PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL.

Floridablanca, junio 30 de 2024.

Señor
Javier Díaz Díaz
SUPERVISOR CONTRATO N°. CO1.PCCNTR.5932037
Cargo del supervisor: Coordinador de Proyectos Especiales
Dependencia: Coordinación Académica
Ciudad.

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes junio del año 2024.

Referencia: N°. CO1.PCCNTR.5932037 del año 2024.

Gerardo Tobón ARAOZ, identificado con la cédula de ciudadanía N°. 79.435.628 de Bogotá, D.C., en mi calidad de Contratista del SENA, en Coordinación Académica, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación, presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago:
Se fija como valor total del contrato, la suma de treinta y siete millones trescientos sesentaiún mil setecientos veintiséis pesos m-cte. ($37.361.727), los cuales se pagarán de la siguiente manera: a) Un primer pago proporcional a los días ejecutados en el mes de febrero. B) siete pagos iguales por los meses de marzo a septiembre por valor de cuatro millones cuatrocientos sesenta y cinco mil quinientos cuarenta y cinco pesos m-cte. ($4.465.545). c) Un pago final proporcional a los días ejecutados en el mes de octubre de 2024.

Plazo: Será hasta el 25 de octubre de 2024.

OBJETO: (Trascriba el objeto del contrato, dentro del siguiente cuadro)
Contratar los servicios personales de carácter temporal para orientar formación en la estrategia de CampeSena conforme a los modelos formativos establecidos el CIDM Sena regional Santander.

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Cumplir el objeto del contrato de manera personal, disponiendo de toda su capacidad, seriedad, responsabilidad, profesionalismo y eficiencia en su desarrollo, que derive en excelente calidad de la formación técnica que imparte, en el área para la cual se hacontratado, en los horarios y lugares establecidos para impartir la formación de tal forma que no se interrumpa los procesos formativos ofrecidos por el SENA de acuerdo con sus requerimientos.	Cumplí con los horarios establecidos para orientación de aprendizaje, de acuerdo con el objeto del contrato.	Diagrama Horarios
2	Preparar, orientar, desarrollar y apoyar procesos de aprendizaje, en cualquiera de las estrategias de respuesta institucional, para los diferentes grupos poblacionales objeto de la Formación Profesional Integral.	Guíe y di respuesta a diferentes grupos poblacionales en proceso de aprendizaje en CampeSena.	Contacté y envié correo electrónico al presidente de la junta de acción comunal de la vereda Chocoita: Juan Ardila para que los campesinos hagan cadena de formación y permanezcan en la misma para Comportamiento

			Emprendedor y Emprendimiento de Unidades Productivas.
3	Desarrollar mecanismos que faciliten la reflexión, la innovación, el espíritu investigativo, la creatividad y la autoevaluación en los Aprendices.	Oriente a los aprendices campesinos para recuperación de la parte de lecto escritura e investigación para mejoramiento continuo de procedimientos sociales, personales, microempresariales y asociatividad de los campesinos	Estilos de aprendizaje y estrategia metodológica
4	Reportar en el sistema SOFIA PLUS, en un plazo máximo de tres (3) días hábiles, una vez se ejecute la acción correspondiente, todaslas actividades que de acuerdo a los procesos, son de su responsabilidad, garantizando la calidad de la información y su coherencia con el proceso formativo, tales como: Registro dejuicios evaluativos, creación de rutas, asociación de Aprendices, registro de juicios evaluativos del reconocimiento de aprendizajes previos y comunicar oportunamente al Coordinador Académico, anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información	Creé rutas de aprendizaje y asocié aprendices para las fichas 3011246 y 3011357	Pantallazo Sena Sofia Plus para las respectivas fichas
5	Participar en procesos de promoción de los programas de Formación Profesional Integral, servicios y actividades de Divulgación Tecnológica, programados por el Centro de Formación.	N.A.	N.A.
6	Coadyuvar en el proceso de ingreso e inducción de los aprendices.	N.A.	N.A.
7	Documentar en las diferentes plataformas (LMS, TERRITORIUM) los procesos de formación que orienta, asociado con el proyecto formativo (portafolio de evidencias del instructor, material de apoyo bibliográfico, guías de aprendizaje, talleres aplicados y los demás documentos y recursos requeridos por el desarrollo curricular).	Cargué en portafolio Instructor: guías de aprendizaje, formatos de evaluación y seguimiento, estilos de aprendizaje, juicios evaluativos, asistencia en OneDrive	Portafolio Instructor OneDrive.
8	Entregar oportunamente los informes requeridos, sobre las acciones encomendadas y los productos resultantes de procesos de aprendizaje, desarrollados por los Aprendices a quienes imparte Formación Profesional Integral.	Realicé y entregué informe de desplazamiento a la Vereda Chocoita, Girón, Santander con las respectivas evidencias	Informe Desplazamiento.
9	Atender la formación titulada y apoyar la formación complementaria, según las necesidades del Centro de Formación.	Orienté aprendizaje para los cursos Comportamiento Emprendedor ficha 3011357 y Emprendimiento de Unidades Productivas ficha 3011246 en la vereda Chocoita, Girón Santander, de la Estrategia CampeSena	Horario, Guías de Aprendizaje y formatos de evaluación
10	Acreditar el pago mensual de las obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral (salud, pensión y ARL) como trabajador independiente, dentro de los plazos establecidos en el Decreto 1990 de 2016 Artículo 3.2.2.1. y lo	Realicé el pago de salud pensión y ARL del mes de mayo de 2024.	Planilla pagada de salud pensión y ARL en PDF.

	contemplado en la Ley 1955 de 2019, artículo 244, que permite la posibilidad que los contratistas coticen su seguridad social mes vencido. La demora en la entrega de los soportes de pago mensual de estas obligaciones será causal6 GTH-F-075 V.07 para el aplazamiento del pago de los honorarios respectivos hasta que se dé el cabal cumplimiento de las obligaciones anteriormente señaladas. La persistencia en el incumplimiento de esta obligación por parte del CONTRATISTA será causal para la declaración de incumplimiento y caducidad administrativa.		
11	Vigilar y salvaguardar los bienes que hagan parte del patrimonio del SENA o de otras entidades o de particulares puestos al servicio de la entidad y que le hayan sido entregados para el desarrollo del objetodel contrato, por lo que son sujetos de control y vigilancia. En consecuencia, deberán dar cuenta sobre la entrega de los bienes al supervisor y/o interventor del contrato respectivo ya los órganos de control fiscal y disciplinario, de ser procedente.	Velé por el buen uso del portátil y Video beam asignados para formación en las diferentes Veredas del Departamento de Santander, manteniéndolo en el mismo estado en que lo entregaron	Portátil Lenovo # 65 y video beam.
12	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato.	Realicé y entregué a tiempo el informe mensual de ejecución contractual.	Informe mensual, e informes de legalización desplazamiento N°2 y N°3
13	Presentar por medio de la plataforma Secop II, los informes mensuales de actividades junto con las cuentas de cobro en las fechas establecidas por la Entidad, a efectos que las mismas sean canceladas dentro del mes. Las cuentas de cobro que sean presentadas de manera extemporánea o por fuera del calendario estimado por la Entidad, se tramitará en el siguiente mes. El Sena no responderá por retenciones o descuentos que se realicen a los contratistas por causa de la presentación tardía de las cuentas de cobro	Entregué y subí a tiempo el informe mensual y los documentos solicitados en SECOP II	SECOP II.
14	Desplazarse dentro y fuera del territorio nacional, cuando sea requerido para el cumplimiento de las obligaciones contractuales y legalizar las órdenes de viaje, de acuerdo con los términos y lineamientos del SENA, una vez culminado el desplazamiento.	Desplazamiento a la Vereda Chocoita Girón Santander a Orientar aprendizaje para los cursos Comportamiento Emprendedor ficha 3011357 y Emprendimiento de Unidades Productivas ficha 3011246.	Lista de asistencia y fotografías por sesión de aprendizaje de ambos grupos.
15	Las demás necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual.	N.A.	N.A.

A continuación, relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1.	16224	Vereda Chocoita, Girón, Santander.	21 de mayo de 2024	23 de mayo de 2024
2.	20424	Vereda Chocoita, Girón, Santander.	04 de junio de 2024	06 de junio de 2024

Nota 1: Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el N° 9467484335 de la planilla pagada de salud, pensión y ARL, del operador Aportes en Línea del periodo mayo de 2024. (Decreto Ley 2106 de 2019 – "Decreto Ley Anti - trámites")

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,



Firma

Gerardo Tobón Araoz

Contratista

C.C. N°. 79.435.628

Recibí a satisfacción:



Firma

Javier Diaz Diaz

Supervisor Contrato N°. CO1.PCCNTR. 5932037 de 2024

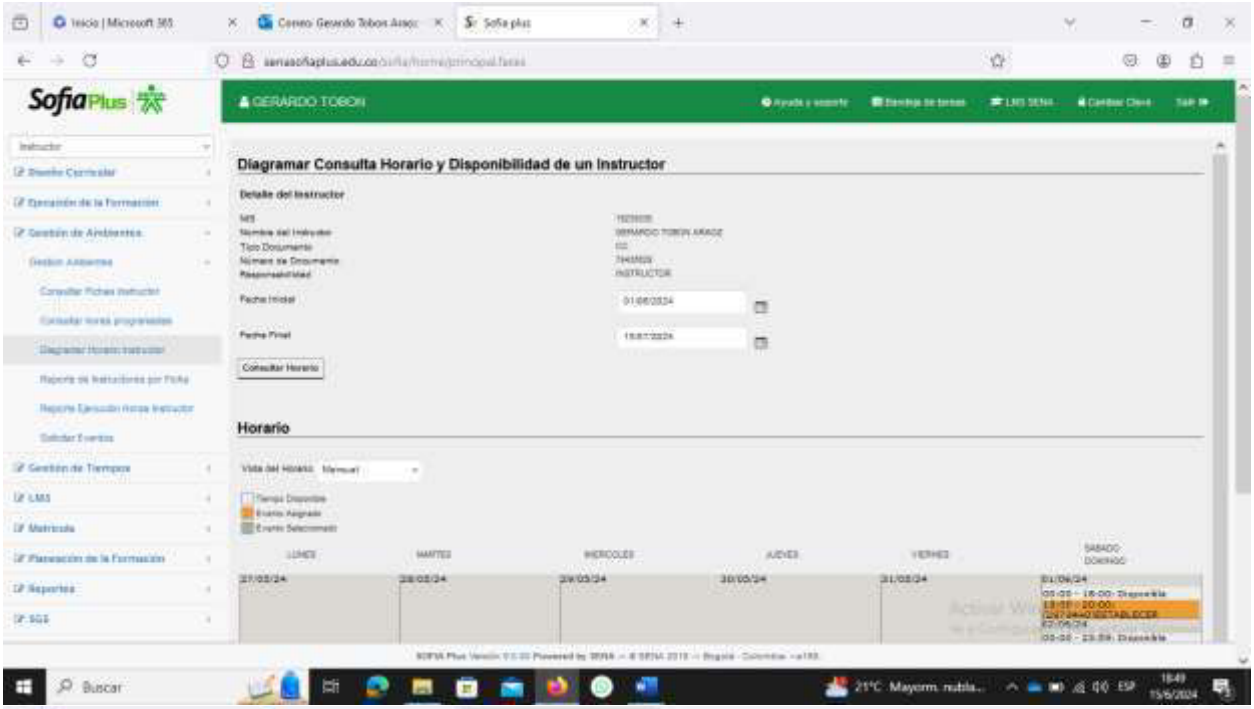
Cargo: Coordinador de Proyectos Especiales.

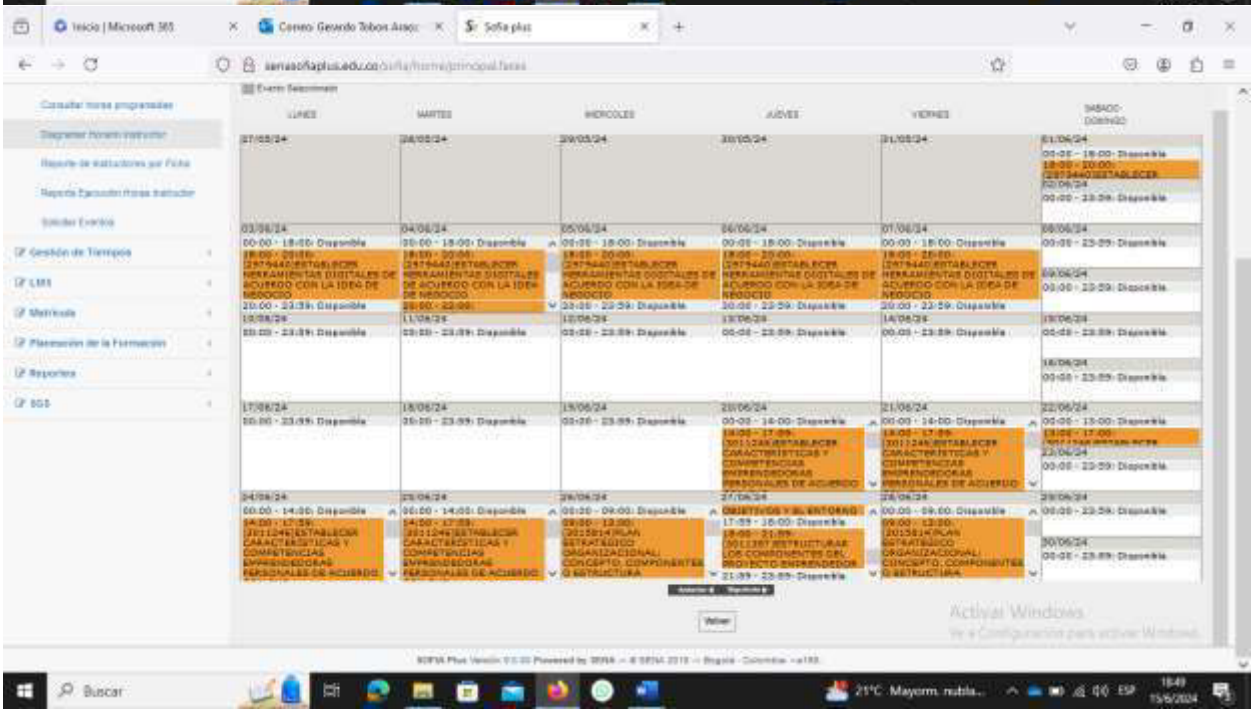
Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.

1 **Obligación:** Cumplir el objeto del contrato de manera personal, disponiendo de toda su capacidad, seriedad, responsabilidad, profesionalismo y eficiencia en su desarrollo, que derive en excelente calidad de la formación técnica que imparte, en el área para la cual se hacontratado, en los horarios y lugares establecidos para impartir la formación de tal forma que no se interrumpa los procesos formativos ofrecidos por el SENA de acuerdo a sus requerimientos.

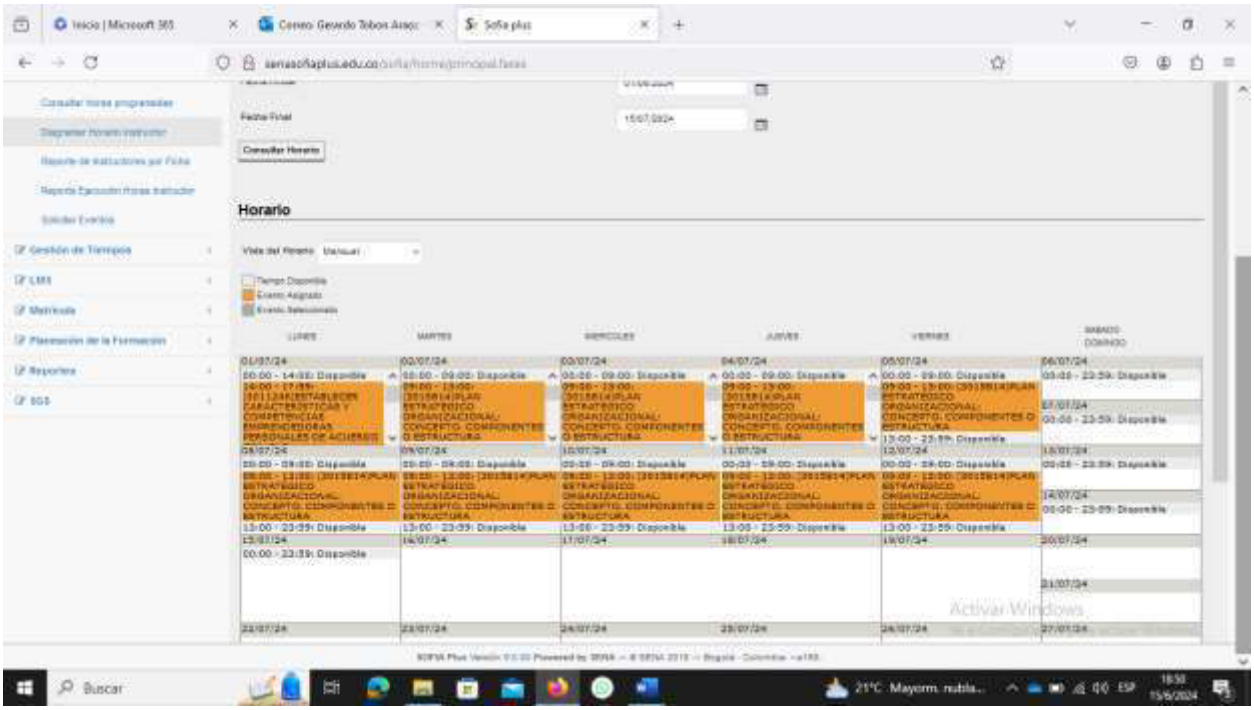
Acciones realizadas: Cumplí con los horarios establecidos para orientación de aprendizaje, de acuerdo con el objeto del contrato

Evidencia: Diagrama horario Instructor, Guías de aprendizaje para, COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR, EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS, MARKETING DIGITAL y formatos de evaluación y seguimiento.



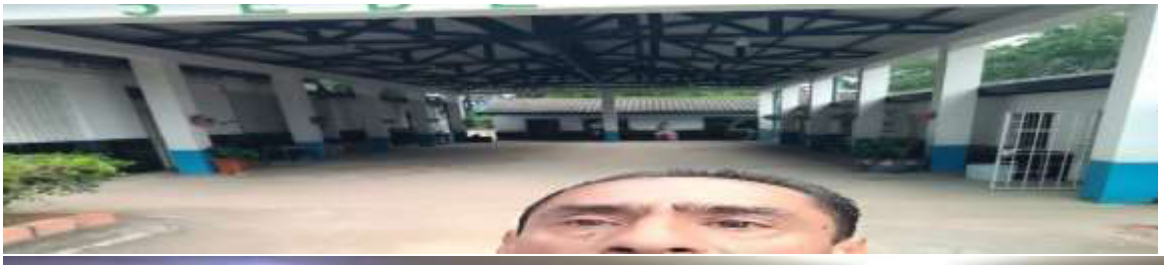


Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.



2 **Obligación:** Preparar, orientar, desarrollar y apoyar procesos de aprendizaje, en cualquiera de las estrategias de respuesta institucional, para los diferentes grupos poblacionales objeto de la Formación Profesional Integral.
Acciones realizadas: Guíe y di respuesta a diferentes grupos poblacionales en proceso de aprendizaje en CampeSena.
Evidencia: Contacté y envié correo electrónico al presidente de la junta de acción comunal de la vereda Chocoita: Juan Ardila para que los campesinos hagan cadena de formación y permanezcan en la misma para Comportamiento Emprendedor y Emprendimiento de Unidades Productivas. se adjunta lista de asistencia y pantallazos de Sena Sofia Plus.





