS

Temas y subtemas

Capítulo 1. Inteligencia emocional

- Definición.
- Antecedentes.
- Inteligencia y emoción.
- Las competencias emocionales.

Capítulo 2. Fundamentos y técnicas de Negociación y Ventas

- Conceptos básicos
- Importancia de las habilidades de negociación en el entorno empresarial.
- Diferencias entre venta y negociación.
- Cómo preparar y desarrollar la negociación.
- Habilidades y estilos para negociar.
- Tácticas de negociación.

SUBEJE PROBLÉMICO

¿Cómo tomar decisiones empresariales estratégicas que tengan en cuenta los condicionantes económicos, culturales, sociales y políticos específicos de cada zona?

Material didáctico de apoyo

- Guerra Muñoz, F. (2022). Estrategias de negociación. Madrid: Ediciones Pirámide
- Torres Morales, V. (2022). Administración en ventas. México: Grupo Editorial Patria
- Anthony Davidson, Shaun Aguilar (2021). Poderosas Técnicas de Negociación y Ventas.

Actividades.

- Lectura del material de referencia ubicado en el MOODLE.
- Participación en los foros semanales.
- Presentación del producto para el primer momento de autoaprendizaje.

Evaluación: se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico, el análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales.

Criterios de evaluación: Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales.

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

Producto:

Actividad	Descripción del cliente ideal o usuario del ideal del emprendimiento seleccionado - BUYER PERSONA.
Producto	Fichas descriptivas.
Descripción	<p>Realizar tres Buyer persona (mujer, hombre y organización).</p> <p>1. Identificar las siguientes características y/o componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre y foto: Elegir un nombre y agregar una imagen simbólica que ayude a visualizar al cliente. - Datos demográficos: Edad, género, ocupación, ubicación, nivel socioeconómico, salario, situación laboral, sentimental. - Antecedentes y estilo de vida: Intereses, pasatiempos, tipo de personalidad y prioridades en la vida (familiar, profesional, etc), formas de consumo, formas de pago. - Objetivos y motivaciones: Personales, familiares, laborales. Qué busca alcanzar o resolver con el producto (por ejemplo, comodidad, ahorro, prestigio, salud). - Frustraciones y puntos de dolor: Problemas, preocupaciones o situaciones que enfrenta y que podrían motivar la compra del producto o servicio. - Fuentes de información y hábitos de consumo: Dónde suele informarse (redes sociales, revistas, recomendaciones) y qué influencia tiene en su decisión de compra. - Expectativas hacia el producto o servicio: Características o beneficios específicos que espera recibir. <p>- Herramientas digitales propuestas para su realización: https://www.semrush.com/persona/</p>

	<p> https://miro.com/templates/buyerpersona/ https://www.hubspot.es/make-my-persona </p> <p>2. Razonamiento Estratégico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proponga dos estrategias (comunicación, marketing, ventas, desarrollo de producto) específicas para cada buyer persona (mujer, hombre y organización), es decir que en total son 6 estrategias, cuyo objetivo es captar la atención del cliente en función de sus motivaciones y necesidades. <p>Ejemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones en instagram destacando el ahorro y la comodidad de tener productos frescos siempre a disposición. - Crear una serie de videos con recetas de 5 minutos para inspirar a hacer comidas rápidas, saludables y deliciosas. - Ofrecer productos frescos en empaques ecológicos, dado que valora el respeto por el medio ambiente.
Formato	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación en PDF - Horizontal. - Cada buyer persona debe estar en una sola página. - Las estrategias se describen en una sola página. - Total de páginas: (4) Cuatro: (3 pág. Buyer Persona + 1 pág. Estrategias). - Aplicar normas APA.
Nombre del documento	<p>Nombre del emprendimiento seguido de BP (Buyer Persona) Ejemplo: GlobalsegurosBP</p>

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)

Contenido	La actividad presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	La actividad aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.	El contenido de la actividad es escasa y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	La actividad carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	La actividad sigue una estructura clara y lógica bien definidas.	La estructura de la actividad es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura de la actividad es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura de la actividad es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en la actividad dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	La actividad presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	La actividad carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en la actividad.
Presentación Visual	La actividad tiene una presentación visual excelente con imágenes y aspectos creativos relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión de la actividad.	La falta de presentación visual de la actividad afecta su calidad y profesionalismo.
Gramática y Ortografía	La actividad está escrita con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	La actividad tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	La actividad tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	La actividad presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que la actividad sea difícil de leer.

Referencias y Citas	La actividad incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	La actividad contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad de la actividad.	La actividad no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad de la actividad.
----------------------------	--	---	---	---	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

FINANZAS EN MERCADEO

Temas y subtemas

Capítulo 1. SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO

- Estructura general del Sistema Financiero Colombiano
- Mercados financieros
- La función financiera y objetivo básico financiero
- Decisiones de inversión, rendimiento y riesgo CAPM
- Decisiones de financiamiento y mercado de capitales.
- Información Financiera - Estructura financiera (Análisis vertical y horizontal)
- Estructura de costos

Subeje problémico: ¿Cómo analizar información financiera y de costos para tomar decisiones de inversión y financiación?

Material didáctico de apoyo

- REGIMEN FINANCIERO Y CAMBIARIO. LEY 35 DE 1993. 05 de enero de 1993 (Colombia). Legis Editores.

https://xperta.legis.co/visor/financie/financie_bf197be2b963e284316b8e9b47511a16ae3nf9/regimen-financiero-y-cambiario/estructura-del-sistema-financiero

- LEY 1328 de 2009 [CONGRESO DE COLOMBIA]. Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones. Diario oficial 47411 DE JULIO 15 DE 2009, 15 de julio de 2009. COLECCIÓN DE LEGISLACIÓN COLOMBIANA. Legis Editores.
https://xperta.legis.co/visor/legcol/legcol_bf1992de90a56424f06bdfcb97907d582c4nf9/coleccion-de-legislacion-colombiana/ley-1328-de-julio-15-de-2009---ley-1328-de-2009
- Anaya, H. O. (2011). *Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera*. U. Externado de Colombia.
- García, O. L., & León, Ó. (1999). *Administración financiera. Fundamentos y aplicaciones*, 4.
- Lira Briceño, P. (2021). *Evaluación de proyectos de inversión: guía teórica y práctica*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
<https://elibro.net/es/ereader/amazonia/172630?page=4>
- Ruiz Palomo, D. (2015). *Finanzas aplicadas al marketing*. Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. <https://elibro.net/es/lc/amazonia/titulos/49024>
- Udeabarra. (27 de julio de 2019) Flujo de caja, flujo de efectivo o presupuesto de cada alternativa. [Archivo de Vídeo]. Youtube.
https://youtu.be/3_NHGt1lvL8

Actividades

- En el Foro se abordan los siguientes temas para dar respuesta al sub eje problémico. Se espera que el estudiante conceptualice sobre las finanzas y aplique herramientas de análisis financiero para la toma de decisiones de inversión, financiación y comercialización.
- Lectura sobre el Sistema Financiero Colombiano y su relación con el sistema financiero internacional.
- Lectura sobre la función financiera de la empresa, el objetivo básico financiero y la importancia de las finanzas para el director de Marketing
- Análisis vertical y horizontal de información financiera.
- Determinar el tipo de información financiera, costos e ingresos para llevar a cabo una propuesta de valor.

Evaluación: Se toma como referencia el foro académico

Criterios de evaluación: Participación en el foro, control de lectura en encuentros y asesorías, nivel de argumentación en relación con el Subeje.

Producto: Elaborar un informe escrito entre 7 y 10 páginas, donde se sintetice la estructura y funcionamiento Sistema Financiero Colombiano, el objetivo básico financiero de la empresa, la función financiera de la empresa, el análisis vertical y horizontal de información financiera (taller), el flujo de caja y la estructura de costos e ingresos del emprendimiento a desarrollar en el semestre aplicando el Modelo de Negocios Canvas, se adjunta el archivo excel donde se calcularon los costos e ingresos.

- Entrega del producto: Formato Word aplicando normas APA 7 edición y archivo Excel.
- Nombrar los archivos, ejemplo; Pedro1_finanzas, Pedro2_finanzas

– **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.

Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.
Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.
Gramática y Ortografía	El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.
Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	2.0 – 1.9
No entregó	0

BIOCOMERCIO

Temas y subtemas

UNIDAD I: CONSERVACIÓN Y USO SOSTENIBLE DE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA

- Conceptos básicos
- Instrumentos nacionales de gestión de la biodiversidad
- Contexto nacional de la Biodiversidad
- Contexto regional de la biodiversidad del Sur de la Amazonia Colombiana
- Importancia de las empresas de Biocomercio en la Amazonia Colombiana
- Biocomercio y su enfoque en los negocios sostenibles

UNIDAD II: EMPRESA Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

- Antecedentes del Desarrollo Sostenible
- Pilares de la Sostenibilidad
- Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Importancia de una propuesta de valor sostenible

Subeje problémico:

¿Cómo identificar oportunidades de negocios con responsabilidad medioambiental respetando las regulaciones nacionales e internacionales sobre medio ambiente?

