PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Sabanalarga, 14 de agosto de 2024

Señor (a)
HILDA ESTHER ORTIZ SALAZAR
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.5968288**
Cargo del supervisor Coordinadora
Dependencia: Centro para el Desarrollo Agroecológico y Agroindustrial
Ciudad: Sabanalarga

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes 07 del año 2024

Referencia: No de contrato: CO1.PCCNTR.5968288 del año 2024.

EDWING JOSÉ RODRÍGUEZ CARATT, identificado con la cédula de ciudadanía No. 8.816.606, expedida Santa Lucia, atlántico, en mi calidad de Contratista del SENA, en nombre del Centro para el Desarrollo Agroecológico y Agroindustrial (CEDAGRO), 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: El valor total del contrato es la suma de CUARENTA Y DOS MIL DOSCIENTOS SETENTA Y TRES MIL OCHOCIENTOS VEINTISÉIS PESOS M/CTE. ($42.273.826). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: nueve pagos correspondientes a los meses de marzo a noviembre de 2024 por un valor de CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS CUARENTA Y CINCO PESOS M/CTE ($4.465.545) cada uno y un último pago correspondiente al mes de diciembre de 2024 por un valor de DOS MILLONES OCHENTA Y TRES MIL NOVECIENTOS VEINTE Y UN MIL PESOS M/CTE ($2.083.921).

Plazo: Será hasta el 14 de diciembre de 2024.

OBJETO:
Prestar los servicios personales para el desarrollo de la formación profesional integral, en el área de EMPRENDIMIENTO de los programas de FORMACIÓN EN TITULADA Y/O COMPLEMENTARIA, mediante estrategias que aporten en el diseño y desarrollo curricular en el Centro Para El Desarrollo Agroecológico y Agroindustrial.

Obligaciones Especificas: (Trascriba las obligaciones específicas del contrato, dentro del siguiente cuadro)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Apoyar en el desarrollo de actividades de formación profesional en los programas ofertados por el Centro de formación en condiciones de calidad.	Impartir formación profesional en el área de emprendimientos y cursos complementarios: Servicio al cliente, básico de contabilidad de Costos, el cual se dimensionan en la prestación del servicio al cliente teniendo en cuenta en las políticas de la organización, así como también validar el servicio al cliente según protocolos de la organización, con el propósito en atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa. Por su parte, en lo referente al costo es importante destacar que el mismo persigue costear productos y servicios teniendo en cuenta la modalidad de formación y de acuerdo con las necesidades del cliente;	**Ficha: 3019628:** Curso complementario: Básico de contabilidad de Costos. Rap: 1. Costear productos y servicios teniendo en cuenta la modalidad de formación y de acuerdo con las necesidades del cliente. 2. Calcular la utilidad sobre el costo y sobre las ventas de un producto de acuerdo a la política interna. 3. Presupuestar las ventas y utilidades de un producto o servicio de acuerdo con las necesidades del cliente. Curso Complementario: Servicio al cliente: **Ficha: 3036734**. Rap: Presentar servicio al cliente teniendo en cuenta en las políticas

		así como también calcular la utilidad sobre el costo y sobre las ventas de un producto de acuerdo a la política interna, así como de presupuestar las ventas y utilidades de un producto o servicio de acuerdo con las necesidades del cliente. El propósito es preparar y presentar la información contable y financiera según normas legales y políticas organizacionales.	de la organización, así como también presentar servicio al cliente teniendo en cuenta en las políticas de la organización, así como también validar el servicio al cliente según protocolos de la Validar la satisfacción del cliente según protocolos de la organización, con el propósito en atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa. **Ficha: 3039772, 3039794, Y 3039799** Curso complementario: Básico de contabilidad de Costos. Rap: 1. Costear productos y servicios teniendo en cuenta la modalidad de formación y de acuerdo con las necesidades del cliente.
2	Compartir al equipo de Sofía Plus, la información requerida para la asignación de rol y disponibilidad en el aplicativo.	Enviar Formato de caracterización, pdf de documentos de identidad, Formato de inscripción aprendices, listado de aprendices.	Documentos diligenciados. Acompañamiento de manera presencial y mediante diferentes aplicativos, como WhatsApp, correo electrónico, entre otras opciones, propias de las dinámicas en los ambientes de aprendizajes.
3	Apoyar con el seguimiento al proceso formativo de los aprendices a quienes se les	Acompañamiento permanente en las diferentes actividades académicas, desarrolladas	Acompañamiento de manera presencial, mediante las diferentes plataformas dispuesta

	brindará formación personalizada, y profesional.	a los aprendices cuando estos tengan dudas con algún concepto.	para tal caso, entre otras opciones, propias de las dinámicas en los ambientes de aprendizajes.
4	Realizar y emitir oportunamente los respectivos juicios evaluativos de las competencias, fichas y programas ofertados por el Centro de Formación en los tiempos establecidos desde coordinación académica.	**N-A**	Soportes en pdf. Relacionados con los juicios evaluativos, entre otros.
5	Implementar los procesos de gestión documental adoptados por la entidad.	Ingresar la información en aplicativo de acuerdo con el avance del proceso de formación de las diferentes fichas.	Informes descargados del aplicativo Sofia Plus.
6	Participar en los comités de evaluación de las fichas asignadas durante cada trimestre académico.	Disponibilidad, en participar en las diferentes reuniones para ofrecer aportes sobre cualquier inquietud, lo cual contribuya a la solución de problemas.	Solución de problemas
7	Participar en la formulación, elaboración y ejecución de los proyectos formativos garantizando el cumplimiento de los entregables en cada una de las fases establecidas.	Desarrollo curricular y de equipo pedagógico en la semana de alistamiento. Facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje de manera efectiva. Diseñar estrategias didácticas acordes al estilo de aprendizaje de los aprendices. Desarrollar materiales de formación de alta calidad. Incorporar metodologías activas de aprendizaje. Utilizar las TIC como herramientas de apoyo al aprendizaje. Establecer mecanismos de evaluación claros y	Listado de asistencia, fotos en el ambiente de aprendizaje, video, entre otras actividades.

		transparentes, entre otras.	
8	Realizar en los tiempos establecidos por la coordinación y previo al inicio de cada trimestre académico, el material de apoyo de formación (plan de concertación con aprendices, planeación pedagógica, guías de aprendizaje y planes de sesión) que será utilizado en las fichas asignadas durante la ejecución del contrato.	Entregar y socializar a los aprendices el material de apoyo de formación.	Plan de concertación con aprendices, planeación pedagógica, guías de aprendizaje y planes de sesión.
9	Apoyar en las demás actividades asignadas por el supervisor que permitan el adecuado seguimiento de la etapa lectiva y/o productiva de la formación.	Elaboración de guías de aprendiza, así como también presentaciones ppt, de las diferentes secciones a impartir en el ambiente de aprendizaje.	Aportes adicionales para contribuir al logro de las metas del centro.

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.	XX	XX	XX	XX
2.	XX	XX	XX	XX

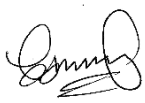
Nota 1: Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a

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 No. 9468674448 de la planilla, operador aportes en línea y periodo junio de 2024. (Decreto Ley 2106 de 2019 – "Decreto Ley Anti trámites")

Evidencias en () folios

Cordialmente,



Firma

Edwing José Rodríguez Caratt

Contratista

C.C. No. 8.816.606

Recibí a satisfacción:

Firma

Hilda Esther Ortiz Salazar
Supervisor(a) Contrato No. NUMERO_CO1.PCCNTR.5968288
Coordinadora

EVIDENCIAS CÓDIGO DEL PROGRAMA: 13310063
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA: Básico de Contabilidad de Costos y Presupuesto. (40 horas).
Ficha: 3019628
LUGAR: Corregimiento de Baranoa (Pital de Megua)
Fecha: 04-07-2024





LISTADO DE ASISTENCIA

LISTA DE ASISTENCIA

CIUDAD Y FECHA: Corregimiento de Buenavista, Distrito de Neiva, 04-07-2024

OBJETIVO/TEMA: Circular la utilidad sobre el costo y sobre las ventas

CURSO: Brujula en costo y presupuesto

No	APELLIDO Y NOMBRE	CÉDULA	ROL	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO/IP	FIRMA
1	Marina Rus	22463593	Asesora			
2	Maite Mendoza	32834813	Hacedora	maitesanflo@gmail.com	3012554710	
3	Engracia Ordoñez	22463223	Hacedora		3002930285	
4	Claudia Pinto	32831321	Hacedora	claudiabp21977@gmail.com	3245090870	
5	Mirella Ruiz	36453700	Hacedora	Mirella Ruiz	3024100026	
6	Luisa pacheco p	22463311	Hacedora		3245447745	
7	Alba Barrios	32835569	Hacedora	anitthapb@.mail.com	3206856187	
8	Clara Reyes P	32837761	Hacedora	glorireyes042@gmail.com	3008589962	
9	Graciela Ramos de la P.	22463338	Hacedora	Graciellanaos@gmail.com	3014872728	
10	Cosima Ramos Ulla	22463327	HACEDORA	cosimaramos@.gmail.com	3013379297	
11	Ivana Ulloa	32838279	Organizador	Margot h@gmail.com	3008036167	
12	Fredy Ulloa H.	1048022286	Organizador	fredyjoseoll@gmail.com	3014689952	
13	Leidy Quesa	32834741	asesora	lweidy412@gmail.com	3015739103	
14	Eugenia de la Cruz	22463244	Hacedora	lupemarin16@gmail.com	3004312375	
15	Claribel Ulloa	1048011348	Hacedora	claribelulloaramirez@gmail	3015206641	
16	Aida Gomez	30121635	Hacedora			
17	Doris Navarro	22463220	Hacedora			

Doris Navarro 22463220 - Hacedora. doris n.142.@gmail.com 3005230370. 3003230370.