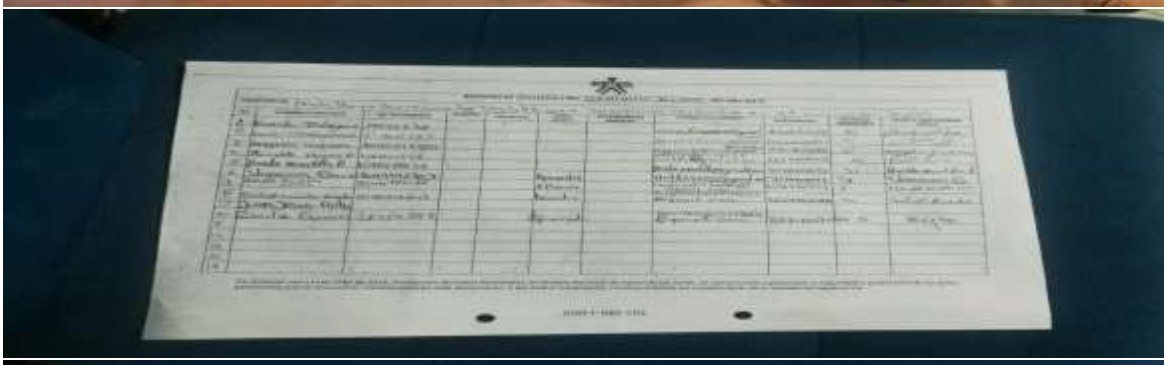


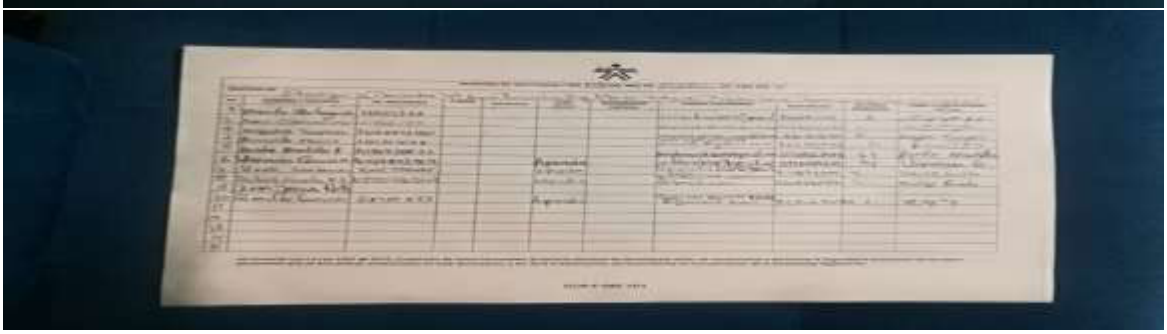
Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.



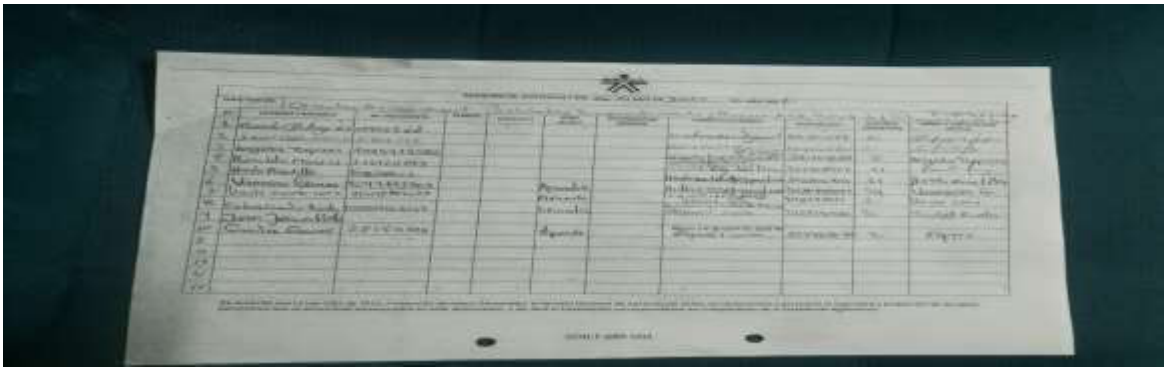


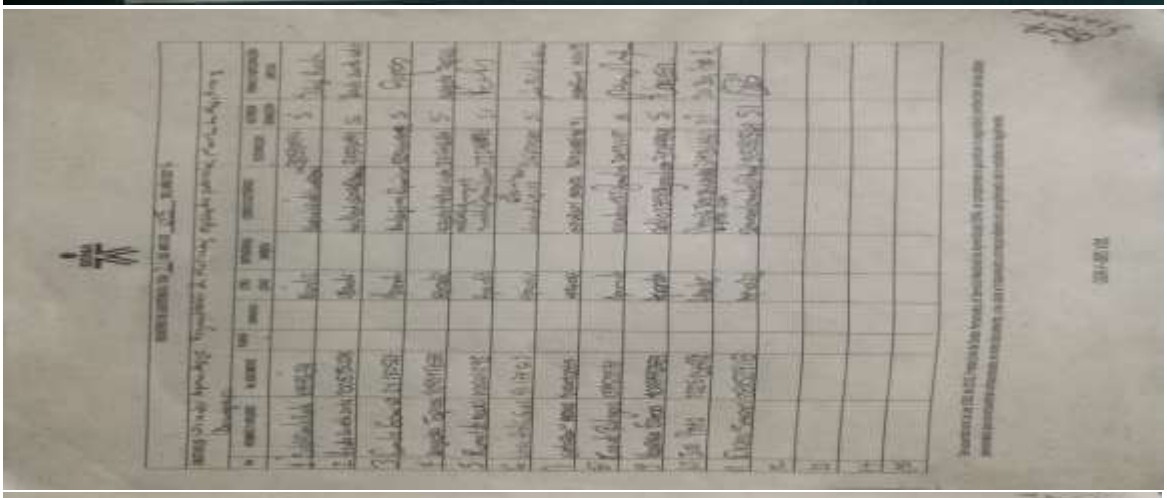




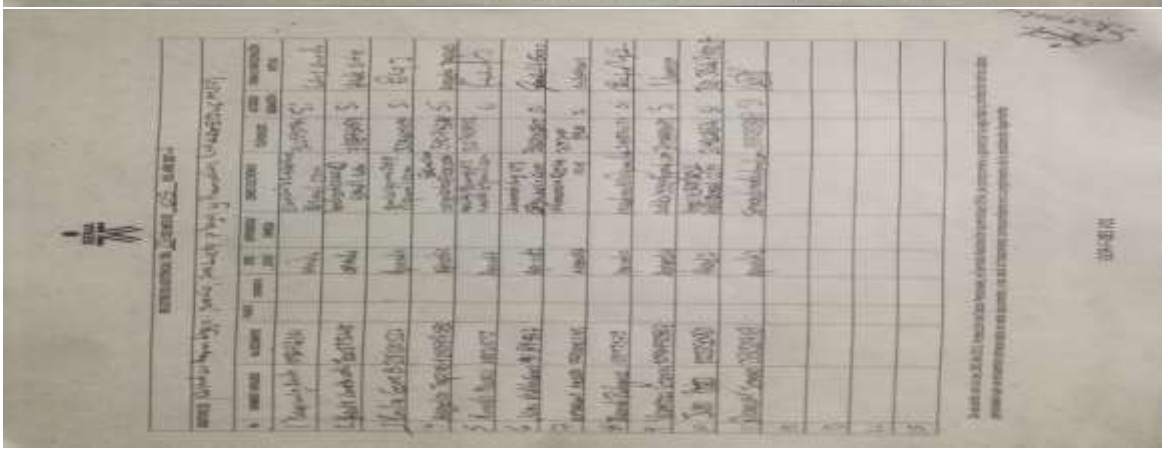


Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.



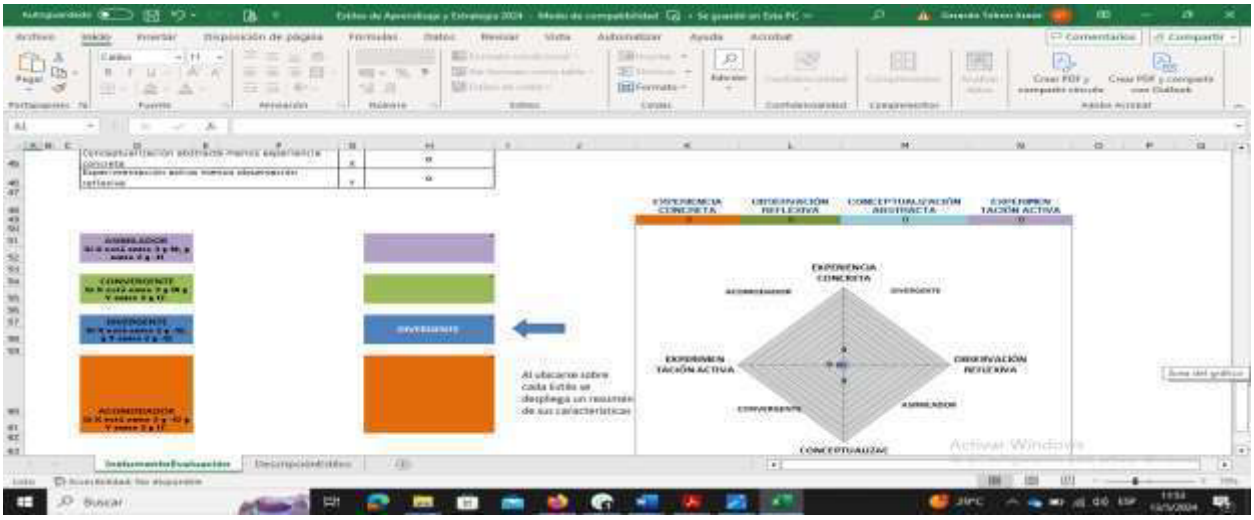






Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.

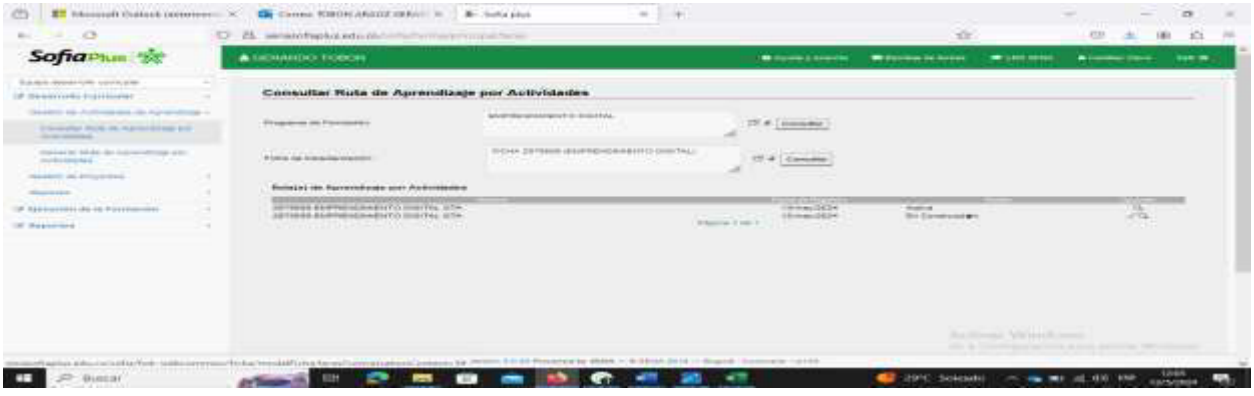
Obligación: Desarrollar mecanismos que faciliten la reflexión, la innovación, el espíritu investigativo, la creatividad y la autoevaluación en los Aprendices.
Acciones realizadas: Oriente a los aprendices para recuperación de la parte de lecto escritura e investigación para mejoramiento continuo de procedimientos sociales y personales
Evidencia: Estilos de aprendizaje y estrategia metodológica.



4 obligación: Reportar en el sistema SOFIA PLUS, en un plazo máximo de tres (3) días hábiles, una vez se ejecute la acción correspondiente, todaslas actividades que de acuerdo a los procesos, son de su responsabilidad, garantizando la calidad de la información y su coherencia con el proceso formativo, tales como: Registro dejuicios evaluativos, creación de rutas, asociación de Aprendices, registro de juicios evaluativos del reconocimiento de aprendizajes previos y comunicar oportunamente al Coordinador Académico, anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información

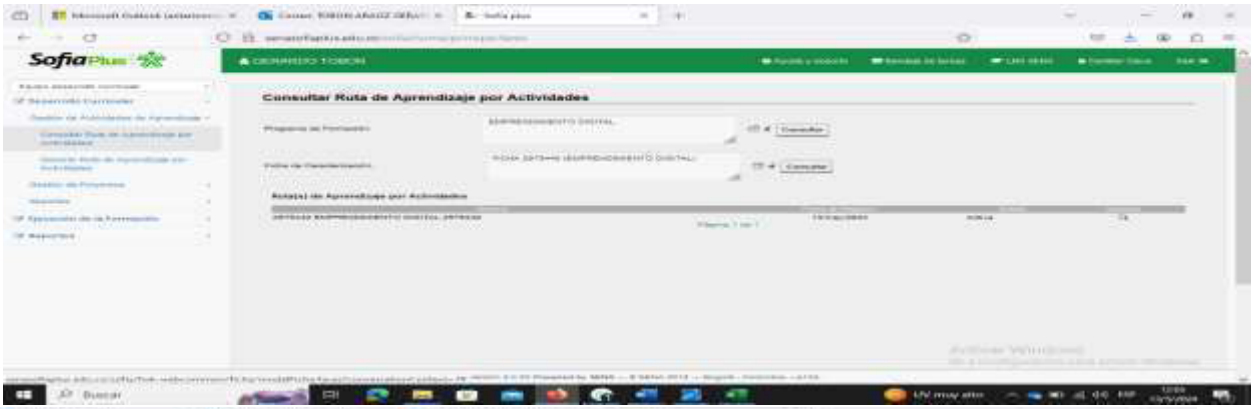
Acciones realizadas: Creé rutas de aprendizaje y asocié aprendices para las fichas 3011246, 3011357, 3015814.

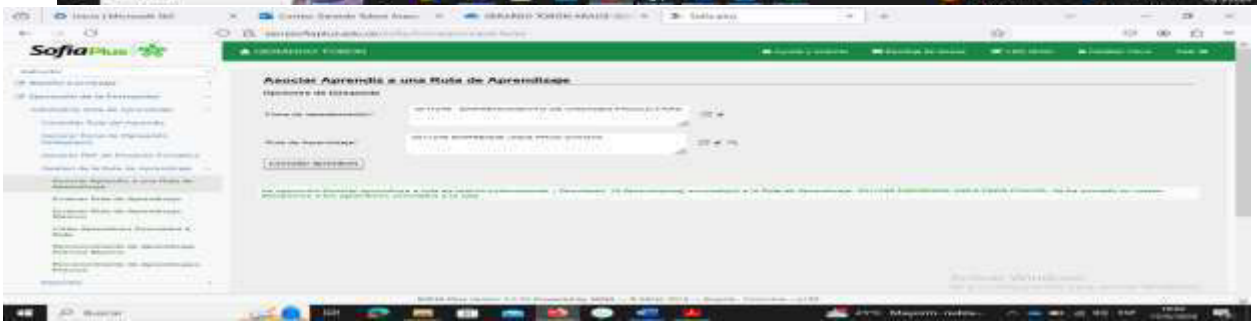
Evidencia: Pantallazos creación de las rutas de aprendizaje.





Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.







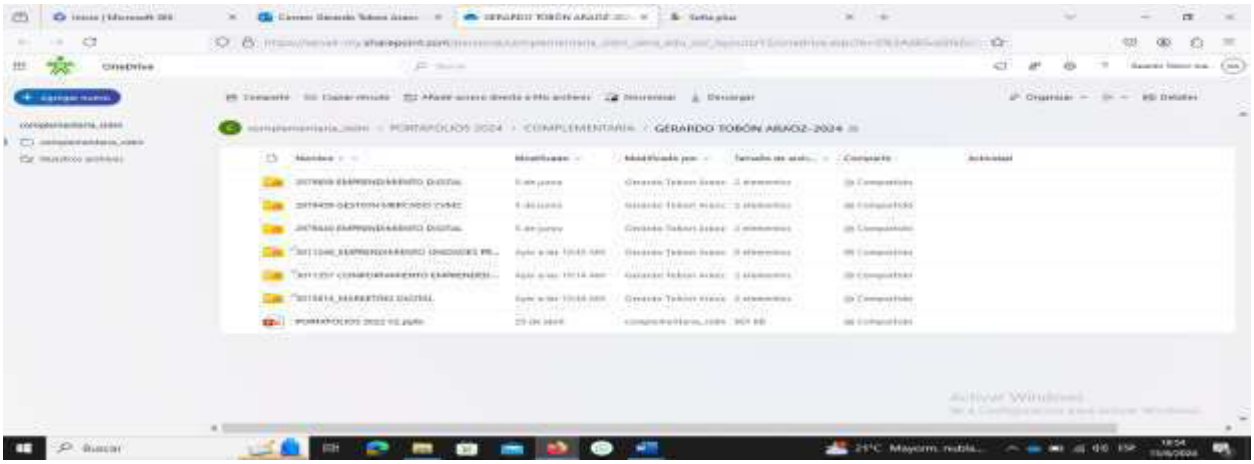


7 **obligación:** Documentar en las diferentes plataformas (LMS, TERRITORIUM) los procesos de formación que orienta, asociado con el proyecto formativo (portafolio de evidencias del instructor, material de apoyo bibliográfico, guías de aprendizaje, talleres aplicados y los demás documentos y recursos requeridos por el desarrollo curricular).

Acciones realizadas: Cargué en portafolio Instructor: guías de aprendizaje, formatos de evaluación y seguimiento, estilos de aprendizaje

Evidencias: Portafolio Instructor.

Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.



8 obligación: Entregar oportunamente los informes requeridos, sobre las acciones encomendadas y los productos resultantes de procesos de aprendizaje, desarrollados por los Aprendices a quienes imparte Formación Profesional Integral.

Acciones realizadas: Realicé y entregué informe de desplazamiento a la Vereda Chocoita, Girón, Santander con las respectivas evidencias.

Evidencias: Informe desplazamiento a Vereda Chocoita, Girón, Santander.


FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, Junio11 de 2024

PRESENTADO A
JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO

ORDEN DE VIAJE No	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACION
20424	04/06/2024	05/06/2024

LUGAR A DONDE REALIZÓEL DESPLAZAMIENTO: Vereda Chocoita, Girón Santander	REGIONAL / CENTRO DE FORMACION	OTRA (cual)

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:
Orientar formación complementaria para la estrategia Competência en el programa de EMPRENDIMIENTO DIGITAL FICHA 2979440

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Dia 1: 04/06/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita)...
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso Emprendimiento Digital, establecer herramientas digitales de acuerdo con la idea de negocio: Instagram, WhatsApp, Facebook.

Dia 2: 05/06/2024

9 obligación: Atender la formación titulada y apoyar laformación complementaria, según las necesidades del Centro de Formación.

Acciones realizadas: Orienté aprendizaje para los cursos Emprendimiento Digital ficha 2979440 y Gestión de Mercado, Comercialización y Ventas, Basado en Modelo Canvas ficha 2979439 en la vereda Chocoita, Girón Santander y Oriente aprendizaje en la vereda El Cedro, Girón, Santander Emprendimiento digital, ficha 2975859.

Evidencias: Fotografías de las sesiones de orientación de aprendizaje, listas de asistencia, Guía de Aprendizaje y formato de evaluación.

Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.