Material didáctico de apoyo

- Política Nacional de Biodiversidad. Ministerio del Medio Ambiente, Departamento Nacional de Planeación, Instituto Alexander Von Humboldt. Bogotá, 1995.
- Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE). Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Instituto de Investigaciones de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. Bogotá, 2012.
- Plan de Acción Regional en Biodiversidad del Sur de la Amazonia Colombiana. Corporación para el Desarrollo Sostenible del Sur de la Amazonia - Corpoamazonia, 2007.
- Actualización Plan Nacional de Negocios Verdes. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá, 2022-2030.

- Análisis de las Iniciativas Empresariales de Biocomercio en el Sur de la Amazonia Colombiana. Instituto de Investigaciones de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. Bogotá, 2010.
- Programa Nacional de Biocomercio Sostenible. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá, 2014.
- Corporación Biocomercio Sostenible. Evaluación del grado de desarrollo de dos sectores priorizados, a partir de dos proyectos empresariales, uno para cada sector, con enfoque de cadena de valor donde también participen empresas de base comunitaria. Bogotá, 2012.

Actividades

- Leer el material didáctico cargado en la plataforma Moodle.
- Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje habilitado en la plataforma Moodle, dando respuesta argumentativa al subeje problémico.
- El propósito de este espacio académico es permitir que el estudiante logre reconocer y valorar la diversidad biológica de la región y las potencialidades de la oferta ambiental que permiten identificar y fortalecer ideas de negocios sostenibles y económicamente rentables, amigables con el medio ambiente.

Producto

- En formato PDF elabora una infografía informativa que represente la diversidad biológica de la región, el marco normativo correspondiente, así como los principales problemas ambientales, sociales, culturales y económicos. Además que incluya emprendimientos de biocomercio que aprovechan y transforman de manera sostenible la biodiversidad, destacando un producto o servicio representativo de la región.
- A partir de la identificación de los problemas ambientales, sociales, culturales o económicos relevantes en la región, realizar un análisis del problema, en el que se reconozcan los impactos generados, las posibles soluciones y las oportunidades para generar un modelo de negocio sostenible.

Rúbrica/Criterios de calificación

La infografía debe estar estructurada de acuerdo a los lineamientos establecidos por el orientador del espacio académico, y debe tener como finalidad proponer

soluciones reales mediante los resultados obtenidos de la investigación; dando respuesta al subeje problémico:

Rúbrica/Criterios de calificación

La infografía debe estar estructurada de acuerdo a los lineamientos establecidos por el orientador del espacio académico, y debe tener como finalidad proponer soluciones reales mediante los resultados obtenidos de la investigación; dando respuesta al subeje problémico: ¿Cómo identificar oportunidades de negocios con responsabilidad medioambiental respetando las regulaciones nacionales e internacionales sobre medio ambiente?

Evaluación

- Se toma como referencia el producto de la infografía y la participación en el foro académico.
- Criterios de evaluación: Participación en el foro, nivel de argumentación en relación con el Subeje problémico.
- Criterio de evaluación:
- Rúbrica del producto.
- Entrega del producto: Formato PDF, con la siguiente nomenclatura: PPM1_Nombredel estudiante. –

Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de infografía						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
Diseño visual	Confuso y poco atractivo. Dificulta la comprensión de la información.	Adecuado, pero podría mejorar la claridad y la estética. Algunos elementos distraen del contenido.	Atractivo y bien organizado. Facilita la comprensión de la información.	Llamativo y coherente. Diseño y elementos visuales respaldan la información de	Excepcional. Diseño impactante y profesional. Mejora significativamente la experiencia del espectador.	

				manera efectiva.		
Claridad y concisión	Información poco clara y desorganizada. Exceso de texto dificulta la lectura.	Alguna claridad, pero puede haber información redundante o falta de concisión.	Claro y conciso en su mayoría. La información está bien presentada y es fácil de entender.	Muy claro y conciso. La información se presenta de manera efectiva con la cantidad adecuada de texto.	Excepcionalmente claro y conciso. La información es precisa y se comunica de manera destacada.	
Relevancia del contenido	Información irrelevante y poco pertinente al tema. No cumple con los objetivos de la infografía.	Alguna relevancia, pero aspectos clave pueden estar ausentes o poco desarrollados.	Contenido relevante y adecuado. Cumple con los objetivos de la infografía.	Contenido altamente relevante y bien desarrollado. Respaldado por datos y fuentes confiables.	Excepcionalmente relevante y enriquecido con detalles pertinentes. Cumple con los objetivos y destaca en profundidad.	
Organización de la información	Falta de estructura y secuencia lógica. Difícil de seguir.	Básica organización, pero puede haber áreas desordenadas o poco coherentes.	Bien organizado y secuencia lógica. Secciones fluyen naturalmente.	Muy bien organizado. Estructura clara y coherente.	Excepcionalmente organizado. Facilita la comprensión y destaca la relación entre las secciones.	
Calidad de los gráficos	Gráficos poco claros y de baja calidad. Dificultan la comprensión.	Algunos gráficos claros, pero la calidad puede mejorar.	Gráficos claros y adecuados para presentar la información.	Gráficos de alta calidad y efectivos. Mejoran la comprensión de la información.	Gráficos excepcionales. Aportan valor y enriquecen la presentación visual.	

Credibilidad de las fuentes	Fuentes poco confiables o no citadas adecuadamente. Compromete la credibilidad de la infografía.	Alguna fuente confiable, pero puede haber omisiones o errores en las citas.	Fuentes confiables y citadas adecuadamente.	Fuentes sólidas y respaldadas por evidencia. Aportan credibilidad a la información.	Fuentes altamente confiables y bien documentadas. Aumentan significativamente la credibilidad de la infografía.	
------------------------------------	--	---	---	---	---	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	3.0 – 1.9
No entregó	0

CONSTITUCIÓN Y DEMOCRACIA

Temas y subtemas

- La Constitución como Norma de Normas
- Parte Dogmática y Orgánica de la Constitución
- Estructura del Estado: ramas del poder público y órganos de control.
- Descentralización y autonomía territorial.
- Marco Jurídico de la Organización

SUBEJE PROBLEMICO:

¿Cuáles son los requisitos jurídicos para la creación de una empresa en Colombia?

Material didáctico de apoyo

- Constitución Política de Colombia de 1991
- Vidal, J., & Molina, C. (2023). Derecho constitucional general e instituciones políticas colombianas. (11ª ed.) Editorial Legis.
- Younes, D., & Younes, D. (2024). Derecho Constitucional Colombiano. Bogotá. (17ª ed.). Editorial Legis.

Actividades

Leer el material didáctico

Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Evaluación: Se toma como referencia el foro académico

Criterios de evaluación: Participación en el foro, nivel de argumentación en relación con el Subeje problémico

Producto

- Con base en las actividades anteriores realice: Texto descriptivo máximo de cinco páginas, en el cual se plasme los requisitos que el ordenamiento jurídico colombiano ha establecido para la creación de una empresa,

Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de texto descriptivo						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
Título	No presenta título.	El título no es coherente.	El título es poco original o no se relaciona fácilmente con el contenido.	El título tiene una relación clara con el contenido.	El título es llamativo y guarda una relación obvia con el contenido.	
Introducción	La introducción no presenta relación al tema.	La introducción no es clara.	Presenta información parcialmente pertinente y contextualizada.	Presenta información pertinente y contextualizada según el tema abordado.	Presenta información pertinente y contextualizada según el tema abordado. Logra llamar la atención con algún recurso discursivo: afirmación fuerte, una cita relevante, una estadística o una pregunta dirigida al lector.	
Desarrollo	El desarrollo presentado	Los temas presentados no	Los temas presentados no	Los temas están presentados en	Los temas están presentados en	

	no cumple con la estructura esperada del texto y el tema abordado.	son claros y organizados. Las ideas o comparaciones presentadas no están sustentadas con evidencias (hecho, estadísticas, ejemplos, citas, experiencia de la vida real).	son tan claros y organizados. Las ideas o comparaciones presentadas están parcialmente sustentadas con evidencias (hecho, estadísticas, ejemplos, citas, experiencia de la vida real).	orden y son pertinentes y coherentes con la introducción. Las ideas o comparaciones presentadas son propias, sustentadas con evidencias (hecho, estadísticas, ejemplos, citas, experiencia de la vida real).	orden y son pertinentes y coherentes con la introducción. Las ideas o comparaciones presentadas son propias, sustentadas con evidencias (hecho, estadísticas, ejemplos, citas, experiencia de la vida real). Los temas se desarrollan en párrafos independientes sin perder coherencia ni cohesión.	
Conclusión	La conclusión no cumple con lo solicitado para el texto.	La conclusión no es clara y no tiene relación con el desarrollo del trabajo.	La conclusión planteada no es tan clara y falta una idea fuerte de la posición del autor.	La conclusión deja al lector con una idea clara de la posición del autor.	La conclusión es fuerte y deja al lector con una idea clara de la posición del autor. La conclusión reitera la tesis.	
Gramática, ortografía, puntuación, léxico y registro.	El texto no tiene una adecuada gramática, ortografía, puntuación y edición. Tampoco presenta un registro académico.	El texto no tiene una adecuada gramática, ortografía, puntuación y edición.	El texto tiene algunas falencias desde la gramática, ortografía, puntuación y edición.	El texto tiene una adecuada gramática, ortografía, puntuación y edición.	El texto tiene una adecuada gramática, ortografía, puntuación y edición. El texto tiene un registro académico.	
Fuentes de información	No se cumple con lo exigido en la norma APA.	No se presentan fuentes confiables y hay errores de citación.	Presenta fuentes parcialmente creíbles y las citas tienen algunos errores de presentación según la norma APA.	Presenta fuentes y están citadas de acuerdo con las normas APA.	Todas las fuentes usadas son creíbles y están citadas correctamente de acuerdo con las normas APA.	