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

FECHA INICIAL: 01/07/2024 00:00:00

FECHA FINAL: 14/08/2024 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3019628 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 10,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039794 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON

CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3036734 - SERVICIO AL CLIENTE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H

2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039772 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	130,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

EVIDENCIAS CÓDIGO DEL PROGRAMA: 13530025 FORMACIÓN COMPLEMENTARIA: Servicio al Cliente. (48 Horas).

Ficha: 3036734

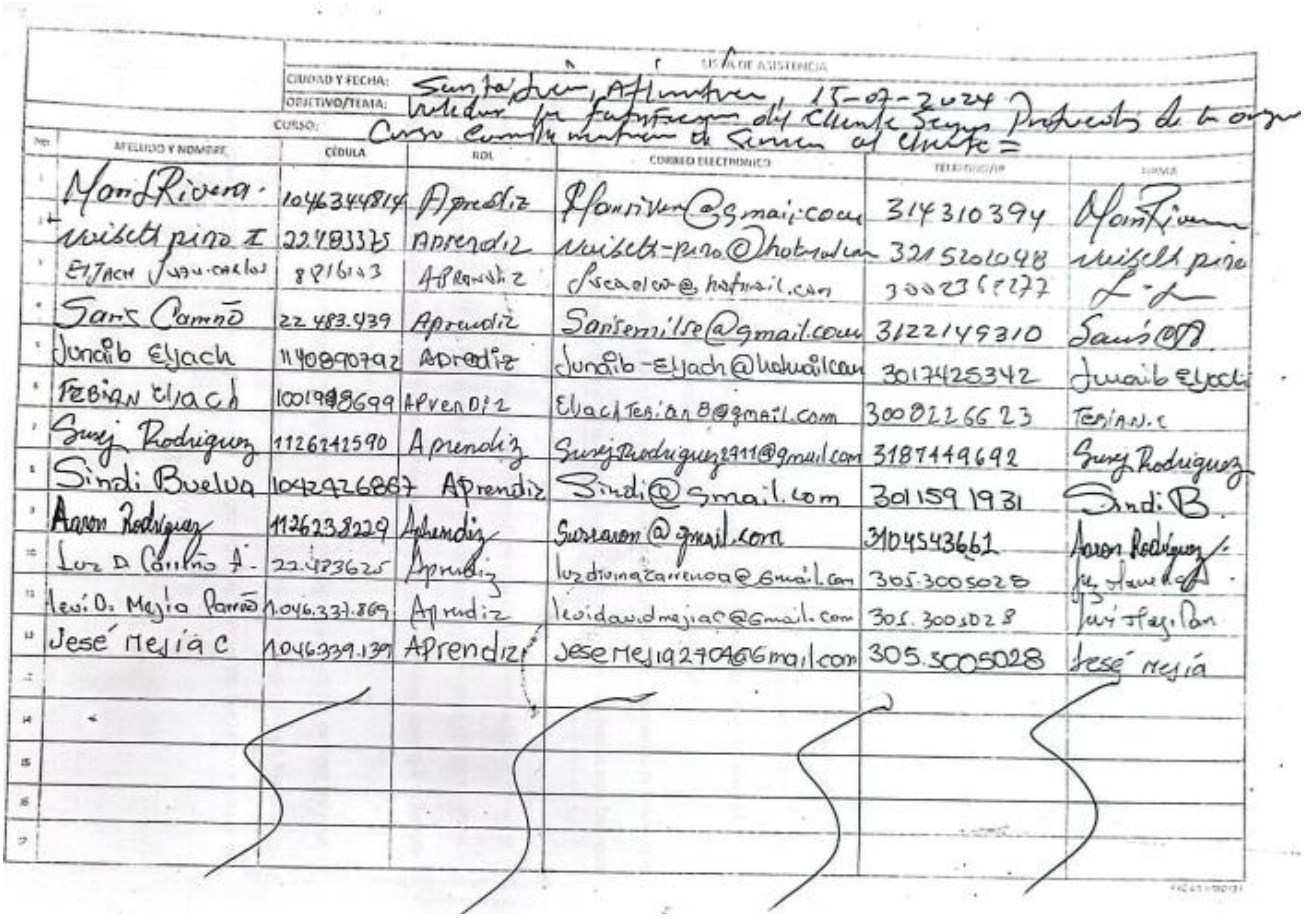
LUGAR: Santa, Lucia, Atlántico: Calle 13-7-77

Fecha: 15-07-2024





LISTADO DE ASISTENCIA



No	APELLIDO Y NOMBRE	CÉDULA	ROL	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO/CEL	FIRMA
1	Mam Rivera	1046344814	Aprendiz	Mamrivera@gmail.com	314310394	Mam Rivera
2	Wisell pino I	22483375	Aprendiz	Wisell-pino@hotmail.com	3215201048	Wisell pino
3	Eljach Juan carlos	8916143	Aprendiz	Jcaalca@hotmail.com	3002376277	
4	Sans Camnō	22.483.439	Aprendiz	Sansemilse@gmail.com	3122149310	Sans
5	Junaib Eljach	1140890792	Aprendiz	Junaib-eljach@hotmail.com	3017425342	Junaib Eljach
6	Fabian Eljach	1001998699	Aprendiz	Eljachfabian8@gmail.com	3008226623	Fabian.e
7	Suzy Rodriguez	1126741590	Aprendiz	Suzyrodriguez2911@gmail.com	3187449692	Suzy Rodriguez
8	Sindi Buelva	1042426867	Aprendiz	Sindi@gmail.com	3011591931	Sindi B.
9	Aaron Rodriguez	1126238229	Aprendiz	Suraaron@gmail.com	3104543661	Aaron Rodriguez
10	Luz D Carrillo A.	22.483625	Aprendiz	luzdivinacarrenoa@gmail.com	305.3005028	
11	Levi O. Mejia Parra	1.046.337.869	Aprendiz	leviodavidmejiac@gmail.com	305.3005028	Levi Mejia Par
12	Jesé Mejía C	1046339.139	Aprendiz	Jesemej19270@gmail.com	305.3005028	Jesé Mejía
13						
14						
15						
16						
17						

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

FECHA INICIAL: 01/07/2024 00:00:00

FECHA FINAL: 14/08/2024 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3019628 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 10,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039794 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON

CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3036734 - SERVICIO AL CLIENTE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H

2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039772 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	130,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