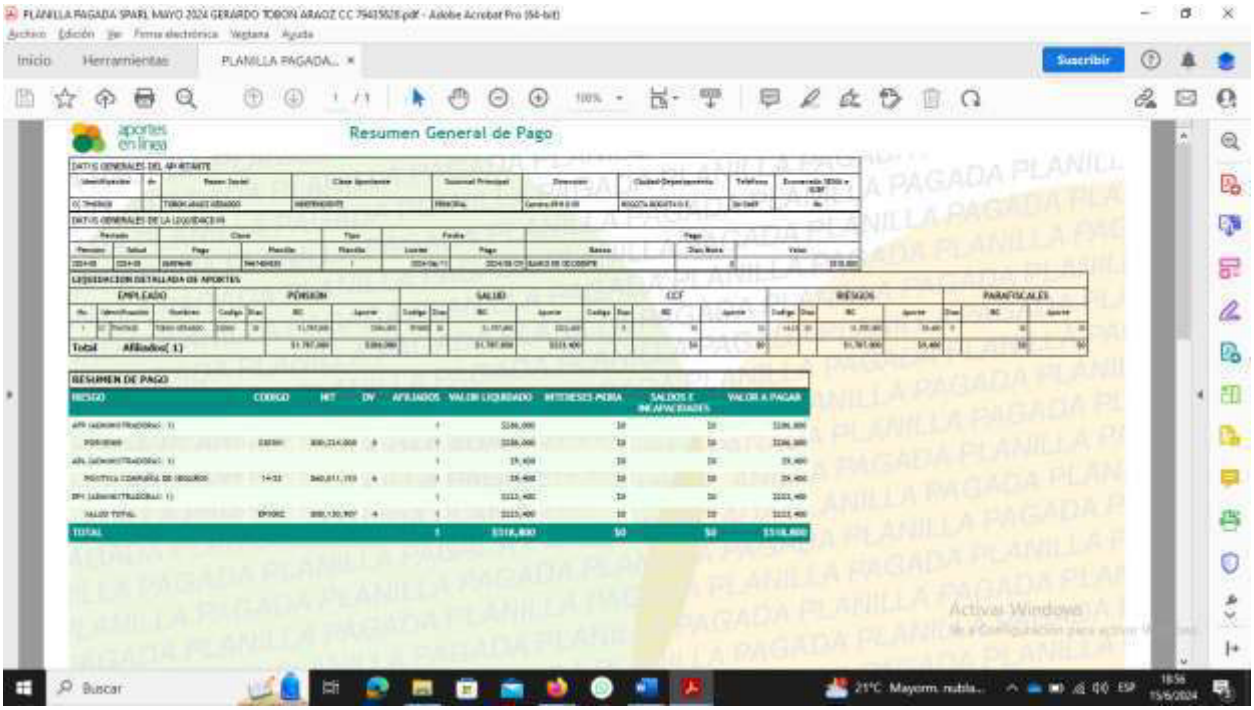


10 obligación: Acreditar elpago mensual de las obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral (salud, pensión y ARL) como trabajador independiente, dentro de los plazos establecidos en el Decreto 1990 de 2016 Artículo 3.2.2.1. y lo contemplado en la Ley 1955 de 2019, artículo 244, que permite la posibilidad que los contratistas coticen su seguridad social mes vencido.La demora en la entrega de los soportes de pago mensual de estas obligaciones será causal6 GTH-F-075 V.07 para el aplazamiento del pago de los honorarios respectivos hasta que se dé el cabal cumplimiento de las obligaciones anteriormente señaladas. La persistencia en elincumplimiento de esta obligación por parte del CONTRATISTA será causal para la declaración de incumplimiento y caducidad administrativa.

Acciones realizadas: Realicé el pago de salud pensión y ARL del mes de abril de 2024.

Evidencias: Planilla pagada de salud pensión y ARL en PDF.

Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.



11 obligación: Vigilar y salvaguardar los bienes que hagan parte del patrimonio del SENA o de otras entidades o de particulares puestos al servicio de la entidad y que le hayan sido entregados para el desarrollo del objetodel contrato, por lo que son sujetos de control y vigilancia. En consecuencia, deberán dar cuenta sobre la entrega de los bienes al supervisor y/o interventor del contrato respectivo ya los órganos de control fiscal y disciplinario, de ser procedente.

Acciones realizadas: Velé por el buen uso de los ambientes de aprendizaje y equipo asignados para formación, dejándolos el en mismo estado que se encontraron.

Evidencias: Portátil y Video beam.

12 obligación: Atender oportunamentelos requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato.

Acciones realizadas: Realicé y entregué a tiempo el informe mensual de ejecución contractual.

Evidencias: Informe mensual.



Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
CO1.PCCNTR. 5932037
EVIDENCIAS DEL MES JUNIO DE 2024.

13 obligación: Presentar por medio de la plataforma Secop II, los informes mensuales de actividades junto con las cuentas de cobro en las fechas establecidas por la Entidad, a efectos que las mismas sean canceladas dentro del mes. Las cuentas de cobro quesean presentadas de manera extemporánea o por fuera del calendario estimado por la Entidad, se tramitará en el siguiente mes. El Sena no responderá por retenciones o descuentos que se realicen a los contratistas por causa de la presentación tardía de las cuentas de cobro.

Acciones realizadas: Entregué y subí a tiempo el informe mensual y los documentos solicitados en SECOP II

Evidencias: SECOP II.

14 obligación: Desplazarse dentro y fuera del territorio nacional, cuando sea requerido para el cumplimiento de las obligaciones contractuales y legalizar las órdenes de viaje, de acuerdo con los términos y lineamientos del SENA, una vez culminado el desplazamiento.

Acciones realizadas: Oriente aprendizaje para las fichas 3011246, 3011357, 3015814 en la Vereda Chocoita, Caserío La Estrella, Girón, Santander, en la Escuela Chocita IED,

Evidencias: Lista de Asistencia y fotografías.









Ficha de Caracterización:	EMPRENDIMIENTO DIGITAL
Estado:	EN EJECUCION COMPLEMENTARIA VIRTUAL
Fecha	Vereda Chocoita, Girón, Santander, 01 de mayo de 20224

Asistencia y Reporte de Aprendices 01 Mayo de 2024.

	CC o TI	#DOC	NOMBRES	APELLIDOS	S 1	D 2	L 3	M 4	M 5	J 6	V 7	S 8	D 9	L 10	M 11	M 12	J 13	V 14	S 15	D 16	L 17	M 18	M 19	J 20	V 21	S 22	D 23	L 24	M 25	M 26	J 27	V 28	S 29	D 30	TOTAL FALLAS	MOTIVO	EMPRENDIMIENTO DIGITAL. SUBIR JE.	MARKETING, VENTAS, COMERCIALIZACIÓN CANVAS SUBIR JE.	TIPO POBLACIÓN	CORREO ELECTRÓNICO	
1	CC	91179517	JUAN	ARDILA				IE	IE	IE	IE	IE			IE	IE	IE																						Campesino	juanardilag123@gmail.com	3166597855
2	CC	1095914760	LUIS MIGUEL	BARRGÁN MANTILLA																																		Campesino		3218544792
3	CC	91178024	GILBERTO	BUENO BUENO																																		Campesino		
4	CC	5706177	SAÚL	CABALLERO GALVÍS				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	saulc9633@gmail.com	3106641180
5	CC	91477342	JHON FREDDY	CACERES ARIAS																																		Campesino	jhonfreddycaceresarias@gmail.com	3046069835
6	CC	1101597664	JUAN CARLOS	CARVAJAL CHAPARRO																																		Campesino		3227777237
7	CC	[redacted]	LEIDY	GARCIA																																		LABORAL				Campesino	[redacted]	3213668676
8	CC	1095936881	EDGAR ARMANDO	GARCÍA CARRILLO																																		Campesino	edgargarci772@gmail.com	3163723852
9	CC	1097492383	SILVIA VANESSA	GARCÍA ARDILA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	ardila2355@gmail.com	3124999671
10	CC	28150527	EMILCE	GOMEZ BUENO																																		Campesino	emilcegomez2019@gmail.com	3234609099
11	CC	91176764	ANSELMO	HERNANDEZ RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	admechocoita@gmail.com	3138818872
12	CC	1101201095	RUMALDO	MACIAS DOMINGUÉZ				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	maciasdominguezrumaldo@gmail.com	3227638902
13	CC		HAYDER	MANTILLA RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	haydermantilla86@gmail.com	3028027913
14	CC	1005152035	HEIDE ZARETH	ORTÍZ ALMEIDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	heidjortiz2002@gmail.com	3118730473
15	CC	1005156921	JUAN JESUS	PINTO ARDILA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	pinto16juanjesusardila@gmail.com	3142638863
16	CC	1095925218	BLANCA ROCIO	REY HERNÁNDEZ																																		Campesino	blanquitarey15@gmail.com	3125508683
17	CC	13953378	RICARDO	RODRÍGUEZ CADENA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	rrcadena1863@gmail.com	3143311122
18	TI	1095916347	SULAY CAMILA	RUEDA FLOREZ				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	zulaycamilaruedaflorez@gmail.com	3228780914
19	CC	1095911769	FRANCISCO JOSÉ	RUEDA SERRANO				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	franciscorueda230@gmail.com	3214890346
20	CC	1098721662	SILVIA PAOLA	SALAZAR TORRES																																		Campesino	silviasalazarx23@gmail.com	3164559700
21	CC	1005155713	LUIS MIGUEL	SANTOS SIERRA																																		Campesino	gregoriosantosuribe586@gmail.com	3052336328
22	CC	28152918	DIANA MARÍA	SERRANO LARROTA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	serranolarrota@gmail.com	3132823369
23	CC	1095917582	ANGELA	TAPIAS RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	angelatapiasrueda@gmail.com	3107656169
24	CC	1095910285	ESTEFANY ALEXANDRA	ARDILA HERRERA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	alexaardila505@gmail.com	3243908456
25																																									
26																																									
27																																									
28																																									
29																																									
30																																									
31																																									
32																																									
33																																									
34																																									
35																																									
36																																									

	PP de EP	A	ASISTIO
	VOCERO	I	NO ASISTIO
	SUPLENTE	IE	NO ASISTIO CON EXCUSA
D	DESERTAR	IRVD	ɜTENCIA RETIRO VOLUNTARIO DESERCION
		RV	RETIRO VOLUNTARIO
		D	DESERCION
		T	TRASLADO
		N.A.	NO APLICA
		DES	DESECOLARIZADO
		P	PENDIENTE

OK WHATSAPP



Ficha de Caracterización:	EMPRENDIMIENTO DIGITAL
Estado:	EN EJECUCION COMPLEMENTARIA VIRTUAL
Fecha	Vereda Chocoita, Girón, Santander, 01 de mayo de 20224

Asistencia y Reporte de Aprendices 01 Mayo de 2024.

	CC o TI	#DOC	NOMBRES	APELLIDOS	S 1	D 2	L 3	M 4	M 5	J 6	V 7	S 8	D 9	L 10	M 11	M 12	J 13	V 14	S 15	D 16	L 17	M 18	M 19	J 20	V 21	S 22	D 23	L 24	M 25	M 26	J 27	V 28	S 29	D 30	TOTAL FALLAS	MOTIVO	EMPRENDIMIENTO DIGITAL. SUBIR JE.	MARKETING, VENTAS, COMERCIALIZACIÓN CANVAS SUBIR JE.	TIPO POBLACIÓN	CORREO ELECTRÓNICO	
1	CC	91179517	JUAN	ARDILA				IE	IE	IE	IE	IE			IE	IE	IE																						Campesino	juanardilag123@gmail.com	3166597855
2	CC	1095914760	LUIS MIGUEL	BARRGÁN MANTILLA																																		Campesino		3218544792
3	CC	91178024	GILBERTO	BUENO BUENO																																		Campesino		
4	CC	5706177	SAÚL	CABALLERO GALVÍS				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	saulc9633@gmail.com	3106641180
5	CC	91477342	JHON FREDDY	CACERES ARIAS																																		Campesino	jhonfreddycaceresarias@gmail.com	3046069835
6	CC	1101597664	JUAN CARLOS	CARVAJAL CHAPARRO																																		Campesino		3227777237
7	CC	[redacted]	LEIDY	GARCIA																																		LABORAL				Campesino	[redacted]	3213668676
8	CC	1095936881	EDGAR ARMANDO	GARCÍA CARRILLO																																		Campesino	edgargarci772@gmail.com	3163723852
9	CC	1097492383	SILVIA VANESSA	GARCÍA ARDILA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	ardila2355@gmail.com	3124999671
10	CC	28150527	EMILCE	GOMEZ BUENO																																		Campesino	emilcegomez2019@gmail.com	3234609099
11	CC	91176764	ANSELMO	HERNANDEZ RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	admechocoita@gmail.com	3138818872
12	CC	1101201095	RUMALDO	MACIAS DOMINGUÉZ				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	maciasdominguezrumaldo@gmail.com	3227638902
13	CC		HAYDER	MANTILLA RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	haydermantilla86@gmail.com	3028027913
14	CC	1005152035	HEIDE ZARETH	ORTÍZ ALMEIDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	heidjortiz2002@gmail.com	3118730473
15	CC	1005156921	JUAN JESUS	PINTO ARDILA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	pinto16juanjesusardila@gmail.com	3142638863
16	CC	1095925218	BLANCA ROCIO	REY HERNÁNDEZ																																		Campesino	blanquitarey15@gmail.com	3125508683
17	CC	13953378	RICARDO	RODRÍGUEZ CADENA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	rrcadena1863@gmail.com	3143311122
18	TI	1095916347	SULAY CAMILA	RUEDA FLOREZ				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	zulaycamilaruedaflorez@gmail.com	3228780914
19	CC	1095911769	FRANCISCO JOSÉ	RUEDA SERRANO				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	franciscorueda230@gmail.com	3214890346
20	CC	1098721662	SILVIA PAOLA	SALAZAR TORRES																																		Campesino	silviasalazarx23@gmail.com	3164559700
21	CC	1005155713	LUIS MIGUEL	SANTOS SIERRA																																		Campesino	gregoriosantosuribe586@gmail.com	3052336328
22	CC	28152918	DIANA MARÍA	SERRANO LARROTA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	serranolarrota@gmail.com	3132823369
23	CC	1095917582	ANGELA	TAPIAS RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	angelatapiasrueda@gmail.com	3107656169
24	CC	1095910285	ESTEFANY ALEXANDRA	ARDILA HERRERA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	alexaardila505@gmail.com	3243908456
25																																									
26																																									
27																																									
28																																									
29																																									
30																																									
31																																									
32																																									
33																																									
34																																									
35																																									
36																																									

	PP de EP	A	ASISTIO
	VOCERO	I	NO ASISTIO
	SUPLENTE	IE	NO ASISTIO CON EXCUSA
D	DESERTAR	IRVD	ɜTENCIA RETIRO VOLUNTARIO DESERCION
		RV	RETIRO VOLUNTARIO
		D	DESERCION
		T	TRASLADO
		N.A.	NO APLICA
		DES	DESECOLARIZADO
		P	PENDIENTE

OK WHATSAPP



Ficha de Caracterización:	EMPRENDIMIENTO DIGITAL
Estado:	EN EJECUCION COMPLEMENTARIA VIRTUAL
Fecha	Vereda Chocoita, Girón, Santander, 01 de mayo de 20224

Asistencia y Reporte de Aprendices 01 Mayo de 2024.

	CC o TI	#DOC	NOMBRES	APELLIDOS	S 1	D 2	L 3	M 4	M 5	J 6	V 7	S 8	D 9	L 10	M 11	M 12	J 13	V 14	S 15	D 16	L 17	M 18	M 19	J 20	V 21	S 22	D 23	L 24	M 25	M 26	J 27	V 28	S 29	D 30	TOTAL FALLAS	MOTIVO	EMPRENDIMIENTO DIGITAL. SUBIR JE.	MARKETING, VENTAS, COMERCIALIZACIÓN CANVAS SUBIR JE.	TIPO POBLACIÓN	CORREO ELECTRÓNICO	
1	CC	91179517	JUAN	ARDILA				IE	IE	IE	IE	IE			IE	IE	IE																						Campesino	juanardilag123@gmail.com	3166597855
2	CC	1095914760	LUIS MIGUEL	BARRGÁN MANTILLA																																		Campesino		3218544792
3	CC	91178024	GILBERTO	BUENO BUENO																																		Campesino		
4	CC	5706177	SAÚL	CABALLERO GALVÍS				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	saulc9633@gmail.com	3106641180
5	CC	91477342	JHON FREDDY	CACERES ARIAS																																		Campesino	jhonfreddycaceresarias@gmail.com	3046069835
6	CC	1101597664	JUAN CARLOS	CARVAJAL CHAPARRO																																		Campesino		3227777237
7	CC	[redacted]	LEIDY	GARCIA																																		LABORAL				Campesino	[redacted]	3213668676
8	CC	1095936881	EDGAR ARMANDO	GARCÍA CARRILLO																																		Campesino	edgargarci772@gmail.com	3163723852
9	CC	1097492383	SILVIA VANESSA	GARCÍA ARDILA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	ardila2355@gmail.com	3124999671
10	CC	28150527	EMILCE	GOMEZ BUENO																																		Campesino	emilcegomez2019@gmail.com	3234609099
11	CC	91176764	ANSELMO	HERNANDEZ RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	admechocoita@gmail.com	3138818872
12	CC	1101201095	RUMALDO	MACIAS DOMINGUÉZ				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	maciasdominguezrumaldo@gmail.com	3227638902
13	CC		HAYDER	MANTILLA RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	haydermantilla86@gmail.com	3028027913
14	CC	1005152035	HEIDE ZARETH	ORTÍZ ALMEIDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	heidjortiz2002@gmail.com	3118730473
15	CC	1005156921	JUAN JESUS	PINTO ARDILA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	pinto16juanjesusardila@gmail.com	3142638863
16	CC	1095925218	BLANCA ROCIO	REY HERNÁNDEZ																																		Campesino	blanquitarey15@gmail.com	3125508683
17	CC	13953378	RICARDO	RODRÍGUEZ CADENA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	rrcadena1863@gmail.com	3143311122
18	TI	1095916347	SULAY CAMILA	RUEDA FLOREZ				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	zulaycamilaruedaflorez@gmail.com	3228780914
19	CC	1095911769	FRANCISCO JOSÉ	RUEDA SERRANO				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	franciscorueda230@gmail.com	3214890346
20	CC	1098721662	SILVIA PAOLA	SALAZAR TORRES																																		Campesino	silviasalazarx23@gmail.com	3164559700
21	CC	1005155713	LUIS MIGUEL	SANTOS SIERRA																																		Campesino	gregoriosantosuribe586@gmail.com	3052336328
22	CC	28152918	DIANA MARÍA	SERRANO LARROTA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	serranolarrota@gmail.com	3132823369
23	CC	1095917582	ANGELA	TAPIAS RUEDA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	angelatapiasrueda@gmail.com	3107656169
24	CC	1095910285	ESTEFANY ALEXANDRA	ARDILA HERRERA				A	A	A	A	A			A	A	A																						Campesino	alexaardila505@gmail.com	3243908456
25																																									
26																																									
27																																									
28																																									
29																																									
30																																									
31																																									
32																																									
33																																									
34																																									
35																																									
36																																									

	PP de EP	A	ASISTIO
	VOCERO	I	NO ASISTIO
	SUPLENTE	IE	NO ASISTIO CON EXCUSA
D	DESERTAR	IRVD	ɜTENCIA RETIRO VOLUNTARIO DESERCION
		RV	RETIRO VOLUNTARIO
		D	DESERCION
		T	TRASLADO
		N.A.	NO APLICA
		DES	DESECOLARIZADO
		P	PENDIENTE

OK WHATSAPP

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

FICHA N°:

GRUPO GAES N°1.

NOMBRES y APELLIDOS 1:

NOMBRES y APELLIDOS 2:

NOMBRES y APELLIDOS 3:

NOMBRES y APELLIDOS 4:

NOMBRES y APELLIDOS 5:

NOMBRES y APELLIDOS 6:

1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE.**

- Denominación del Programa de Formación: COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR
- Código del Programa de Formación: 13410017
- Nombre del Proyecto Formativo: N.A.
- **Fase del Proyecto: Ejecución / Evaluación**
- Actividad de Proyecto: N.A.

COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

- Competencia: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales

- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

  24020153304 RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

  24020153301 ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

  24020153302 APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.

  24020153303 EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

  Duración de la Guía: 48 Horas.

2. PRESENTACIÓN

Bienvenido a Comportamiento Emprendedor

Desde la década de los años noventa, el emprendimiento ha demostrado ser un poderoso

fenómeno capaz de cambiar las dinámicas económicas globales y los estilos de vida de las sociedades. Las grandes empresas, con estructuras rígidas y producciones en serie, abrieron paso a pequeñas empresas con estructuras flexibles, que ofrecen bienes y servicios con un alto componente innovador, cambiando de este modo las reglas del juego en las economías del mundo. Colombia no ha estado al margen de ese fenómeno, pues ha reconocido al emprendimiento como un vehículo en la generación de crecimiento económico a través de la cohesión social, la renovación económica, el desarrollo regional, el aumento de la productividad y la competitividad, entre otros.

Dicho panorama plantea innumerables retos al aprendiz. Uno de ellos, es el desarrollo de las competencias necesarias para identificar y aprovechar las oportunidades que se encuentran en su entorno. Por esa razón, resulta de gran importancia que el emprendedor desarrolle un comportamiento emprendedor en los diferentes ámbitos de su vida personal y profesional. Dicho comportamiento guía a los aprendices no sólo en la búsqueda de oportunidades sino en la articulación de los recursos humanos y físicos necesarios para tomar la iniciativa de convertir dicha oportunidad en una actividad empresarial.

La presente formación responde a la necesidad detectada en el diagnóstico realizado en el Plan Estratégico 2015 2018 a la gestión misional de Emprendimiento y Empresarismo, en el cual se encontró que no existía una formación específica dirigida al desarrollo de la actitud y comportamientos emprendedores en los aprendices SENA. En su lugar, se encontraron 474 programas que decían contener elementos relacionados con el emprendimiento, pero una vez fueron analizados a fondo, los programas se enfocan en la formación de competencias contables, financieras y administrativas. Lo anterior, aunque no es erróneo, limita la comprensión del emprendimiento únicamente a la creación de empresas. Resultaba pertinente pues, crear una formación que tuviera como elemento clave el fomento de la actividad emprendedora desde el individuo y, que respondiera al desafío de desarrollar y fortalecer a las personas antes que a las empresas.

Este currículo es el resultado del trabajo realizado en el año 2019 por la Dirección de Formación, en conjunto con la Dirección de Empleo, Trabajo y Emprendimiento y con el apoyo de la Agencia Cooperación alemana GIZ.

Origen de la información: SENA.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1. Actividades de reflexión inicial

Antes de iniciar las actividades propuestas para esta guía, estimado aprendiz es importante que reflexione con respecto al significado de emprendimiento y sus alcances, teniendo en cuenta el siguiente cuestionamiento que usted debe realizarse a mutuo propio: ¿Qué está haciendo usted hoy para lo que quiere ser a futuro?, ya después de responder a este cuestionamiento se dará cuenta de lo importante de su continuidad en proceso de formación.

No es necesario enviar evidencia a su instructor de este cuestionamiento es solo de índole personal, para que al final de su formación tenga claro, porque debe ser buen empleado y buen empresario.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Actividad 1. Características y competencias emprendedoras personales

Comportamiento: El **comportamiento** es la manera en la cual se porta o actúa un individuo en la vida o cualquier otro actor social. Es decir, el **comportamiento** es la forma de proceder que tienen las personas u organismos ante los diferentes estímulos que reciben y en relación al entorno en el cual se desenvuelven.

Origen de la información:

https://www.google.com/search?q=El+comportamiento+es+la+manera+en+la+cual+se+porta+o+act%C3%BAa+un+individuo+en+la+vida+o+cualquier+otro+actor+social.+Es+decir%2C+el+comportamiento+es+la+forma+&ei=LI3jYMzwG7TqxgGOw4O4CA&oq=El+comportamiento+es+la+manera+en+la+cual+se+porta+o+act%C3%BAa+un+individuo+en+la+vida+o+cualquier+otro+actor+social.+Es+decir%2C+el+comportamiento+es+la+forma+&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAw6BwgAEEcQsAM6AggAOgYIABAWEB5KBAhBGABQrMMCWMnTAmD94wJoAnACeASAAflEiAHTCpIBBzAuNS41LTGYAQGgAQGgAQKqAQdnd3Mtd2l6sAEAyAEIwAEB&sclient=gws-wiz&ved=0ahUKEwjMv9jk1MzxAhU0tTEKHY7hAIcQ4dUDCA4

- Comportamiento social: **Comportamiento o conducta social**, en biología, psicología, sociología, es el **comportamiento** o conducta dirigida hacia la sociedad o que tiene lugar entre miembros de la misma especie (relaciones intraespecíficas). ... La forma más original del **comportamiento social** humano es el lenguaje humano.

De acuerdo con la definición de comportamiento social relata brevemente cómo es su conducta en el diario vivir en sociedad, máximo 10 renglones por respuesta.

R/

- Comportamiento personal: El **comportamiento** de una persona remite a su modo de ser, es decir, a su actitud. El **comportamiento** remite a las acciones de una persona y a los hechos que muestra en la rutina cotidiana. ... Es decir, el **comportamiento** de una persona aunque es práctico también tiene una base teórica llamada ética **personal**.

De acuerdo con la definición de comportamiento personal, relata brevemente cómo es su modo de ser y el trato que da a las demás personas cotidianamente:

R/

- Comportamiento familiar: El **comportamiento** de las personas, no solamente debe ser correcto en los actos sociales, sino también en el seno **familiar**. Los modales y buenas maneras, no deben descuidarse en ningún lugar y momento. ... Las personas confiadas para esto son los padres, deben velar por las buenas costumbres, armonía y respeto en el hogar.

De acuerdo con la definición de comportamiento familiar, relata brevemente cómo es su actuar en el seno familiar al que pertenece:

R/

- Comportamiento Empresarial: El **comportamiento organizacional** es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones.

De acuerdo con la definición de comportamiento empresarial, relate brevemente si trabaja como es su conducta en la empresa para la cual trabaja:

R/

Origen de la información:

https://www.google.com/search?q=Comportamiento+social+o+conducta+social%2C+en+biolog%C3%ADa%2C+psicolog%C3%ADa%2C+sociolog%C3%ADa%2C+es+el+comportamiento+o+conducta+dirigida&ei=pl3jYMibDYyEwbkP8pCmoAY&oq=Comportamiento+social+o+conducta+social%2C+en+biolog%C3%ADa%2C+psicolog%C3%ADa%2C+sociolog%C3%ADa%2C+es+el+comportamiento+o+conducta+dirigida&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsAM6AggAOgYIABAWEB5KBAhBGABQ1OkBWJb7AWCAgQJoAnACeASAAdoEiAGSC5IBBzAuNS41LTGYAQCgAQGgAQKqAQdnd3Mtd2l6sAEAyAEIwAEB&sclient=gws-wiz&ved=0ahUKEwjIhuad1czxAhUMQjABHXKICWQQ4dUDCA4&uact=5

https://www.google.com/search?q=Comportamiento+personal%3A+El+comportamiento+de+una+persona+remite+a+su+modo+de+ser%2C+es+decir%2C+a+su+actitud.+El+comportamiento+remite+a+las+acciones+de+una+persona+y+a+los+hechos+que+muestra+en+la+rutina+cotidiana&ei=yV3jYKacA8KEwbkP--uE0AE&oq=Comportamiento+personal%3A+El+comportamiento+de+una+persona+remite+a+su+modo+de+ser%2C+es+decir%2C+a+su+actitud.+El+comportamiento+remite+a+las+acciones+de+una+persona+y+a+los+hechos+que+muestra+en+la+rutina+cotidiana&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsANKBAhBGABQ5aUDWI3OA2C20QNoAXAEeASAAb8BiAGyBZIBAzAuNJgBAaABAaABAqoBB2d3cy13aXqwAQDIAQjAAQE&sclient=gws-wiz&ved=0ahUKEwjmpLSu1czxAhVCQjABHfs1ARoQ4dUDCA4&uact=5

https://www.google.com/search?q=El+comportamiento+de+una+persona+remite+a+su+modo+de+ser%2C+es+decir%2C+a+su+actitud.+El+comportamiento+remite+a+las+acciones+&ei=Bl7jYN-ZFJyJwbkPnMeCuAY&oq=El+comportamiento+de+una+persona+remite+a+su+modo+de+ser%2C+es+decir%2C+a+su+actitud.+El+comportamiento+remite+a+las+acciones+&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsANKBAhBGABQivgCWJG0A2DbuQNoAXAEeASAAa4BiAHbBJIBAzAuNJgBAaABAaABAqoBB2d3cy13aXqwAQDIAQfAAQE&sclient=gws-wiz&ved=0ahUKEwjftNDL1czxAhWcRDABHZyjAGcQ4dUDCA4&uact=5

https://www.google.com/search?q=El+comportamiento+organizacional+es+un+campo+de+estudio+en+el+que+se+investiga+el+impacto+que+individuos%2C+grupos+y+estructuras+&ei=QF7jYNDAK-HqxgGRt6PADq&oq=El+comportamiento+organizacional+es+un+campo+de+estudio+en+el+que+se+investiga+el+impacto+que+individuos%2C+grupos+y+estructuras+&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsANKBAhBGABQ_MgBWPvuAWCe8wFoAXADeASAAQCIAQCSAQCYAQagAQGgAQKqAQdnd3Mtd2l6sAEAyAEIwAEB&sclient=gws-wiz&ved=0ahUKEwjQ4Lvn1czxAhVhsDEKHZHbCOgQ4dUDCA4&uact=5

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje y/o ambiente virtual de aprendizaje (AVA), y/o ambiente de sistemas.

Materiales: video beam, tv, plumones, tablero, cable HDMI, cable VGA, extensión eléctrica, multi toma, conexión a internet.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad 2. Negociación

La negociación se puede definir como la relación que establecen dos o más personas en relación con un asunto determinado con vistas a acercar posiciones y poder llegar a un acuerdo que sea beneficioso para todos: Relación gana-gana entre las partes.

Elementos de la negociación:

Los **elementos de una negociación** que podemos destacar son los siguientes:

1. **Alternativas**. Suponen la necesidad de negociar con la mente abierta porque puede suceder que el acuerdo se alcance en base a una alternativa que no nos habíamos planteado inicialmente. Si conoces muy bien el mercado, los precios, los problemas que se pueden dar o a los competidores, tendrás más opciones y más poder de negociación.
2. **Intereses**. Responden a la pregunta de ¿Qué es lo que te motiva a ti y a la otra parte en la negociación? Es decir, se trata de averiguar qué tiene que suceder para que las dos partes de la negociación alcancen un acuerdo.
3. **Opciones**. Cuando se conocen los intereses es posible plantear opciones. Para ello es necesaria la creatividad. Una forma de generar opciones es hacer una sesión de *brainstorming* con tu equipo, por ejemplo.
4. **Compromisos**. Son los elementos sobre los que se ha alcanzado un acuerdo entre las partes, inicialmente serán verbales y más tarde se plasmarán por escrito de forma que sean vinculantes y queden claros.
5. **Criterios**. Los criterios que se utilicen en la negociación deben ser objetivos. Por ejemplo, si quiero reducir el precio de un servicio que se presta a una empresa, deberé aportar datos concretos y reales sobre los precios de otras empresas para ese servicio.

6. **Relación**. El proceso de negociación debe tener también como meta la creación de una relación duradera con la otra parte. Si ya se ha negociado antes con esa empresa será más fácil.
7. **Comunicación**. La comunicación puede tener varias vías como el teléfono, el correo electrónico o una reunión cara a cara. Para facilitar la comunicación entre las partes es importante que se conozcan en persona y negocien cara a cara. Es una forma de poner en práctica la escucha activa y de generar confianza. Además, es fundamental que los mensajes que enviemos sean claros y estén adaptados a la cultura o el idioma de la empresa o persona que los recibe.

Origen de la información: https://getplus.es/los-7-elementos-de-una-negociacion-segun-la-universidad-de-harvard/

- Realice una simulación de negociación en la cual participen los integrantes del grupo autónomo de estudio ‘’GAES’’, escribiendo como realizan los 7 pasos de negociación anteriormente mencionados y material de apoyo Técnicas de Negociación en archivo Word y PDF; asumir que deben negociar un bien o servicio al detal y mayorista

R/

1- Alternativas:

2- Intereses:

3- Opciones

4-

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje, y/o ambiente virtual de aprendizaje (AVA), y/o ambiente de sistemas.
Materiales: video beam, tv, plumones, tablero, cable HDMI, cable VGA, extensión eléctrica, multi toma, conexión a internet.

Evidencia de aprendizaje 1 y 2. **(actividad en grupo).** Subir guía de aprendizaje desarrollada en DRIVE, la simulación de negociación, gracias.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de Producto:	VALORA SUS CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS	FES: Formato de evaluación y seguimiento.

	PERSONALES ACORDE CON HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO PERSONAL. FORMULA LOS OBJETIVOS PERSONALES DE ACUERDO CON SU MOTIVACIÓN Y PROPÓSITO DE VIDA. APLICA LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA DE ACUERDO CON FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS. IDENTIFICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DE ACUERDO CON PROBLEMAS DE LA COTIDIANIDAD. APLICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES SEGÚN IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN. APROPIA EL CONCEPTO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN SEGÚN SOLUCIÓN DE DESAFÍOS. APLICA LA CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN RETO DE INNOVACIÓN. SUSTENTA EL PLAN DE ACCIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA. RECONOCE LOS INTERESES PROPIOS Y DEL OTRO DE ACUERDO CON LA APLICACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA. ASOCIA LAS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ÁMBITOS PERSONALES, SOCIALES Y	

5. Glosario de términos

N**orma técnica** es un documento aprobado por un organismo reconocido que establece especificaciones **técnicas** basadas en los resultados de la experiencia y del desarrollo tecnológico, que hay que cumplir en determinados productos, procesos o servicios.

Resolución es una condición en la que se busca determinar la solución de una determinada circunstancia. Una **resolución** de un caso, por lo general es el acto en el que se concluye con un análisis final y definitivo el problema que busca desde una instancia cuestionada y debatida ser resuelto.

Decreto: es un término que procede del latín decrētum, es la decisión de una autoridad sobre la materia en que tiene competencia. Suele tratarse de un acto administrativo llevado a cabo por el Poder Ejecutivo, con contenido normativo reglamentario y jerarquía inferior a las leyes.

Ley: es una norma jurídica dictada por una autoridad competente, en general, es una función que recae sobre los legisladores de los congresos nacionales de los países, previo debate de los alcances y el texto que impulsa la misma y que deberá observar un cumplimiento obligatorio por parte de todos los ciudadanos, sin excepción, de una Nación, porque de la observación de estas dependerá que un país no termine convertido en una anarquía o caos.

El **diagnóstico** es el resultado del análisis que se realiza en una primera instancia y que tiene como fin permitir conocer las características específicas de la situación determinada para así poder actuar en consecuencia, sugiriendo tratamiento o no.

Área Administrativa tiene como misión atender todo lo inherente a la administración general de la Obra (física, financiera, contable y de recursos humanos), y brindar apoyo técnico y recursos a las demás áreas en aspectos administrativos.

Área Financiera: Se encarga de ciertos aspectos específicos de una organización que varían de acuerdo con la naturaleza de acuerdo con la naturaleza de cada una de estas funciones, las funciones más básicas que desarrolla la Administración Financiera son: La Inversión, El Financiamiento y las decisiones sobre los dividendos de una organización.

Área de Mercadeo y Ventas: El desarrollo e implementación de un plan de mercadeo y ventas le permite a las empresas definir su participación de mercado, los canales de distribución y las ventas por canal. Así mismo, la cobertura geográfica de la fuerza de ventas y la rentabilidad esperada por cada canal de comercialización.

Uno de los elementos claves dentro del plan de mercadeo y ventas también es definir e identificar los principales competidores. Se debe analizar su tamaño, objetivos, participación de mercado, producto o servicio y estrategia de mercadeo. Esto le permitirá desarrollar una estrategia de mercadeo diferencial.

En la CCB le ayudamos a implementar y mejorar su plan de mercadeo y ventas, para que pueda definir las estrategias adecuadas para ofrecer su producto o servicio a su mercado objetivo.

Para iniciar con nuestro apoyo le invitamos a evaluar su empresa, identificando sus fortalezas y necesidades de manera integral, y así nosotros le diseñaremos una ruta de servicios o plan de trabajo para lograr resultados contundentes y visibles.

Área producción de Bienes y Servicios: La **Administración de la producción** o la **administración de operaciones** es la administración de los recursos productivos de la organización. Esta área se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas que producen bienes y servicios. La Administración de las Operaciones es un área de estudio o subciencia de la Administración.

Productividad: Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad, la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida. Exige eficiencia y eficacia en el desempeño de la organización y en el desempeño individual

Sistema: Es un conjunto de partes o elementos organizadas y relacionadas que interactúan entre sí para lograr un objetivo. Los sistemas reciben (entrada) datos, energía o materia del ambiente y proveen (salida) información, energía o materia. Es la interrelación entre todas las partes de una estructura.

Holística: La holística alude a la tendencia que permite entender los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan; corresponde a una actitud integradora como también a una teoría explicativa que orienta hacia una comprensión contextual de los procesos, de los protagonistas y de sus contextos. La holística se refiere a la manera de ver las cosas enteras, en su totalidad, en su conjunto, en su complejidad, pues de esta forma se pueden apreciar interacciones, particularidades y procesos que por lo regular no se perciben si se estudian los aspectos que conforman el todo, por separado.

Teoría : Sistema lógico-deductivo[1] constituido por un conjunto de hipótesis, un campo de aplicación (de lo que trata la teoría, el conjunto de cosas que explica) y algunas reglas que permitan extraer consecuencias de las hipótesis de la teoría. En general las teorías sirven para confeccionar modelos científicos que interpreten un conjunto amplio de observaciones, en función de los axiomas o principios, supuestos y postulados, de la teoría.

Enfoque: Conducir la **atención** hacia un tema, cuestión o problema desde unos supuestos desarrollados con anticipación a fin de resolverlo de modo acertado.

Línea del tiempo: El eje, línea o friso cronológico es un gráfico con el que representamos periodos históricos y sucesos. Tiene cuatro partes: el eje sobre el que se marcan los datos (que puede ser una línea o una barra rectangular), los años que se marcan para indicar la escala, los periodos históricos y los acontecimientos señalados con líneas.

Cronología: **La palabra cronología se origina de un vocablo griego**, “chrono” que significa tiempo y “logos” que es tratado o estudio. Por lo tanto esta palabra puede definirse como la **ciencia** que estudia y precisa el orden y fechas de los acontecimiento históricos, este proceso o ciencia organiza u ordena de manera sucesiva o gradual cada hecho que acontece en el mundo en un determinado momento y espacio. Esta ciencia muy importante para la historia ya que la historia es la ciencia que estudia el pasado de la humanidad y como bien se dijo ayuda a organizar cada hecho importante acontecido en el mundo gradualmente.

Emprendimiento:

Es un arte de saber planear, organizar, dirigir y controlar mi vida social personal, familiar y empresarial, para un futuro promisorio, leyendo, escribiendo e investigando, es decir, estudiando toda la vida, siendo buen empleado y empresario.

Origen de la información, fuente: Instructor Gerardo Tobón Araoz.

Según Peter F Drucker, (1998, p.10) ¨El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo¨.

Origen de la información, fuente: https://redalyc.org/pdf

Emprendedor:

- Concepto: Emprendedor es quien, a partir de una idea innovadora, saca adelante por sus propios medios un proyecto en el que cree apasionadamente, busca la manera de materializarlo y asume los riesgos y consecuencias que esto significa. Fuente: https://www.bbva.com.ar .

Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Fuente: https://www.mincit.gov.co

- Características:

Comunicación, La comunicación es una de las habilidades más valoradas en el ámbito del trabajo, ya que permite a los/as trabajadores/as entenderse a sí mismos y a los demás, con el fin de construir relaciones positivas, agilizar procesos en las tareas y lograr el cumplimiento de los objetivos previamente establecidos, a través de los distintos canales (cara a cara, escritos, gráficos, digitales u otros). Fuente: https://www.sence.gob.cl .

Capacidad de organización

Podemos decir que la organización propia o personal es la capacidad para realizar las tareas de una manera ordenada, eficiente y autónoma. Para que puedan hacerse de tal forma, previamente hay que planificarlas y priorizarlas según el tiempo disponible. Fuente: https://www.academiadelorden.net .

Trabajo en equipo

Es la capacidad de participar activamente en la prosecución de un meta común subordinado a los intereses personales a los objetivos del equipo. Fuente: https:///www.gob.mx .

Visión

Logros que se proyecta alcanzar en el su futuro, es decir, el punto o lugar al que se quiere llegar a largo plazo y el cómo se quiere llegar al mismo. Fuente: https://www.simla.com .

Estrategia

Las estrategias son planificaciones que se llevan a cabo con la finalidad de cumplir un objetivo o de alcanzar una meta. Por ejemplo: Una compañía de alimentos lanzó un nuevo tipo de arroz. Para lograr el objetivo de que más personas lo conozcan, se implementó la estrategia de venderlo a un precio muy bajo. Fuente: https://www.ejemplos.co/estrategias .

Negociación

"Las negociaciones se pueden definir prácticamente como el proceso que les ofrece a los contendientes la oportunidad de intercambiar promesas y contraer compromisos formales, tratando de resolver sus diferencias". "La negociación es un proceso y una técnica mediante los cuales dos o más partes construyen un acuerdo. Fuente: https://es.wikipedia.org .

- Comportamiento

Conjunto de respuestas generadas por los individuos a estímulos de su entorno basadas en la automotivación. El comportamiento Emprendedor se manifiesta en una persona que es capaz de asumir una tarea, preservar en ella, desarrollarla y resolver cualquier contra tiempo que se produzca en el proceso.

Origen de la información, fuente: SENA, https://www.sena.edu.co/dipsform

Responsabilidad Emprendedora:

- Concepto

La responsabilidad es uno de los valores más importantes que debe respetar un emprendedor o empresario. Ser responsable es asumir las consecuencias de nuestros actos. Responsabilidad es trabajar para que nuestras acciones respeten la justicia, las libertades de las personas, garantizando que no provoquen daños. Fuente: https://www.jogeruiz.blogs.uv.es/laresponsabilidadparaemprender

- Dimensiones: Pensar, sentir y actuar.

Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=LHi0v6fhARM

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS o CIBERGRÁFICOS

www.ccb.org.co

www.aulafacil.com

https://getplus.es/los-7-elementos-de-una-negociacion-segun-la-universidad-de-harvard/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Gerardo Tobón Araoz	Instructor Emprendimiento Digital, Comporamiento Emprendedor, Emprendimiento, Formulación de Proyectos.	CENTRO INDUSTRIAL DE DISEÑO Y MANUFACTURA, Floridablanca, Santander.	29 de agosto de 2023.

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor(es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

FICHA N°: 3011

GRUPO GAES N°1.

NOMBRES y APELLIDOS 1:

NOMBRES y APELLIDOS 2:

NOMBRES y APELLIDOS 3:

NOMBRES y APELLIDOS 4:

NOMBRES y APELLIDOS 5:

NOMBRES y APELLIDOS 6:

1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE.**

- Denominación del Programa de Formación: EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS.
- Código del Programa de Formación: 13410005
- Nombre del Proyecto Formativo: N.A.
- **Fase del Proyecto: CAMPESENA**
- Actividad de Proyecto: N.A.

COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

- Competencia: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales

- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO

Duración de la Guía: 48 Horas.

2. PRESENTACIÓN

Bienvenido a Emprendimiento de Unidades Productivas

Los emprendedores enfrentan desafíos significativos, que pueden dificultar la creación y el crecimiento de emprendimientos en Colombia. Dentro de los principales problemas se incluyen: Falta de recursos económicos propios para iniciar un proyecto. Falta de financiamiento, Falta de fomento o apoyo del gobierno.

Formalización del emprendimiento, teniendo en cuenta la dificultad para formalizar el emprendimiento, como la obtención de personería jurídica, cámara de comercio y NIT. Falta de educación en emprendimiento Altos impuestos y Desinterés en el emprendimiento. Para abordar estas dificultades y fomentar el emprendimiento a través de unidades productivas, es fundamental realizar un análisis detallado del entorno, desarrollar un plan de negocios sólido, buscar fuentes de financiamiento adecuadas y estar dispuesto a adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado. Los emprendedores enfrentan desafíos significativos, que pueden dificultar la creación y el crecimiento de emprendimientos en Colombia. Dentro de los principales problemas se incluyen: Falta de recursos económicos propios para iniciar un proyecto, Falta de financiamiento, Falta de fomento o apoyo del gobierno. Formalización del emprendimiento, teniendo en cuenta la dificultad para formalizar el emprendimiento, como la obtención de personería jurídica, cámara de comercio y NIT.
Falta de educación en emprendimiento. Altos impuestos, Desinterés en el emprendimiento. Para abordar estas dificultades y fomentar el emprendimiento a través de unidades productivas, es fundamental realizar un análisis detallado del entorno, desarrollar un plan de negocios sólido, buscar fuentes de financiamiento adecuadas y estar dispuesto a adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado.

El apoyo de redes de emprendimiento, incubadoras o aceleradoras de negocios también puede ser beneficioso para superar estos desafíos, por ello emprender en Colombia conlleva que el gobierno Colombiano mantenga el apoyo adecuado e implemente políticas efectivas de acceso a la financiación, reducción trámites burocráticos, inversión en educación y formación y promueva una cultura empresarial, generando impactos positivos en la sociedad e incluyendo el fortalecimiento del capital económico, humano y social, así como la promoción de la solidaridad y la felicidad de las personas.

El programa de Emprendimiento de Unidades Productivas se diseñó pensando en potenciar los conocimientos, destrezas y habilidades necesarias para estructurar la propuesta de negocio hasta la comercialización de sus productos, a partir del diagnóstico del macro y micro entorno, con factores que impacten desde un análisis financiero el balance de activos y pasivos en la unidad productiva, generando presupuestos para prospectar ventas y analizar el estado de resultado para consolidar las utilidades del negocio; y a su vez en el mejoramiento de la calidad de vida de quienes lo practican con satisfacciones para el cliente.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1. Actividades de reflexión inicial

Antes de iniciar las actividades propuestas para esta guía, estimado aprendiz es importante que reflexione con respecto al significado de emprendimiento y sus alcances, teniendo en cuenta el siguiente cuestionamiento que usted debe realizarse a mutuo propio: ¿Qué está haciendo usted hoy para lo que quiere ser a futuro?, ya después de responder a este cuestionamiento se dará cuenta de lo importante de su continuidad en proceso de formación.

¿No es necesario enviar evidencia a su instructor de este cuestionamiento es solo de índole personal, para que al final de su formación tenga claro, porque debe ser buen empleado y empresario?

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Actividad 1. Emprendedor

Emprendedor:

Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras. Aplicado a persona, usado también como sustantivo. Real Academia de la Lengua Española

Un emprendedor es una persona que identifica una oportunidad y que, conociendo los riesgos, emprende la acción de organizar los recursos necesarios para crear o fundar una empresa o negocio, con la finalidad de aprovechar dicha oportunidad, obteniendo una respectiva ganancia. Wikipedia

impulsar una empresa propia a través de su financiamiento. HubSpot.

- Búsqueda de oportunidades: Investigación de las diferentes plazas para encontrar la oportunidad de posicionar un bien o servicio en el mercado

De acuerdo con la definición de Búsqueda de oportunidades escriba 5 oportunidades y cual producto se puede posicionar en cada una de ellas, tener en cuenta la investigación realizada por el grupo GAES.

R/

1.

2.

3.

4

5.

- Calidad y Eficacia: Es el grado en que un procedimiento o servicio puede lograr el mejor resultado posible, cuando se crean condiciones de máximo acondicionamiento para alcanzar un fin y este se logra, los recursos puestos en función de este fin fueron eficaces. Es la relación objetivos/resultados bajo condiciones reales. Amelica.org.

De acuerdo con la definición de Calidad y Eficacia, describa la calidad de su producto mínimo viable y que recursos pone a disposición de este para obtener una venta eficaz.

R/

- Análisis de Riesgo: El análisis de riesgo, también conocido como evaluación de riesgos o PHA por sus siglas en inglés. Process Hazard Analysis, es el estudio de las causas de las

posibles amenazas y probables eventos no deseados y los daños y consecuencias que éstas puedan producir. Wikipedia

El análisis de riesgo es un proceso sistemático utilizado para identificar, evaluar y gestionar los riesgos potenciales que pueden afectar una instalación existente o a un proyecto en desarrollo.

De acuerdo con la definición de análisis de riesgo escriba tres riesgos que pueda llegar a tener su producto al posicionarlo en el mercado y como lo evitaría:

R/

1.

2.

3.

Mitigación del riesgo:

1.

2.

- Metas: Una meta es un resultado deseado que una persona o un sistema imagina, planea y se compromete a lograr: un punto final deseado personalmente en una organización en algún desarrollo asumido. Muchas personas tratan de alcanzar objetivos dentro de un tiempo concreto, fijando plazos. Wikipedia

  Fin a que se dirigen las acciones o deseos de alguien. Real Academia Española.

De acuerdo con la definición de Metas, escriba 2 metas para su producto mínimo viable.

R/

1.

2.

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje y/o ambiente virtual de aprendizaje (AVA), y/o ambiente de sistemas y/o ambiente de aprendizaje físico.
Materiales: Portátil, video beam, tv, plumones, tablero, cable HDMI, cable VGA, extensión eléctrica, multi toma, conexión a internet, 20 pliegos papel periódico, 20 marcadores permanentes colores negro, rojo, verde, azul, café.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad 2. **Finanzas Indicadores de Gestión**

Los indicadores de gestión, también cocidos como KPIs, constituyen puntos de referencia cruciales para medir el cumplimiento de los objetivos internos de una empresa. Son herramientas vitales que permiten evaluar si una empresa está alcanzando sus Metas de una manera efectiva. Adequasys.com

Los indicadores más evaluados en una empresa son los de rentabilidad en bruto, rentabilidad operativa, rentabilidad antes de impuestos y rentabilidad neta.

RB = (RB/VB)*100

RB Rentabilidad en bruto

VB Venta en bruto

RO = (RO/VB) *100

RO Rentabilidad operativa

RAI = (RAI/VB) *100

RAI Rentabilidad antes de impuestos

RN = (RN/VB) *100

RN Rentabilidad neta.

Estado de pérdidas y ganancias ¨EDPyG¨

Estado financiero que muestra si la empresa está ganando o perdiendo dinero. Gerardo Tobón Araoz.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

GERARDO TOBÓN ARAOZ

NIT: 79.435.628

Del 01 al 31 de mayo de 2024

VENTA EN BRUTO	$	18,519
COSTO ELABORACION	$	6,460
RENTABILIDAD EN BRUTO	$	12,058
GTOS ADMON Y VENTAS		926
RENTABILIDAD OPERATIVA	$	11,132
GASTOS FINANCIEROS	$	151
OTROS GASTOS		0
OTROS INGRESOS		0
RENTABILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RAI	$	10,981
IMPUESTOS DE RENTA	$	3,843
RENTABILIDAD NETA	$	7,138

De acuerdo con estado de pérdidas y ganancias anterior hallar los cuatro indicadores de gestión principales del mismo:

R/

Rentabilidad Neta =

Rentabilidad Antes de Impuestos =

Rentabilidad Operativa =

Rentabilidad en Bruto =

https://gestion.pensemos.com/indicadores-de-gestion-tipos-y-ejemplos

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje y/o ambiente virtual de aprendizaje (AVA), y/o ambiente de sistemas y/o ambiente de aprendizaje físico.
Materiales: Portátil, video beam, tv, plumones, tablero, cable HDMI, cable VGA, extensión eléctrica, multi toma, conexión a internet, 20 pliegos papel periódico, 20 marcadores permanentes colores negro, rojo, verde, azul, café.

Evidencia de aprendizaje 1 y 2. **(actividad en grupo GAES).** Subir guía de aprendizaje desarrollada en DRIVE, gracias.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de Producto, conocimiento y desempeño:	VALORA SUS CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES ACORDE CON HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO PERSONAL	FES: Formato de evaluación y seguimiento.

5. Glosario de términos

N**orma técnica** es un documento aprobado por un organismo reconocido que establece especificaciones **técnicas** basadas en los resultados de la experiencia y del desarrollo tecnológico, que hay que cumplir en determinados productos, procesos o servicios.

Resolución es una condición en la que se busca determinar la solución de una determinada circunstancia. Una **resolución** de un caso, por lo general es el acto en el que se concluye con un

análisis final y definitivo el problema que busca desde una instancia cuestionada y debatida ser resuelto.

Decreto: es un término que procede del latín decrētum, es la decisión de una autoridad sobre la materia en que tiene competencia. Suele tratarse de un acto administrativo llevado a cabo por el Poder Ejecutivo, con contenido normativo reglamentario y jerarquía inferior a las leyes.

Ley: es una norma jurídica dictada por una autoridad competente, en general, es una función que recae sobre los legisladores de los congresos nacionales de los países, previo debate de los alcances y el texto que impulsa la misma y que deberá observar un cumplimiento obligatorio por parte de todos los ciudadanos, sin excepción, de una Nación, porque de la observación de estas dependerá que un país no termine convertido en una anarquía o caos.

El **diagnóstico** es el resultado del análisis que se realiza en una primera instancia y que tiene como fin permitir conocer las características específicas de la situación determinada para así poder actuar en consecuencia, sugiriendo tratamiento o no.

Área Administrativa tiene como misión atender todo lo inherente a la administración general de la Obra (física, financiera, contable y de recursos humanos), y brindar apoyo técnico y recursos a las demás áreas en aspectos administrativos.

Área Financiera: Se encarga de ciertos aspectos específicos de una organización que varían de acuerdo con la naturaleza de acuerdo con la naturaleza de cada una de estas funciones, las funciones más básicas que desarrolla la Administración Financiera son: La Inversión, El Financiamiento y las decisiones sobre los dividendos de una organización.

Área de Mercadeo y Ventas: El desarrollo e implementación de un plan de mercadeo y ventas le permite a las empresas definir su participación de mercado, los canales de distribución y las ventas por canal. Así mismo, la cobertura geográfica de la fuerza de ventas y la rentabilidad esperada por cada canal de comercialización.

Uno de los elementos claves dentro del plan de mercadeo y ventas también es definir e identificar los principales competidores. Se debe analizar su tamaño, objetivos, participación de mercado, producto o servicio y estrategia de mercadeo. Esto le permitirá desarrollar una estrategia de mercadeo diferencial.

En la CCB le ayudamos a implementar y mejorar su plan de mercadeo y ventas, para que pueda definir las estrategias adecuadas para ofrecer su producto o servicio a su mercado objetivo.

Para iniciar con nuestro apoyo le invitamos a evaluar su empresa, identificando sus fortalezas y necesidades de manera integral, y así nosotros le diseñaremos una ruta de servicios o plan de trabajo para lograr resultados contundentes y visibles.

Área producción de Bienes y Servicios: La **Administración de la producción** o la **administración de operaciones** es la administración de los recursos productivos de la organización. Esta área se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas que producen bienes y servicios. La Administración de las Operaciones es un área de estudio o subciencia de la Administración.

Productividad: Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad, la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida. Exige eficiencia y eficacia en el desempeño de la organización y en el desempeño individual

Sistema: Es un conjunto de partes o elementos organizadas y relacionadas que interactúan entre sí para lograr un objetivo. Los sistemas reciben (entrada) datos, energía o materia del ambiente y proveen (salida) información, energía o materia. Es la interrelación entre todas las partes de una estructura.

Holística: La holística alude a la tendencia que permite entender los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan; corresponde a una actitud integradora como también a una teoría explicativa que orienta hacia una comprensión contextual de los procesos, de los protagonistas y de sus contextos. La holística se refiere a la manera de ver las cosas enteras, en su totalidad, en su conjunto, en su complejidad, pues de esta forma se pueden apreciar interacciones, particularidades y procesos que por lo regular no se perciben si se estudian los aspectos que conforman el todo, por separado.

Teoría : Sistema lógico-deductivo[1] constituido por un conjunto de hipótesis, un campo de aplicación (de lo que trata la teoría, el conjunto de cosas que explica) y algunas reglas que permitan extraer consecuencias de las hipótesis de la teoría. En general las teorías sirven para confeccionar modelos científicos que interpreten un conjunto amplio de observaciones, en función de los axiomas o principios, supuestos y postulados, de la teoría.

Enfoque: Conducir la **atención** hacia un tema, cuestión o problema desde unos supuestos desarrollados con anticipación a fin de resolverlo de modo acertado.

Línea del tiempo: El eje, línea o friso cronológico es un gráfico con el que representamos periodos históricos y sucesos. Tiene cuatro partes: el eje sobre el que se marcan los datos (que puede ser una línea o una barra rectangular), los años que se marcan para indicar la escala, los periodos históricos y los acontecimientos señalados con líneas.

Cronología: **La palabra cronología se origina de un vocablo griego**, “chrono” que significa tiempo y “logos” que es tratado o estudio. Por lo tanto esta palabra puede definirse como la **ciencia** que estudia y precisa el orden y fechas de los acontecimiento históricos, este proceso o ciencia organiza u ordena de manera sucesiva o gradual cada hecho que acontece en el mundo en un determinado momento y espacio. Esta ciencia muy importante para la historia ya que la historia es la ciencia que estudia el pasado de la humanidad y como bien se dijo ayuda a organizar cada hecho importante acontecido en el mundo gradualmente.

Emprendimiento:

Es un arte de saber planear, organizar, dirigir y controlar mi vida social personal, familiar y empresarial, para un futuro promisorio, leyendo, escribiendo e investigando, es decir, estudiando toda la vida, siendo buen empleado y empresario.

Origen de la información, fuente: Instructor Gerardo Tobón Araoz.

Según Peter F Drucker, (1998, p.10) ¨El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo¨.

Origen de la información, fuente: https://redalyc.org/pdf

Emprendedor:

- Concepto: Emprendedor es quien, a partir de una idea innovadora, saca adelante por sus propios medios un proyecto en el que cree apasionadamente, busca la manera de materializarlo y asume los riesgos y consecuencias que esto significa. Fuente: https://www.bbva.com.ar .

Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Fuente: https://www.mincit.gov.co

- Características:

Comunicación, La comunicación es una de las habilidades más valoradas en el ámbito del trabajo, ya que permite a los/as trabajadores/as entenderse a sí mismos y a los demás, con el fin de construir relaciones positivas, agilizar procesos en las tareas y lograr el cumplimiento de los objetivos previamente establecidos, a través de los distintos canales (cara a cara, escritos, gráficos, digitales u otros). Fuente: https://www.sence.gob.cl .

Capacidad de organización

Podemos decir que la organización propia o personal es la capacidad para realizar las tareas de una manera ordenada, eficiente y autónoma. Para que puedan hacerse de tal forma, previamente hay que planificarlas y priorizarlas según el tiempo disponible. Fuente: https://www.academiadelorden.net .

Trabajo en equipo

Es la capacidad de participar activamente en la prosecución de un meta común subordinado a los intereses personales a los objetivos del equipo. Fuente: https:///www.gob.mx .

Visión

Logros que se proyecta alcanzar en el su futuro, es decir, el punto o lugar al que se quiere llegar a largo plazo y el cómo se quiere llegar al mismo. Fuente: https://www.simla.com .