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	4.0 – 1.9
No entregó	0

Primer Momento de Trabajo Colaborativo

Del 10 de Marzo al 06 de Abril de 2026

PRIMERA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Eje problémico

¿Cómo desarrollar un modelo de negocio (CANVAS) sostenible y rentable de una cadena productiva/producto/servicio en la Amazonía, considerando las particularidades del mercado, las necesidades de las comunidades locales y las regulaciones ambientales, a fin de generar un impacto positivo en la región?

MOMENTO UNO (#1) DE INTERAPRENDIZAJE (trabajo Colaborativo)

Competencias a desarrollar:

Diseñar un modelo de negocio sostenible y rentable, que le permita aplicar decisiones estratégicas en torno al mercadeo según variables sociales, ambientales y económicas generando un impacto positivo en la región.

Actividades a desarrollar INTER 1.

De acuerdo con la cadena productiva, producto y/o servicio seleccionado en el grupo TIF desarrolle los bloques del modelo canvas de acuerdo a los contenidos vistos en cada una de las áreas temáticas y las indicaciones de los docentes.

Nota: Aunque exista estudiantes trabajando de manera individual, el grupo TIF debe estar conformado por mínimo 2 y máximo 3 estudiantes.

Sugerencias del contenido del modelo de negocio sostenibles

- **Segmento de clientes:**

Incluye elementos de Ingeniería económica. en todos los pasos, se debe sustentar las explicación de los conceptos y análisis cualitativos y cuantitativo emitidos en el trabajo.

Segmento de clientes: ¿A quién le voy a vender?

RECUERDA: todo empieza con un estudio de mercado.

Describa detalladamente los segmentos de clientes a los que se dirige su producto o servicio. Explicando características demográficas, comportamentales y psicográficas de estos segmentos y cómo su oferta

resuelve sus necesidades específicas. Analizar y cuantificar costos asociados específicamente con los segmentos de clientes, atención postventa, gastos de envío.

Elaborar estudio de mercado (trabajo de campo) establecer: proveedores, demanda, competencia, precio y canales de distribución.

Estime el tamaño del mercado y proyecte ingresos futuros con base en la demanda esperada.

Identificar y calcular el costo de el estudio de mercado y el de factibilidad, más todos los gastos preoperativos, de acuerdo con la actividad de la empresa escogida.

Identificarán los recursos clave necesarios para la operación del negocio, destacando cómo estos recursos les proporcionan ventajas competitivas.

Recursos humanos, financieros, tecnológicos, etc.

- Propuesta de valor con enfoque sostenible: ¿Qué problema resuelvo? ¿Qué necesidad atiendo? ¿Qué actividad suplo? ¿Qué beneficio entrego?
- Presentar la propuesta de valor única y sostenible, destacando cómo abordar las necesidades del mercado de manera innovadora y sostenible. Resaltar los aspectos sociales, económicos y ambientales de la propuesta. Cuantificar los costos de las actividades de sostenibilidad a desarrollar en una tabla de forma detallada mensual.

- **Canales de distribución y comunicación:**

Exponer los canales de distribución utilizados para llegar a los clientes, así como las estrategias de comunicación para generar conciencia y engagement. Mostrar ejemplos concretos de canales digitales, físicos y de venta directa utilizados. Definición de los canales y logística de distribución para el modelo de negocio, ejemplo ecommerce, market place, redes sociales, tienda online, tienda física entre otros. Cuantificar los costos de canales de distribución y comunicación en una tabla de forma detallada mensual.

Calcular los costos logísticos y analizar si el canal elegido maximiza el retorno sobre la inversión.

Relación con los clientes:

Describa cómo mantienen y mejoran las relaciones con los clientes a lo largo del ciclo de vida, desde la adquisición hasta la retención. Presentar estrategias de retención y fidelización, y ejemplos de programas de

lealtad o atención al cliente personalizado. Cuantificar los costos en que se incurrirá en las actividades de adquisición, retención y servicio a los clientes en una tabla de forma detallada mensual.

- Evaluar el costo de adquirir nuevos clientes y retenerlos y su impacto en el flujo de caja.

Flujo de ingresos:

Presentar un modelo de generación de ingresos, explicando cómo convierten la propuesta de valor en fuentes de ingresos sostenibles. Mostrar ejemplos de diferentes fuentes de ingresos, como ventas directas, suscripciones, publicidad, etc. Describir los medios de pago que se le ofrecerá a los clientes en una tabla de forma detallada. Determinar el precio de venta del producto o servicio. Cuantificar el monto de las fuentes de ingresos mensuales en una tabla de forma detallada.

Evaluar la rentabilidad de c/u de las fuentes de ingreso.

Recursos Claves:

Identificarán los recursos clave necesarios para la operación del negocio, destacando cómo estos recursos les proporcionan ventajas competitivas. Recursos humanos, financieros, tecnológicos, etc. Cuantificar los costos y gastos, recursos financieros requeridos para desarrollar la propuesta de valor; financiamiento, adquisición de activos fijos, gastos preoperativos, costos de producción, recurso humano requerido para las actividades a desarrollar en las diferentes áreas de la empresa (producción, ventas, canales y distribución y comunicación y administración) mensuales.

calcular el valor de las inversiones necesarias para la operación (activos fijos, capital de trabajo, salarios, inventarios, imprevistos, reserva logística etc)

Resumir la inversión inicial total con base en los item enunciados en c/u de los pasos anteriores.

Calcular el presupuesto de inversión total y sus fuentes de financiamiento.

- Actividades Claves:

Describirán las actividades clave que realizan para ofrecer la propuesta de valor, como producción, marketing, distribución, etc. Explicar cómo

estas actividades contribuyen al cumplimiento de las necesidades del cliente. Determinar las métricas de medición de las actividades clave.

Analizar cada actividad con su costo y evalúe su impacto en el punto de equilibrio.

- Socios claves:

Presentar los socios clave que colaboran para optimizar la cadena de valor y fortalecer la propuesta de valor. Mostrar cómo estos socios contribuyen al éxito del negocio, como proveedores, distribuidores, aliados estratégicos, etc. Analizar y cuantificar los acuerdos financieros, costos compartidos y beneficios futuros asociados a las alianzas.

- Estructura de costos:

Sintetizar la información financiera y de costos relacionada en los anteriores módulos del Modelo Canvas y calcular costo unitario total, precio de venta por unidad, punto de equilibrio y rentabilidad sobre ventas, ROI; ROA; ROE. e información requerida para determinar la viabilidad del negocio. Explicar cómo gestionan eficientemente los costos para mantener la rentabilidad.

¿Cómo validar el modelo CANVAS mediante el uso de herramientas financieras, para tomar decisiones informadas sobre inversión expansión, liquidación o ajuste del modelo?

Información requerida para la estructura de costos:

-Gastos preoperativos

-Activos fijos

-Describir el proceso de producción

-Costos de producción

Determinar unidades a producir Costos de materia prima

Costos de mano de obra directa Costos indirectos de fabricación

Calcular el costo unitario de producción

-Gastos de ventas

-Gastos de distribución

- Gastos administrativos
- Gastos financieros (intereses)
- Clasificación de los costos y gastos en fijos y variables
- Calcular el costo variable unitario del producto
- Calcular el costo total unitario del producto
- Determinar el precio de venta del producto
- Calcular el punto de equilibrio
- Determinar la utilidad neta del periodo
- Flujo de caja
- Indicador de rentabilidad del activo y el patrimonio
- Indicador rendimiento de la inversión (ROI)

ENTREGABLES

El primer trabajo de Inter se compone de tres (3) entregables que son: Documento en PDF, enlace Videopitch, Archivo Excel.