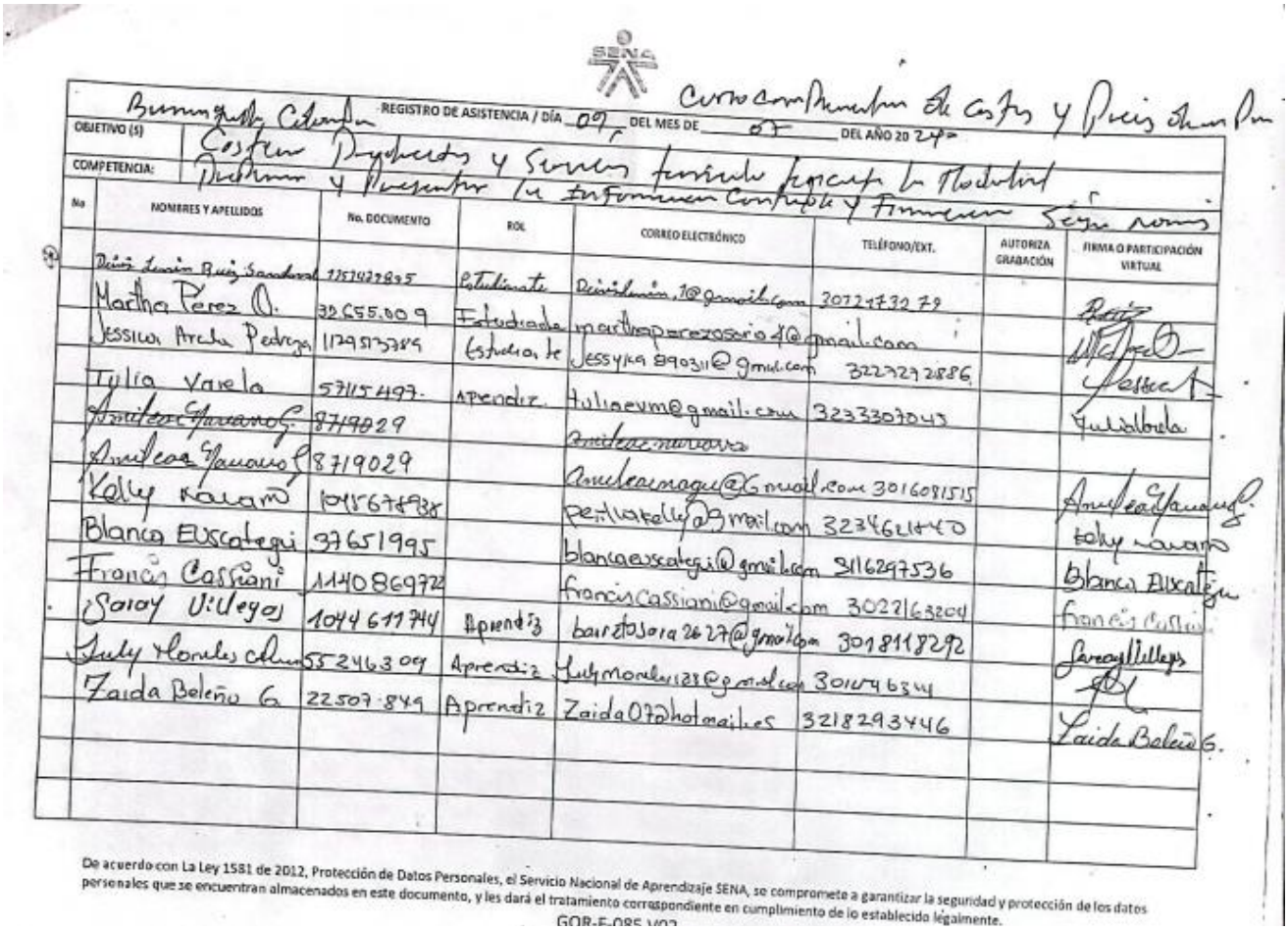
CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

EVIDENCIAS CÓDIGO DEL PROGRAMA: 13310063
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA: Básico de Contabilidad de Costos y Presupuesto. (40 horas).
Ficha: 3039772
LUGAR: Centro de Oportunidades (Barranquilla, Barrio San José).
Fecha: 09-07-2024





LISTADO DE ASISTENCIA



REGISTRO DE ASISTENCIA / DÍA 09 DEL MES DE 07 DEL AÑO 20 24

OBJETIVO (S): Costear Productos y Servicios teniendo en cuenta la Normatividad

COMPETENCIA: Diseñar y Presentar los Informes Contable y Financiero Según Normas

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	ROL	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT.	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Dixi Lucia Ruiz Sandoval	1057427895	Estudiante	Dixiluciaa.1@gmail.com	3072732779		
	Martha Perez O.	32655.009	Estudiante	marthaperezosorio1@gmail.com			
	Jessika Pedraza	1129537389	Estudiante	Jessyka890311@gmail.com	3227292886		
	Julia Varela	57115497	Aprendiz	Juliaevm@gmail.com	3233307043		
	Andrea Navarro G.	8719029		Andreanavarro			
	Andrea Navarro G.	8719029		Andreanaga@Gmail.com	3016081515		
	Kelly Navarro	1045674938		Pettvatelly@gmail.com	3234621440		
	Blanca Elscategui	37651995		blancaexscategui@gmail.com	3116297536		
	Francis Cassiani	1140869722		FrancisCassiani@gmail.com	3022163204		
	Soioy Villegas	1044611744	Aprendiz	bairetosoia2627@gmail.com	3018118292		
	Yuly Morales Chamorro	55246309	Aprendiz	Yulymorales128@gmail.com	3015746344		
	Zaida Beleño G	22507849	Aprendiz	ZaidaOto@hotmail.es	3218293446		

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 encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido légalmente.

GOR-F-085 V02

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

FECHA INICIAL: 01/07/2024 00:00:00

FECHA FINAL: 14/08/2024 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3019628 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 10,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039794 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON

CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3036734 - SERVICIO AL CLIENTE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H

2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039772 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	130,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

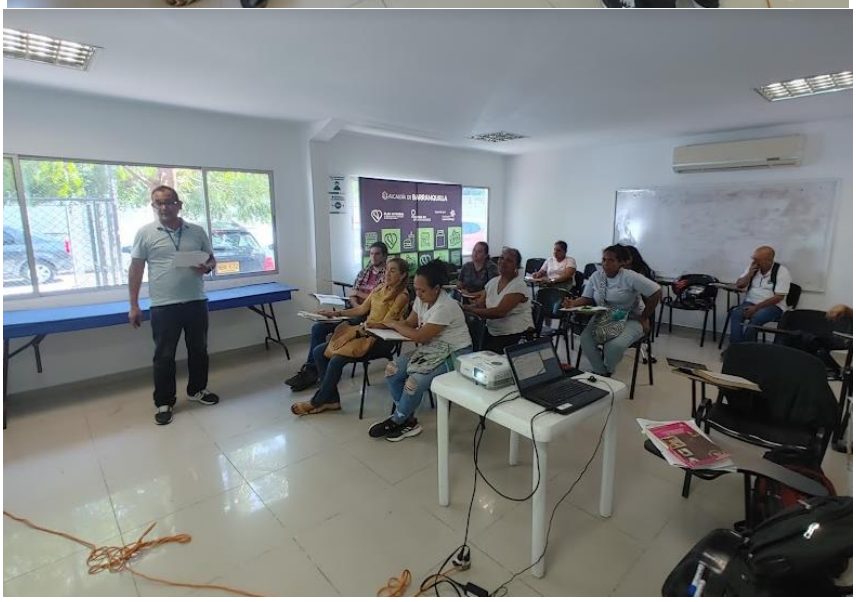
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

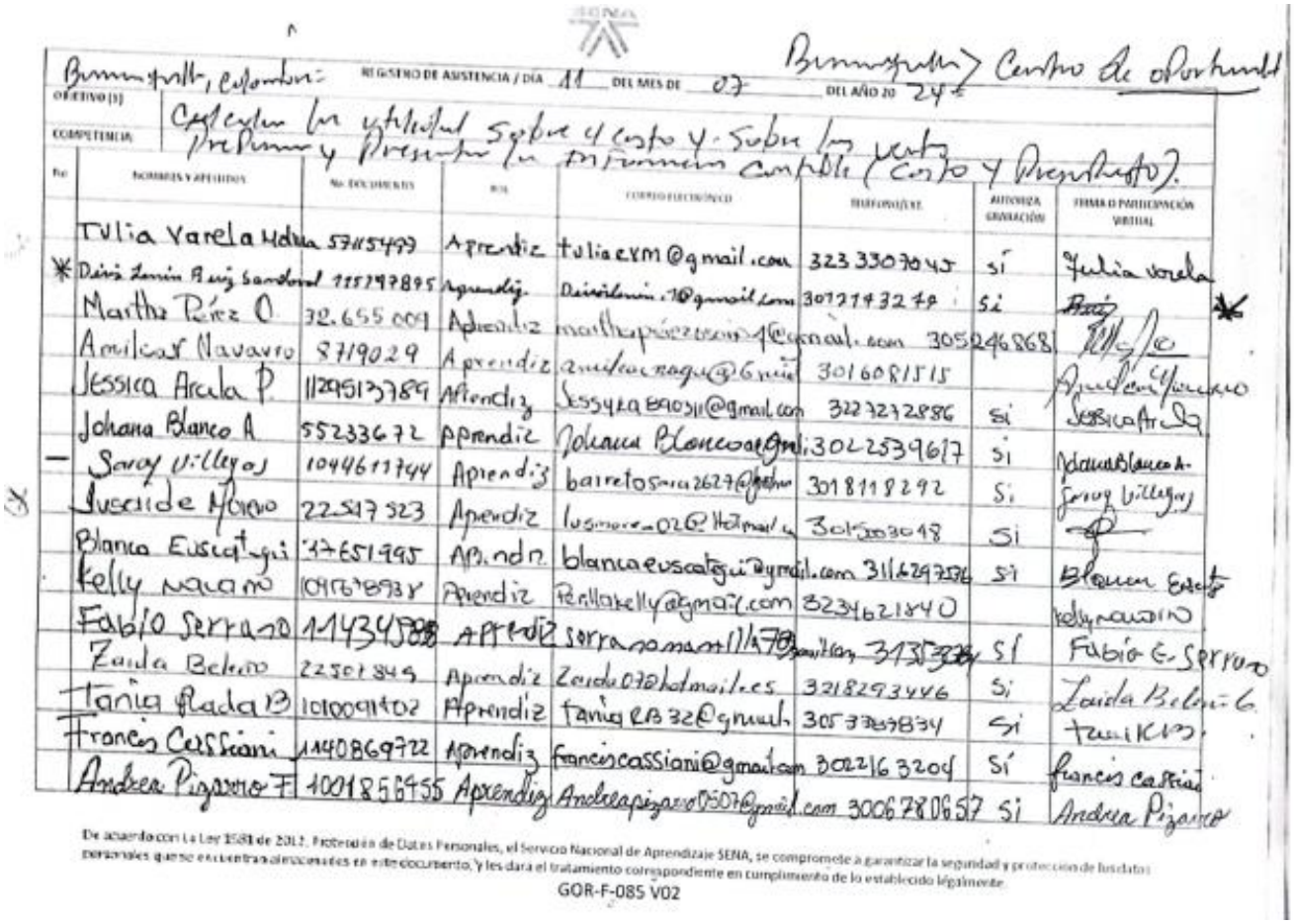
CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

EVIDENCIAS CÓDIGO DEL PROGRAMA: 13310063
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA: Básico de Contabilidad de Costos y Presupuesto. (40 horas).
Ficha: 3039794
LUGAR: Centro de Oportunidades (Barranquilla, Barrio San José).
Fecha: 11-07-2024





LISTADO DE ASISTENCIA



Bucaramanga, Colombia REGISTRO DE ASISTENCIA / DÍA 11 DEL MES DE 07 DEL AÑO 20 24

Bucaramanga Centro de oportunidad

OBJETIVO (S):

COMPETENCIA: Caracterizar la actividad Sobre el costo y Sobre los ventas Preparar y Presentar la información contable (costo y Presupuesto).