Estrategia

Las estrategias son planificaciones que se llevan a cabo con la finalidad de cumplir un objetivo o de alcanzar una meta. Por ejemplo: Una compañía de alimentos lanzó un

nuevo tipo de arroz. Para lograr el objetivo de que más personas lo conozcan, se implementó la estrategia de venderlo a un precio muy bajo. Fuente: https://www.ejemplos.co/estrategias .

Negociación

"Las negociaciones se pueden definir prácticamente como el proceso que les ofrece a los contendientes la oportunidad de intercambiar promesas y contraer compromisos formales, tratando de resolver sus diferencias". "La negociación es un proceso y una técnica mediante los cuales dos o más partes construyen un acuerdo. Fuente: https://es.wikipedia.org .

- Comportamiento

Conjunto de respuestas generadas por los individuos a estímulos de su entorno basadas en la automotivación. El comportamiento Emprendedor se manifiesta en una persona que es capaz de asumir una tarea, preservar en ella, desarrollarla y resolver cualquier contra tiempo que se produzca en el proceso.

Origen de la información, fuente: SENA, https://www.sena.edu.co/dipsform

Responsabilidad Emprendedora:

- Concepto

La responsabilidad es uno de los valores más importantes que debe respetar un emprendedor o empresario. Ser responsable es asumir las consecuencias de nuestros actos. Responsabilidad es trabajar para que nuestras acciones respeten la justicia, las libertades de las personas, garantizando que no provoquen daños. Fuente: https://www.jogeruiz.blogs.uv.es/laresponsabilidadparaemprender

- Dimensiones: Pensar, sentir y actuar.

Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=LHi0v6fhARM

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS o CIBERGRÁFICOS

www.ccb.org.co

www.aulafacil.com

hubspot.com

Wikipedia.com

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Gerardo Tobón Araoz	Instructor Emprendimiento Digital, Comportamiento Emprendedor, Emprendimiento, Formulación de Proyectos, Emprendimiento unidades productivas.	CENTRO INDUSTRIAL DE DISEÑO Y MANUFACTURA, Floridablanca, Santander.	09 junio de 2024.

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor(es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

FICHA N°:

GRUPO GAES N°1.

NOMBRES y APELLIDOS 1:

NOMBRES y APELLIDOS 2:

NOMBRES y APELLIDOS 3:

NOMBRES y APELLIDOS 4:

NOMBRES y APELLIDOS 5:

NOMBRES y APELLIDOS 6:

1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE.**

- Denominación del Programa de Formación: MARKETING DIGITAL
- Código del Programa de Formación: 62110000
- Nombre del Proyecto Formativo: N.A.
- **Fase del Proyecto: Inducción / Análisis / Planeación / Ejecución / Evaluación**
- Actividad de Proyecto: N.A.

COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

Competencia: 260101055 _Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

RAP1_ Formular plan de marketing digital teniendo en cuenta segmento de mercado.

RAP2_Establecer métricas teniendo en cuenta plan de marketing digital.

Duración de la Guía: 48 Horas.

2. PRESENTACIÓN

Bienvenido a Marketing Digital.

La revolución tecnológica ha llevado a las organizaciones a moverse en mercados competitivos con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ofertando productos o servicios en inmejorables condiciones de información, rapidez y rentabilidad.

En la actualidad un gran número de organizaciones están orientadas al marketing digital basando sus negocios en las demandas reales del mercado y por ello fijan su atención al enorme atractivo que un espacio virtual provoca en el público objetivo.

La formación complementaria en Marketing digital desarrolla habilidades para la optimización de herramientas como medio de comunicación para llegar a sus clientes en entornos digitales, las

tecnologías de la información y la comunicación dan lugar al denominando marketing digital, siendo internet y las redes sociales la herramienta más efectiva para conectar clientes, permitiendo segmentarlos, focalizarlos y comercializarles productos o servicios. Origen de la información: SENA.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1. Actividades de reflexión inicial

Antes de iniciar las actividades propuestas para esta guía, estimado aprendiz es importante que reflexione con respecto al significado de Mercadeo Digital y sus alcances:

Es el conjunto de acciones planificadas dentro de una organización o por un individuo, las cuales tienen como objetivo dar visibilidad y promocionar sus productos o servicios mediante canales en línea a través de diferentes herramientas digitales en internet. Fuente: https://senameenseña.com/marketingdigital.

No es necesario enviar evidencia a su instructor de este significado, es solo de conceptualización, para que al final de su formación tenga claro, porque él micro, pequeño, mediano y gran empresario debe permanecer en mejoramiento continuo de procesos y procedimientos y actualizada la información del comportamiento del consumidor y del mercado en el cual está posicionando los bienes y servicios que fabrica, produce, elabora o comercializa.

Deben leer glosario de esta guía y guías PDF que le entregará su Instructor.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Actividad 1. Estructura de la empresa.

3.2.1. Componentes o estructura

Es un documento en el que se recogen las estrategias y acciones de marketing que se llevarán a cabo en un periodo definido, para conseguir una serie de objetivos en los canales digitales que la empresa utiliza para promocionar su oferta y crear experiencias memorables para los clientes. Fuente: https://blog.hubspot.es/marketing/como-crear-plan-mercadeo

-Misión,

-Visión,

-Valores de la empresa,

Honestidad, Ética, Responsabilidad, e Integridad

-Análisis actual,

-Origen de la empresa,

-Estructura organigrama de la empresa,

-Bienes o servicios que ofrece la empresa,

-Cliente ideal o comprador al que se dirige la empresa,

-Situación de la web de la empresa,

-Presencia en redes sociales,

-Matriz DOFA

MATRIZ DOFA

	Positivos	Negativos
Internos (factores de la empresa)	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Externos (factores del ambiente)	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

-Matriz CAME



-Objetivos

Objetivo general

Objetivos específicos

Desarrolle la anterior estructura en esta misma guía d aprendizaje para su empresa, debe escribir un solo objetivo general y tres específicos.

3.2.2. Plan de Mercadeo Digital.

Concepto:

Es un documento en el que se recogen las estrategias y acciones de marketing que se llevarán a cabo en un periodo definido, para conseguir una serie de objetivos en los canales digitales que la empresa utiliza para promocionar su oferta y crear experiencias memorables para los clientes. Fuente: https://blog.hubspot.es/marketing/como-crear-plan-mercadeo

Paso a paso Plan de Mercadeo Digital.

1-Buyer-Comprador
2-Competencia
3-Estrategia
4-Objetivos
5-Presupuesto
6-Flujos de venta
7-Recursos Digitales
8-Conclusiones.

Realice los ocho pasos plan de mercadeo digital para su idea de negocio o su empresa, su instructor les entregará el material de apoyo de acuerdo con cada paso en archivos Excel y guías en PDF.

Key Performance Indicator (KPI)

Concepto

El término KPI se refiere a las siglas en inglés de Key Performance Indicator, que se traduce como Indicador Clave de Desempeño, y alude a una serie de métricas que se utilizan para analizar la eficacia de las acciones que se llevan a cabo en una empresa. Fuente: https://universidadeuropea.com/blog

Tipos

Los principales tipos de indicadores que existen son los KPI de rentabilidad o financieros, los KPI de productividad y los KPI de desempeño. Fuente: https://blog.lemontech.com/indicadores

Para centrar el asunto perfectamente, debes diferenciar los **tipos de métricas** más populares:

- **Métricas de tráfico web**: Están relacionadas con el rendimiento de tu web y reflejan aspectos como las visitas, los usuarios, las páginas vistas o la tasa de rebote.
- **Métricas de PPC**. Relacionan la inversión realizada en algún tipo de publicidad *online* con los resultados obtenidos. Es el caso del CPC o coste por clic, el CTR y la tasa de conversión.

- **Métricas de redes sociales o social media**. Se relacionan con las campañas de comunicación y contenidos realizadas en las redes sociales. Nos referimos, entre otras, a las tasas de *share*, tasa de crecimiento, coeficiente de viralidad así como a la interacción.
- **Otras tipologías** incluyen a las métricas de SEO, de Inbound Marketing, de *email marketing*, de Google Ads, de comercio electrónico, etc. Fuente: https://www.iebschool.com/metricas-marketing-digital

Aplicabilidad

- ROI – Retorno de la Inversión.
- Aumento de las ventas.
- Tráfico al sitio web.
- Tasa de conversión a lead o a cliente.
- El posicionamiento de las palabras clave.
- El coste por lead.
- El engagement del email **marketing**.
- Life Time Value. Fuente: https://blog.hubspot.es/kpi-marketing-digital

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje, y/o ambiente virtual de aprendizaje (AVA), y/o ambiente de sistemas.
Materiales: video beam, tv, plumones, tablero, cable HDMI, cable VGA, extensión eléctrica, multi toma, conexión a internet.

Evidencia de aprendizaje 1 (actividad individual o por GAES). Subir guía de aprendizaje desarrollada en Territorium y DRIVE, guía resuelta internamente a la misma, gracias.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de Producto:	RAP1_ Establece objetivos de marketing digital según análisis y modelo del negocio estructura táctica de comunicación online según objetivos de marketing digital describe segmento de mercado a partir de productos o servicios ofertados caracteriza canales digitales de acuerdo con estrategia de marketing digital valora Insights teniendo en cuenta estrategia de comunicación registra acciones en buscadores para promoción publicitaria según análisis SEO, SEM y SMO.	FES: Formato de evaluación y seguimiento.

	RAP2_ Mide el impacto de la comunicación online, teniendo en cuenta nivel de respuesta de los visitantes apropia normativa teniendo en cuenta marco legal de internet	FES: Formato de evaluación y seguimiento.

1. Glosario de términos

B2B

Marketing de contenidos: El marketing de contenidos (o content marketing) es una estrategia utilizada en el marketing que se basa en la generación, publicación y distribución de contenido de valor no comercial para un público objetivo previamente definido, con el fin de atraerlos, retenerlos y generar un tráfico cualificado. **Fuente: https://www.cepetel.org.ar/wp-content/uploads/2021/07/Gui%CC%81a-Marketing-de-Contenidos.pdf.**

Mercadotecnia interna: El marketing interno es el que se hace dentro de la propia empresa con el objetivo de "vendérsela" a los trabajadores. A primera vista puede parecernos que tiene menos importancia que el marketing externo (dirigido a los consumidores), ya que no genera beneficios económicos directos en marketing. Nov 30, 2020. Fuente: https://www.cyberclick.es/que-es/marketing-interno#:~:text=El%20marketing%20interno%20es%20el,beneficios%20econ%C3%B3micos%20directos%20en%20marketing.

Marketing de medios sociales: El término marketing de redes sociales o social media marketing (SMM) se refiere a todas las actividades y medidas que se utilizan en las redes sociales para la generación de oportunidades de negocio, aumentando el alcance y la lealtad de los clientes. La comercialización de las redes sociales puede ser vista como relaciones públicas y servicio al cliente. El primer objetivo es aumentar factores como el tráfico, el CTR y el alcance. El siguiente paso es construir lealtad a largo plazo de los clientes, las personas influyentes y el Marketing Viral. SMM puede ser parte de la Gestión de Relaciones con el Cliente y también incluye publicidad en redes sociales. Fuente: https://es.ryte.com/wiki/Marketing_de_Redes_Sociales

Optimización de motores de búsqueda: La optimización de los motores de búsqueda (SEO) es la práctica de orientar tu sitio web para que ocupe una posición más alta en una página de resultados de los motores de búsqueda (SERP) para recibir más tráfico. Fuente: https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/seo/#:~:text=La%20optimizaci%C3%B3n%20de%20los%20motores,SERP)%20para%20recibir%20m%C3%A1s%20tr%C3%A1fico

Marketing de motores de búsqueda SEM / PPC (pago por clic): El marketing en motores de búsqueda, también conocido como SEM o búsqueda pagada, es una estrategia de marketing digital pagado utilizada por los anunciantes para aumentar la visibilidad de tu sitio web o producto ante las audiencias mediante las SERP. Fuente: https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/search-engine-marketing#:~:text=El%20marketing%20en%20motores%20de%20b%C3%BAsqueda%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido%20como%20SEM,las%20audiencias%20mediante%20las%20SERP.

Una estrategia SEM te asegura que tu anuncio esté posicionado en los primeros puestos del buscador, por lo que es una manera de dar a conocer tu marca. Aunque el usuario no haga clic la primera vez, encontrará tu marca en el primer lugar, y esto hará que la asocie con la necesidad que tiene. Fuente:https://www.adsmurai.com/es/articulos/guia-basica-sem#:~:text=Una%20estrategia%20SEM%20te%20asegura,con%20la%20necesidad%20que%20tiene.

PPC, que significa pago por clic, es un modelo de publicidad online en el que los anunciantes ejecutan anuncios en una plataforma como Google Ads y pagan una cantidad cada vez que alguien hace clic. Fuente: https://es.semrush.com/blog/que-es-ppc/

Marketing basado en cuentas (ABM) y retargeting: El marketing basado en cuentas, es una estrategia basada en cuentas específicas que define el departamento de marketing y/o de ventas y a las que después, se dirigen las acciones. Es decir, es **darle la vuelta al embudo de conversión** del Inbound Marketing.

Hasta ahora lo que se hace es: Lead generation (mediante contenido específico), después cultivar el lead para poder segmentarlo y finalmente, identificar esas cuentas interesantes para la empresa.

En cambio ahora, lo que propone el Account-Based Marketing es lo siguiente: Lo primero de todo, **identificar las cuentas interesantes** y después atraerlas con contenido personalizado, para finalmente, construir relaciones a largo plazo que generen nuevas oportunidades.

¿Qué os parece lo que propone el ABM? Con esta estrategia, se consiguen crear **campañas muy personalizadas** para cuentas concretas de **alto valor**. Fuente: https://www.ttandem.com/blog/abm-o-marketing-basado-en-cuentas/

Medios ganados y relaciones públicas: Incluyen desde la tradicional recomendación de "boca a boca" hasta menciones en medios, invitaciones a otros espacios, revisiones no pagadas de usuarios e, incluso, cualquier mención o interacción de la marca en redes sociales u otros espacios digitales. Fuente: https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/ecosistema-digital-que-son-los-medios-propios-ganados-y-pagados-1#:~:text=Medios%20ganados%20(earned%20media)&text=Incluyen%20desde%20la%20tradicional%20recomendaci%C3%B3n,sociales%20u%20otros%20espacios%20digitales.

Medios propios (owned media)

Se trata de los medios que son "propiedad" de la marca, de manera total o parcial, e implican un esfuerzo constante en la generación de contenidos propios para la construcción y el mantenimiento de la reputación de la marca, así como para la recordación. Algunos medios propios son:

- Sitio web.
- Blog.
- Espacios en directorios especializados.
- Perfiles y páginas en redes sociales, como Facebook, Instagram o LinkedIn.
- Canales en comunidades multimedia, como YouTube, Spotify o Apple Podcast.
- Boletines electrónicos.
- Aplicaciones propias.
- Eventos propios.

El mantenimiento de los medios propios implica un esfuerzo constante, pero también significa la exposición de contenido controlado, además de la interacción directa con las audiencias y los resultados a mediano y largo plazos, pero más consolidados.

Medios pagados (paid media)

Como su nombre lo indica, se trata de medios o canales de terceros (online u offline) en los que la marca invierte como parte de su estrategia de publicidad digital, pero que no le pertenecen. Los objetivos son diversos:

- Generar tráfico web.
- Generar conocimiento de la marca o de una campaña.
- Aumentar la recordación de la marca o de un producto.
- Incrementar la base de datos.
- Impulsar la compra de un producto o servicio.

Los medios pagados suelen ser más efectivos a corto plazo y permiten tener mayor control en cuanto a visibilidad y segmentación. Sin embargo, también son los que tienen menor credibilidad.

Medios ganados (earned media)

Por su parte, los medios ganados son interacciones que se producen como resultado de esfuerzos de la marca a través de los medios propios y pagados. Incluyen desde la tradicional recomendación de "boca a boca" hasta menciones en medios, invitaciones a otros espacios, revisiones no pagadas de usuarios e, incluso, cualquier mención o interacción de la marca en redes sociales u otros espacios digitales.

Si bien los medios ganados pueden ser excelentes para generar visibilidad y recordación de la marca, se deben monitorear de forma constante, porque no es posible tener control sobre ellos. Si empieza una ola de mensajes negativos, puede generarse una crisis de reputación.

¿Por qué es importante la interacción entre medios propios, ganados y pagados?

Los medios propios, ganados y pagados deben "conversar" entre sí. No solo en términos de hablar lenguajes consistentes a la marca, sino que deben apalancarse. Esto significa que los medios pagados impulsarán los contenidos de los medios propios (que aportan confianza y reputación) y, a su vez, los medios ganados aportarán visibilidad. Fuente: https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/seo/#:~:text=La%20optimizaci%C3%B3n%20de%20los%20motores,SERP)%20para%20recibir%20m%C3%A1s%20tr%C3%A1fico

Programas de recomendación: El marketing de recomendación es una de las formas de marketing que sirve para promocionar productos o servicios a nuevos clientes a través de los canales existentes, por ejemplo, a través de personas que han comprado algo de la marca. Fuente: https://www.questionpro.com/blog/es/marketing-de-recomendacion/#:~:text=El%20marketing%20de%20recomendaci%C3%B3n%20es,comprado%20algo%20de%20la%20marca.

Eventos de la industria: El marketing de eventos es la promoción de un producto, marca o servicio a través de interacciones en persona. Hay muchas formas de comercialización de eventos y cada una puede ser atendida para abordar los objetivos específicos de un vendedor. Fuente: https://www.alohacreativos.com/blog/marketing-para-eventos#:~:text=%C3%A9l%20sin%20dudarlo.-

,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20marketing%20de%20eventos%3F,objetivos%20espec%C3%ADficos%20de%20un%20vendedor.

Marketing conversacional: El marketing conversacional es una nueva dimensión en el mundo de las ventas que busca crear una manera más directa y personal de estar en contacto con los clientes. Una de las características principales de esta estrategia es la conexión con los usuarios y la accesibilidad que les ofreces. Fuente: https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-conversacional

B2C:

Redes sociales y marketing viral:

Publicidad en medios pagados:

Mercadeo por Internet:

Correo de propaganda:

Venta directa:

Marketing en el punto de compra (POP):

Marketing de marca compartida, afinidad y causa:

Marketing conversacional:

Medios ganados / relaciones públicas:

Narración:

7 pasos para aplicar marketing de contenidos en tu negocio por primera vez

1. Definir los objetivos

Cualquier estrategia tiene que partir de objetivos concretos, estos serán la base para aplicar el resto de las acciones. Las metas que te traces deben ser medibles para poder analizarlas más adelante y saber si funcionan o hay que replantearlas.

Los objetivos pueden ser muy diversos. Algunos comunes son conseguir clientes nuevos, generar engagement, generar tráfico, fidelizar clientes, lanzar o posicionar algún producto o servicio, etc. Una vez que los tengas definidos, todos los miembros deben trabajar para que se cumplan.

2. Definir el público objetivo



Luego de definir los objetivos viene el momento de crear el perfil de tu público objetivo. Necesitas saber a quién te diriges y cuáles son sus preferencias de tu audiencia antes de seguir adelante con la estrategia. La manera más eficaz para cumplir este paso es definiendo tu **buyer persona**.

Una buyer persona es un prototipo del cliente que quieres. Es una representación que se basa en las características sociodemográficas del consumidor final. Qué edad tiene, en qué trabaja, cuáles son sus necesidades, nivel de estudio, hobbies… Estas son algunas de las características que puedes definir.

Mientras más profunda sea tu investigación, mejores datos conseguirás para crear una estrategia más efectiva. Investiga también el tipo de contenido que le gusta y que comparte, qué tipo de publicaciones les atrae cuando navegan en Internet.

Esta clase de información la consigues gracias a herramientas como Google Analytics y en las redes sociales, por nombrar algunas.

3. Análisis de la competencia

Parte de la investigación que realices debe dirigirse a estudiar a la competencia. Te servirá como punto de referencia para desarrollar la tuya propia.