Documento en PDF que debe incluir:

Estructura recomendada para el documento TIF
Portada
Tabla de contenido
Resumen
Introducción (Orientada al modelo de negocio)
Objetivos - General - Específicos (Mínimo 3 que den respuesta desde el modelo de negocio al eje problémico)

Lienzo Modelo Canvas
Link del videopitch
Marco normativo
Descripción del modelo de negocio
Segmento de clientes
Propuesta de valor con enfoque sostenible
Canales de distribución y comunicación
Relación con los clientes
Flujo de ingresos
Recursos Claves
Actividades Claves
Socios claves
Estructura de costos
Conclusiones y/o reflexiones del modelo canvas sostenible planeado en grupo TIF.
Dar respuesta de manera argumentativa de cómo el modelo de negocio sostenible da respuesta al eje problémico, con foto del equipo de trabajo.
Referencias Bibliográficas
Anexos

Nota: Si un estudiante está realizando su trabajo de manera individual, debe unirse con uno o dos compañeros (mínimo 2 y máximo 3 estudiantes) para cumplir con el momento colaborativo, los cuales deben entregar un informe final que será suministrado por el docente líder NEC.

RECOMENDACIONES

- Presentar el documento ordenado de acuerdo con la estructura planteada en este documento y en formato PDF.
- Aplicar normas APA séptima edición.
- Limitarse en presentar un documento elaborado con inteligencia artificial, ya que el propósito del TIF es que el estudiante investigue y tenga las habilidades de desarrollar y/o proponer un modelo de negocio sostenible como profesional en mercadeo.

Elaboración de un Videopitch sobre el Modelo de Negocio Canvas sostenible

Objetivo: Guiar a los estudiantes en la creación de un videopitch que presente de manera clara y convincente su modelo de negocio basado en el Business Model Canvas. El videopitch debe ser estructurado, persuasivo y de impacto. Ejemplos de presentaciones Shark Tank.

Duración: Debe tener una duración de máx. de 5 minutos.

Participantes: Todos los participantes del grupo TIF

Estructura:

- **Introducción:** Presente la empresa y la idea del negocio.
- **Problema y Oportunidad:** Describir el problema y la oportunidad de mercado.
- **Propuesta de Valor:** Explicar cómo la solución resuelve el problema.
- **Segmento de Clientes:** Quiénes son los clientes potenciales.
- **Canales:** Cómo llegará a los clientes y entregará el producto.
- **Relación con Clientes:** Cómo mantener relaciones y fidelizar clientes.
- **Modelo de Ingresos:** Cómo generar ingresos al negocio.
- **Recursos y Actividades Clave:** Enumere los recursos y actividades esenciales.
- **Socios Clave:** Mencione los socios estratégicos.
- **Estructura de Costos:** Describa los costos más importantes.
- **Cierre:** Resumen los puntos clave e invite a contactarlos.

Recomendaciones para la construcción del video:

- Ser claros y concisos.
- Transmita entusiasmo y confianza.
- Use elementos visuales para apoyar su presentación.
- Dentro del lienzo canvas agregar datos estadísticos de acuerdo con el contexto del modelo de negocio planteado.

Evaluación del videopitch:

Se basará en los siguientes criterios:

- Claridad y coherencia de la presentación.
- Capacidad para identificar y describir el problema y la solución.

- Efectividad en comunicar la propuesta de valor y el modelo de negocio.
- Calidad visual y auditiva del videopitch.
- Uso creativo y efectivo de herramientas digitales e inteligencia artificial.
- Impacto y persuasión de la presentación.

Evaluación:

Los docentes en el grupo NEC evalúan los argumentos de lo planteado en la Inter por parte de los estudiantes con relación al eje problémico del semestre y realizan las recomendaciones a que haya lugar.

<p>Recordar que para elaborar el Producto a entregar deben tener en cuenta lo siguiente:</p>	<p>Individual: Descargar los productos de primer momento de autoaprendizaje de cada espacio académico, revisar la retroalimentación de los asesores y aplicar los ajustes recomendados. Realizar lectura y apropiación del material didáctico desde cada uno de los espacios académicos del primer momento de aprendizaje autónomo.</p> <p>Grupal: Programar el encuentro en NEC con el fin de socializar los productos de autoaprendizaje corregidos y construir la primera fase del Trabajo Integrado Final (TIF). Se recomienda establecer un diálogo de saberes que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico. Se recomienda participar en el foro académico con el propósito de avanzar en la comprensión del eje problémico. Hacer uso de la réplica entre grupos NEC para fomentar la discusión y el diálogo de saberes.</p>
---	---

Rúbrica de Calificación

El documento con el contenido y el videopitch se evalúan de manera conjunta y de acuerdo a la rúbrica y sus criterios de evaluación.

Criterio de Evaluación	Descripción
Sostenibilidad	Grado en que el modelo minimiza el impacto ambiental, promueve la equidad social y asegura la viabilidad económica a largo plazo.
Innovación	Originalidad y creatividad del modelo, capacidad para generar valor único.
Viabilidad	Factibilidad de implementación, considerando recursos, riesgos y oportunidades.
Alineación con el Contexto	Adaptación del modelo al contexto específico de la Amazonía.
Presentación y Comunicación	Claridad, coherencia y profesionalismo de la presentación.

Rúbrica propuesta					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Sostenibilidad	El modelo demuestra un compromiso profundo con la sostenibilidad en todas sus dimensiones. (Ambiental, social y económica)	El modelo presenta un enfoque sólido en la sostenibilidad, pero podría mejorar en algunos aspectos.	El modelo muestra algunos elementos de sostenibilidad, pero no de manera consistente.	El modelo no considera la sostenibilidad en su diseño.	La sostenibilidad no es un aspecto relevante en el modelo.
Innovación	El modelo presenta una propuesta de valor altamente innovadora y disruptiva.	El modelo presenta elementos innovadores, pero podría ser más original.	El modelo es incremental y no ofrece una propuesta de valor significativamente diferente.	El modelo carece de elementos innovadores.	El modelo es una copia de modelos existentes.

Viabilidad	El modelo es altamente viable y cuenta con un plan de ejecución sólido.	El modelo es viable, pero requiere ajustes en algunos aspectos.	La viabilidad del modelo es cuestionable debido a la falta de análisis.	El modelo no es viable en su estado actual.	El modelo no considera aspectos clave de viabilidad.
Alineación con el contexto	El modelo está perfectamente adaptado al contexto y responde a las necesidades locales.	El modelo se adapta en gran medida al contexto, pero podrían realizarse ajustes.	El modelo muestra una adaptación parcial al contexto.	El modelo no considera las particularidades del contexto amazónico.	El modelo no está alineado con el contexto.
Presentación y comunicación	La presentación es clara, concisa y profesional, utilizando un lenguaje adecuado.	La presentación es clara, pero podría mejorar en algunos aspectos de la organización.	La presentación es aceptable, pero carece de claridad en algunos puntos.	La presentación es confusa y difícil de entender.	La presentación es muy deficiente y carece de profesionalismo.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	1.0 – 1,9
No entregó	0

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 07 de Abril al 04 de Mayo de 2026

INGENIERÍA ECONÓMICA

Temas y subtemas

CAPÍTULO 5. CONVERSIÓN DE TASAS DE INTERÉS

1. Clases
 - De nominal a efectiva
 - De efectiva a nominal
 - de efectiva a efectiva
2. Fórmula de conversión de tasas
3. Equivalencia de tasas
4. Ejemplos sistema bancario colombiano

CAPÍTULO 6. SERIES UNIFORMES O ANUALIDADES.

1. Introducción
2. Definición
3. Clases de anualidades utilizadas en Colombia
 - Vencida
 - Anticipada
 - Diferida
 - Perpetua
4. Sistema de amortización y capitalización
 - Con cuotas uniformes
 - Cuotas uniformes y extras
 - Con periodo de gracia
 - Con abono constante a capital

CAPÍTULO 7. SERIES VARIABLES O GRADIENTES.

1. Introducción
2. Definición
3. Variables a utilizar
4. Clases de gradientes
 - Lineales o aritméticos
 - exponenciales o geométricos
 - compuesto (introducción)
5. Aplicaciones

CAPÍTULO 8. INTRODUCCIÓN CRITERIO DE INVERSIÓN EN PROYECTOS.

1. Definición
2. VPN Valor Presente Neto
3. TIO Tasa de Interés de Oportunidad
4. TIR Tasa Interna de Retorno
5. CAUE Costo Anual Uniforme Equivalente
6. Relación costo beneficio

Estimar e interpretar indicadores financieros para conocer los costos y/o beneficios de una alternativa de inversión o financiamiento de acuerdo con el criterio de maximización de la utilidad de la empresa.

SUBEJE DE ANALISIS:

¿Cómo interpretar los indicadores financieros que muestran los costos de una alternativa de inversión de acuerdo con el criterio de maximización de utilidad?

Material didáctico de apoyo

1. Acceder a los documentos: ubicados en la plataforma moodle
Ingeniería económica de Guillermo Baca Currea, fondo educativo panamericano
Matemáticas financieras con ecuaciones de diferencia finita de Jaime A. García
Matemáticas financieras de Jesús Alberto Ramírez Ceballos
Manual de ingeniería Económica de Rodolfo Sosa Gómez
Matemáticas financieras, interés, tasas y equivalencias de Juan Manuel Ramírez Mora y Edgar Enrique

Actividades

Leer el material didáctico indicado en el ítem anterior y ubicado en la plataforma Moodle.

