# PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
# FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL.

Floridablanca, julio 31 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 julio 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 Emprendimiento. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 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, asocié aprendices, califiqué evidencias y subí juicios evaluativos para las fichas 3011246, 3011357, y 3015814 | Pantallazo Sena Sofia Plus, archivo Excel juicios evaluativos 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 informes de desplazamiento a la Vereda Chocoita, Girón, Santander con las respectivas evidencias | Informes 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, Emprendimiento de Unidades Productivas ficha 3011246 y Marketing Digital ficha 3015814 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 contemplado en la Ley 1955 de 2019, artículo 244, que permite la posibilidad que los contratistas coticen su seguridad | Realicé el pago de salud pensión y ARL del mes de junio de 2024. | Planilla pagada de salud pensión y ARL en PDF. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 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 asignado para formación en las diferentes Veredas del Departamento de Santander, manteniéndolo en el mismo estado en que lo entregaron | Portátil Lenovo # 65. |
| 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°4, N°5, y N°6 |
| 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, Emprendimiento de Unidades Productivas ficha 3011246, y Marketing Digital ficha 3015814. | 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. | 23024 | Vereda Chocoita, Girón, Santander. | 18 de junio de 2024 | 20 de junio de 2024 |
| 2. | 24924 | Vereda Chocoita, Girón, Santander. | 25 de junio de 2024 | 27 de junio de 2024 |
| 3. | 26324 | Vereda Chocoita, Girón, Santander. | 09 de julio de 2024 | 11 de julio 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° 9468903274 de la planilla pagada de salud, pensión y ARL, del operador Aportes en Línea del periodo junio de 2024. (Decreto Ley 2106 de 2019 – "Decreto Ley Anti - trámites")

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,



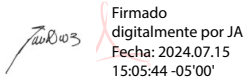
Firma

**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

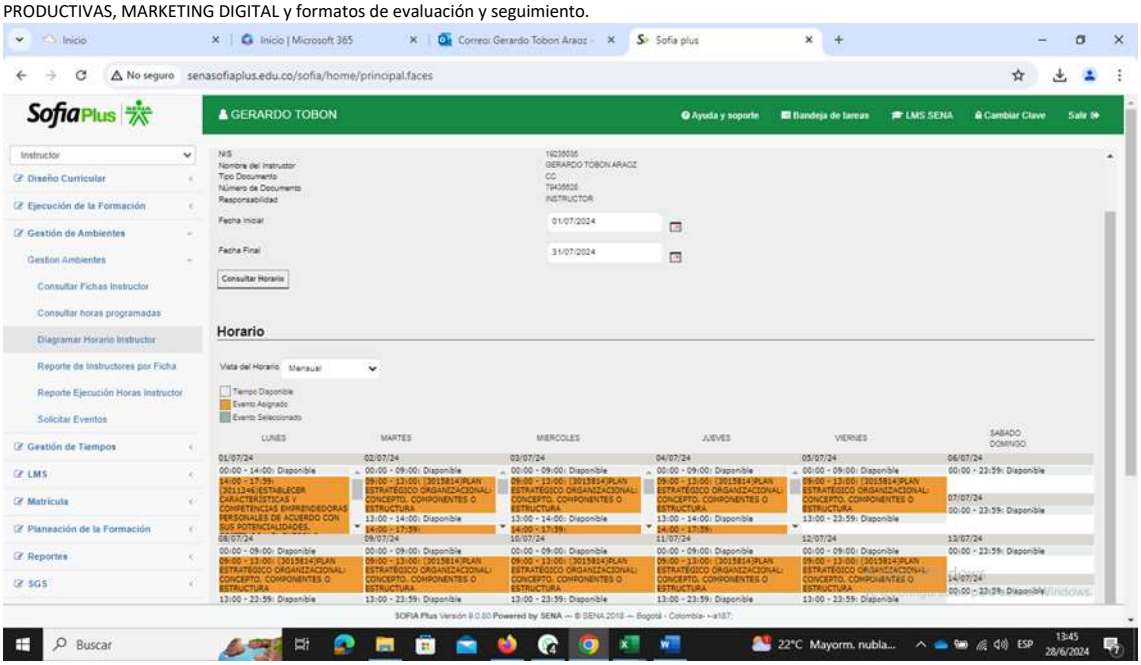
Cargo: Coordinador de Proyectos Especiales.

# Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
# CO1.PCCNTR. 5932037
# EVIDENCIAS DEL MES JULIO 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.




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 JULIO DE 2024.**



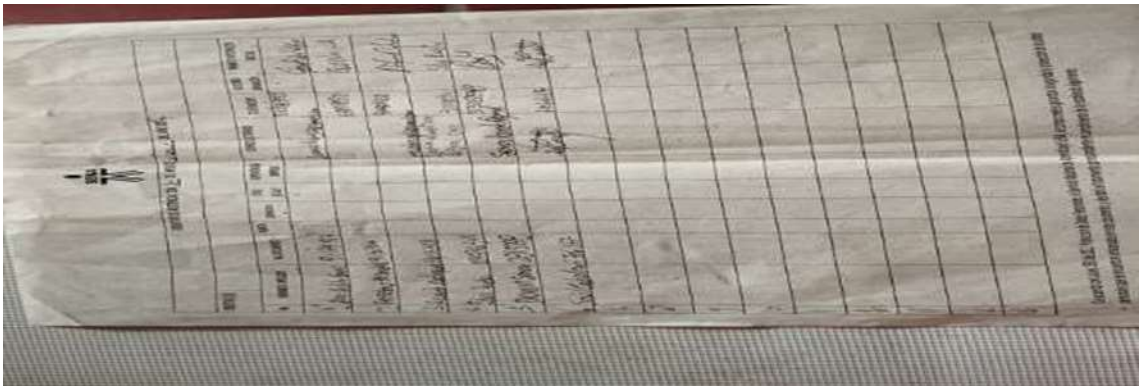


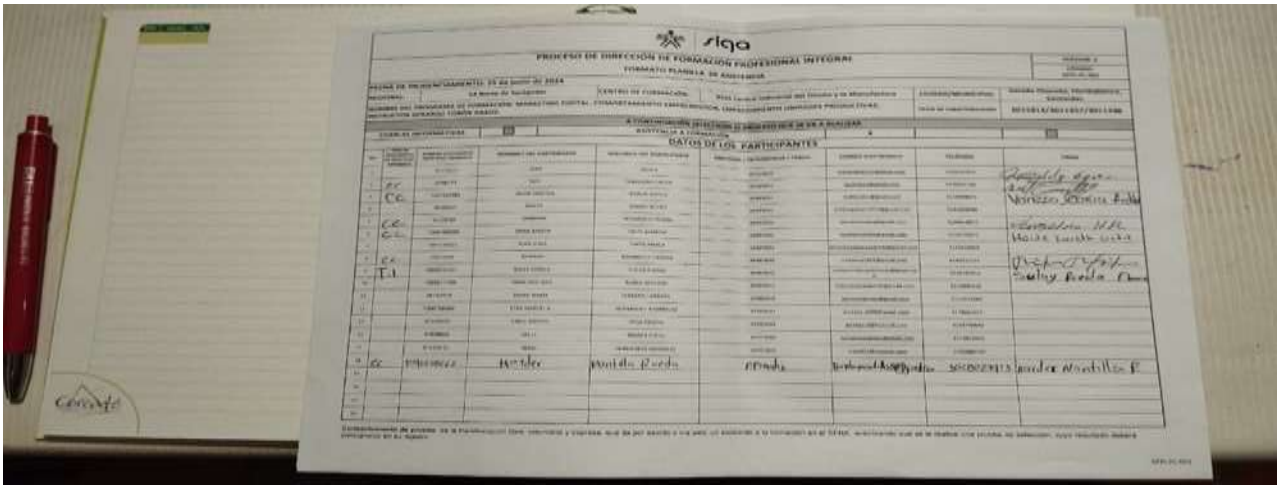


**Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz**
**CO1.PCCNTR. 5932037**
**EVIDENCIAS DEL MES JULIO DE 2024.**

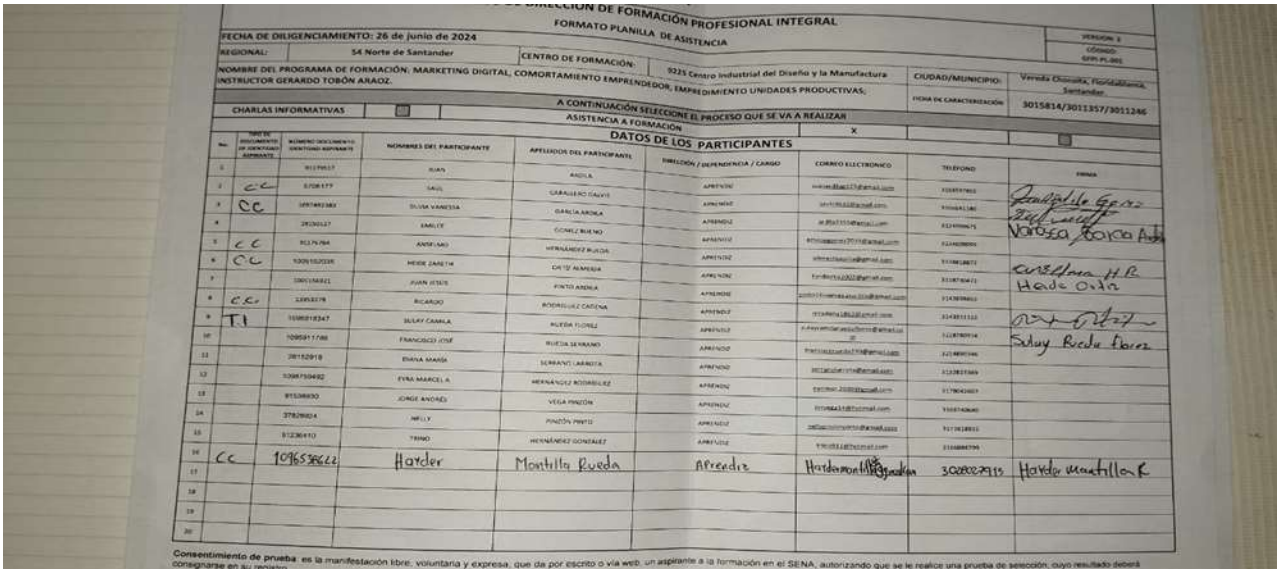








**Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz**
**CO1.PCCNTR. 5932037**
**EVIDENCIAS DEL MES JULIO DE 2024.**



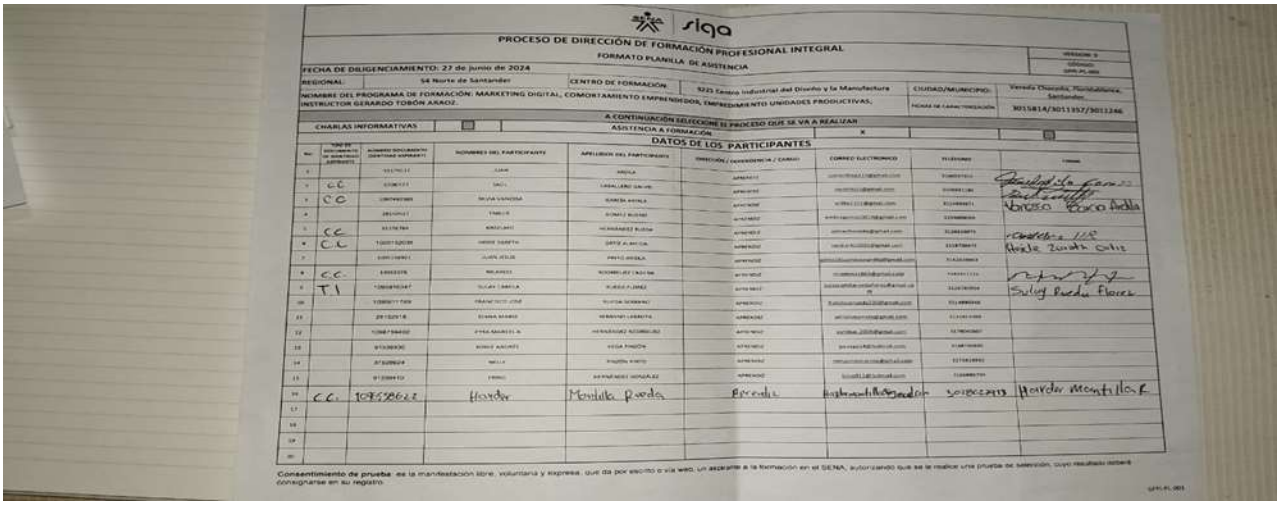
PROCESO DE DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO PLANILLA DE ASISTENCIA