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	ROL	CORREO ELECTRÓNICO	TELEFONO/CEL	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Tulia Varela Mdda	57455499	Aprendiz	tuliaevm@gmail.com	3233307043	sí	Tulia Varela
*	Dairo Leonin Ruiz Sandoval	1095797895	Aprendiz	Dairoleonin.18@gmail.com	3077743278	Si	
	Martha Pérez O	32.655 004	Aprendiz	marthaperezoreo1@gmail.com	3052946868		
	Anibal Navarro	8719029	Aprendiz	anibalnaga@gmail	3016081515		
	Jessica Arcila P.	1129513789	Aprendiz	Jessyarcila0311@gmail.com	3227272886	Si	
	Johana Blanco A	55233672	Aprendiz	Johana.Blancoa@gmail	3022539617	Si	
—	Saray Villegas	1044611744	Aprendiz	barretosara2627@yahoo	3018118292	Si	
	Lucelide Marino	22.517.323	Aprendiz	lusmarino02@hotmail.com	3015003048	Si	
	Blanca Escalante	37651995	Aprendiz	blancaescalante@gmail.com	3116297396	Si	
	Kelly Navarro	1098678938	Aprendiz	Pantallakelly@gmail.com	3234621840		
	Fabio Serrano	1143488	Aprendiz	serranomanu111@	3135	Si	
	Zaida Beleño	22501845	Aprendiz	Zaida078@hotmail.es	3218293446	Si	
	Tania Rada B	1010091402	Aprendiz	taniaRB32@gmail	3053	Si	
	Francis Cassiani	1140869722	Aprendiz	franciscassiani@gmail.com	3022163204	Si	
	Andrea Pizarro F	1001856455	Aprendiz	Andreapizarro0507@gmail.com	3006780657	Si	

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 encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente.

GOR-F-085 V02

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

FECHA INICIAL: 01/07/2024 00:00:00

FECHA FINAL: 14/08/2024 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3019628 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 10,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039794 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON

CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3036734 - SERVICIO AL CLIENTE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H

2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039772 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	130,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

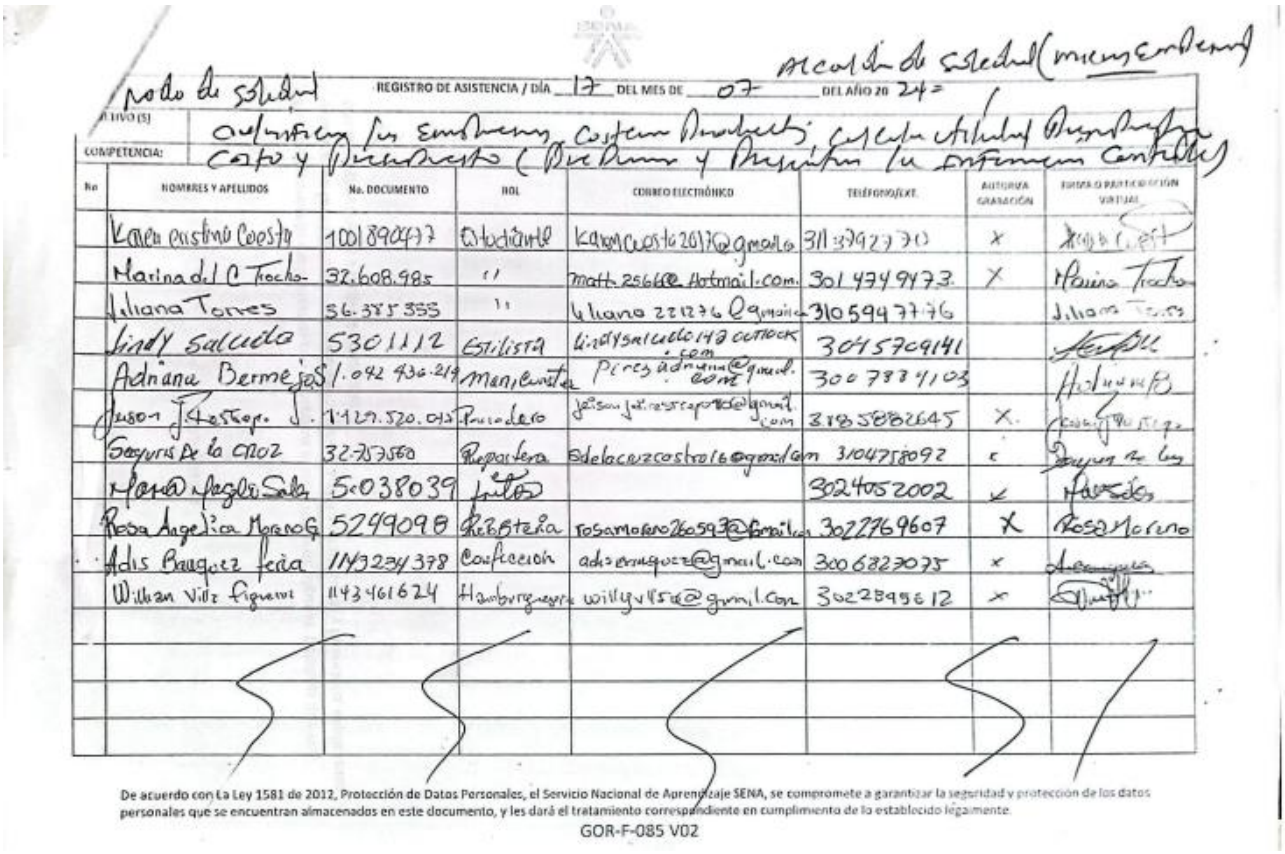
EVIDENCIAS CÓDIGO DEL PROGRAMA: 13310063
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA: Básico de Contabilidad de Costos y Presupuesto. (40 horas).
Ficha: 3039799
LUGAR: Nodo de Soledad (Microempresarios, Soledad, atlántico).

Fecha: 17-07-2024





LISTADO DE ASISTENCIA



Modo de Salud — REGISTRO DE ASISTENCIA / DÍA 17 DEL MES DE 07 DEL AÑO 20 24

PROYECTO (S): Actualizacion Sus Empleados Costeos Productos, Calculo Utilidad Presupuesto Costo y Presupuesto (Precios y Presupuesto de Inversion Contable)

COMPETENCIA:

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	ROL	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT.	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Karen Cristina Acosta	1001890477	Estudiante	karencosta2017@gmail.com	3113792770	X	
	Marina del C Trocha	32.608.985	"	matt-25666@hotmail.com	3014749473	X	Marina Trocha
	Juliana Torres	36.385.355	"	juliana221276@gmail.com	3105947776		Juliana Torres
	Lindy Salcedo	5301112	Estilista	lindysalcedo143 outlook.com	3045709141		
	Adriana Bermejo	1.042.436.219	Manicurista	Perezadriana@gmail.com	3007834103		
	Jason J. Restrepo	1.129.520.045	Peluquero	jasonjairestrepo@gmail.com	3185882645	X	
	Seguros de la Cruz	32.753.560	Repostera	Edelacruzcostro16@gmail.com	3104758092	c	Seguros de la Cruz
	Maria Magdalena Sala	5.038.039	Jefa		3024052002	x	
	Rosa Angelica Moreno G	5249098	Repostera	rosamoreno26593@gmail.com	3027769607	X	Rosa Moreno
	Adis Barquez Feria	1143234378	Confección	adisbarquez@gmail.com	3006823075	x	
	William Vitz Figueroa	1143461624	Hamburguesas	willyv1558@gmail.com	3022895612	x	

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 encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente.