Cada estudiante debe proveerse de una tabla de amortización (plan de pagos) y podrá con sus compañeros intercambiar ejemplos, fuentes y conceptos de los siguientes tipos de crédito: Crédito asociado a la DTF; al IBR; UVR; préstamo con abonos fijos a capital. con periodo de gracia. Con cuotas extra.

- Tabla con el IPC de los últimos 10 años informado por el DANE
- Tabla con la variación del PIB nal y dptal de los últimos 10 años.
- Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Evaluación: se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico. el análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales

Criterios de evaluación: Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales

Producto: responder el sub eje análisis.

“¿Cómo interpretar los indicadores financieros que muestran los costos de una alternativa de inversión de acuerdo con el criterio de maximización de utilidad?”

INFORME (Mínimo 3 páginas. Normas APA7) que incluya la aplicación de los conceptos desarrollados hasta el momento de la elaboración del texto.

Nombre del archivo: SMAiNG_apellidos y nombre del estudiante.

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.

<p>Estructura</p>	<p>El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.</p>	<p>La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.</p>	<p>La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.</p>	<p>La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.</p>	<p>La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.</p>
<p>Análisis y Argumentos</p>	<p>El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.</p>	<p>La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.</p>	<p>El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.</p>	<p>El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.</p>	<p>No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.</p>
<p>Presentación Visual</p>	<p>El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.</p>	<p>La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.</p>	<p>La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.</p>	<p>La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.</p>	<p>La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.</p>
<p>Gramática y Ortografía</p>	<p>El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.</p>	<p>El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.</p>	<p>El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.</p>	<p>El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.</p>	<p>La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.</p>

Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.
----------------------------	--	---	---	---	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	2.0 – 1,9
No entregó	0

GERENCIA DEL TALENTO HUMANO

Temas y subtemas

CAPÍTULO 6: INDICADORES DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

1. Que es un indicador de talento humano
2. Tipos de indicadores
3. Descripción y análisis de los indicadores

CAPÍTULO 7: OBJETIVOS SMART PARA LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

1. Qué son los Objetivos SMART
2. Importancia y ventajas de los objetivos SMART
3. Como se hacen los objetivos SMART

SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo alinear los objetivos SMART con los Indicadores del talento humano para aportar al modelo de negocios CANVAS?

Material didáctico de apoyo

- ¿Qué son los indicadores de gestión en recursos humanos?; recuperado de <https://www.kpiestudios.com/que-son-los-indicadores-de-gestion-en-recursos-humanos>
- 6 indicadores de Recursos Humanos claves para tu empresa; recuperado de <https://blog.peoplenext.com/6-indicadores-clave-para-la-gestion-de-talento-humano>
- Qué es el método SMART y cómo utilizarlo para lograr tus metas; recuperado de <https://www.alfamexico.com/metodo-smart-utilizarlo-lograr-tus-metas>
- Cómo definir los objetivos SMART: 5 ejemplos para tu proyecto; recuperado de <https://www.becas-santander.com/es/blog/objetivos-smart.html>

Actividades

- Lectura del material de referencia ubicado en el MOODLE
- Participación en los foros semanales
- Presentación del producto para el segundo momento de autoaprendizaje

Producto:

Informe Ejecutivo (max. 10 pag.) que responda al subeje problémico: ¿Cómo alinear los objetivos SMART con los Indicadores de gestión para aportar al modelo de negocios CANVAS?

El documento PDF debe cumplir la siguiente estructura:

- 1- ¿Cómo alinear los objetivos SMART organizacionales con los Indicadores de gestión para aportar al modelo de negocios CANVAS?
- 2- Objetivos SMART: Formular un (1) objetivo por cada módulo del CANVAS.
- 3- Indicadores de Gestión: Diseñar un (1) indicador de talento humano por cada módulo del CANVAS.

Referencias

Entrega del producto: Formato PDF, según formato guía de informe ejecutivo APA; con la siguiente nomenclatura: PPM2 nombre del estudiante.

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica de informe ejecutivo					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Clarity of Message (Claridad del Mensaje)	El informe ejecutivo presenta una comunicación clara y concisa del mensaje clave. Los puntos principales se explican de manera directa y efectiva.	La mayoría del informe ejecutivo es claro y transmite el mensaje principal, aunque algunos aspectos podrían ser más concisos.	La claridad del mensaje en el informe ejecutivo es aceptable, pero hay partes que podrían ser más explícitas.	La comunicación en el informe ejecutivo es confusa en varios puntos, dificultando la comprensión del mensaje principal.	El informe ejecutivo carece de una comunicación clara y coherente.
Data Presentation (Presentación de Datos)	Los datos se presentan de manera clara, con gráficos y tablas relevantes que ayudan a la comprensión.	La mayoría de los datos se presentan de manera clara, pero algunos gráficos o tablas podrían mejorarse para una mejor visualización.	La presentación de datos es aceptable, pero falta cohesión o algunos elementos visuales dificultan su comprensión.	Los datos se presentan de manera confusa o poco efectiva, afectando su interpretación.	El informe carece de presentación visual de datos o esta es inadecuada para su análisis.
Analysis and Recommendations (Análisis y Recomendaciones)	El informe ejecutivo incluye un análisis profundo y fundamentado, y ofrece recomendaciones sólidas y viables.	La mayoría del análisis y las recomendaciones son adecuados, pero podrían ser más detallados en ciertos aspectos.	El informe ejecutivo incluye análisis y recomendaciones básicas, pero les falta sustento o profundidad.	El análisis y las recomendaciones presentados son insuficientes o poco fundamentados.	El informe ejecutivo carece de análisis y recomendaciones.

Language and Style (Lenguaje y Estilo)	El informe ejecutivo está escrito con un lenguaje profesional, claro y adecuado para el público objetivo.	El lenguaje y estilo del informe son buenos, aunque algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor fluidez.	El lenguaje y estilo del informe son aceptables, pero hay problemas de redacción que dificultan la lectura.	El lenguaje y estilo del informe son deficientes, afectando la comprensión del mismo.	El informe ejecutivo tiene numerosos problemas de lenguaje y estilo que dificultan su lectura.
Organization and Structure (Organización y Estructura)	El informe ejecutivo sigue una estructura clara y lógica, con una introducción, desarrollo y conclusiones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión y organización.	La estructura del informe es aceptable, pero hay partes confusas o desordenadas.	La estructura del informe es desorganizada, afectando la presentación de los contenidos.	El informe carece de una estructura adecuada y coherente.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	3.0 – 1,9
No entregó	0

CANALES Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN

Temas y subtemas

CAPÍTULO TRES

Gestión de la cadena de suministro

- Planificación de la demanda y gestión de inventarios.
- Procesamiento de pedidos y gestión de almacenes.
- Transporte y distribución física.
- Logística inversa.

Tecnologías y tendencias en logística

- Internet de las cosas (IoT) en la logística.
- Blockchain y trazabilidad.
- Inteligencia artificial y aprendizaje automático.
- Robótica y automatización.

CAPÍTULO CUATRO

Sostenibilidad en la cadena de suministro

- Logística verde y cadena de suministro sostenible.
- Gestión de residuos y reciclaje.
- Empaquetado sostenible.

Subeje problémico

¿Cómo analizar las diferentes alternativas de logística y canales de distribución para una cadena productiva, bienes de consumo y/o servicios para su aplicación dentro de la estrategia de marketing en la complejidad de los canales omnicanalidad?

Material didáctico de apoyo

Páginas web de consulta:

www.procolombia.co
www.colombiaproductiva.com
<https://observatorioecommerce.mintic.gov.co>
<https://lpi.worldbank.org/>
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29971/LPI2018.pdf>
<https://blogs.iadb.org/transporte/es/>

Podcast

Logística en acción (Seguros Bolívar):
<https://open.spotify.com/show/7h6HhIxk3SPNRLlwQS3ku1?si=837dde109e5b4723>

Logistics Business Conversations (Logistics Business Publishing):

<https://open.spotify.com/show/2VCZznHJEuPGsm02DAOxoF?si=b56f894d91404f3a>

Bases de datos científicas

Google Académico: <https://scholar.google.com/>

Scopus: <https://www.scopus.com/>

JSTOR: <https://www.jstor.org/>

Actividades

Leer el material didáctico

Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Desarrollar las actividades programadas en el contexto de las temáticas vistas (Compra real en ambientes locales e in-situ).

Construcción del Customer Journey Logistics en cada una de las compras Internacional, Nacional, local e in-situ.

Desarrollo de la propuesta logística para el territorio.

Evaluación: Se toma como referencia el foro académico

Criterios de evaluación: Participación en el foro,

Criterio de evaluación: Comprensión, análisis y aplicación de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales.