FECHA DE DILIGENCIAMIENTO: 26 de junio de 2024
REGIONAL: 54 Norte de Santander
CENTRO DE FORMACIÓN: 9225 Centro Industrial del Diseño y la Manufactura
CIUDAD/MUNICIPIO: Vereda Chocoita, Floridablanca, Santander.
NOMBRE DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN: MARKETING DIGITAL, COMORTAMIENTO EMPRENDEDOR, EMPREDIMIENTO UNIDADES PRODUCTIVAS, INSTRUCTOR GERARDO TOBÓN ARAOZ.
FICHA DE CARACTERIZACIÓN: 3015814/3011357/3011246
CHARLAS INFORMATIVAS
A CONTINUACIÓN SELECCIONE EL PROCESO QUE SE VA A REALIZAR
ASISTENCIA A FORMACIÓN: X

DATOS DE LOS PARTICIPANTES

| No. | TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD ASPIRANTE | NÚMERO DOCUMENTO IDENTIDAD ASPIRANTE | NOMBRES DEL PARTICIPANTE | APELLIDOS DEL PARTICIPANTE | DIRECCIÓN / DEPENDENCIA / CARGO | CORREO ELECTRONICO | TELEFONO | FIRMA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | 91179517 | JUAN | ARDILA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 2 | CC | 5708179 | SAUL | CABALLERO CALVO | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 3 | CC | 1097492383 | SILVIA VANESSA | GARCIA AROKA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 4 | | 2830127 | EMILCE | GOMEZ BUENO | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 5 | CC | 91175794 | ANSELMO | HERNÁNDEZ RUEDA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 6 | CC | 1005152035 | HEIDE ZARETH | DAZA ALMEIDA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 7 | | 1065136821 | JUAN JESUS | PINTO ARENA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 8 | CC | 1095 | RICARDO | RODRIGUEZ CATENA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 9 | TI | 1098018347 | SULAY CAMILA | RUEDA FLOREZ | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 10 | | 1095911788 | FRANCISCO JOSE | RUEDA SERRANO | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 11 | | 28152918 | DIANA MARÍA | SERRANO LARROTA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 12 | | 1098750492 | EYRA MARCELA | HERNANDEZ RODRIGUEZ | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 13 | | 91538830 | JORGE ANDRES | VEGA PINZÓN | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 14 | | 37826924 | NELLY | PINZÓN PINTO | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 15 | | 91236410 | TRINO | HERNÁNDEZ GONZALEZ | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 16 | CC | 1096538622 | Harder | Montilla Rueda | Aprendiz | [illegible] | 3008027919 | Harder Montilla R. |
| 17 | | | | | | | | |
| 18 | | | | | | | | |
| 19 | | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | | |

**Consentimiento de prueba**: es la manifestación libre, voluntaria y expresa, que da por escrito o vía web, un aspirante a la formación en el SENA, autorizando que se le realice una prueba de selección, cuyo resultado deberá consignarse en su registro.



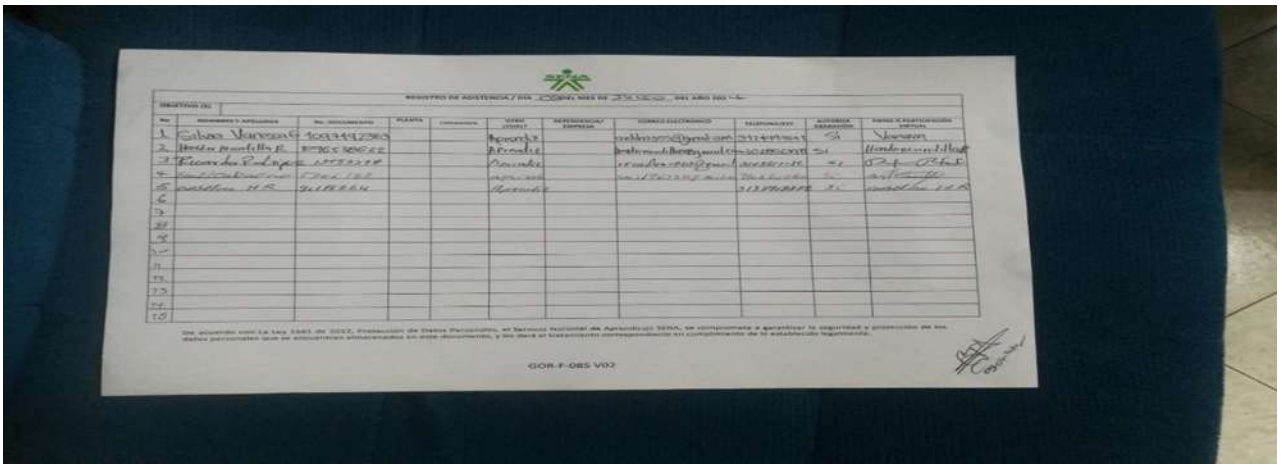
PROCESO DE DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO PLANILLA DE ASISTENCIA

FECHA DE DILIGENCIAMIENTO: 27 de junio de 2024
REGIONAL: 54 Norte de Santander
CENTRO DE FORMACIÓN: 9225 Centro Industrial del Diseño y la Manufactura
CIUDAD/MUNICIPIO: Vereda Chocoita, Floridablanca, Santander.
NOMBRE DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN: MARKETING DIGITAL, COMORTAMIENTO EMPRENDEDOR, EMPREDIMIENTO UNIDADES PRODUCTIVAS, INSTRUCTOR GERARDO TOBÓN ARAOZ.
FICHA DE CARACTERIZACIÓN: 3015814/3011357/3011246
CHARLAS INFORMATIVAS
A CONTINUACIÓN SELECCIONE EL PROCESO QUE SE VA A REALIZAR
ASISTENCIA A FORMACIÓN: X

DATOS DE LOS PARTICIPANTES

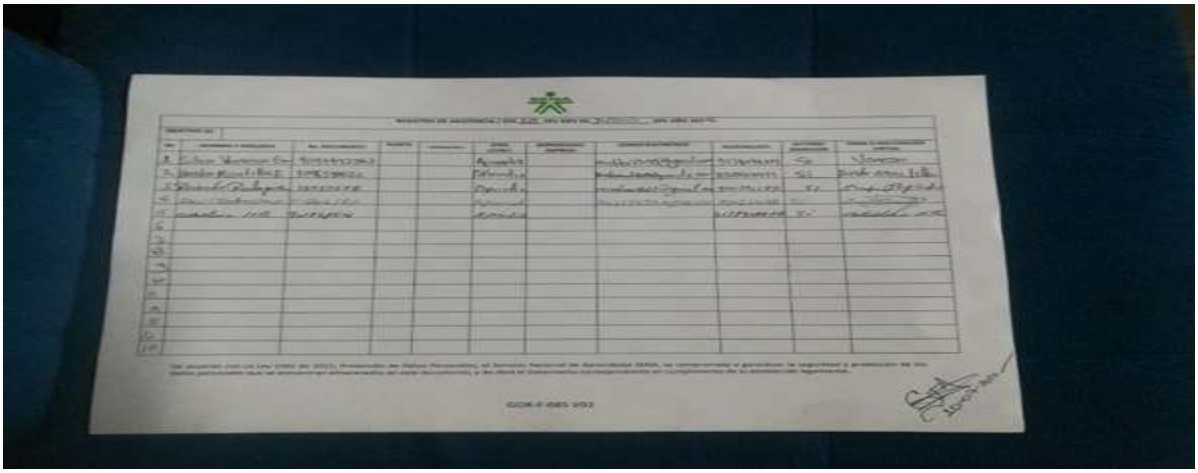
| No. | TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD ASPIRANTE | NÚMERO DOCUMENTO IDENTIDAD ASPIRANTE | NOMBRES DEL PARTICIPANTE | APELLIDOS DEL PARTICIPANTE | DIRECCIÓN / DEPENDENCIA / CARGO | CORREO ELECTRONICO | TELEFONO | FIRMA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | 91179517 | JUAN | ARDILA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 2 | CC | 5708179 | SAUL | CABALLERO CALVO | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 3 | CC | 1097492383 | SILVIA VANESSA | GARCIA AROKA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 4 | | 2830127 | EMILCE | GOMEZ BUENO | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 5 | CC | 91175794 | ANSELMO | HERNÁNDEZ RUEDA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 6 | CC | 1005152035 | HEIDE ZARETH | DAZA ALMEIDA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 7 | | 1065136821 | JUAN JESUS | PINTO ARENA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 8 | CC | 1095 | RICARDO | RODRIGUEZ CATENA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 9 | TI | 1098018347 | SULAY CAMILA | RUEDA FLOREZ | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 10 | | 1095911788 | FRANCISCO JOSE | RUEDA SERRANO | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 11 | | 28152918 | DIANA MARÍA | SERRANO LARROTA | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 12 | | 1098750492 | EYRA MARCELA | HERNANDEZ RODRIGUEZ | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 13 | | 91538830 | JORGE ANDRES | VEGA PINZÓN | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 14 | | 37826924 | NELLY | PINZÓN PINTO | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 15 | | 91236410 | TRINO | HERNÁNDEZ GONZALEZ | APRENDIZ | [illegible] | [illegible] | |
| 16 | CC | 1096538622 | Harder | Montilla Rueda | Aprendiz | [illegible] | 3008027919 | Harder Montilla R. |
| 17 | | | | | | | | |
| 18 | | | | | | | | |
| 19 | | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | | |

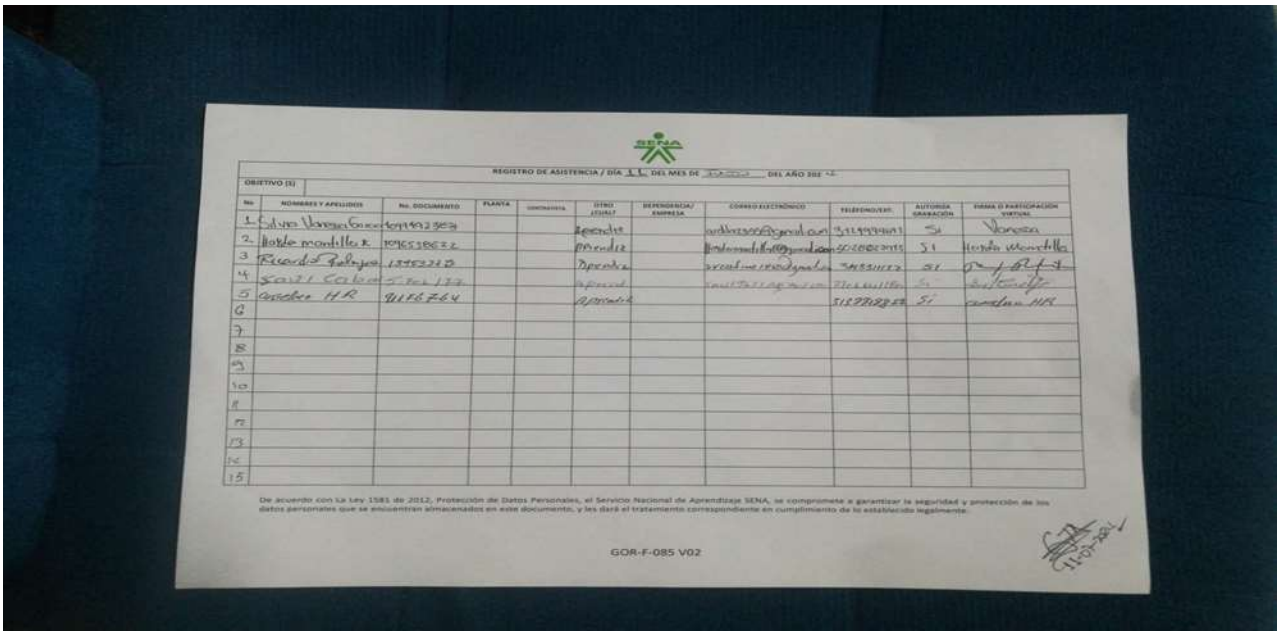
**Consentimiento de prueba**: es la manifestación libre, voluntaria y expresa, que da por escrito o vía web, un aspirante a la formación en el SENA, autorizando que se le realice una prueba de selección, cuyo resultado deberá consignarse en su registro.



GOR-F-085 V02

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





REGISTRO DE ASISTENCIA / DIA 11 DEL MES DE [illegible] DEL AÑO 202 *2.

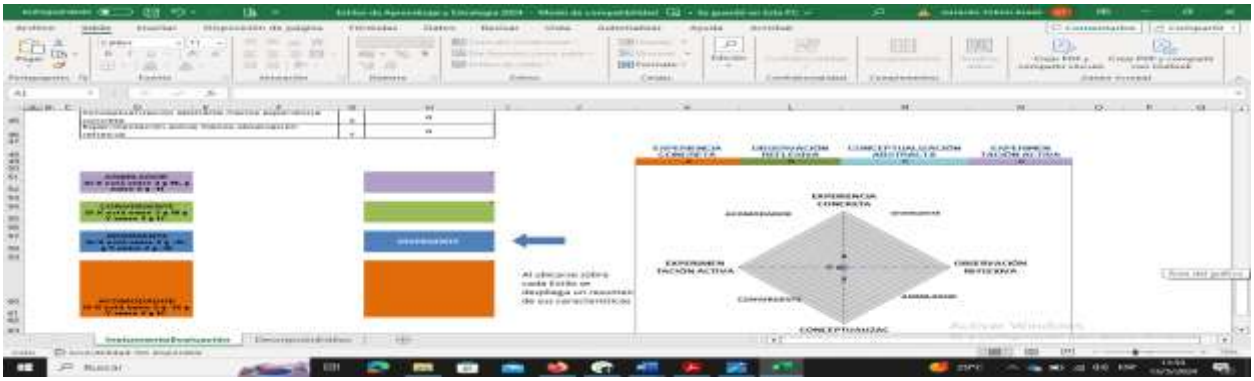
OBJETIVO (S)

| No. | NOMBRES Y APELLIDOS | No. DOCUMENTO | PLANTA | CONTRATISTA | OTRO (CUAL) | DEPENDENCIA/ EMPRESA | CORREO ELECTRÓNICO | TELEFONO/CEL | AUTORIZA GRABACIÓN | FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Silvio Vanegas Cano | 6691923 | | | Aprendiz | | [illegible] | 3114999491 | Si | Vanegas |
| 2 | Hoyle mondillo R. | 1065586212 | | | Aprendiz | | [illegible] | 3[illegible] | Si | Hoyle Mondillo |
| 3 | Ricardo Pabon | 13952210 | | | Aprendiz | | [illegible] | 3145511122 | Si | [illegible] |
| 4 | Sonia Cabeza | [illegible] | | | Aprendiz | | [illegible] | [illegible] | Si | [illegible] |
| 5 | Cordero HR | 91176764 | | | Aprendiz | | | 3157732848 | Si | cordero HR |
| 6 | | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | |
| 11 | | | | | | | | | | |
| 12 | | | | | | | | | | |
| 13 | | | | | | | | | | |
| 14 | | | | | | | | | | |
| 15 | | | | | | | | | | |

De acuerdo con la Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se compromete a garantizar la seguridad y protección de los datos personales que se encuentren almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente.

GOR-F-085 V02

**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.

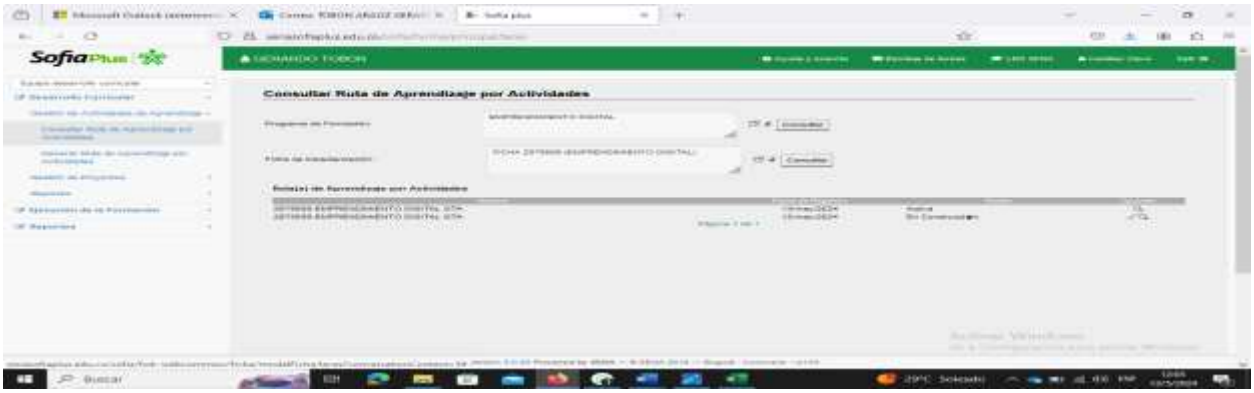


**Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz**
**CO1.PCCNTR. 5932037**
**EVIDENCIAS DEL MES JULIO DE 2024.**

**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

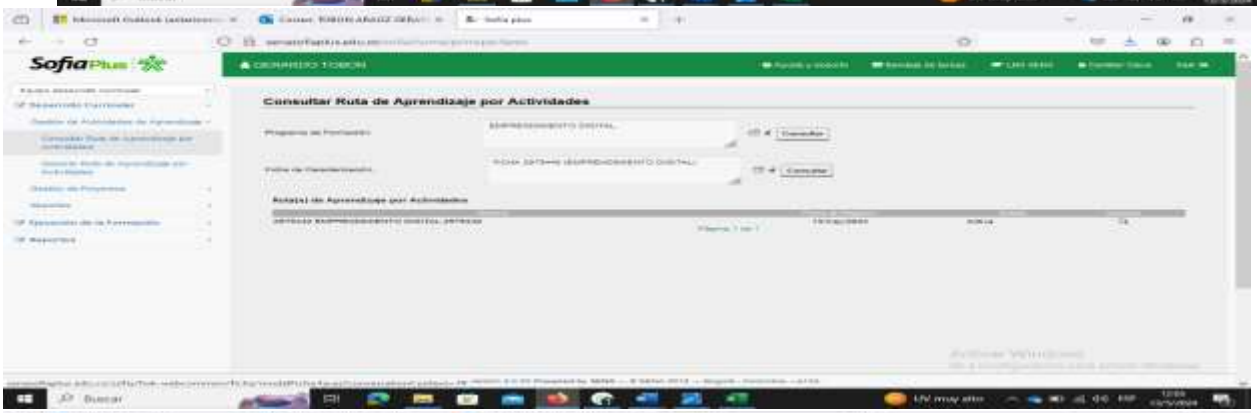
**Acciones realizadas:** Creé rutas de aprendizaje y asocié aprendices para las fichas 3011246, 3011357, 3015814.

**Evidencia:** Pantallazos creación de las rutas de aprendizaje.












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

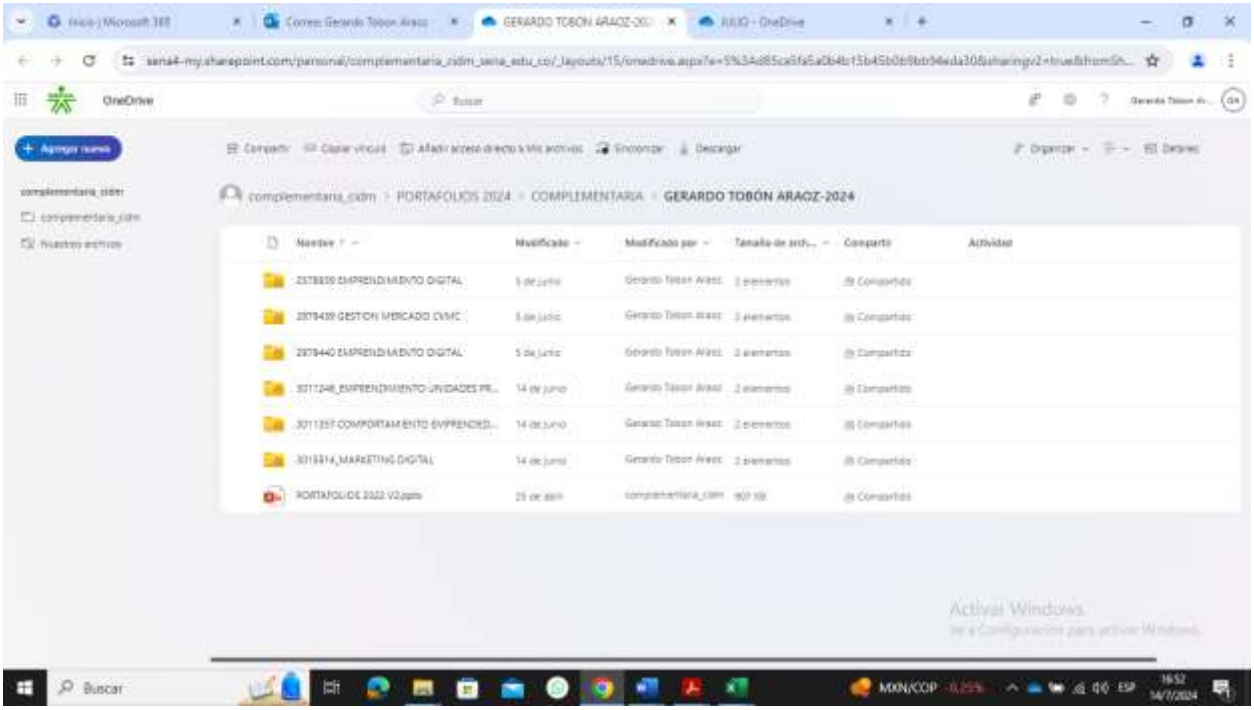




**7 obligación:** Documentar en las diferentes plataformas (LMS, TERRITORIUM) los procesos de formación que orienta, asociado con el proyecto formativo (portafolio de evidencias del instructor, material de apoyo bibliográfico, guías de aprendizaje, talleres aplicados y los demás documentos y recursos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