GOR-F-085 V02

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

FECHA INICIAL: 01/07/2024 00:00:00

FECHA FINAL: 14/08/2024 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3019628 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 10,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039794 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON

CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3036734 - SERVICIO AL CLIENTE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H

2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3039772 - BÁSICO DE CONTABILIDAD COSTOS Y PRESUPUESTOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR Y PRESENTAR LA INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA SEGÚN NORMAS LEGALES Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. CLASIFICAR LAS EMPRESAS Y LAS SOCIEDADES DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIODETERMINAR LOS CAMPOS DE ACCIÓN DE LA CONTABILIDAD, CONCEPTUALIZACIÓN Y SUS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.2. IDENTIFICAR CUENTAS DE BALANCE Y DE RESULTADO DE ACUERDO CON EL RÉGIMEN CONTABLE COLOMBIANO.3. COSTEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE FORMACIÓN Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.4. CALCULAR LA UTILIDAD SOBRE EL COSTO Y SOBRE LAS VENTAS DE UN PRODUCTO DE ACUERDO A LA POLÍTICA INTERNA.5. PRESENTAR COTIZACIONES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE6. PRESUPUESTAR LAS VENTAS Y UTILIDADES DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	130,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: EDWING JOSE RODRIGUEZ CARATT

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO AGROECOLÓGICO Y AGROINDUSTRIAL

ANEXOS: GUÍAS DE APRENDIZAJES

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Básico de Contabilidad de Costos y Presupuesto
- **Código del Programa de Formación**: 13310063
- **Competencia:** Preparar y presentar la información contable y financiera según normas legales y políticas organizacionales
- **Resultados de Aprendizaje**:

1. Clasificar las empresas y las sociedades de acuerdo al código de comercio determinar los campos de acción de la contabilidad, conceptualización y sus objetivos de acuerdo con el régimen contable colombiano.
2. Costear productos y servicios teniendo en cuenta la modalidad de formación y de acuerdo con las necesidades del cliente.
3. Calcular la utilidad sobre el costo y sobre las ventas de un producto de acuerdo a la política interna.
4. Presentar cotizaciones de un producto o servicio de acuerdo con los requerimientos del cliente.
5. Presupuestar las ventas y utilidades de un producto o servicio de acuerdo con las necesidades del cliente.

Duración de la Guía de Aprendizaje (40 Horas):

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz,
Bienvenido a esta guía de aprendizaje sobre los fundamentos de costos y presupuestos en contabilidad. Este curso de 40 horas está diseñado para proporcionarte una base sólida en conceptos críticos que son esenciales para el éxito en el campo contable y financiero. En el dinámico mundo empresarial actual, la comprensión profunda de los costos y presupuestos es una habilidad invaluable. Esta guía te llevará a través de un viaje de descubrimiento, desde los conceptos básicos hasta aplicaciones prácticas, permitiéndote desarrollar habilidades cruciales para tu futuro profesional. A lo largo de este curso, exploraremos:

Conceptos básicos contables de costos y presupuesto
Análisis de productos y servicios desde una perspectiva de costos
Estudio de mercados y su impacto en la determinación de costos
Elaboración de presupuestos y cotizaciones

Al finalizar este curso, habrás desarrollado las siguientes fortalezas:

- ✓ Capacidad de análisis crítico para la toma de decisiones financieras
- ✓ Habilidad para determinar costos precisos de productos y servicios
- ✓ Competencia en la elaboración de presupuestos efectivos
- ✓ Comprensión profunda de la relación entre costos, mercados y estrategias de precios
- ✓ Destreza en la preparación de cotizaciones profesionales

Como señala Horngren et al. (2012), "El conocimiento de costos y presupuestos es fundamental para la toma de decisiones estratégicas en cualquier organización" (p.4). Esta guía te proporcionará ese conocimiento esencial, preparándote para enfrentar los desafíos del mundo empresarial real.
Te invito a embarcarte en este viaje de aprendizaje con entusiasmo y dedicación. Cada concepto que domines y cada habilidad que desarrolles te acercará más a convertirte en una persona competente y valiosa que el contexto requeriré. ¿Estás listo para comenzar? ¡Adelante!

Prologo

Apreciado aprendiz, el aprendizaje autónomo y el trabajo colaborativo son las fuentes del conocimiento, en estas dos estrategias radica la importancia del trabajo en equipo para fortalecer sus habilidades y destrezas que manejadas con responsabilidad forjaran su perfil profesional, su personalidad y su carácter crítico para la toma de decisiones. En resumen, en esta guía de aprendizaje usted desarrollará habilidades para la realización de las actividades acordadas en clases.

Introito

En el ámbito de la contabilidad de costos y presupuestos, es fundamental comprender y aplicar correctamente diversos conceptos y terminologías. Estos incluyen el registro y control de las transacciones contables, el costeo de productos y servicios, la identificación de características del mercado y las necesidades del cliente, el cálculo del presupuesto de ingresos y gastos, la fijación de precios y la elaboración de cotizaciones. A continuación, se definirán y contextualizarán estos términos con ejemplos prácticos.

Desarrollo y explicación de de las diferentes temáticas relacionadas con el curso en mención: duración parcial 20 horas.

De acuerdo con Urueña (2010);

EMPRESA: Es toda actividad económica organizada para la producción, transformación, distribución, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. (Art. 95 Código de Comercio).
Factores para que exista empresa:
Personas: Representados por los propietarios, los administradores y los trabajadores, es decir, el talento humano.

Capital: Lo conforman los aportes que hacen los propietarios ya sea en dinero, mercancías, maquinaria, equipos, muebles y otros bienes.
Trabajo: Comprende la actividad que va a desarrollar la empresa. Puede ser producción, compraventa de mercancías o la prestación de servicios.
Tecnología: Es el conjunto de técnicas o procedimientos para optimizar la producción, comercialización o prestación de un servicio.
Clasificación de las empresas.
Las empresas se pueden clasificar según la actividad que desarrollen, el tamaño, la procedencia del capital y el número de propietarios...

CLASIFICACIÓN SEGÚN SU ACTIVIDAD

Empresas agropecuarias: Son las que producen bienes agrícolas como el cultivo de hortalizas, arroz, maíz, flores etc. y pecuarias como cría y levante de toda clase de ganado.
Empresas mineras: Su objetivo principal es la explotación de los recursos del subsuelo como petróleo, oro, el carbón, piedras preciosas, gas natural y otros minerales.
Empresas industriales: Son las que se dedican a transformar la materia prima en productos terminados o semielaborados, como por ejemplo fábricas de telas, de camisas, de muebles, de calzado, etc.
Empresas comerciales: Su actividad principal es la compra y venta de productos terminados sin que necesiten para ello algún proceso de transformación, ejemplo: los supermercados, los almacenes de cadena, almacenes de electrodomésticos, etc.
Empresas de servicios: Son las que buscan satisfacer las necesidades de la comunidad, como salud, educación, transporte, recreación, seguros, servicios públicos y otros.

CLASIFICACIÓN SEGÚN SU NÚMERO DE PROPIETARIOS

Individuales: La conforma una sola persona natural comerciante.
Unipersonales: La conforma una sola persona natural o persona jurídica, dando origen a una Persona Jurídica totalmente independiente. Estas empresas nacen con la Ley 222 de 1.995, y su razón social debe estar seguida por la expresión “Empresa Unipersonal” o de la sigla E.U.
SOCIEDADES: En Colombia se constituyen sociedades con dos socios o más. Teniendo encuentra que el Código de Comercio, dice que “Sociedad es el acuerdo entre dos o más personas”.

CLASIFICACIÓN SEGÚN LA PROCEDENCIA DE CAPITAL

Empresa privada: Los aportes de capital provienen de personas o entidades particulares.
Empresa pública: Los aportes de capital provienen del estado.
Empresa de economía mixta: Los aportes de capital provienen de personas o entidades particulares y del estado.

Conceptos básicos contables de costos y presupuesto

1. Costo: Es el valor monetario de los recursos utilizados para producir un bien o servicio. Por ejemplo, en una fábrica de muebles, el costo incluiría la madera, la mano de obra y los gastos indirectos de fabricación (Horngren et al., 2020). Por su parte, la contabilidad de costos es una rama de la contabilidad que se enfoca en el registro, análisis e interpretación de los costos asociados con la producción de bienes o la prestación de servicios.

2. Presupuesto: Es un plan financiero que estima los ingresos y gastos futuros para un período determinado. Por ejemplo, una empresa puede elaborar un presupuesto anual que proyecte las ventas, los costos de producción y los gastos operativos (Welsch et al., 2021).

Costos: el costo se define como el "valor" sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en unidades monetarias (UM) mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. En el momento de la adquisición, el costo en que se incurre es para lograr beneficios presentes o futuros. Cuando se utilizan estos beneficios, los costos se convierten en gastos. (Ralp, Polimeni, 1999).

Costeo de productos y servicios: El costeo de productos y servicios implica la determinación de los costos directos e indirectos asociados a su producción o prestación. Por ejemplo, en una empresa de servicios de limpieza, los costos directos incluirían los salarios de los trabajadores y los insumos de limpieza, mientras que los costos indirectos podrían incluir el alquiler del local y los gastos administrativos (Horngren et al., 2020).