Producto

Presentación de informe técnico gerencial en tres páginas (Word, ppt, online), de mínimo dos canales de distribución - Ecommerce, redes sociales, medios de comunicación etc, aplicados en una cadena productiva, producto y/o servicio.

Anexar en la cuarta página la estrategia comercial y su proceso de producción e impactó en contenidos, campaña en redes, entre otras. (Apoyarse en la orientación del docente)

Entrega del producto: Informe entre 5 a 10 páginas en formato PDF, con normas APA Séptima versión, con la siguiente nomenclatura: PPM1_Nombredel estudiante.

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.

Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.
Gramática y Ortografía	El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.
Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	1.0 – 1,9
No entregó	0

HABILIDADES DE NEGOCIACIÓN Y VENTAS

Temas y subtemas

Capítulo 4. Proceso de Negociación y Cierre de Ventas

- Fases de una negociación exitosa.

- Tácticas y estrategias de negociación.
- Superación de objeciones y resolución de conflictos.
- Técnicas de cierre de ventas

Capítulo 5. Evaluación y control de la actividad comercial

- Valoración de vendedores.
- Planificación, diseño y ejecución del programa de formación.
- Fijación de elementos de control. Ratios de control.
- Métodos para captar información. Control de vendedores.
- Herramientas de supervisión.
- Valoración del equipo de ventas.

SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo aplicar las herramientas necesarias en el Marketing para interactuar con un equipo de ventas profesional, implementando análisis de procesos de toma de decisiones para identificar las necesidades de los clientes internos y externos?

Material didáctico de apoyo

- Thomas Cantone (2023). Estrategias de Ventas.
- Jordi Villar Lleonart (2019). Conseguir el SÍ (y evitar el NO) en 5'.
- Gabriel Jaime Soto, Nora Elena Restrepo, Sandra Lorena Restrepo (2021). Entrenamiento para vendedores, desarrollo de habilidades comerciales.

Actividades

- Lectura del material de referencia ubicado en el MOODLE.
- Participación en los foros semanales.
- Presentación del producto para el segundo momento de autoaprendizaje.

Evaluación: Se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico. El análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales.

Criterios de evaluación: Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales.

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Producto

Actividad	Brochure Persuasivo
Descripción	<ul style="list-style-type: none"> - Portada Atractiva: Nombre de la empresa o producto, eslogan o frase persuasiva. Imagen visual llamativa que comunique el valor o beneficios del producto o servicio. - Descripción de la Empresa o Producto: Breve introducción a la empresa (historia / quienes somos), misión, visión y valores que genere conexión emocional (por ejemplo, compromiso con la calidad, el medio ambiente o el bienestar del cliente). Equipo de trabajo, política de calidad, certificaciones, premios, procesos de fabricación, capacidad instalada, etc. - Características y Beneficios del Producto o Servicio: Descripción de las características principales. Enfoque en los beneficios emocionales y prácticos para el cliente (por ejemplo, ahorro de tiempo, calidad de vida, satisfacción personal). - Productos y/o Servicios: Una lista detallada de los P/S que la empresa ofrece, incluyendo imágenes, descripciones, características, usos, atributos, propiedades saludables, sabor auténtico, origen, sostenibilidad, especificaciones técnicas, aplicaciones culinarias, etc. (información relevante que pueda ayudar al lector a comprender qué se ofrece). - Ventajas Competitivas: Explicación clara de por qué el producto o servicio es superior a la competencia. Testimonios o reseñas de clientes que respalden la calidad y los resultados. - Elemento de Inteligencia Emocional y Conexión con el Cliente: Mensajes que resalten la empatía de la empresa por las necesidades y deseos del cliente. Ofrecer una visión de cómo el producto puede mejorar la vida del cliente en un contexto social o cultural específico. - Call to Action (Llamado a la Acción): Animar a los lectores a tomar medidas específicas, como visitar el sitio web, llamar para hacer un pedido o visitar la tienda física. "Visítanos en nuestra tienda", "Obtén un descuento exclusivo". Ofrecer una oferta especial o incentivo para

	<p>que el cliente tome acción de inmediato (como un cupón o descuento por tiempo limitado).</p> <p>- Datos de Contacto y Redes Sociales: Incluir información clara y fácil de encontrar como teléfono, email, dirección, enlaces a redes sociales, mapa o ubicación, etc. Código QR para facilitar el acceso al sitio web, plataforma de compra, videos, folletos digitales, artículos de blog, para que los lectores puedan acceder a información adicional que no se incluye en el brochure.</p> <p>- Otros: Clientes destacados, eventos, ferias o actividades en las que han participado, próximos lanzamientos o novedades, promociones, garantías y políticas de servicio al cliente, precios, testimonios, reseñas, experiencias significativas, casos de éxito, etc.</p> <p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Portada atractiva: Debe tener un diseño llamativo que refleje la identidad de la marca y el propósito del brochure. ● Diseño visual Consistente: Limpio y moderno, imágenes de alta calidad, gráficos y elementos visuales que destaquen los productos y servicios. Uso de colores, espacios y fuentes que refuercen la identidad de la empresa o el P/S. ● Utilizar programas de diseño gráfico: Adobe InDesign, Canva o Microsoft Publisher. ● Contenido: Claro, conciso y convincente, utilizando un lenguaje que motive a los lectores a tomar acción. <p><i>(Observar ejemplos cargados en la plataforma)</i></p>
Formato	Documento en PDF.

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)

<p>Contenido</p>	<p>El Brochure presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.</p>	<p>La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.</p>	<p>El Brochure aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.</p>	<p>El contenido del Brochure es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.</p>	<p>El Brochure carece de contenido relevante y significativo.</p>
<p>Estructura</p>	<p>El Brochure sigue una estructura clara y lógica bien definida.</p>	<p>La estructura del Brochure es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.</p>	<p>La estructura del Brochure es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.</p>	<p>La estructura del Brochure es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.</p>	<p>La falta de estructura en el Brochure dificulta la comprensión del mismo.</p>
<p>Análisis y Argumentos</p>	<p>El Brochure presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.</p>	<p>La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.</p>	<p>El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.</p>	<p>El Brochure carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.</p>	<p>No se incluyen análisis ni argumentos en el Brochure.</p>
<p>Presentación Visual</p>	<p>El Brochure tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.</p>	<p>La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.</p>	<p>La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.</p>	<p>La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del Brochure.</p>	<p>La falta de presentación visual en el Brochure afecta su calidad y profesionalismo.</p>

Gramática y Ortografía	El Brochure está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	El Brochure tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	El Brochure tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	El Brochure presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el Brochure sea difícil de leer.
Referencias y Citas	El Brochure incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El Brochure contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del Brochure.	El Brochure no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del Brochure.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	5.0 – 1,9
No entregó	0

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

FINANZAS EN MERCADEO

Temas y subtemas

Capítulo 2. ESTRUCTURA DE CAPITAL

- Financiamiento a largo plazo.
- Estructura de capital.

- Valuación y presupuesto de capital.
- Política de dividendos.
- Administración del efectivo.
- Administración de las Cuentas por Cobrar.
- Administración de los inventarios.
- Administración de los Valores negociables.

Capítulo 3. COSTO DE CAPITAL

- Estructura de Capital
- Definición del Costo de capital
- El costo de la deuda.
- (WACC) - Aplicación integral
- Valor Económico Agregado (EVA)

Capítulo 4 . RENDIMIENTO SOBRE LAS INVERSIONES

- El capital de trabajo neto operativo
- Indicador Rentabilidad del Activo
- Indicador Rentabilidad del Patrimonio
- El rendimiento sobre la inversión ROI
- El costo de Oportunidad

Subeje problémico

¿Cómo determinar el valor económico agregado de las empresas utilizando operaciones, herramientas y técnicas e indicadores financieros?

Material didáctico de apoyo

- León García, O. (2009). Administración financiera fundamentos y aplicaciones. Prensa moderna impresores s. a, Factores que afectan el valor de la empresa, 20.
- Ruiz Palomo, D. (2015). *Finanzas aplicadas al marketing.*. Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. <https://elibro.net/es/lc/amazonia/titulos/49024>

Actividades

Leer el material didáctico de la plataforma moodle.

Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Aplicar mediante ejercicios prácticos el cálculo y el análisis capital neto operativo, costo de la deuda, costo de capital, rentabilidad de las

inversiones (ROI), rentabilidad del activo, rentabilidad del patrimonio y el valor económico añadido (EVA).

Evaluación: Se toma como referencia el foro académico, presentación del informe en pdf, del taller práctico, cumpliendo con las especificidades del producto solicitado.

Criterios de evaluación: Participación en el foro, nivel de argumentación en relación con el Subeje problémico.

Conoce la utilidad de la información financiera de una empresa para la toma de decisiones de inversión, financiación y operación.

Analiza y calcula el Costo de Capital, y el Valor Económico Añadido (EVA) de la empresa.