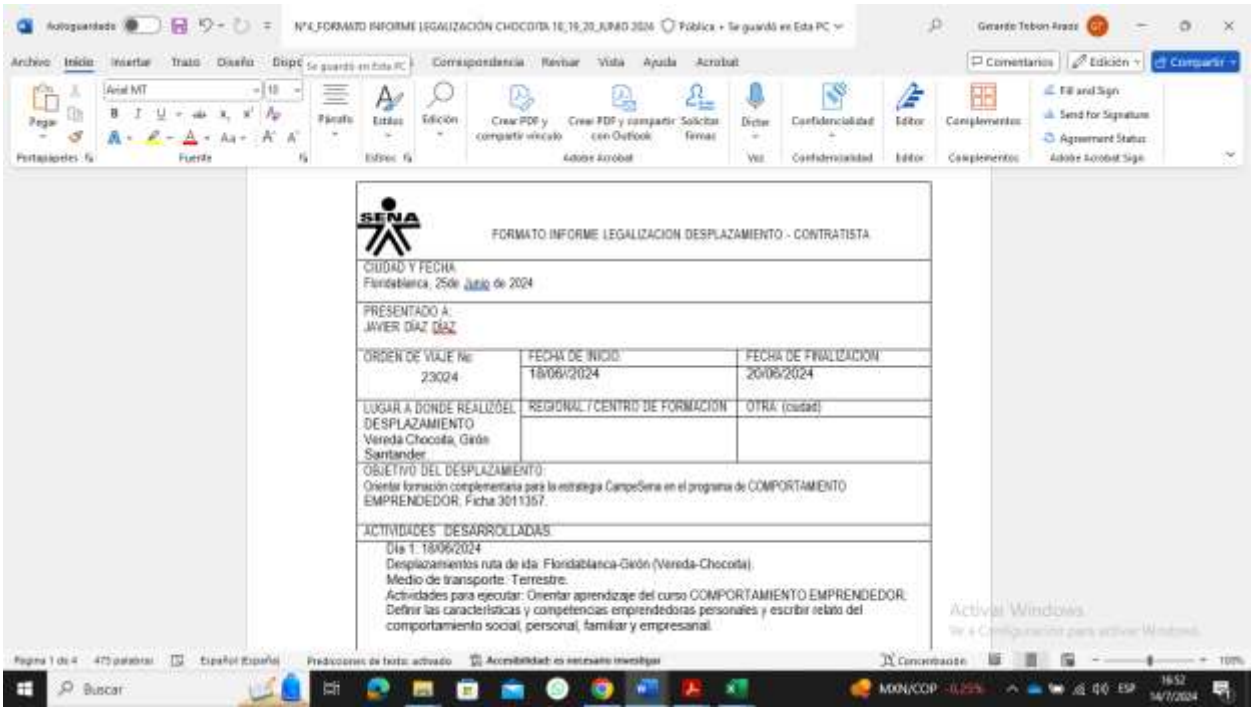



**8 obligación**: Entregar oportunamente los informes requeridos, sobre las acciones encomendadas y los productos resultantes de procesos de aprendizaje, desarrollados por los Aprendices a quienes imparte Formación Profesional Integral.

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

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

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



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

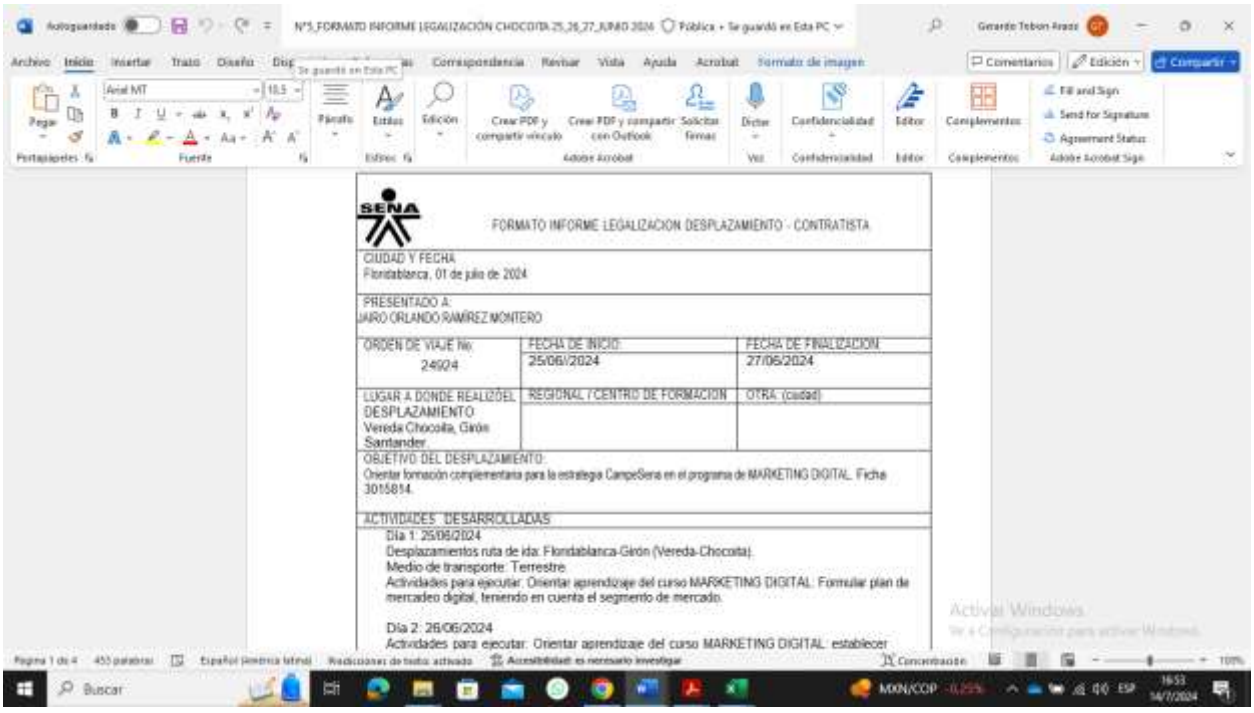
CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, 25de Junio de 2024

PRESENTADO A:
JAVIER DIAZ DIAZ

| ORDEN DE VIAJE No: | FECHA DE INICIO: | FECHA DE FINALIZACION |
|---|---|---|
| 23024 | 18/06/2024 | 20/06/2024 |
| LUGAR A DONDE REALIZÓEL DESPLAZAMIENTO<br>Vereda Chocoita, Girón Santander | REGIONAL / CENTRO DE FORMACION | OTRA: (cuidad) |

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:
Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR. Ficha 3011357.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:
Día 1: 18/06/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita).
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR. Definir las características y competencias emprendedoras personales y escribir relato del comportamiento social, personal, familiar y empresarial.



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, 01 de julio de 2024

PRESENTADO A:
JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO

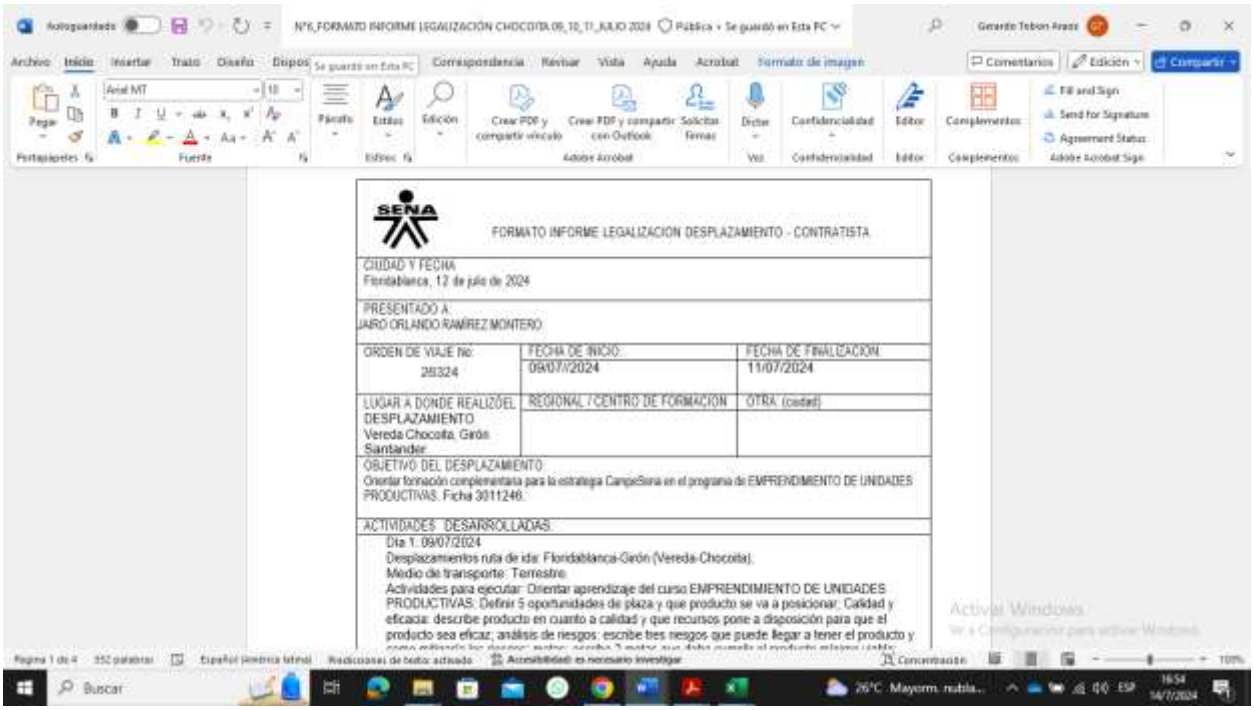
| ORDEN DE VIAJE No: | FECHA DE INICIO: | FECHA DE FINALIZACION |
|---|---|---|
| 24024 | 25/06/2024 | 27/06/2024 |
| LUGAR A DONDE REALIZÓEL DESPLAZAMIENTO<br>Vereda Chocoita, Girón Santander | REGIONAL / CENTRO DE FORMACION | OTRA: (cuidad) |

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:
Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de MARKETING DIGITAL. Ficha 3015814.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:
Día 1: 25/06/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita).
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso MARKETING DIGITAL. Formular plan de mercadeo digital, teniendo en cuenta el segmento de mercado.