Gasto: se define como un costo que ha producido un beneficio y que ha expirado. Los costos no expirados que pueden dar beneficios futuros se clasifican como activos. (Ralp, Polimeni, 1999).

Diferencia entre Costo y Gasto: Una diferencia teórica importante es que los costos se esperan recuperar a través de las ventas, mientras que los gastos no se recuperan directamente. Los costos están directamente relacionados con el producto, mientras que los gastos son necesarios para el funcionamiento de la empresa, pero no están directamente relacionados con el producto final.

Pérdida: empleo de recursos en el cual no se obtiene ningún beneficio, ejemplo, cuando se comete un error y el producto sale defectuoso y por tanto no puede venderse.

Inversión: es la utilización de recursos en el cual el beneficio se obtendrá a lo largo de varios periodos. Ejemplo. La compra de una máquina para la elaboración de un producto o la prestación de un servicio.

Importancia de la determinación de los costos

La determinación de los costos es un paso crucial en el análisis de costo-beneficio, ya que permite evaluar la viabilidad de un proyecto o decisión. Los costos son los recursos que se necesitan para implementar y mantener un proyecto, y su determinación es fundamental para compararlos con los beneficios esperados.

La determinación de los costos es un paso fundamental en el análisis de costo-beneficio, ya que permite evaluar la viabilidad de un proyecto, identificar posibles riesgos, evaluar el rendimiento, tomar decisiones informadas y planificar y gestionar los recursos necesarios.

Conocimiento del producto o servicio a costear y comercializar

Es esencial comprender las características, funcionalidades y beneficios del producto o servicio que se va a costear y comercializar. Por ejemplo, si se trata de un servicio de consultoría, se deben conocer los tipos de asesoramiento ofrecidos, la duración de los proyectos y los recursos necesarios

para brindar el servicio, por el contrario, si se trata elaborar un producto cualquiera se debe considerar todos los recursos necesarios en la elaboración del producto. (Kotler & Armstrong, 2021).

Tabla 1. La determinación de los costos es importante porque:

Contexto	Descripción detallada
Permite la comparación de alternativas:	Al determinar los costos de diferentes alternativas, se puede comparar su viabilidad y elegir la mejor opción.
Ayuda a identificar posibles riesgos:	Al considerar los costos imprevistos y los riesgos potenciales, se puede prever y planificar para mitigarlos.
Permite la evaluación del rendimiento:	Al comparar los costos con los beneficios, se puede determinar si un proyecto es rentable y evaluar su rendimiento.
Ayuda a tomar decisiones informadas:	La determinación de los costos proporciona una base para tomar decisiones informadas y no subjetivas.
Permite la planificación y gestión de recursos:	Al determinar los costos, se puede planificar y gestionar los recursos necesarios para implementar y mantener un proyecto.

Fuente: elaboración propia, bajo los referentes de Ralp Polimeni (1999).

Elementos del costo:

Los recursos utilizados para fabricar el bien o prestar el servicio suelen clasificarse en grandes grupos:

1. Material directo:
2. Mano de obra directa
3. Costos indirectos de fabricación

1. Material directo

Son aquellos materiales que se pueden identificar directamente en la fabricación de un producto terminado. Estos materiales se asocian fácilmente con el producto y representan el principal costo de materiales en la elaboración del producto. Un ejemplo de material directo es la madera aserrada utilizada en la fabricación de un mueble (Polimeni, R, 1999).

De acuerdo con la literatura existente del tema se conocen tradicionalmente como primer elemento del costo, debido a que la contabilidad de costos en sus inicios se desarrolló para empresas manufactureras y el uso de material era el costo más importante. Algunas de las características que permiten establecer cuándo un costo puede clasificarse como material directo son las siguientes:

1. Se identifican directamente con el producto
2. Son de cuantía significativa
3. Integran físicamente el producto
4. Son de fácil medición y cuantificación

Nota: La complejidad de los procesos productivos tiende a ocasionar desperdicios en el uso de los materiales a medida que los artículos pasan por la fábrica en el curso de la producción, por tanto, que el costo de los materiales sea controlado en forma cuidadosa debe hacerse mediante informes periódicos. En ese sentido, las pequeñas pérdidas, por insignificantes que parezcan a la larga ocasionan altos costos para la empresa.

2. Mano de obra directa –MOD

Tradicionalmente denominado segundo elemento del costo, aunque para las empresas de servicios pude convertirse en el elemento más representativo. Está conformado en gran medida por los salarios, prestaciones sociales y demás conceptos derivados de la relación laboral de los empleados vinculados directamente con la producción. Es importante resaltar, que la mano de obra representa el factor humano de la producción, sin cuya intervención no podría realizarse la actividad manufacturera, independientemente del grado de desarrollo mecánico o automático de los procesos transformativos. (Politécnico, de Colombia, 2018). De acuerdo con Polimeni, R , (1994), la mano de obra es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. En resumen, los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta.

Por su parte, Ramírez et al (2010) refiere que la Mano de obra directa está constituida por los sueldos de los trabajadores por el tiempo en que éstos estén vinculados a las labores propias de transformación o modificación de las materias primas o los materiales directos utilizados en la elaboración de productos e identificables con un lote de producción u orden de fabricación individualmente determinado o con un proceso de producción específico.

3. Costos Indirectos de Fabricación

Los CIF, son aquellos costos necesarios para la correcta marcha de la producción, pero que no se identifican directamente con el producto que se está fabricando. (Politécnico, de Colombia, 2018). En ese sentido, Ramírez et al (2010), indica que es el tercer elemento del costo, lo cual termina siendo el más complejo que los dos anteriores, cuya importante e imprescindible contribución en la valoración de los productos está altamente influenciada por factores como el tamaño de la estructura utilizada en la producción, por su organización operativa y funcional y por el mayor o menor grado de mecanización y/o automatización existente en el ente económico.

Lo anterior, nos lleva a establecer que los costos indirectos no tienen una relación directa con el producto o servicio prestado, pero son consumidos en la producción, algunos costos indirectos más representativos son:

1. Material Indirecto – MI
2. Mano de Obra Indirecta – MOI
3. Energía y acueducto
4. Arrendamientos
5. Seguros
6. Mantenimientos
7. Otros

Tipos y características de productos y servicios

Los productos pueden clasificarse en bienes de consumo (duraderos y no duraderos) y bienes industriales. Por ejemplo, un automóvil es un bien de consumo duradero, mientras que un servicio de limpieza es un servicio intangible (Pride & Ferrell, 2021).

Especificaciones del costo y presupuesto de un producto

Las especificaciones del costo de un producto incluyen los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Por ejemplo, en la fabricación de una camisa, los materiales directos serían la tela y los botones, la mano de obra directa sería el tiempo de los operarios de costura, y los costos indirectos incluirían la energía eléctrica y la depreciación de las máquinas (Blocher et al., 2021).

Por su parte, el presupuesto de un producto debe considerar los costos de producción, los gastos de ventas y administración, y el margen de utilidad deseado. Por ejemplo, si el costo total de producción de una camisa es de $20 y se desea obtener un margen de utilidad del 30%, el precio de venta presupuestado sería de $26 (Shim & Siegel, 2021).

Cotizaciones de productos o servicios de acuerdo a especificaciones requeridas

Una cotización es un documento que detalla el precio, las características y las condiciones de un producto o servicio según los requisitos del cliente. Por ejemplo, si un cliente solicita una cotización para la fabricación de 1000 camisas con un diseño personalizado, la cotización incluiría el costo unitario, el tiempo de entrega y cualquier cargo adicional (Garrett, 2021).

Registro y control de las transacciones contables

El registro y control de las transacciones contables implica la anotación sistemática de todas las operaciones económicas de una empresa en los libros contables. Por ejemplo, cuando se realiza una venta, se debe registrar en el libro diario y luego trasladar al libro mayor para actualizar las cuentas correspondientes (Warren et al., 2021).

Formula de los costos. Fuente: (Politécnico, de Colombia, 2018).

Dentro de los métodos empleados para el cálculo de costos se utilizan algunas fórmulas que combinan los diferentes elementos del costo. Estas fórmulas son:

Costo Primo
Es el costo del material directo sumando con el costo de la mano de obra directa. En otras palabras, el costo primo es el resultado de sumar la materia prima y el costo de la mano de obra directa.

Ejemplo:
CP = MD + MOD

Costo de Conversión
Es el costo de la mano de obra directa sumado con los costos indirectos de fabricación. Constituye el costo necesario para transformar la materia prima.

Ejemplo:
CC = MOD + CIF

Costo de Producción
Es la suma de los tres elementos del costo, es el costo que se carga a las unidades producidas. El costo de producción es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros productivos para obtener un producto terminado, en condiciones de ser entregado al sector comercial. Dada su característica es de difícil asignación.

Ejemplo:
CPD = MD + MOD + CIF

Costo Total
Es la sumatoria del costo de producción más todos los gastos necesarios para fabricar el producto.