Producto

Elaborar un informe entre 7 y 10 hojas del ejercicio práctico donde se evidencie el cálculo y análisis de las herramientas financieras; Capital de trabajo neto operativo (KTNO), estructura de capital, costo de la deuda, costo de capital, rendimiento de las inversiones inversiones (ROI), rentabilidad del activo, rentabilidad del patrimonio y el Valor Económico Añadido (EVA).

Entrega del producto: Formato Word, aplicando normas APA, con la siguiente nomenclatura: IMM1_Nombredel estudiante.

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)

Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.
Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe, afecta su calidad y profesionalismo.
Gramática y Ortografía	El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.

Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.
----------------------------	--	---	---	---	--

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	6.0 – 1,9
No entregó	0

BIOCOMERCIO

Temas y subtemas

UNIDAD III: MENOS HUELLA, MÁS SOSTENIBILIDAD

- Política de Sostenibilidad Ambiental y Responsabilidad social Empresarial.
- Estrategias de sostenibilidad ambiental
- Huella ecológica como política de sostenibilidad ambiental.

UNIDAD IV: LA AGENDA INTERNACIONAL Y SU DESARROLLO EN COLOMBIA

- Colombia y la Agenda global de Sostenibilidad 2030.
- Oportunidades de negocios sostenibles en el marco de la Agenda Global de Sostenibilidad.

- Estrategia Nacional de Economía Circular (ENEC).
- Código de colores para la separación de residuos a nivel nacional.

Subeje problémico:

¿Cómo fomentar la creación de empresas que conservan la biodiversidad, que comercializan de manera sostenible y distribuyen justamente los beneficios buscando el de todas las formas de vida sobre la tierra?

Material didáctico de apoyo

- Actualización Plan Nacional de Negocios Verdes. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá, 2022-2030.
- Viabilidad del Biocomercio para el crecimiento de la economía de Antioquia. Institución Universitaria ESUMER. Medellín, 2013.
- Responsabilidad ambiental empresarial - RAE. Gabriel Anzola.
- Política de Sostenibilidad Corporativa. MAPFRE.
- Política de Sostenibilidad Ambiental y Social. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, noviembre de 2020.
- Política de Crecimiento Verde. Documento CNPES 3934. Bogotá, 2018.

Actividades

- Leer el material didáctico cargado en la plataforma Moodle.
- Participar en el foro del segundo momento de autoaprendizaje habilitado en la plataforma Moodle, dando respuesta argumentativa al subeje problémico.
- El propósito de este espacio académico es permitir que el estudiante logre comprender el desarrollo de negocios innovadores y competitivos basados en el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad nativa.

Producto

Presentar en formato PDF una estrategia de sostenibilidad ambiental y social empresarial, fundamentada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la cual debe estar estructurada de acuerdo a los lineamientos establecidos por el orientador del espacio académico, y tener como propósito fortalecer la propuesta de valor sostenible del modelo de modelo CANVAS, dando respuesta al subeje problémico planteado: ¿Cómo fomentar la creación de empresas que conservan la biodiversidad, que comercializan de manera

sostenible y distribuyen justamente los beneficios buscando el de todas las formas de vida sobre la tierra?

Evaluación

- Se toma como referencia la participación en el foro académico.
- Criterios de evaluación: Participación en el foro, nivel de argumentación.
- Criterio de evaluación.
- Rúbrica del producto.
- Entrega del producto: Formato PDF, con la siguiente nomenclatura: PPM1_Nombredel estudiante. –
- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque faltan detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.

Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.
Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.
Gramática y Ortografía	El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.
Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9

Deficiente	7.0 - 1,9
No entregó	0

CONSTITUCIÓN Y DEMOCRACIA

Temática

- Clasificación de los derechos
- Derechos fundamentales, sociales, económicos, culturales y colectivos.
- Acciones constitucionales
- Habeas Corpus
- Acción de Tutela
- Acción Popular
- Acción de Grupo
- La democracia participativa
- Mecanismos de participación ciudadana

SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cuál es la importancia del ordenamiento jurídico para el Profesional en Mercadeo?

Material didáctico de apoyo

- Constitución Política de Colombia de 1991
- Vidal, J., & Molina, C. (2023). Derecho constitucional general e instituciones políticas colombianas. (11ª ed.) Editorial Legis.
- Younes, D., & Younes, D. (2024). Derecho Constitucional Colombiano. Bogotá. (17ª ed.). Editorial Legis.

Actividades

La Constitución Política en el artículo 41, establece como mandato imperativo el estudio de la Constitución en todas las instituciones de educación, oficiales o privadas, teniendo como finalidad que todos los ciudadanos conozcan la organización del Estado, las instituciones, los organismos bajo los cuales se encuentra la dirección del Estado Colombiano, los derechos, deberes, garantías y de esta manera puedan

ejercer los mecanismos y acciones tendiente a la defensa de sus derechos.

Para la comprensión del tema se presentan las siguientes preguntas que serán objeto de discusión en el foro académico ¿Cuáles son las acciones constitucionales que protegen los derechos en Colombia y cómo se pueden interponer?

Evaluación: revisión y análisis jurídico para la construcción de un ensayo que será cargado en el foro, el cual cada estudiante participe y dé a conocer la importancia del ordenamiento jurídico para el Profesional en mercadeo.

Criterios de evaluación: Para la evaluación se tendrá en cuenta el análisis, la coherencia y fundamentación, en la apropiación de la temática que cada estudiante evidencie en el desarrollo durante el semestre.

Leer el material didáctico

Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Evaluación: Se toma como referencia el foro académico

Criterios de evaluación: Participación en el foro, nivel de argumentación en relación con el Subeje problémico

Producto

Con base en las actividades anteriores realice: Texto Argumentativo tipo Ensayo (Máximo 3 páginas. Normas APA) en el cual se plasme la Importancia del Ordenamiento Jurídico para el Profesional en Mercadeo.

Archivo en Word, Nombre archivo: Nombre del estudiante, seguido de 2producto. Ejemplo: Pedro2producto.

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

Rúbrica texto Argumentativo						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
Título	El trabajo carece de título.	El título no es coherente con el contenido o es poco atractivo.	El título es poco original o no se relaciona de manera clara con el contenido.	El título tiene una relación clara con el contenido del trabajo.	Es llamativo, creativo y está estrechamente relacionado con el tema tratado.	
Introducción	La introducción no presenta una relación clara con el tema o es poco atractiva para el lector.	La introducción no es clara y puede mejorar la forma de presentar la información.	Presenta información parcialmente pertinente y contextualizada.	Presenta información pertinente y contextualizada sobre el tema abordado.	Plantea de manera clara el tema y presenta información pertinente y contextualizada para captar la atención del lector. Incluye un recurso discursivo llamativo, como una afirmación fuerte o una pregunta.	
Tesis	El trabajo no presenta una tesis clara o no incluye una declaración de tesis.	La tesis es difícil de identificar en el texto o necesita una redacción más clara.	La tesis se propone, pero no se plantea de manera clara y precisa.	La tesis se presenta en un párrafo claro y comprensible.	La tesis está claramente identificada en la introducción o inmediatamente después de esta, y está redactada de forma precisa y concisa.	
Argumentos	Los argumentos no respaldan la tesis de manera adecuada y carecen de coherencia y evidencias sólidas.	Los argumentos no son totalmente pertinentes o carecen de una estructura lógica y evidencias sólidas.	Los argumentos son pertinentes para la tesis, pero pueden mejorarse en su desarrollo y apoyo con evidencias.	Los argumentos son pertinentes para la tesis y se presentan con claridad y coherencia.	Los argumentos son relevantes para la tesis y se presentan de manera clara. Están respaldados con evidencias sólidas (hechos, estadísticas, ejemplos, citas, etc.), incluyendo al menos tres fuentes.	

Conclusión	La conclusión no cumple con lo esperado para el texto o es inexistente.	La conclusión no es clara o no se relaciona adecuadamente con el desarrollo del trabajo.	La conclusión es aceptable, pero puede mejorar en su fuerza y relación con la tesis.	La conclusión deja al lector con una idea clara de la posición del autor.	La conclusión es fuerte y deja al lector con una clara idea de la posición del autor. Además, reitera la tesis de manera efectiva.
Gramática, Ortografía y Puntuación	El texto tiene graves errores en gramática, ortografía, puntuación o edición, y no mantiene un registro académico.	El texto presenta varias falencias en gramática, ortografía, puntuación o edición.	El texto tiene algunas falencias en gramática, ortografía, puntuación o edición.	El texto tiene una adecuada gramática, ortografía, puntuación y edición.	El texto tiene una excelente gramática, ortografía, puntuación y edición. Además, mantiene un registro académico adecuado.
Fuentes de Información	No se cumple con lo exigido en las normas APA para citar fuentes o las fuentes no son creíbles.	No se presentan fuentes confiables o las citas tienen muchos errores según las normas APA.	Se presentan fuentes parcialmente creíbles y las citas tienen algunos errores según las normas APA.	Se presentan fuentes y están citadas de acuerdo con las normas APA.	Todas las fuentes usadas son creíbles y están citadas correctamente según las normas APA.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 - 2,9
Deficiente	1.0 1.0-1,9
No entregó	0

Segundo Momento de Interaprendizaje

Del 05 al 31 de Mayo de 2026

SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Eje problemático

¿Cómo desarrollar un modelo de negocio (CANVAS) sostenible y rentable de una cadena productiva/producto/servicio en la Amazonía, considerando las particularidades del mercado, las necesidades de las comunidades locales y las regulaciones ambientales, a fin de generar un impacto positivo en la región?