Día 2: 26/06/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso MARKETING DIGITAL. establecer

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



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, 12 de julio de 2024

PRESENTADO A
JAIRO ORLANDO RAMIREZ MONTERO

| ORDEN DE VIAJE No: | FECHA DE INICIO: | FECHA DE FINALIZACION: |
|---|---|---|
| 283324 | 09/07/2024 | 11/07/2024 |

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

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO
Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS. Ficha 3011246.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:
Dia 1: 09/07/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita).
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS: Definir 5 oportunidades de plaza y que producto se va a posicionar. Calidad y eficacia: describe producto en cuanto a calidad y que recursos pone a disposición para que el producto sea eficaz; análisis de riesgos: escribe tres riesgos que puede llegar a tener el producto y

**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.

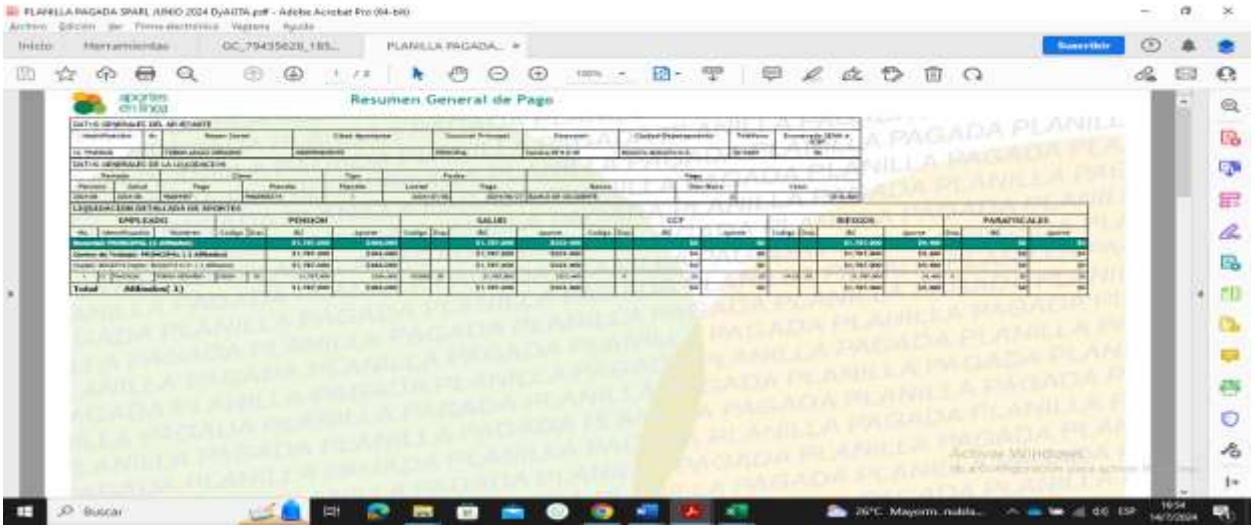


# Nombre del contratista Gerardo Tobón Araoz
# CO1.PCCNTR. 5932037
# EVIDENCIAS DEL MES JULIO DE 2024.

**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.




**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 #65**

**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 JULIO 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.





**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<br>estructura táctica de comunicación online según objetivos de marketing digital<br>describe segmento de mercado a partir de productos o servicios ofertados<br>caracteriza canales digitales de acuerdo con estrategia de marketing digital<br>valora Insights teniendo en cuenta estrategia de comunicación<br>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<br>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)** | | | | | |

**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=Ll3jYMzwG7TqxgGOw4Q4CA&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=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsAM6AggAOgYIABAWEB5KBAhBGABQ1OkBWJb7AWCAqQJoAnACeASAAdoEiAGSC5IBBzAuNS41LTGYAQCgAQGgAQKqAQdnd3Mtd2l6sAEAyAEIwAEB&sclient=gws-wiz&ved=0ahUKEwjlhuad1czxAhUMQjABHXKICWQQ4dUDCA4&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=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsANKBAhBGABQivgCWJG0A2DbuQNoAXAEeASAAa4BiAHbBJIBAzAuNJgBAaABAaABAqoBB2d3cy13aXqwAQDIAOfAAQE&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_MgBWPvuAWCe8wFoAXADeASAAOCIAQCSAQCYAQagAQGgAQKqAQdnd3Mtd2l6sAEAyAEIwAEB&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.<br>FORMULA LOS OBJETIVOS PERSONALES DE ACUERDO CON SU MOTIVACIÓN Y PROPÓSITO DE VIDA.<br>APLICA LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA DE ACUERDO CON FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.<br><br>IDENTIFICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DE ACUERDO CON PROBLEMAS DE LA COTIDIANIDAD.<br>APLICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES SEGÚN IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.<br><br>APROPIA EL CONCEPTO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN SEGÚN SOLUCIÓN DE DESAFÍOS.<br>APLICA LA CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN RETO DE INNOVACIÓN.<br>SUSTENTA EL PLAN DE ACCIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.<br><br>RECONOCE LOS INTERESES PROPIOS Y DEL OTRO DE ACUERDO CON LA APLICACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA.<br>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°:**

**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=Ll3jYMzwG7TqxgGOw4Q4CA&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=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsAM6AggAOgYIABAWEB5KBAhBGABQ1OkBWJb7AWCAqQJoAnACeASAAdoEiAGSC5IBBzAuNS41LTGYAQCgAQGgAQKqAQdnd3Mtd2l6sAEAyAEIwAEB&sclient=gws-wiz&ved=0ahUKEwjlhuad1czxAhUMQjABHXKICWQQ4dUDCA4&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=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsANKBAhBGABQivgCWJG0A2DbuQNoAXAEeASAAa4BiAHbBJIBAzAuNJgBAaABAaABAqoBB2d3cy13aXqwAQDIAOfAAQE&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_MgBWPvuAWCe8wFoAXADeASAAOCIAQCSAQCYAQagAQGgAQKqAQdnd3Mtd2l6sAEAyAEIwAEB&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.<br>FORMULA LOS OBJETIVOS PERSONALES DE ACUERDO CON SU MOTIVACIÓN Y PROPÓSITO DE VIDA.<br>APLICA LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA DE ACUERDO CON FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.<br><br>IDENTIFICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DE ACUERDO CON PROBLEMAS DE LA COTIDIANIDAD.<br>APLICA EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES SEGÚN IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.<br><br>APROPIA EL CONCEPTO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN SEGÚN SOLUCIÓN DE DESAFÍOS.<br>APLICA LA CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN RETO DE INNOVACIÓN.<br>SUSTENTA EL PLAN DE ACCIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.<br><br>RECONOCE LOS INTERESES PROPIOS Y DEL OTRO DE ACUERDO CON LA APLICACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA.<br>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)** | | | | | |



| Ficha de Caracterización: | COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR CAMPESENA. | Asistencia y Reporte de Aprendices 01 julio de 2024. |
|---|---|---|
| Estado: | EN EJECUCION COMPLEMENTARIA VIRTUAL | |
| Fecha | Vereda Chocoita, Girón, Santander, 01 de julio de 20224 | |

| | CC o TI | #DOC | NOMBRES | APELLIDOS | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | TOTAL FALLAS | MOTIVO | COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR SUBIR JE. | EMPRENDIMIENTO UNIDADES PRODUCTIVAS SUBIR JE | MARKETING DIGITAL SUBIR JE | CORREO ELECTRÓNICO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | | | | | |
| 1 | CC | 91179517 | JUAN | ARDILA | F | IE | IE | IE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | juanardilag123@gmail.com | 3166597855 |
| 2 | CC | 1095914760 | LUIS MIGUEL | BARRGÁN MANTILLA | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3218544792 |
| 3 | CC | 91178024 | GILBERTO | BUENO BUENO | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | CC | 5706177 | SAÚL | CABALLERO GALVÍS | F | IE | IE | IE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | saulc9633@gmail.com | 3106641180 |
| 5 | CC | 91477342 | JHON FREDDY | CACERES ARIAS | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | jhonfreddycaceresarias@gmail.com | 3046069835 |
| 6 | CC | 1101597664 | JUAN CARLOS | CARVAJAL CHAPARRO | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3227777237 |
| 7 | CC | | LEIDY | GARCÍA | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | yeyisjohanna@hotmail.com | 3213668676 |
| 8 | CC | 1095936881 | EDGAR ARMANDO | GARCÍA CARRILLO | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | edgargarci772@gmail.com | 3163723852 |
| 9 | CC | 1097492383 | SILVIA VANESSA | GARCÍA ARDILA | F | IE | IE | IE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | ardila2355@gmail.com | 3124999671 |
| 10 | CC | 28150527 | EMILCE | GOMEZ BUENO | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | emilcegomez2019@gmail.com | 3234609099 |
| 11 | CC | 91176764 | ANSELMO | HERNANDEZ RUEDA | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | admechocoita@gmail.com | 3138818872 |
| 12 | CC | 1101201095 | RUMALDO | MACIAS DOMINGUÉZ | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | maciasdominguezrumaldo@gmail.com | 3227638902 |
| 13 | CC | 1096538622 | HAYDER | MANTILLA RUEDA | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | LABORAL | | | haydermantilla86@gmail.com | 3028027913 |
| 14 | CC | 1005152035 | HEIDE ZARETH | ORTÍZ ALMEIDA | F | IE | IE | IE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | | heidiortiz2002@gmail.com | 3118730473 |
| 15 | CC | 1005156921 | JUAN JESUS | PINTO ARDILA | F | IE | IE | IE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | CIRUGIA HEAD | | | pinto16juanjesusardila@gmail.com | 3142638863 |
| 16 | CC | 1095925218 | BLANCA ROCIO | REY HERNÁNDEZ | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | blanquitarey15@gmail.com | 3125508683 |
| 17 | CC | 13953378 | RICARDO | RODRÍGUEZ CADENA | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | | rrcadena1863@gmail.com | 3143311122 |
| 18 | TI | 1095916347 | SULAY CAMILA | RUEDA FLOREZ | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | | zulaycamilaruedaflorez@gmail.com | 3228780914 |
| 19 | CC | 1095911769 | FRANCISCO JOSÉ | RUEDA SERRANO | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | NO APROBO | | | | franciscorueda230@gmail.com | 3214890346 |
| 20 | CC | 1098721662 | SILVIA PAOLA | SALAZAR TORRES | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | silviasalazarx23@gmail.com | 3164559700 |
| 21 | CC | 1005155713 | LUIS MIGUEL | SANTOS SIERRA | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | gregoriosantosuribe586@gmail.com | 3052336328 |
| 22 | CC | 28152918 | DIANA MARÍA | SERRANO LARROTA | F | I | I | I | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | NO APROBO | | | | serranolarrota@gmail.com | 3132823369 |
| 23 | CC | 1095917582 | ANGELA | TAPIAS RUEDA | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | angelatapiasrueda@gmail.com | 3107656169 |
| 24 | CC | 1095910285 | ESTEFANY ALEXANDRA | ARDILA HERRERA | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | alexaardila505@gmail.com | 3243908456 |
| 25 | CC | 1098759492 | EYRA MARCELA | HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | | eyrimar.2009@gmail.com | 3178042607 |
| 26 | CC | 91538930 | JORGE ANDRÉS | VEGA PINZÓN | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | | jorvega14@hotmail.com | 3168740640 |
| 27 | CC | 37828924 | NELLY | PINZÓN PINTO | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | | nellypinzonpinto@gmail.com | 3173818932 |
| 28 | CC | 91236410 | TRINO | HERNÁNDEZ GONZÁLEZ | F | A | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | | | trino911@hotmail.com | 3166886799 |
| 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 | STENCIA RETIRO VOLUNTARIO DESERCION |
| | | RV | RETIRO VOLUNTARIO |
| | | D | DESERCION |
| | | T | TRASLADO |
| | | N.A. | NO APLICA |
| | | DES | DESECOLARIZADO |
| | | P | PENDIENTE |
| | OK WHATSAPP | F | FESTIVO |