Ejemplo:
CT = MD + MOD + CIF + GASTOS

Costo Unitario de Producción
Es el costo final de cada unidad producida, resulta de dividir el costo de producción por las unidades producidas.

Ejemplo:
CUP= CPD / UNIDADES PRODUCIDAS

Ejemplo1.

Costos Indirectos CIF	$ 100
Materia prima directa	$ 400
Gastos de venta	$ 120
Gastos de administración	$ 80
Mano de obra directa	$ 300
Precio de venta	80% del costo total

Con la información anterior, determinar: Costo primo: Materia prima directa 400 + Mano de obra directa 300= 700 Costo de conversión: Mano de obra directa 300 + Costos indirectos 100 =400

Costos de producción

Materia prima directa	400
Mano de obra directa	300
Costos indirectos	100
TOTAL	800

Gastos de operación

Gastos de ventas	120
Gastos de administración	80
TOTAL	200

Costo Operaciòn Total

Costo de producciòn	800
Gasto de Operaciòn	200
Total	**1000**

Precio de Venta	
Costo de producciòn	800
POR 80%	640
Precio de Venta	**1440**

Pasos para fijar el precio de un producto o servicio:

Análisis de costos: El primer paso es determinar los costos totales asociados al producto o servicio, incluyendo costos directos (materiales, mano de obra) e indirectos (alquiler, servicios públicos,

marketing). Este análisis permite establecer un precio mínimo que cubra los costos y genere un margen de ganancia.

Análisis de la competencia: Es esencial estudiar los precios de productos o servicios similares ofrecidos por la competencia. Esto implica identificar los principales competidores, sus estrategias de precios y los precios que ofrecen a los clientes. La información obtenida permite establecer un rango de precios competitivo para el producto o servicio propio.

Según la Universidad Europea (2022), en el análisis de fijación de precios basado en la demanda, la importancia radica en adaptar el precio de venta a la demanda existente y la capacidad adquisitiva de los compradores. Este método se basa en la utilidad y/o valor percibido por los consumidores sobre determinado producto o servicio, aunque también incluye factores como la facilidad de acceso y su valor añadido. La fijación de precios con base en la demanda es un método dinámico que requiere un análisis continuo de la demanda y la capacidad adquisitiva de los compradores, ya que los precios no son fijos y pueden variar según las condiciones del mercado. Este método es especialmente útil en sectores donde la demanda es variable, como en el caso de los hoteles y aerolíneas que ajustan sus precios según la demanda de los clientes. Algunas estrategias comunes incluyen. Ver tabla.

Tabla1. Estrategias de fijación de precios
Los principales métodos para determinar el precio de un producto o servicio son:

Estrategias	Descripción de la estrategia
Precios basados en costos:	Se basa en los costos totales del producto o servicio, agregando un margen de ganancia deseado.
Basado en la Demanda:	Se ajustan los precios según la percepción de valor de los consumidores y la variabilidad de la demanda
Precios basados en la competencia:	Se fija un precio en función de los precios de productos o servicios similares ofrecidos por la competencia.

Fuente: elaboración propia (2024), bajo los referentes de Ralp Polimeni (1999)

Nota: con base a las estrategias antes señaladas lo importante es considerar tener en cuenta aspectos como:

1. Consideraciones legales y regulatorias: Es importante verificar que la estrategia de fijación de precios cumpla con todas las leyes y regulaciones aplicables, como las leyes de competencia y protección al consumidor.

2. Evaluación y ajustes: La estrategia de fijación de precios debe ser evaluada periódicamente para determinar su efectividad y realizar ajustes según sea necesario. El seguimiento del desempeño de las ventas, los márgenes de ganancia y la satisfacción del cliente puede indicar la necesidad de ajustar los precios.

Formas para calcular precio de venta de un producto. Precio de venta basado en el costo

La manera de calcular el precio de venta de un producto o servicio tiene diversas formas: una de las más sencilla la usan los Productores o fabricantes aplicando la siguiente formula:

Precio = costo + (costo x %margen)

De forma que, si un producto nos cuesta producirlo (costo de producción que hace parte del costo variable) $800 como en ejemplo anterior, y queremos venderlo con un 80% de margen, el cálculo sería:

Precio = 800 + 800 x 0,80 = 800 + 640 = 1,440

Esto es el precio de venta basado en el costo, Sin embargo, los comerciantes suelen usar otra fórmula que resulta interesante desde el punto de vista del manejo de los descuentos que conceden y es calcular el precio de venta, basándose en el mismo precio de venta. La fórmula que usan es la siguiente:

Precio = Costo / (1 – %margen) Con los datos anteriores, la operación sería:
Precio = 800 / (1 – 0,80) = 800 / 0,20 = 4.000

Se podrá pensar que la diferencia es mucha, pero es la manera de encontrar un precio que le permita al comerciante ofrecer descuentos, sin afectar el real margen de rentabilidad.

Actividades después de la explicación de la terminilogia relacionada con el curso:

Ejercicio 1:
Determinar los costos de producción de un pastel de arroz, considerando el material directo, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.
Paso 1.

1. Material directo:
- Arroz: Se requieren 500 kg de arroz para producir 1000 pasteles. Cada kg de arroz cuesta $2.000 pesos colombianos (COP).
Costo total de arroz = 500 kg × $2.000/kg = $1.000.000 COP
- Otros ingredientes (azúcar, leche, mantequilla, etc.): El costo total de estos ingredientes es de $500.000 COP para producir 1000 pasteles.
Costo total de material directo = $1.000.000 + $500.000 = $1.500.000 COP
2. Mano de obra directa:
- Se requieren 5 trabajadores que se dedican exclusivamente a la elaboración de los pasteles de arroz.
- Cada trabajador recibe un salario mensual de $1.200.000 COP.
- Costo total de mano de obra directa = 5 trabajadores × $1.200.000/mes = $6.000.000 COP

3. Costos indirectos de fabricación (CIF):
- Alquiler del local de producción: $2.000.000 COP mensuales
- Servicios públicos (energía, agua, gas): $800.000 COP mensuales
- Depreciación de maquinaria y equipo: $500.000 COP mensuales
- Otros costos indirectos: $700.000 COP mensuales
Total, CIF = $2.000.000 + $800.000 + $500.000 + $700.000 = $4.000.000 COP

Paso 2.
Ahora, calculemos el costo total de producción y el costo unitario:
Costo total de producción = Material directo + Mano de obra directa + CIF
Costo total de producción = $1.500.000 + $6.000.000 + $4.000.000 = $11.500.000 COP
Costo unitario = Costo total de producción / Unidades producidas
Costo unitario = $11.500.000 / 1000 pasteles = $11.500 COP por pastel

En resumen:
- El costo de material directo por pastel es de $1.500 COP ($1.500.000 / 1000 pasteles)
- El costo de mano de obra directa por pastel es de $6.000 COP ($6.000.000 / 1000 pasteles)
- El CIF por pastel es de $4.000 COP ($4.000.000 / 1000 pasteles)
- El costo total de producción por pastel es de $11.500 COP
Este ejemplo muestra cómo se asignan los diferentes costos involucrados en la producción de pasteles de arroz colombianos, considerando el material directo, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

*****COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO**

Con base en la información presentada en el ejemplo, el costo unitario del pastel de arroz colombiano se calcula de la siguiente manera:

Costo unitario = Costo total de producción / Unidades producidas

Donde:

- Costo total de producción = Material directo + Mano de obra directa + CIF
- Unidades producidas = 1000 pasteles
Costo total de producción = $1.500.000 + $6.000.000 + $4.000.000 = $11.500.000 COP
Costo unitario = $11.500.000 / 1000 pasteles = $11.500 COP por pastel
Por lo tanto, el costo unitario de producción de un pastel de arroz colombiano es de $11.500 COP (once mil quinientos pesos colombianos).

Este costo unitario se desglosa de la siguiente manera:

- Material directo por pastel = $1.500.000 / 1000 pasteles = $1.500 COP
- Mano de obra directa por pastel = $6.000.000 / 1000 pasteles = $6.000 COP
- CIF por pastel = $4.000.000 / 1000 pasteles = $4.000 COP
Sumando estos componentes, obtenemos el costo unitario total:
$1.500 + $6.000 + $4.000 = $11.500 COP por pastel

Ejercicio 2:

Una empresa colombiana produce empanadas de carne. Durante el mes, se produjeron 5000 empanadas. A continuación, se presentan los costos involucrados:
Material directo:
- Carne molida: Se utilizaron 200 kg de carne molida a un costo de $8.000 COP/kg.
- Harina de maíz: Se utilizaron 150 kg de harina de maíz a un costo de $3.000 COP/kg.
- Otros ingredientes: $500.000 COP en total.

Mano de obra directa:
- 4 trabajadores dedicados a la producción de empanadas.
- Cada trabajador recibe un salario mensual de $1.500.000 COP.