SEGUNDO MOMENTO DE INTERAPRENDIZAJE (trabajo colaborativo)

Competencias a desarrollar:

Diseñar un modelo de negocio sostenible y rentable, que le permita aplicar decisiones estratégicas en torno al mercadeo según la cadena productiva, producto y/o servicio para que sean productivas según variables sociales, ambientales y económicas generando un impacto positivo en la región.

Actividades a desarrollar INTER 2-

Mejorar el modelo de negocio canvas sostenible con todos los bloques del mismo articulando las recomendaciones, sugerencias y orientaciones de los docentes de las áreas temáticas para la cadena productiva, producto y/o servicio trabajo por el grupo del TIF.

Recordar que para elaborar el Producto a entregar deben tener en cuenta lo	Individual: Descargar los productos del segundo momento de autoaprendizaje de cada espacio académico, revisar la retroalimentación de los asesores y aplicar los ajustes recomendados. Realizar lectura y apropiación del material didáctico desde cada uno de los espacios académicos del primer momento de aprendizaje autónomo.
---	---

siguiente:	<p>Grupal: Programar el encuentro en NEC con el fin de socializar los productos de autoaprendizaje corregidos y construir la primera fase del Trabajo Integrado Final (TIF). Se recomienda establecer un diálogo de saberes que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico.</p> <p>Se recomienda participar en el foro académico con el propósito de avanzar en la comprensión del eje problémico. Hacer uso de la réplica entre grupos NEC para fomentar la discusión y el diálogo de saberes.</p>
Evaluación	<p>El NEC de asesores evalúa los argumentos y la postura del NEC de estudiantes con relación al eje problémico del semestre.</p>

ENTREGABLE --- Los tres entregables con correcciones del primer momento Inter. Cada estudiante debe subir todos documentos.

SUSTENTACION

Preparar una presentación ante posibles inversionistas, en donde sugiere utilizar la filosofía del Storytelling / Shark Tank con los siguientes componentes:

- Presentación del equipo de trabajo.
- Problemática / Oportunidad / Necesidad identificada.
- Solución propuesta - Focalizada en la Propuesta de valor.
- Cómo construyeron y desarrollaron la propuesta de modelo de negocio canvas. (Storytelling).
- Cómo están organizados (Equipo de trabajo, socios, aliados, procesos, métodos, actividades, recursos, temas legales)
- Cómo validaron el modelo de negocio en el mercado objetivo (canales digitales y/o físicos).
- Resultados (costos, análisis financieros, clientes potenciales, etc).
- Para los siguientes 30 días posteriores a la sustentación defina 3 acciones que espera realizar para seguir fortaleciendo su modelo de negocio. (cada estudiante da su aporte).

Nota 1: Deben dar respuesta al conocimiento adquirido en cada una de las unidades temáticas.

Nota 2: A la sustentación pueden invitar a los socios claves, aliados, etc.

Nota 3: Para la sustentación se requiere que el producto esté de manera física y/o digital; para un servicio se debe disponer de manera digital los videos, fotografías, casos de éxitos con clientes, plataformas digitales, entrevistas y/u otros contenidos que permitan evidenciar la prestación del servicio como modelo de negocio.

Nota 4: No es necesario realizar stand físico, impresión de contenidos en pendones, brochures, plegables, u otro elemento que genere gastos económicos adicionales que solamente se van a utilizar en la sustentación.

Nota 5:

Recomendaciones:

- Practicar la presentación varias veces para asegurarse de que estén preparados y puedan comunicar su mensaje de manera efectiva.
- Generen estrategias para mantener la atención de los inversionistas y responder preguntas de manera profesional.
- **Fecha de envío: Hasta el 29 de mayo de 2026.**

ESTRUCTURA SUSTENTACIÓN

	Criterios de Calificación	PUNTOS
1	Presentación profesional y del modelo de negocio.	1
2	Solución propuesta (Producto/servicio)	1
3	Dominio de Tema (Por cada unidad temática).	1
4	Storytelling (Historia, herramientas didácticas, puesta en escena, creatividad).	1
5	Viabilidad del Negocio - 3 acciones posteriores a la sustentación.	1

TOTAL 5

ESTRUCTURA SUSTENTACIÓN

Criterio de Evaluación	Descripción
Sostenibilidad	Grado en que el modelo minimiza el impacto ambiental, promueve la equidad social y asegura la viabilidad económica a largo plazo.
Innovación	Originalidad y creatividad del modelo, capacidad para generar valor único.
Viabilidad	Factibilidad de implementación, considerando recursos, riesgos y oportunidades.
Alineación con el Contexto	Adaptación del modelo al contexto específico de la Amazonía.
Presentación y Comunicación	Claridad, coherencia y profesionalismo de la presentación.

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Sostenibilidad	El modelo demuestra un compromiso profundo con la sostenibilidad en todas sus dimensiones. (Ambiental, social y económica)	El modelo presenta un enfoque sólido en la sostenibilidad, pero podría mejorar en algunos aspectos.	El modelo muestra algunos elementos de sostenibilidad, pero no de manera consistente.	El modelo no considera la sostenibilidad en su diseño.	La sostenibilidad no es un aspecto relevante en el modelo.

Innovación	El modelo presenta una propuesta de valor altamente innovadora y disruptiva.	El modelo presenta elementos innovadores, pero podría ser más original.	El modelo es incremental y no ofrece una propuesta de valor significativamente diferente.	El modelo carece de elementos innovadores.	El modelo es una copia de modelos existentes.
Viabilidad	El modelo es altamente viable y cuenta con un plan de ejecución sólido.	El modelo es viable, pero requiere ajustes en algunos aspectos.	La viabilidad del modelo es cuestionable debido a la falta de análisis.	El modelo no es viable en su estado actual.	El modelo no considera aspectos clave de viabilidad.
Alineación con el contexto	El modelo está perfectamente adaptado al contexto y responde a las necesidades locales.	El modelo se adapta en gran medida al contexto, pero podrían realizarse ajustes.	El modelo muestra una adaptación parcial al contexto.	El modelo no considera las particularidades del contexto amazónico.	El modelo no está alineado con el contexto.
Presentación y comunicación	La presentación es clara, concisa y profesional, utilizando un lenguaje adecuado.	La presentación es clara, pero podría mejorar en algunos aspectos de la organización.	La presentación es aceptable, pero carece de claridad en algunos puntos.	La presentación es confusa y difícil de entender.	La presentación es muy deficiente y carece de profesionalismo.
Sostenibilidad	El modelo demuestra un compromiso profundo con la sostenibilidad en todas sus dimensiones. (Ambiental, social y	El modelo presenta un enfoque sólido en la sostenibilidad, pero podría mejorar en algunos	El modelo muestra algunos elementos de sostenibilidad, pero no de manera consistente.	El modelo no considera la sostenibilidad en su diseño.	La sostenibilidad no es un aspecto relevante en el modelo.

	económica)	aspectos.			
--	------------	-----------	--	--	--

Nota final del TIF: La nota se divide en dos partes: la primera hace referencia a los 3 entregables (Rúbrica del documento) y la segunda a la sustentación, una vez se tienen las dos calificaciones se promedian y está es la nota definitiva.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 - 2,9
Deficiente	2.0 1.0- 1,9
No entregó	0

SUSTENTACIÓN TRABAJO INTEGRADO FINAL

(06y 07 de Junio de 2026)

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- Brunetta, Hugo (2016) CRM, la guía definitiva: estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes Pluma Digital Ediciones
- Guía para el desarrollo de negocios verdes en la jurisdicción de CORPOGUAVIO
- Ley 1014/2005. Ley de fomento a la cultura de Emprendimiento.
- Ley 344/1996. Ley de Desarrollo Tecnológico y la Innovación. Exposiciones
- Ley 905 de 2004. Por la cual se modifica la ley MIPYMES. Exposiciones.
- Manual técnico de cadenas de valor de Negocios Verdes
- Torres T, Luis, A. (2013) Huellas Empresariales Caqueteñas. Impresora Feriva. Cali, Colombia.
- Ingeniería económica de Guillermo Baca Currea, fondo educativo panamericano.
- Matemáticas financieras con ecuaciones de diferencia finita de Jaime A. García.
- Matemáticas financieras de Jesús Alberto Ramírez Ceballos.
- Manual de ingeniería Económica de Rodolfo Sosa Gómez.
- Matemáticas financieras, interés, tasas y equivalencias de Juan Manuel Ramírez Mora y Edgar Enrique.