Centro Industrial del Diseño y la Manufactura
Regional Santander



| | |
|---|---|
| Ficha de Caracterización: | MARKETING DIGITAL 3015814 CAMPESENA. |
| Estado: | EN EJECUCION COMPLEMENTARIA VIRTUAL |
| Fecha | Vereda Chocoita, Girón, Santander, 01 de julio de 2024. |

Asistencia y Reporte de Aprendices 01 de julio de 2024.

| | CC o TI | #DOC | NOMBRES | APELLIDOS | L 1 | M 2 | M 3 | J 4 | V 5 | S 6 | D 7 | L 8 | M 9 | M 10 | J 11 | V 12 | S 13 | D 14 | L 15 | M 16 | M 17 | J 18 | V 19 | S 20 | D 21 | L 22 | M 23 | M 24 | J 25 | V 26 | S 27 | D 28 | L 29 | M 30 | M 31 | TOTAL FALLAS | MOTIVO | COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR SUBIR JE | MARKETING DIGITAL SUBIR JE. | EMPRENDIMIENTO UNIDADES PRODUCTIVAS | CORREO ELECTRÓNICO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | CC | 91179517 | JUAN | ARDILA | F | IE | IE | IE | IE | | | A | IE | IE | IE | IE | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | LABORAL | | APROBO | | juanardilag123@gmail.com | 3166597855 |
| 2 | CC | 1095914760 | LUIS MIGUEL | BARRGÁN MANTILLA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3218544792 |
| 3 | CC | 91178024 | GILBERTO | BUENO BUENO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | CC | 5706177 | SAÚL | CABALLERO GALVÍS | F | A | A | A | A | | | A | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | LABORAL | | APROBO | | saulc9633@gmail.com | 3106641180 |
| 5 | CC | 91477342 | JHON FREDDY | CACERES ARIAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | jhonfreddycaceresarias@gmail.com | 3046069835 |
| 6 | CC | 1101597664 | JUAN CARLOS | CARVAJAL CHAPARRO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3227777237 |
| 7 | CC | | LEIDY | GARCÍA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | yeyisjohanna@hotmail.com | 3213668676 |
| 8 | CC | 1095936881 | EDGAR ARMANDO | GARCÍA CARRILLO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | edgargarci772@gmail.com | 3163723852 |
| 9 | CC | 1097492383 | SILVIA VANESSA | GARCÍA ARDILA | F | A | IE | A | IE | | | IE | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | LABORAL | | APROBO | | ardila2355@gmail.com | 3124999671 |
| 10 | CC | 28150527 | EMILCE | GOMEZ BUENO | F | IE | A | IE | IE | | | A | IE | IE | IE | IE | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | SALUD | | APROBO | | emilcegomez2019@gmail.com | 3234609099 |
| 11 | CC | 91176764 | ANSELMO | HERNANDEZ RUEDA | F | A | A | A | A | | | A | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | admechocoita@gmail.com | 3138818872 |
| 12 | CC | 1101201095 | RUMALDO | MACIAS DOMINGUÉZ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | maciasdominguezrumaldo@gmail.com | 3227638902 |
| 13 | CC | 1096538622 | HAYDER | MANTILLA RUEDA | F | IE | IE | IE | IE | | | IE | IE | IE | IE | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | LABORAL | | APROBO | | haydermantilla86@gmail.com | 3028027913 |
| 14 | CC | 1005152035 | HEIDE ZARETH | ORTÍZ ALMEIDA | F | IE | IE | IE | IE | | | IE | IE | IE | IE | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | heidiortiz2002@gmail.com | 3118730473 |
| 15 | CC | 1005156921 | JUAN JESUS | PINTO ARDILA | F | IE | IE | IE | IE | | | IE | IE | IE | IE | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | CIRUGIA HEAD | | APROBO | | pinto16juanjesusardila@gmail.com | 3142638863 |
| 16 | CC | 1095925218 | BLANCA ROCIO | REY HERNÁNDEZ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | blanquitarey15@gmail.com | 3125508683 |
| 17 | CC | 13953378 | RICARDO | RODRÍGUEZ CADENA | F | A | A | A | A | | | A | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | rrcadena1863@gmail.com | 3143311122 |
| 18 | TI | 1095916347 | SULAY CAMILA | RUEDA FLOREZ | F | A | A | A | A | | | A | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | zulaycamilaruedaflorez@gmail.com | 3228780914 |
| 19 | CC | 1095911769 | FRANCISCO JOSÉ | RUEDA SERRANO | F | I | I | I | I | | | I | I | I | I | I | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | NO APROBO | | franciscorueda230@gmail.com | 3214890346 |
| 20 | CC | 1098721662 | SILVIA PAOLA | SALAZAR TORRES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | silviasalazarx23@gmail.com | 3164559700 |
| 21 | CC | 1005155713 | LUIS MIGUEL | SANTOS SIERRA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | gregoriosantosuribe586@gmail.com | 3052336328 |
| 22 | CC | 28152918 | DIANA MARÍA | SERRANO LARROTA | F | I | I | I | I | | | I | I | I | I | I | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | NO APROBO | | serranolarrota@gmail.com | 3132823369 |
| 23 | CC | 1095917582 | ANGELA | TAPIAS RUEDA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | angelatapiasrueda@gmail.com | 3107656169 |
| 24 | CC | 1095910285 | ESTEFANY ALEXANDRA | ARDILA HERRERA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | | | | alexaardila505@gmail.com | 3243908456 |
| 25 | CC | 1098759492 | EYRA MARCELA | HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ | F | A | A | A | A | | | A | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | eyrimar.2009@gmail.com | 3178042607 |
| 26 | CC | 91538930 | JORGE ANDRÉS | VEGA PINZÓN | F | A | A | A | A | | | A | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | jorvega14@hotmail.com | 3168740640 |
| 27 | CC | 37828924 | NELLY | PINZÓN PINTO | F | A | A | A | A | | | A | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | nellypinzonpinto@gmail.com | 3173818932 |
| 28 | CC | 91236410 | TRINO | HERNÁNDEZ GONZÁLEZ | F | A | A | A | A | | | A | A | A | A | A | | | | | | | | F | | | | | | | | | | | | | | APROBO | | trino911@hotmail.com | 3166886799 |
| 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 | STENCIA RETIRO VOLUNTARIO DESERCION |
| | | RV | RETIRO VOLUNTARIO |
| | | D | DESERCION |
| | | T | TRASLADO |
| | | N.A. | NO APLICA |
| | | DES | DESECOLARIZADO |
| | | P | PENDIENTE |
| | OK WHATSAPP | F | FESTIVO |



| Ficha de Caracterización: | EMPRENDIMIENTO UNIDADES PRODUCTIVAS |
|---|---|
| Estado: | EN EJECUCION COMPLEMENTARIA VIRTUAL |
| Fecha | Vereda Chocoita, Girón, Santander, 01 de julio de 20224 |

Asistencia y Reporte de Aprendices 01 julio de 2024.

| | CC o TI | #DOC | NOMBRES | APELLIDOS | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | TOTAL FALLAS | MOTIVO | COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR SUBIR JE. | MARKETING DIGITAL SUBIR JE. | EMPRENDIMIENTO UNIDADES PRODUCTIVAS SUBIR JE. | CORREO ELECTRÓNICO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | | | | | |
| 1 | CC | 91179517 | JUAN | ARDILA | | | | IE | IE | IE | IE | IE | | | IE | IE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | juanardilag123@gmail.com | 3166597855 |
| 2 | CC | 1095914760 | LUIS MIGUEL | BARRGÁN MANTILLA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3218544792 |
| 3 | CC | 91178024 | GILBERTO | BUENO BUENO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | CC | 5706177 | SAÚL | CABALLERO GALVÍS | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | saulc9633@gmail.com | 3106641180 |
| 5 | CC | 91477342 | JHON FREDDY | CACERES ARIAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | jhonfreddycaceresarias@gmail.com | 3046069835 |
| 6 | CC | 1101597664 | JUAN CARLOS | CARVAJAL CHAPARRO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3227777237 |
| 7 | CC | | LEIDY | GARCÍA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | yeyisjohanna@hotmail.com | 3213668676 |
| 8 | CC | 1095936881 | EDGAR ARMANDO | GARCÍA CARRILLO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | edgargarci772@gmail.com | 3163723852 |
| 9 | CC | 1097492383 | SILVIA VANESSA | GARCÍA ARDILA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | ardila2355@gmail.com | 3124999671 |
| 10 | CC | 28150527 | EMILCE | GOMEZ BUENO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | emilcegomez2019@gmail.com | 3234609099 |
| 11 | CC | 91176764 | ANSELMO | HERNANDEZ RUEDA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | admechocoita@gmail.com | 3138818872 |
| 12 | CC | 1101201095 | RUMALDO | MACIAS DOMINGUÉZ | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | maciasdominguezrumaldo@gmail.com | 3227638902 |
| 13 | CC | | HAYDER | MANTILLA RUEDA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | haydermantilla86@gmail.com | 3028027913 |
| 14 | CC | 1005152035 | HEIDE ZARETH | ORTÍZ ALMEIDA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | heidiortiz2002@gmail.com | 3118730473 |
| 15 | CC | 1005156921 | JUAN JESUS | PINTO ARDILA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | CIRUGIA HEAD | | APROBO | pinto16juanjesusardila@gmail.com | 3142638863 |
| 16 | CC | 1095925218 | BLANCA ROCIO | REY HERNÁNDEZ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | blanquitarey15@gmail.com | 3125508683 |
| 17 | CC | 13953378 | RICARDO | RODRÍGUEZ CADENA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | rrcadena1863@gmail.com | 3143311122 |
| 18 | TI | 1095916347 | SULAY CAMILA | RUEDA FLOREZ | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | zulaycamilaruedaflorez@gmail.com | 3228780914 |
| 19 | CC | 1095911769 | FRANCISCO JOSÉ | RUEDA SERRANO | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | NO APROBO | franciscorueda230@gmail.com | 3214890346 |
| 20 | CC | 1098721662 | SILVIA PAOLA | SALAZAR TORRES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | silviasalazarx23@gmail.com | 3164559700 |
| 21 | CC | 1005155713 | LUIS MIGUEL | SANTOS SIERRA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | gregoriosantosuribe586@gmail.com | 3052336328 |
| 22 | CC | 28152918 | DIANA MARÍA | SERRANO LARROTA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | NO APROBO | serranolarrota@gmail.com | 3132823369 |
| 23 | CC | 1095917582 | ANGELA | TAPIAS RUEDA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | angelatapiasrueda@gmail.com | 3107656169 |
| 24 | CC | 1095910285 | ESTEFANY ALEXANDRA | ARDILA HERRERA | | | | A | A | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | alexaardila505@gmail.com | 3243908456 |
| 25 | CC | 1098759492 | EYRA MARCELA | HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ | | | | A | | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | eyrimar.2009@gmail.com | 3178042607 |
| 26 | CC | 91538930 | JORGE ANDRÉS | VEGA PINZÓN | | | | A | | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | jorvega14@hotmail.com | 3168740640 |
| 27 | CC | 37828924 | NELLY | PINZÓN PINTO | | | | A | | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | nellypinzonpinto@gmail.com | 3173818932 |
| 28 | CC | 91236410 | TRINO | HERNÁNDEZ GONZÁLEZ | | | | A | | A | A | A | | | A | A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | APROBO | trino911@hotmail.com | 3166886799 |
| 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 | STENCIA RETIRO VOLUNTARIO DESERCION |
| | | RV | RETIRO VOLUNTARIO |
| | | D | DESERCION |
| | | T | TRASLADO |
| | | N.A. | NO APLICA |
| | | DES | DESECOLARIZADO |
| | | P | PENDIENTE |
| | OK WHATSAPP | | |

FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, 25de Junio de 2024

PRESENTADO A:
JAVIER DÍAZ DÍAZ

| ORDEN DE VIAJE No: | FECHA DE INICIO: | FECHA DE FINALIZACION: |
|---|---|---|
| 23024 | 18/06//2024 | 20/06/2024 |
| LUGAR A DONDE REALIZÓEL DESPLAZAMIENTO<br>Vereda Chocoita, Girón Santander. | REGIONAL / CENTRO DE FORMACION | OTRA: (ciudad) |

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:
Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR. Ficha 3011357.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

Día 1: 18/06/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita).
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR: Definir las características y competencias emprendedoras personales y escribir relato del comportamiento social, personal, familiar y empresarial.

Día 2: 19/06/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR: La Negociación sus características, elementos: 1. Alternativas, 2. Intereses, 3. Opciones, 4. Compromisos, se empieza simulación de negociación con los primeros cuatro elementos.

Día 3: 20/06/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR: La Negociación sus características, últimos elementos: 5. Criterios, 6. Relación, y 7. Comunicación, se termina la simulación de la negociación con los últimos tres elementos.
Desplazamientos Ruta de regreso: Girón (Vereda Chocoita)-Floridablanca
Medio de transporte: Terrestre.

RESULTADOS:

Día 1: 18/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices definen las características y competencias emprendedoras; escriben y leen relato del comportamiento social, personal, familiar y empresarial.

Día 2: 19/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices realizan y presentan los cuatro primeros elementos de la Negociación, para producto mínimo viable de la idea de negocio.

Día 3: 20/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices realizan y presentan los últimos 3 elementos de la negociación, para producto mínimo viable de la

idea de negocio.

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. Subir guía resuelta. | Aprendices | 28 de junio de 2024. |
| 2. Enviar agenda para formación para los días 02, 03 y 04 de julio para Emprendimiento de Unidades Productivas, ficha 3011246 | Instructor. | 21de junio de 2024. |

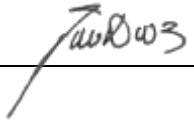
CONCLUSIÓNES:

1. Se logra que loa aprendices desarrollen las evidencias y al mismo tiempo piden tiempo para la entrega de la guía resuelta para poder hacer revisión y corrección de esta, para el 28 de junio de 2024.

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. |  |

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.



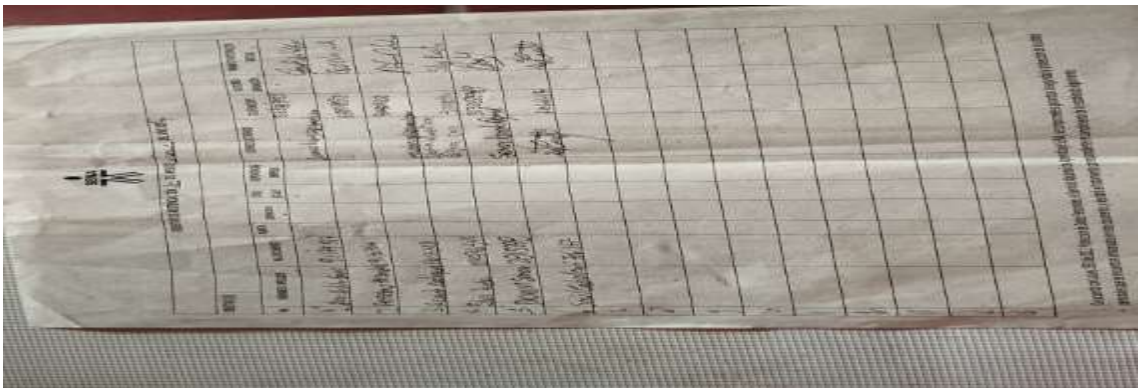
DÍA 1 18 06 2024.



DÍA 2 19 06 2024.



DÍA 3 20 06 2024.



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, 01 de julio de 2024

PRESENTADO A:
JAIRO ORLANDO RAMÍREZ MONTERO

| ORDEN DE VIAJE No: | FECHA DE INICIO: | FECHA DE FINALIZACION: |
|---|---|---|
| 24924 | 25/06//2024 | 27/06/2024 |
| LUGAR A DONDE REALIZÓEL DESPLAZAMIENTO<br>Vereda Chocoita, Girón Santander. | REGIONAL / CENTRO DE FORMACION | OTRA: (ciudad) |
| | | |

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:
Orientar formación complementaria para la estrategia CampeSena en el programa de MARKETING DIGITAL. Ficha 3015814.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

Día 1: 25/06/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita).
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso MARKETING DIGITAL: Formular plan de mercadeo digital, teniendo en cuenta el segmento de mercado.

Día 2: 26/06/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso MARKETING DIGITAL: establecer métricas teniendo en cuenta el plan de marketing digital.

Día 3: 27/06/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso MARKETING DIGITAL: Web analytics, e indicador de rendimiento. (Indicadores de gestión Kpis)
Desplazamientos Ruta de regreso: Girón (Vereda Chocoita)-Floridablanca
Medio de transporte: Terrestre.

RESULTADOS:

Día 1: 25/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices desarrollan los siete pasos para plan de marketing digital.

Día 2: 26/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices establecen métricas y los indicadores de gestión más aceptados en el mercado nacional como extranjero.

Día 3: 27/06/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices establecen como analizar comportamiento de la página web, Instagram, Facebook, y WhatsApp, además calculan los principales Kpis de la idea de negocio, teniendo en cuenta el plan de marketing digital.

| | | |
|---|---|---|
| | | |
| EVIDENCIAS O SOPORTES: Lista de Asistencia y Fotografías de la reunión | | |
| 1. Fotografías de la orientación de aprendizaje realizada de la VeredaChocoita, Caserío La Estrella, Girón, Santander.<br>2. Lista de Asistencia. | | |
| COMPROMISOS | | |
| ACTIVIDAD | RESPONSABLE | FECHA |
| 1. Entregar evidencia de lo desarrollado en DRIVE y WhatsApp. Subir guía resuelta.<br><br>2. Solicitar inscripción especial a los tres cursos del aprendiz Hayder Mantilla Fichas: 3011246, 3011357 y 3015814. | Aprendices<br><br>Instructor. | 28 de junio de 2024.<br><br>28de junio de 2024. |
| CONCLUSIÓNES:<br>1. Se logra que los aprendices desarrollen las evidencias y entregan a tiempo guía resuelta para poder hacer revisión y corrección de esta. Además, se logra la inscripción especial del aprendiz Hayder Mantilla, a los tres cursos y se asocia a las tres fichas ya mencionadas. | | |
| DATOS DEL CONTRATISTA | | |
| NOMBRE Y APELLIDO | | FIRMA |
| Gerardo Tobón Araoz | |  |
| VISTO BUENO SUPERVISOR | | |
| CARGO DEL SUPERVISOR<br>Coordinador Proyectos Especiales. | NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR<br>Javier Díaz Díaz. | FIRMA<br> |

EVIDENCIAS COMISION 24924

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

25 06 2024



26 06 2024

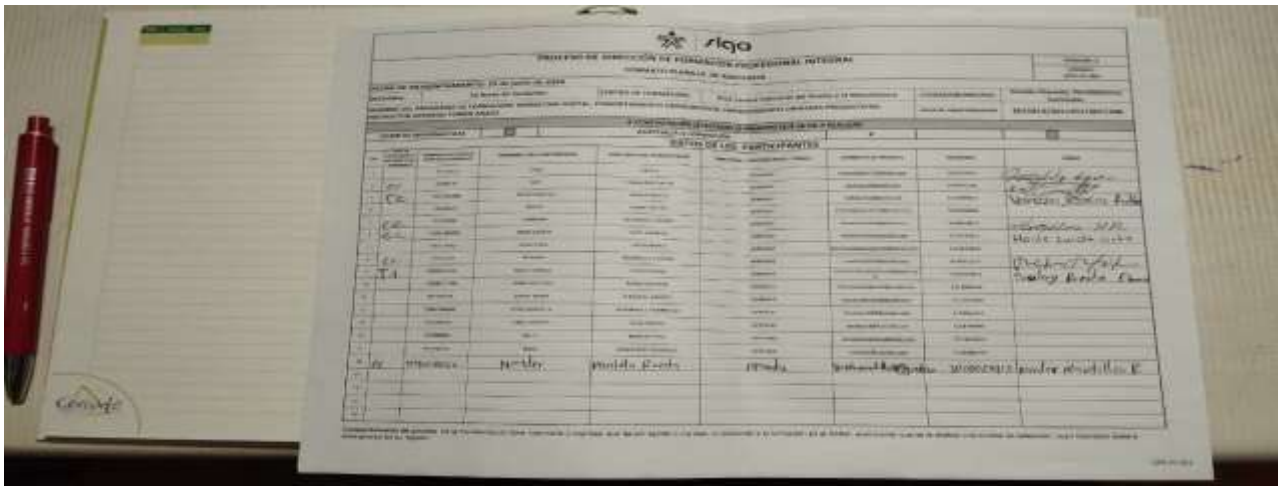


27 06 2024





DÍA 1 25 06 2024.



DÍA 2 26 06 2024.



DÍA 3 27 06 2024.



FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA
Floridablanca, 12 de julio de 2024

PRESENTADO A:
JAIRO ORLANDO RAMÍREZ MONTERO

| ORDEN DE VIAJE No: | FECHA DE INICIO: | FECHA DE FINALIZACION: |
|---|---|---|
| 26324 | 09/07//2024 | 11/07/2024 |
| LUGAR A DONDE REALIZÓEL DESPLAZAMIENTO<br>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 DE UNIDADES PRODUCTIVAS. Ficha 3011246.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

Día 1: 09/07/2024
Desplazamientos ruta de ida: Floridablanca-Girón (Vereda-Chocoita).
Medio de transporte: Terrestre.
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS: Definir 5 oportunidades de plaza y que producto se va a posicionar; Calidad y eficacia: describe producto en cuanto a calidad y que recursos pone a disposición para que el producto sea eficaz; análisis de riesgos: escribe tres riesgos que puede llegar a tener el producto y como mitigaría los riesgos; metas: escribe 2 metas que debe cumplir el producto mínimo viable;

Día 2: 10/07/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS: estado de pérdidas y ganancias, definición y realización de este para poder desarrollar KPIs.