Investiga qué están haciendo otras empresas de tu mismo sector. Qué tipos de contenido publican, de qué temas hablan, las redes sociales que utilizan, cómo interactúan con su audiencia.

Como resultado de este trabajo puedes encontrar un **nicho de mercado libre** y diseñar un plan que haga que tu marca se diferencie de las demás. Asimismo, aprenderás de los errores que hayan cometido otras empresas.

4. Planificación

Con todos los datos reunidos durante la investigación, es el momento de comenzar a **planificar el contenido**. Analiza las palabras claves, busca temas con los que puedas crear contenido de calidad y que puedas mantener en el tiempo.

Define la línea editorial, el tono y los canales de comunicación para llegar a tu buyer persona (incluyendo las redes sociales a utilizar).

En este paso también tienes que crear el calendario editorial y definir los formatos de contenido a utilizar. De esta manera sabrás qué se va a publicar y cuándo. Entre los **formatos más comunes en marketing de contenidos** están los siguientes:

- **Artículos de blog**

  Tener un blog y publicar artículos propios es la vía más común y muy efectiva. Tiene la ventaja de atraer tráfico hacia tu web. Los artículos que publiques deben ser relevantes, mostrarle al lector que te interesa ayudarle a solucionar un problema. Sobre todo, el contenido debe ser único y original.

- **Whitepaper**

  Otra manera de hacer marketing de contenidos es ofrecer documentos descargables a través de tu blog o web. En el encabezado mencionamos el whitepaper, pero también puede ser un e-book.

- **Vídeos**

  Este formato es muy atractivo y debe estar entre tus primeras opciones para generar contenido. ¿La razón? Está demostrado que los usuarios de Internet pasan menos tiempo leyendo y más viendo vídeos. Además, las piezas audiovisuales son más compartidas en redes sociales, por lo tanto hay más probabilidades de que se viralicen.

- **E-mail marketing**

  Se trata de captar el correo de los visitantes de tu web o blog para enviarles newsletters, noticias u otros tipos de contenido. Es una manera de mantenerlos interesados por tu marca.

- **Contenido visual**

  Además de los vídeos, otros contenidos visuales como gráficos, infografías, imágenes o GIFs resultan atractivos para el público.

- **Contenido para las redes sociales**

Complementa tu estrategia de contenidos con plan de social media y piezas creadas para cada plataforma. Además, las puedes utilizar para compartir los artículos, interactuar con la audiencia y atraer tráfico hacia la web.

Hay otros formatos como los webinars y podcast. Define los que utilizarás de acuerdo con tus necesidades y recursos.

5. Creación y distribución del contenido

Este es el momento de comenzar a producir. Toda pieza de contenido que publiques tiene que ser de calidad. Es importante que tengas un equipo que se dedique a esta tarea. Debe trabajar apegado

al plan de redacción y estar atentos a las tendencias para buscar temas que sean relevantes. Hay empresas con experiencia en este campo, que ofrecen este tipo de servicio.

Algunos aspectos para considerar durante la creación de contenido es que tiene que ser original. Hecho siempre pensando en la audiencia, no tener errores y estar optimizado para los buscadores.

En cuanto a la distribución, no solo tienes que publicarlo en la web o blog, aprovecha las redes sociales y agregadores de contenido para promocionarlo.

6. Monitorea los resultados



El marketing de contenidos va más allá de publicar. Después tienes que hacerle seguimiento a la estrategia, controlar el alcance que ha tenido el contenido.

Utiliza las herramientas disponibles para monitorizar los Key Performance Indicators (KPIs) que definiste en el primer paso.

7. Replantea la estrategia

Ten en cuenta que tu plan puede cambiar. Si al medir los resultados, notas que no está funcionando, haz los ajustes que sean necesarios. Por eso es importante el control de los resultados. La estrategia no puede ser estática, debes estar abierto a modificarla en cualquier punto, adaptándola a las nuevas necesidades.

Esperamos que estés preparado para aplicar el marketing de contenidos en tu negocio por primera vez. Sabemos que es una tarea que lleva trabajo, pero los resultados valen la pena, así que no dudes en aplicarla. Si necesitas ayuda para planificar la estrategia o te interesan nuestros servicios.
Fuente 7 pasos: https://www.jesuslopezseo.com/noticias/aplicar-marketing-contenidos-negocio/

SERPs: Significa “Search Engine Results Page” o en su traducción al español, “resultados del buscador” y estos resultados son los que aparecen entre las 10 primeras opciones de las páginas de Google, o cualquier otro buscador. Fuente: https://rockcontet.com

N**orma técnica** es un documento aprobado por un organismo reconocido que establece especificaciones **técnicas** basadas en los resultados de la experiencia y del desarrollo tecnológico, que hay que cumplir en determinados productos, procesos o servicios.

Resolución es una condición en la que se busca determinar la solución de una determinada circunstancia. Una **resolución** de un caso, por lo general es el acto en el que se concluye con un análisis final y definitivo el problema que busca desde una instancia cuestionada y debatida ser resuelto.

Decreto: es un término que procede del latín decrētum, es la decisión de una autoridad sobre la materia en que tiene competencia. Suele tratarse de un acto administrativo llevado a cabo por el Poder Ejecutivo, con contenido normativo reglamentario y jerarquía inferior a las leyes.

Ley: es una norma jurídica dictada por una autoridad competente, en general, es una función que recae sobre los legisladores de los congresos nacionales de los países, previo debate de los alcances y el texto que impulsa la misma y que deberá observar un cumplimiento obligatorio por parte de todos los ciudadanos, sin excepción, de una Nación, porque de la observación de estas dependerá que un país no termine convertido en una anarquía o caos.

El **diagnóstico** es el resultado del análisis que se realiza en una primera instancia y que tiene como fin permitir conocer las características específicas de la situación determinada para así poder actuar en consecuencia, sugiriendo tratamiento o no.

Área Administrativa tiene como misión atender todo lo inherente a la administración general de la Obra (física, financiera, contable y de recursos humanos), y brindar apoyo técnico y recursos a las demás áreas en aspectos administrativos.

Área Financiera: Se encarga de ciertos aspectos específicos de una organización que varían de acuerdo con la naturaleza de acuerdo con la naturaleza de cada una de estas funciones, las funciones más básicas que desarrolla la Administración Financiera son: La Inversión, El Financiamiento y las decisiones sobre los dividendos de una organización.

Área de Mercadeo y Ventas: El desarrollo e implementación de un plan de mercadeo y ventas le permite a las empresas definir su participación de mercado, los canales de distribución y las ventas por canal. Así mismo, la cobertura geográfica de la fuerza de ventas y la rentabilidad esperada por cada canal de comercialización.

Uno de los elementos claves dentro del plan de mercadeo y ventas también es definir e identificar los principales competidores. Se debe analizar su tamaño, objetivos, participación de mercado, producto o servicio y estrategia de mercadeo. Esto le permitirá desarrollar una estrategia de mercadeo diferencial.

En la CCB le ayudamos a implementar y mejorar su plan de mercadeo y ventas, para que pueda definir las estrategias adecuadas para ofrecer su producto o servicio a su mercado objetivo.

Para iniciar con nuestro apoyo le invitamos a evaluar su empresa, identificando sus fortalezas y necesidades de manera integral, y así nosotros le diseñaremos una ruta de servicios o plan de trabajo para lograr resultados contundentes y visibles.

Área producción de Bienes y Servicios: La **Administración de la producción** o la **administración de operaciones** es la administración de los recursos productivos de la organización. Esta área se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas que producen bienes y servicios. La Administración de las Operaciones es un área de estudio o subciencia de la Administración.

Productividad: Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad, la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida. Exige eficiencia y eficacia en el desempeño de la organización y en el desempeño individual

Sistema: Es un conjunto de partes o elementos organizadas y relacionadas que interactúan entre sí para lograr un objetivo. Los sistemas reciben (entrada) datos, energía o materia del ambiente y proveen (salida) información, energía o materia. Es la interrelación entre todas las partes de una estructura.

Holística: La holística alude a la tendencia que permite entender los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan; corresponde a una actitud integradora como también a una teoría explicativa que orienta hacia una comprensión contextual de los procesos, de los protagonistas y de sus contextos. La holística se refiere a la manera de ver las cosas enteras, en su totalidad, en su conjunto, en su complejidad, pues de esta forma se pueden apreciar interacciones, particularidades y procesos que por lo regular no se perciben si se estudian los aspectos que conforman el todo, por separado.

Teoría : Sistema lógico-deductivo[1] constituido por un conjunto de hipótesis, un campo de aplicación (de lo que trata la teoría, el conjunto de cosas que explica) y algunas reglas que permitan extraer consecuencias de las hipótesis de la teoría. En general las teorías sirven para confeccionar modelos científicos que interpreten un conjunto amplio de observaciones, en función de los axiomas o principios, supuestos y postulados, de la teoría.

Enfoque: Conducir la **atención** hacia un tema, cuestión o problema desde unos supuestos desarrollados con anticipación a fin de resolverlo de modo acertado.

Línea del tiempo: El eje, línea o friso cronológico es un gráfico con el que representamos periodos históricos y sucesos. Tiene cuatro partes: el eje sobre el que se marcan los datos (que puede ser una línea o una barra rectangular), los años que se marcan para indicar la escala, los periodos históricos y los acontecimientos señalados con líneas.

Cronología: **La palabra cronología se origina de un vocablo griego**, “chrono” que significa tiempo y “logos” que es tratado o estudio. Por lo tanto esta palabra puede definirse como la **ciencia** que estudia y precisa el orden y fechas de los acontecimiento históricos, este proceso o ciencia organiza u ordena de manera sucesiva o gradual cada hecho que acontece en el mundo en un determinado momento y espacio. Esta ciencia muy importante para la historia ya que la historia es la ciencia que estudia el pasado de la humanidad y como bien se dijo ayuda a organizar cada hecho importante acontecido en el mundo gradualmente.

Emprendimiento:

Es un arte de saber planear, organizar, dirigir y controlar mi vida social personal, familiar y empresarial, para un futuro promisorio, leyendo, escribiendo e investigando, es decir, estudiando toda la vida, siendo buen empleado y empresario.

Origen de la información, fuente: Instructor Gerardo Tobón Araoz.

Según Peter F Drucker, (1998, p.10) ¨El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo¨.

Origen de la información, fuente: https://redalyc.org/pdf

Emprendedor:

- Concepto: Emprendedor es quien, a partir de una idea innovadora, saca adelante por sus propios medios un proyecto en el que cree apasionadamente, busca la manera de materializarlo y asume los riesgos y consecuencias que esto significa. Fuente: https://www.bbva.com.ar .

Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Fuente: https://www.mincit.gov.co

- Características:

Comunicación, La comunicación es una de las habilidades más valoradas en el ámbito del trabajo, ya que permite a los/as trabajadores/as entenderse a sí mismos y a los demás, con el fin de construir relaciones positivas, agilizar procesos en las tareas y lograr el cumplimiento de los objetivos previamente establecidos, a través de los distintos canales (cara a cara, escritos, gráficos, digitales u otros). Fuente: https://www.sence.gob.cl .

Capacidad de organización

Podemos decir que la organización propia o personal es la capacidad para realizar las tareas de una manera ordenada, eficiente y autónoma. Para que puedan hacerse de tal forma, previamente hay que planificarlas y priorizarlas según el tiempo disponible. Fuente: https://www.academiadelorden.net .

Trabajo en equipo

Es la capacidad de participar activamente en la prosecución de un meta común subordinado a los intereses personales a los objetivos del equipo. Fuente: https:///www.gob.mx .

Visión

Logros que se proyecta alcanzar en el su futuro, es decir, el punto o lugar al que se

quiere llegar a largo plazo y el cómo se quiere llegar al mismo. Fuente: https://www.simla.com .

Estrategia

Las estrategias son planificaciones que se llevan a cabo con la finalidad de cumplir un objetivo o de alcanzar una meta. Por ejemplo: Una compañía de alimentos lanzó un nuevo tipo de arroz. Para lograr el objetivo de que más personas lo conozcan, se implementó la estrategia de venderlo a un precio muy bajo. Fuente: https://www.ejemplos.co/estrategias .

Negociación

"Las negociaciones se pueden definir prácticamente como el proceso que les ofrece a los contendientes la oportunidad de intercambiar promesas y contraer compromisos formales, tratando de resolver sus diferencias". "La negociación es un proceso y una técnica mediante los cuales dos o más partes construyen un acuerdo. Fuente: https://es.wikipedia.org .

- Comportamiento

Conjunto de respuestas generadas por los individuos a estímulos de su entorno basadas en la automotivación. El comportamiento Emprendedor se manifiesta en una persona que es capaz de asumir una tarea, preservar en ella, desarrollarla y resolver cualquier contra tiempo que se produzca en el proceso.

Origen de la información, fuente: SENA, https://www.sena.edu.co/dipsform

Responsabilidad Emprendedora:

- Concepto

La responsabilidad es uno de los valores más importantes que debe respetar un emprendedor o empresario. Ser responsable es asumir las consecuencias de nuestros actos. Responsabilidad es trabajar para que nuestras acciones respeten la justicia, las libertades de las personas, garantizando que no provoquen daños. Fuente: https://www.jogeruiz.blogs.uv.es/laresponsabilidadparaemprender

- Dimensiones: Pensar, sentir y actuar.

Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=LHi0v6fhARM

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS o CIBERGRÁFICOS

www.ccb.org.co

www.sena.edu.co

www.hubspot.com

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Gerardo Tobón Araoz	Instructor Emprendimiento Digital, Comportamiento Emprendedor, Emprendimiento, Marketing Digital, Formulación de Proyectos.	CENTRO INDUSTRIAL DE DISEÑO Y MANUFACTURA, Floridablanca, Santander.	29 de agosto de 2023.

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor(es)					

FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, mayo 31 de 2024

PRESENTADO A:
JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO

ORDEN DE VIAJE No:	**FECHA DE INICIO:**	**FECHA DE FINALIZACION:**
16224	**21/05//2024**	**23/05/2024**
LUGAR A DONDE REALIZÓ EL DESPLAZAMIENTO Vereda Chocoita, Girón Santander.	**REGIONAL / CENTRO DE FORMACION**	**OTRA: (ciudad)**

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:
Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de GESTION DE MERCADO, COMERCIALIZACION Y VENTAS - BASADO EN EL MODELO CANVAS.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

Día 1: 21/05/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita),
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso Gestión de Mercado, Comercialización y Ventas - Basado Modelo Canvas: Segmentación de Mercado, definición y realizar segmentación demográfica para clientes. Mercado Potencial de Clientes definición y especificar cual va a ser el mismo.

Día 2: 22/05/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso Gestión de Mercado, Comercialización y Ventas - Basado Modelo Canvas: Curva de Valor, definición, realizar curva de valor para idea de negocio para conocer la diferenciación de mercado y los clientes.

Día 3: 23/05/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso Gestión de Mercado, Comercialización y Ventas, Basado Modelo Canvas: Marketing Mix, definición y desarrollo de las cuatro P de Marketing Mix para la idea de negocio: Precio, Producto, Plaza y Promoción.
Desplazamientos Ruta de regreso: Girón (Vereda Chocoita)-Floridablanca
Medio de transporte: Terrestre.

RESULTADOS:

Día 1: 21/05/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices realizan la segmentación de mercado tomando como potencial el municipio de Girón y como mercado objetivo la Vereda Chocoita, para posicionar el producto mínimo viable de la idea de negocio en el mercado

Día 2: 22/05/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices realizan la curva de valor para identificar la diferenciación del producto mínimo viable e identifican cuales son los clientes que deben contactar inicialmente para posicionamiento en

el mercado objetivo y potencial.

Día 3: 23/05/2024

Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices definen el precio público de venta antes de impuestos del bien o servicio mínimo viable; para producto escriben las características físicas, técnicas, tecnológicas y humanas del bien o servicio a posicionar en el mercado; para plaza definen el mercado potencial y objetivo (realizado en orientación de aprendizaje anterior); y definen promoción o promociones que pueden llegar a realizar con el bien o servicio mínimo viable.

EVIDENCIAS O SOPORTES: Lista de Asistencia y Fotografías de la reunión

1. Fotografías de la orientación de aprendizaje realizada y guía de aprendizaje de la Vereda Chocoita, Girón, Santander.
2. Lista de Asistencia.

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1. Entregar evidencia de lo desarrollado en DRIVE.	Aprendices	28 y 29 de mayo de 2024.
2. Programar curso de Emprendimiento.	Instructor.	01 de junio de 2024.
3. Solicitar que el cierre de la ficha **2979439**, tenga el cierre de la misma no el 04 de junio, sino, 06 de junio de 2024.	Coordinador Proyectos Especiales e Instructor.	31 de mayo de 2024.

CONCLUSIÓNES:

1. Se logra el registro de campesinos en Sena Sofía Plus e Inscripción a los cursos Emprendimiento Digital y Gestión Mercado, Comercialización y Ventas con base en Metodología Canvas

DATOS DEL CONTRATISTA

NOMBRE Y APELLIDO	FIRMA
Gerardo Tobón Araoz	

VISTO BUENO SUPERVISOR

CARGO DEL SUPERVISOR	NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR	FIRMA
Coordinador Proyectos Especiales.	Javier Díaz Díaz.	Firmado digitalmente por JA Fecha: 2024.06.17 11:35:24 -05'00'

EVIDENCIAS COMISION 16224

Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de GESTION DE MERCADO, COMERCIALIZACION Y VENTAS - BASADO EN EL MODELO CANVAS. Escuelita de la Vereda Chocoita, Girón, Santander.













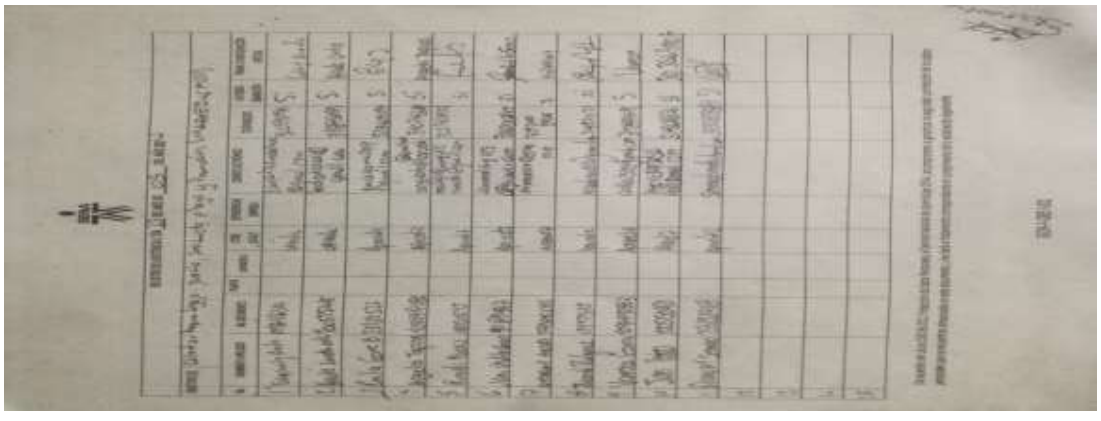
DÍA 1 21 05 2024.



DÍA 2 22 05 2024.



DÍA 3 23 05 2024.



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, Junio11 de 2024

PRESENTADO A:
JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO

ORDEN DE VIAJE No:	FECHA DE INICIO:	FECHA DE FINALIZACION:
20424	04/06//2024	06/06/2024
LUGAR A DONDE REALIZÓEL DESPLAZAMIENTO Vereda Chocoita, Girón Santander.	REGIONAL / CENTRO DE FORMACION	OTRA: (ciudad)

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:
Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de EMPRENDIMIENTO DIGITAL FICHA 2979440.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

Día 1: 04/06/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita),
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso Emprendimiento Digital, establecer herramientas digitales de acuerdo con la idea de negocio: Instagram, WhatsApp, Facebook.