Día 3: 11/07/2024
Actividades para ejecutar: Orientar aprendizaje del curso EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS: Key Performance Indicators (Indicadores Clave de Evaluación), fórmulas y desarrollo de los indicadores para estado de pérdidas y ganancias.
Desplazamientos Ruta de regreso: Girón (Vereda Chocoita)-Floridablanca
Medio de transporte: Terrestre.

RESULTADOS:

Día 1: 09/07/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices desarrollan y describen las 5 plazas en las que pueden posicionar los productos de la idea de negocio, con eficacia; mencionan los riesgos posibles y la mitigación de estos, además generan 2 metas de posicionamiento de producto mínimo viable y como lograrlo.

Día 2: 10/07/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices realizan estado de pérdidas y ganancias de los productos a posicionar en las 5 plazas mencionadas para poder realizar los KPIs (indicadores de gestión).

Día 3: 11/07/2024
Con la orientación de aprendizaje del instructor, los aprendices utilizan el estado de pérdidas y ganancias y fórmulas de KPIs, para realizar indicadores de gestión y ROI (Retorno operativo de la inversión)

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

1. Fotografías de la orientación de aprendizaje realizada de la VeredaChocoita, Caserío La Estrella, Girón, Santander.
2. Lista de Asistencia.

COMPROMISOS

| ACTIVIDAD | RESPONSABLE | FECHA |
|---|---|---|
| 1. Entregar evidencia de lo desarrollado en DRIVE y WhatsApp. Subir guía resuelta. | Aprendices | 12 de julio de 2024. |
| 2. Solicitar Curso de Emprendimiento para iniciarlo el 20 de julio de 2024. | Coordinador Proyectos Especiales e Instructor. | 12 de julio de 2024. |

CONCLUSIÓNES:

1. Se logra que los aprendices desarrollen las evidencias y entregan a tiempo guía resuelta para poder hacer revisión y corrección de esta. Además, se logra la continuidad de los aprendices para realizar el curso de Emprendimiento.

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. | |

EVIDENCIAS COMISION 26324

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

09 07 2024



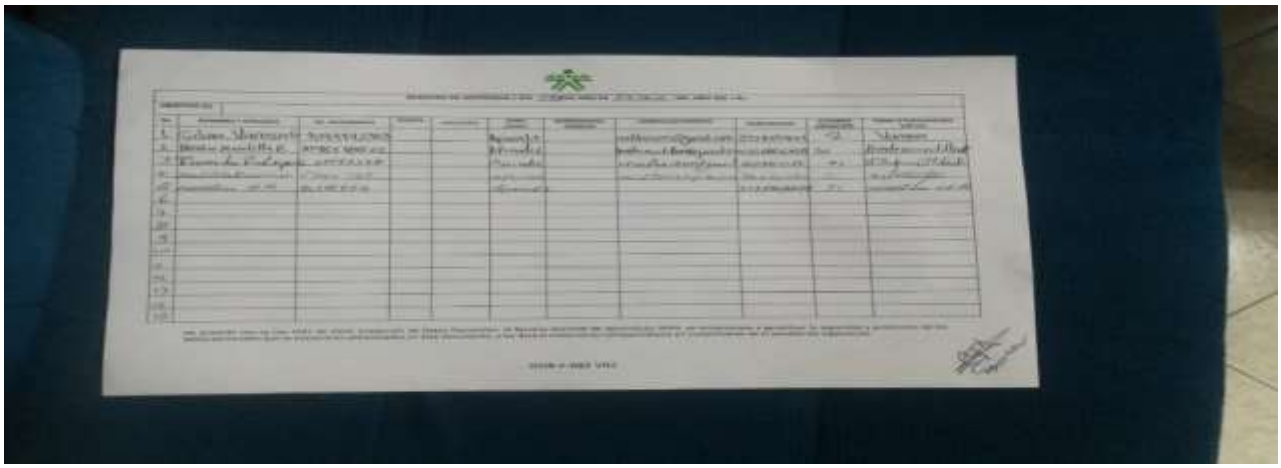
10 07 2024



11 07 2024



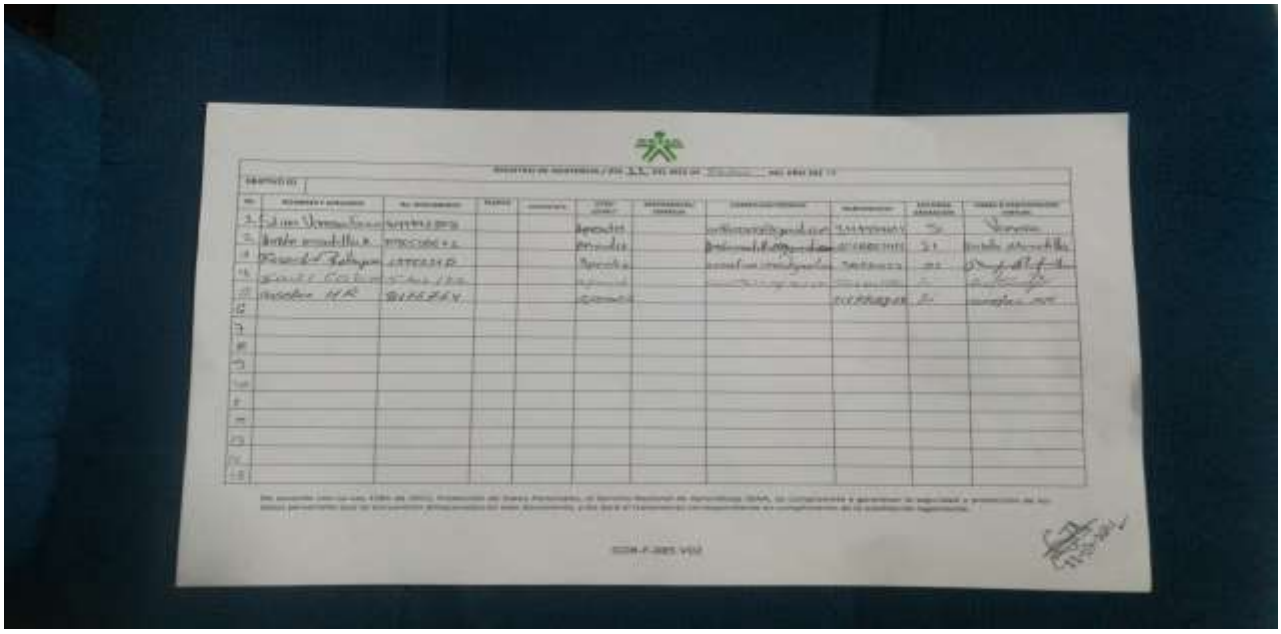
DÍA 1 09 07 2024.



DÍA 2 10 07 2024.



DÍA 3 11 07 2024.



| | Versión: 02 |
|---|---|
| | Código: GRF-F-076 |

## GASTOS DE DESPLAZAMIENTO

## COMPROBANTE LEGALIZACION GASTOS TRANSPORTE INFORMAL - CONTRATISTAS

| | | | |
|---|---|---|---|
| **CIUDAD / MUNICIPIO - FECHA:** | **Floridablanca, 25 de junio de 2024** | **Código Regional :** | **68** |
| **NOMBRE DEL CONTRATISTA:** | Gerardo Tobón Araoz | **Código Centro:** | **9225** |
| **No. DOCUMENTO IDENTIDAD:** | 79435628 | **Fecha de elaboración:** | 25 de junio de 2024 |

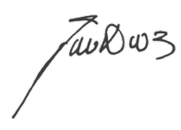
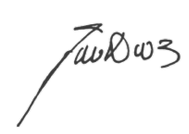
En desarrollo de la comisión No. ___23024_____durante los días___18, 19, y 20, del mes de junio de 2024, se informa que en los tramos detallados a continuación, fue necesario utilizar transporte informal sin generación de documento soporte de pago por parte del prestador del servicio:

| FECHA | TRAYECTO GENERADOR DEL PAGO | MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO | VALOR PAGADO |
|---|---|---|---|
| 18 de junio de 2024 | Floridablanca-Girón (Vereda Chocoita) | Terrestre intermunicipal informal | $ 25,000 |
| 20 de junio 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:** | Javier Díaz Díaz |
| **Numero de Contrato:** | CO1.PCCNTR.5932037 | **Cargo:** | Coordinador Proyectos Especiales | **Cargo:** | Sub-Director (e) de Centro |
| **Firma:** |  | **Firma:** |  | **Firma:** |  |

| | Versión: 02 |
|---|---|
| | Código: GRF-F-076 |

## GASTOS DE DESPLAZAMIENTO

## COMPROBANTE LEGALIZACION GASTOS TRANSPORTE INFORMAL - CONTRATISTAS

| | | | |
|---|---|---|---|
| **CIUDAD / MUNICIPIO - FECHA:** | **Floridablanca, 01 de julio de 2024** | **Código Regional :** | **68** |
| **NOMBRE DEL CONTRATISTA:** | Gerardo Tobón Araoz | **Código Centro:** | **9225** |
| **No. DOCUMENTO IDENTIDAD:** | 79435628 | **Fecha de elaboración:** | 01 de julio de 2024 |

En desarrollo de la comisión No. ___24924_____durante los días___25, 26, y 27, del mes de junio 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 |
|---|---|---|---|
| 25 de junio de 2024 | Floridablanca-Girón (Vereda Chocoita) | Terrestre intermunicipal informal | $ 25,000 |
| 27 de junio 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 Ramírez Montero |
| **Numero de Contrato:** | CO1.PCCNTR.5932037 | **Cargo:** | Coordinador Proyectos Especiales | **Cargo:** | Sub-Director (e) de Centro |
| **Firma:** |  | **Firma:** | | **Firma:** | |

| | |
|---|---|
| | Versión: 02 |
| | Código: GRF-F-076 |

## GASTOS DE DESPLAZAMIENTO

## COMPROBANTE LEGALIZACION GASTOS TRANSPORTE INFORMAL - CONTRATISTAS

| | | | |
|---|---|---|---|
| **CIUDAD / MUNICIPIO - FECHA:** | **Floridablanca, 12 de julio de 2024** | **Código Regional :** | **68** |
| **NOMBRE DEL CONTRATISTA:** | Gerardo Tobón Araoz | **Código Centro:** | **9225** |
| **No. DOCUMENTO IDENTIDAD:** | 79435628 | **Fecha de elaboración:** | 12 de julio de 2024 |

En desarrollo de la comisión No. ___26324_____durante los días___09, 10, y 11, del mes de julio 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 |
|---|---|---|---|
| 09 de julio de 2024 | Floridablanca-Girón (Vereda Chocoita) | Terrestre intermunicipal informal | $ 25,000 |
| 11 de julio 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 Ramírez Montero |
| **Numero de Contrato:** | CO1.PCCNTR.5932037 | **Cargo:** | Coordinador Proyectos Especiales | **Cargo:** | Sub-Director (e) de Centro |
| **Firma:** |  | **Firma:** | | **Firma:** | |