Día 2: 05/06/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso Emprendimiento Digital, Realización video 1 minuto y 15 segundos de la idea de negocio para producto mínimo viable.

Día 3: 06/06/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso Emprendimiento Digital, política de postulados de emprendimiento: Honestidad, Ética, Responsabilidad e Integralidad y otros.
Desplazamientos Ruta de regreso: Girón (Vereda Chocoita)-Floridablanca
Medio de transporte: Terrestre.

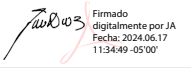
RESULTADOS:

Día 1: 04/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices deciden tomar como herramientas digitales para posicionamiento de producto Instagram, WhatsApp y Facebook.

Día 2: 05/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices realizan y presentan video de 1 minuto y 15 segundos presentando el producto mínimo viable de la idea de negocio y publican en WhatsApp.

Día 3: 06/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices tomas como valores corporativos la Honestidad, Ética, Responsabilidad e Integralidad, entendiendo la definición y aplicación de cada uno de ellos.

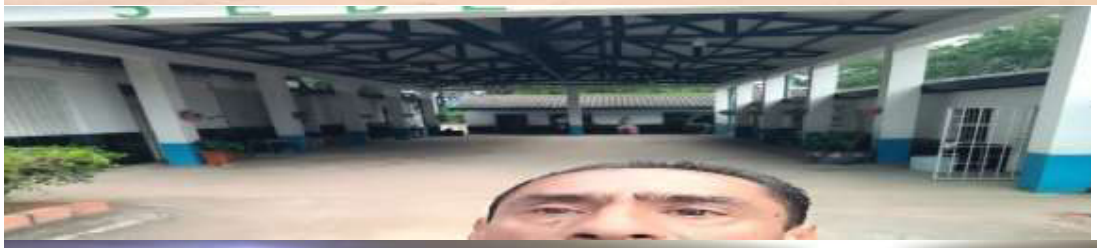
EVIDENCIAS O SOPORTES: Lista de Asistencia y Fotografías de la reunión

1. Fotografías de la orientación de aprendizaje realizada y guía de aprendizaje de la Vereda Chocoita, Caserío La Estrella, Girón, Santander. 2. Lista de Asistencia.		
COMPROMISOS		
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1. Entregar evidencia de lo desarrollado en DRIVE y WhatsApp. 2. Subir Juicios evaluativos de aprobación del curso. 3. Enviar lista de cédulas ordenadas alfabéticamente a Coordinación de proyectos especiales y poder iniciar formación para los dos nuevos cursos de CampeSena: - Comportamiento Emprendedor y – Emprendimiento de Unidades Productivas	Aprendices Instructor. Coordinador Proyectos Especiales e Instructor.	06 de junio de 2024. 09 de junio de 2024. 11de junio de 2024.
CONCLUSIÓNES: 1. Se logra la entrega de evidencias por parte de los aprendices para Emprendimiento Digital, dando buen uso de las herramientas digitales escogidas por los aprendices para posicionar el bien o servicio de la idea de negocio, aprobando el curso 13 aprendices de 15 (2 no pudieron asistir por razones laborales). 2. Los aprendices deciden participar de los cursos Emprendimiento de Unidades Productivas y Comportamiento emprendedor para profundizar en el manejo administrativo, financiero, Mercadeo y Ventas y Producción de Bienes y Servicios de la idea de negocio propuesta.		
DATOS DEL CONTRATISTA		
NOMBRE Y APELLIDO		FIRMA
Gerardo Tobón Araoz		
VISTO BUENO SUPERVISOR		
CARGO DEL SUPERVISOR Coordinador Proyectos Especiales.	NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR Javier Díaz Díaz.	FIRMA 

EVIDENCIAS COMISION 20424

Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de EMPRENDIMIENTO DIGITAL, Escuelita de la Vereda Chocoita, Caserío La Estrella, Girón, Santander.





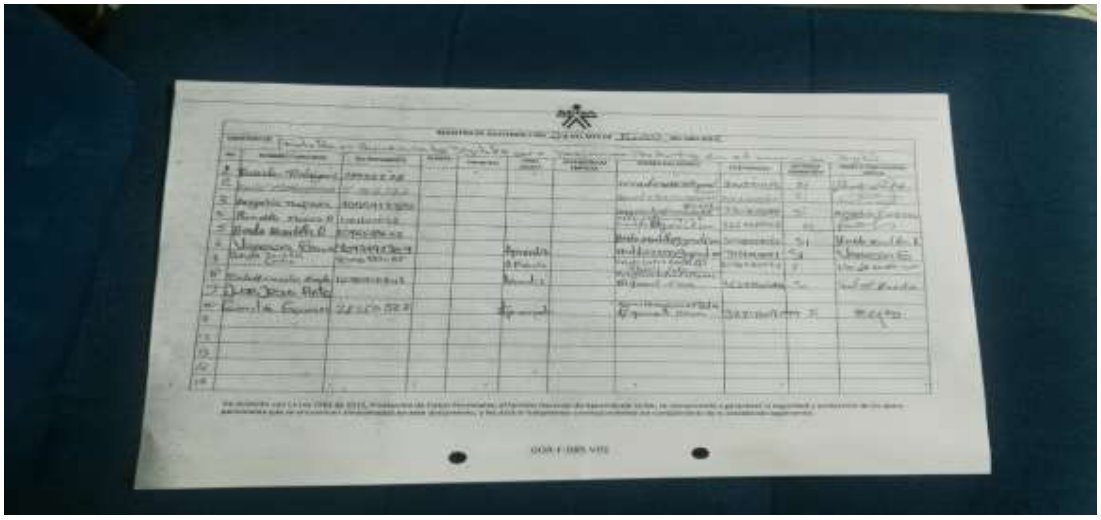




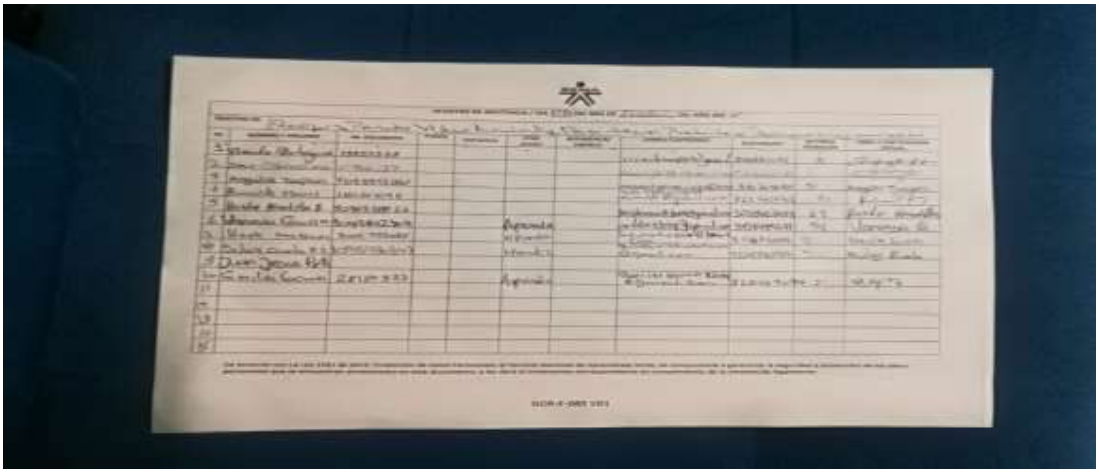




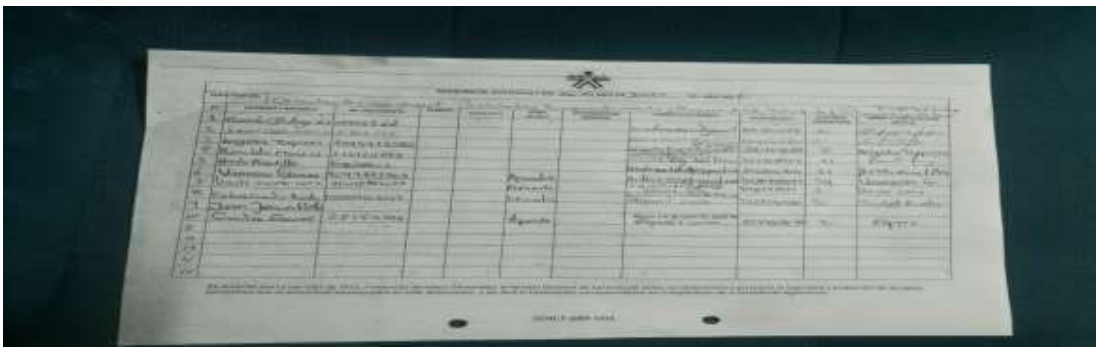
DÍA 1 04 06 2024.



DÍA 2 05 06 2024.



DÍA 3 06 06 2024.



	Versión: 02
	Código: GRF-F-076

GASTOS DE DESPLAZAMIENTO

COMPROBANTE LEGALIZACION GASTOS TRANSPORTE INFORMAL - CONTRATISTAS

CIUDAD / MUNICIPIO - FECHA:	**Floridablanca, 31 mayo 2024**	**Código Regional :**	**68**
NOMBRE DEL CONTRATISTA:	Gerardo Tobón Araoz	**Código Centro:**	**9225**
No. DOCUMENTO IDENTIDAD:	79435628	**Fecha de elaboración:**	31 de mayo e 2024

En desarrollo de la comisión No. ____16224____durante los días___21, 22, y 23, del mes de mayo de 2024, se informa que en los tramos detallados a continuación, fue necesario utilizar transporte informal sin generación de documento soporte de pago por parte del prestador del servicio:

FECHA	TRAYECTO GENERADOR DEL PAGO	MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO	VALOR PAGADO
21 de mayo de 2024	Floridablanca-Girón (Vereda Chocoita)	Terrestre intermunicipal informal	$ 25,000
23 de mayo de 2024	Girón (Vereda Chocoita)-Florida Blanca	Terrestre intermunicipal informal	$ 25,000
		RAZON POR LA CUAL, SE AUTORIZA EL GASTO INCURRIDO CUYO VALOR PAGADO EQUIVALE A:	$ 50,000

Para efectos legales el contratista certifica bajo la gravedad del juramento, que las actividades objeto del desplazamiento se cumplieron a cabalidad y el valor cobrado corresponde al valor efectivamente pagado al prestador del servicio de transporte informal.

Este formato aplica únicamente para justificar gastos de transporte en aquellos sitios donde no se cuenta con transporte formal.

Teniendo en cuenta las certificaciones suscritas por el comisionado y su jefe inmediato, se autoriza el presente gasto.

COMISIONADO CONTRATISTA		SUPERVISOR DE CONTRATO		ORDENADOR DEL GASTO	
Nombre completo:	Gerardo Tobón Araoz	**Nombre completo:**	Javier Díaz Díaz	**Nombre completo:**	Jairo Orlando Rámirez Montero
Numero de Contrato:	CO1.PCCNTR.5932037	**Cargo:**	Coordinador Proyectos Especiales	**Cargo:**	Sub-Director (e) de Centro
Firma:		**Firma:**		**Firma:**	 Firmado digitalmente por JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO Fecha: 2024.06.07 15:20:12 -05'00'

Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:	MHjmontero	JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO
Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:	36-02-00-068-922510	CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA-SANTANDER
Fecha y Hora Generación Reporte:	miércoles, 15 de mayo de 2024	

Comisión Servicio al Interior del País - Tramite - Inicial

Solicitud de Comisión No.	16224	**Fecha Solicitud**	2024-05-15	**Estado de la Comisión**	Autorizada	**Unidad Ejecutora o Subunidad - 36-02-00-068-922510 CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA-SANTANDER**			
Tipo de Comisión	Servicio	**Fecha Aut./ Rech.**	2024-05-15	**Genera Viáticos**	SI	**Genera gastos de viaje**	Si	**Requiere Pasajes Aéreos**	NO
Transporte por Vía	Terrestre	**Área u Oficina**	SUBDIRECCION DE CENTRO			**Tipo de trámite**	Inicial	**Comisión Inicial**	

CDP de viáticos

Consecutivo CDP	4424	**Dependencia Solicitante**		922545 CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA-SANTANDER - SERVICIOS PRESTADOS A LA FORMACION.	
Rubro Presupuestal de Viaticos		C-3603-1300-19-708020-3603025-02 - ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL - FORTALECIMIENTO DE LOS SERVICIOS PARA LA ATENCIÓN INTEGRAL DE LA POBLACION DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y DE LA ECONOMÍA POPULAR NACIONAL	**Rubro Presupuestal de Gastos de Viaje**		C-3603-1300-19-708020-3603025-02 - ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL - FORTALECIMIENTO DE LOS SERVICIOS PARA LA ATENCIÓN INTEGRAL DE LA POBLACION DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y DE LA ECONOMÍA POPULAR NACIONAL

Nombre	Tipo y Número de Documento	Cargo	Estado	Fecha Inicial Comisión	Fecha final Comisión	Dpto. / Municipio Origen	Dpto. / Municipio Destino	N°. Días	Pernocta Último día Comisión	Porcentaje Pernocta	Total dias	Base de Liquidación	Valor Viático Diario	Valor Total Viáticos	Valor Gastos de Viaje	Valor total a pagar	Objeto de la Comisión por Tercero
GERARDO TOBON ARAOZ	CC: 79435628	CONTRATISTA - INSTRUCTOR	Autorizada	2024-05-21	2024-05-23	SANTANDER / FLORIDABLANCA	SANTANDER / GIRON	2,5	No	50	2,5	4.465.545,00	252.390,00	630.975,00	50.000,00	680.975,00	VIATICOS FORMACION 21 AL 23 DE MAYO DE 2024 A GIRÓN -VEREDA CHOCOITA, ORIENTAR FORMACIÓN COMPLEMENTARIA PARA LA ESTRATEGIA CAMPESENA EN EL PROGRAMA DE GESTION DE MERCADO, COMERCIALIZACION Y VENTAS - BASADO EN EL MODELO CANVAS
											Totales Solicitud de Comisión			**630.975,00**	**50.000,00**	**680.975,00**	

OBJETO DE LA COMISIÓN

VIATICOS FORMACION 21 AL 23 DE MAYO DE 2024 A GIRÓN -VEREDA CHOCOITA, ORIENTAR FORMACIÓN COMPLEMENTARIA PARA LA ESTRATEGIA CAMPESENA EN EL PROGRAMA DE GESTION DE MERCADO, COMERCIALIZACION Y VENTAS - BASADO EN EL MODELO CANVAS

ORDENADOR DEL GASTO

Identificacion:	91241889	Nombre:	JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO	Cargo:	SUBDIRECTOR CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA - SANTANDER

VISTO BUENO JEFE INMEDIATO

Nombre:	""	Cargo:	""

MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO

Firmado digitalmente por: MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
Serial del certificado: 5540827336374662968
Entidad: Persona Juridica
Unidad Organizacional: SUBDIRECCION DE OPERACIONES
Hora de firma: 2024/05/15 16:04:12 -05:00

Este documento se encuentra firmado digitalmente de acuerdo a los lineamientos legales definidos en la ley 527 de 1.999 y sus decretos reglamentarios. Por lo tanto, el original de este documento se encuentra en formato electrónico y goza de autenticidad, integridad y no repudiación. Los certificados digitales de firma del presente documento se han emitido por una entidad de certificación digital Abierta de confianza.

Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:	MHjmontero	JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO
Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:	36-02-00-068-922510	CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA-SANTANDER
Fecha y Hora Generación Reporte:	miércoles, 15 de mayo de 2024	

Firma Responsable

Verificado Por:	BETY SOFIA CACERES MANRIQUE	Fecha Verificación:	15/05/2024 16:00:08

Firmado digitalmente por:
Nombre: JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO
Cédula de ciudadanía: 91241889
Usuario SIIF: MHjmontero
15/05/2024 4:04:23 p. m.

Este documento se encuentra firmado digitalmente de acuerdo a los lineamientos legales definidos en la ley 527 de 1.999 y sus decretos reglamentarios. Por lo tanto, el original de este documento se encuentra en formato electrónico y goza de autenticidad, integridad y no repudiación. Los certificados digitales de firma del presente documento se han emitido por una entidad de certificación digital Abierta de confianza.

Reporte Compromiso Presupuestal de Gasto
Comprobante

Usuario Solicitante:	MHlxortiz	LAURA XIMENA ORTIZ BENAVIDES
Unidad ó Subunidad Ejecutora Solicitante:	36-02-00-068-922510	CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA-SANTANDER
Fecha y Hora Sistema:	2024-05-20-7:23 a. m.	

REGISTRO PRESUPUESTAL DEL COMPROMISO

Con base en el CDP No: 4424 de fecha 2024-04-12. Se hizo el registro presupuestal con el siguiente detalle

Número:	123724	**Fecha Registro:**	2024-05-17	**Unidad / Subunidad Ejecutora:**		36-02-00-068-922510 CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA-SANTANDER			
Vigencia Presupuestal	Actual	**Estado:**	Generado			**Tipo de Moneda:**	COP-Pesos	**Tasa de Cambio:**	0,00
Valor Inicial:	680.975,00	**Valor Total Operaciones:**	0,00			**Valor Actual:**	680.975,00	**Saldo x Obligar:**	680.975,00

TERCERO ORIGINAL

Identificación: Cédula de Ciudadanía	79435628	**Razón Social:**	GERARDO TOBON ARAOZ	**Medio de Pago:**	Abono en cuenta

CUENTA BANCARIA

Número:	008970281187	**Banco:**	BANCO DAVIVIENDA S.A.	**Tipo:**	Ahorro	**Estado:**	Activa

ORDENADOR DEL GASTO

Identificación:	91241889	**Nombre:**	JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO	**Cargo:**	SUBDIRECTOR CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA - SANTANDER

CAJA MENOR				**VIÁTICOS**				**DOCUMENTO SOPORTE**					
Identificación:		**Fecha de Registro:**		**Genera Viáticos:**	Si	**Num. Solicitud de Comisión:**	16224	**Número:**	COM 16224	**Tipo:**	SOLICITUD	**Fecha:**	2024-05-15

ÍTEM PARA AFECTACIÓN DE GASTO

DEPENDENCIA	POSICIÓN CATÁLOGO DE GASTO	FUENTE	RECURSO	SITUAC.	FECHA OPERACIÓN	VALOR INICIAL	VALOR OPERACIÓN	VALOR ACTUAL	SALDO X OBLIGAR
922545 CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA-SANTANDER - SERVICIOS PRESTADOS A LA FORMACION.	C-3603-1300-19-708020-3603025-02 ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL - FORTALECIMIENTO DE LOS SERVICIOS PARA LA ATENCIÓN INTEGRAL DE LA POBLACION DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y DE LA ECONOMÍA POPULAR NACIONAL	Nación	10	CSF		680.975,00	0,00		
					Total:	680.975,00	0,00	680.975,00	680.975,00

Objeto:	VIATICOS FORMACION: COMISION No.16224 DEL 21 AL 23 DE MAYO DE 2024 A GIRON (VEREDA CHOCOITA) ORIENTAR FORMACION COMPLEMENTARIA PARA LA ESTRATEGIA CAMPESENA EN EL PROGRAMA DE GESTION DE MERCADO COMERCIALIZACION Y VENTAS BASADO EN EL MODELO CANVAS

PLAN DE PAGOS

DEPENDENCIA DE AFECTACION DE PAC		POSICION DEL CATALOGO DE PAC		FECHA	VALOR A PAGAR	SALDO POR OBLIGAR	LINEA DE PAGO
36-02-00-068-922510	CENTRO INDUSTRIAL DEL DISEÑO Y LA MANUFACTURA-SANTANDER	3-8	CNC - INVERSION ORDINARIA NACION CSF	2024-05-31	680.975,00	680.975,00	NINGUNO

Firmado digitalmente por CAMPO ELIAS GUTIERREZ POLANIA
Fecha: 2024.05.20 09:15:02 -05'00'

COORDINADOR GRUPO DE APOYO ADMINISTRATIVO MIXTO