Costos indirectos de fabricación (CIF):
- Alquiler del local: $1.500.000 COP mensuales
- Servicios públicos: $600.000 COP mensuales
- Depreciación de equipos: $300.000 COP mensuales
- Otros costos indirectos: $400.000 COP mensuales

Solución:
1. Material directo:
- Carne molida: 200 kg × $8.000/kg = $1.600.000 COP
- Harina de maíz: 150 kg × $3.000/kg = $450.000 COP
- Otros ingredientes: $500.000 COP
Total, material directo = $1.600.000 + $450.000 + $500.000 = $2.550.000 COP

2. Mano de obra directa:
4 trabajadores × $1.500.000/mes = $6.000.000 COP

3. CIF:
$1.500.000 + $600.000 + $300.000 + $400.000 = $2.800.000 COP
Costo total de producción = $2.550.000 + $6.000.000 + $2.800.000 = $11.350.000 COP
Costo unitario = $11.350.000 / 5000 empanadas = $2.270 COP por empanada

Ejercicio 3:
Una panadería produce 2000 panes de queso al mes. Se presentan los siguientes costos incurridos en el proceso:
Material directo:
- Harina de trigo: 300 kg a $1.500 COP/kg.
- Queso: 100 kg a $10.000 COP/kg.
- Otros ingredientes: $800.000 COP en total.

Mano de obra directa:
- 3 panaderos con un salario mensual de $1.800.000 COP cada uno.
Costos indirectos de fabricación (CIF):
- Alquiler de la panadería: $3.000.000 COP mensuales
- Servicios públicos: $1.200.000 COP mensuales
- Depreciación de maquinaria: $800.000 COP mensuales
- Otros costos indirectos: $500.000 COP mensuales
Nota: Se pide determinar el costo total de la producción, asi como también el costo unitario del producto a elaborar…
Solución:
1. Material directo:
- Harina de trigo: 300 kg × $1.500/kg = $450.000 COP
- Queso: 100 kg × $10.000/kg = $1.000.000 COP
- Otros ingredientes: $800.000 COP
  Total, material directo = $450.000 + $1.000.000 + $800.000 = $2.250.000 COP

2. Mano de obra directa:
3 panaderos × $1.800.000/mes = $5.400.000 COP

3. CIF:
$3.000.000 + $1.200.000 + $800.000 + $500.000 = $5.500.000 COP

Costo total de producción = $2.250.000 + $5.400.000 + $5.500.000 = $13.150.000 COP
Costo unitario = $13.150.000 / 2000 panes = $6.575 COP por pan de queso

Guía de Ejemplos prácticos
Ejemplo Punto de Equilibrio

Elaboración de empanada:
Se vende cada empanada en $ 2000
Costo de producción $ 800
Distribuido de la siguiente manera:

- Arroz
- Huevo
- Harina
- Aceite
- Entre otros

Ganancia: PV= $ 2000 – CP= $ 800= $ 1200

Costos Fijos
Arriendo: $ 800.000
Sueldos: $ 1.000.000
Servicios: $ 400.000
Marketing Digita: $ 300.000
Publicidad: $ 100.000

Costos fijos/Ganancia Bruta= $ 1700.000/$ 1200 = 1417 ventas al mes
Formula del punto de equilibrio: Q= CF/PV-CVU= PUNTO DE EQUILIBRIO
Punto de equilibrio: El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite al empresario analizar y determinar cuáles serían sus ventas mínimas requeridas, para ni ganar ni perder.

En otros términos, es el nivel de ventas en el cual los ingresos conseguidos son iguales a los costos de producción, tanto fijos como variables. Es el nivel de ventas en el cual la empresa ni gana ni pierde. El cálculo de este es importante para las empresas puesto que define el límite mínimo sobre el cual se debe operar, tratando siempre de estar lo más alejado posible de él.
De acuerdo con Polimeni, R (1999), en la contabilidad de costos la diferencia entre el precio de venta por unidad y el costo variable por unidad se denomina margen de contribución por unidad o contribución unitaria. En consecuencia, para obtener la cantidad de unidades necesaria para lograr el punto de equilibrio, se divide el costo fijo total por el margen de contribución por unidad. Es decir,

$$\text{Punto de equilibrio (en unidades)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta por unidad} - \text{Costo variable por unidad}}$$

$$= \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Margen de contribución por unidad}}$$

Si esta última fórmula se aplica al problema de Tessy, el costo fijo total es de US$30,000. Puesto que el precio de venta por unidad es de US$9 y el costo variable por unidad es de US$1, el margen de contribución por unidad es de US$8. Entonces,

$$\text{Punto de equilibrio (en unidades)} = \frac{\text{US\$30,000}}{\text{US\$8}}$$

$$= 3{,}750 \text{ unidades}$$

Para demostrar que 3,750 es, en efecto, la cantidad de unidades que no generaría utilidades, puede desarrollarse un estado de ingresos simple, como sigue:

Ingreso total (US$9 x 3,750)		US$ 33,750
Costos:		
Costos variables totales (US$1 x 3,750)	US$ 3,750	
Costos fijos totales	30,000	
Costos totales		33,750
Utilidad		US$ 0

Para obtener la fórmula del punto de equilibrio en unidades, se utiliza la siguiente notación:

C = Cantidad de unidades
P = Precio de venta por unidad
V = Costo variable por unidad
F = Costo fijo total

El punto de equilibrio de una empresa, se calcula de diferentes maneras.

Punto de equilibrio en unidades

Se aplica cuando se produce o comercializa un solo producto o este es el más importante en la oferta de la empresa. La fórmula que se aplica para calcular las unidades vendidas, necesarias para lograr el punto de equilibrio es:

$PE\ UNDS = \frac{CF}{MCU}$	O también	$PE\ UNDS = \frac{CF}{PV - C.\ UNIT}$

Dónde:
CF: Costos fijos
MCU: Margen de contribución = Precio de venta unitario–Costo unitario PV: Precio de venta
UNIT: Costo unitario
Ejemplo: GUÍA
La empresa de calzado ABC Ltda. tiene la siguiente estructura de costos:
Costos fijos $ 1.201.500Costo unitario $ 4.500

Precio de venta $ 9.000
Calcule el punto de equilibrio en pesos

Solución
Costos fijos $ 1.201.500
Margen de contribución: $ 9.000-$ 4.500 = 4.500 PE $ 1.201.500/4.500 = 267 unidades

Prueba:

Ventas	**267 x $ 9,000**	**2.403.000**
Costo de ventas	267 x $ 4,500	1.201.500
Utilidad		**1.201.500**
Gastos fijos		1.201.500
Utilidad neta		**0**

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

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

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Descripción de la actividad: Los aprendices realizarán una lluvia de ideas sobre la importancia de los costos y presupuestos en las empresas.

Ambiente requerido: Aula virtual o presencial con pizarra.

Estrategias didácticas: Lluvia de ideas, discusión guiada.

Materiales de formación: Pizarra virtual o física, marcadores.

Material de apoyo: Presentación con ejemplos de empresas exitosas que utilizan eficazmente costos y presupuestos.

Duración: 4 horas

> ¡Te animo a abordar cada tema y actividad con entusiasmo y curiosidad! La contabilidad es una habilidad valiosa que te abrirá muchas puertas en tu futuro profesional.

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

Descripción: Los aprendices completarán un cuestionario diagnóstico sobre conceptos básicos de contabilidad y participarán en un foro de discusión.

Ambiente requerido: Plataforma virtual de aprendizaje o ambiente de aprendizaje el cual se les dará las inscciones en el ambiente.

Estrategias didácticas: Cuestionario en línea, foro de discusión.

Materiales de formación: Cuestionario digital, guía de participación en foro.

Material de apoyo: Glosario de términos contables básicos.

Duración: 4 horas

3.3 Actividades de apropiación:

Descripción: Los aprendices estudiarán los conceptos teóricos y resolverán casos prácticos sobre elementos del costo y clasificación de costos.

Ambiente requerido: Aula virtual o presencial con acceso a computadoras.

Estrategias didácticas: Estudio de casos, aprendizaje basado en problemas.

Materiales de formación: Guía de estudio, casos prácticos, hojas de cálculo.

Material de apoyo: Videos explicativos, artículos académicos.

Evidencias de aprendizaje: Informe de resolución de casos, mapa conceptual de clasificación de costos.

Instrumentos de evaluación: Rúbrica para informe, lista de cotejo para mapa conceptual.

Duración: 5 horas

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Descripción: Los aprendices analizarán los costos y elaborarán un presupuesto básico para una pequeña empresa ficticia.

Ambiente requerido: Laboratorio de informática o aula con acceso a computadoras.

Estrategias didácticas: Aprendizaje basado en proyectos, trabajo colaborativo.

Materiales de formación: Plantillas de presupuesto, guía de análisis de costos.

Material de apoyo: Software de contabilidad de demostración, tutoriales en línea.

Evidencias de aprendizaje: Presentación del análisis de costos y presupuesto elaborado.

Instrumentos de evaluación: Rúbrica para evaluación de proyectos, evaluación entre pares.

Duración: 4 horas

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
		Elaboración de un informe de análisis de costos y presupuesto para una pequeña empresa	Informe de Análisis de Costos Descripción: El aprendiz presentará un informe detallado del estudio de caso "Análisis de Costos en una Empresa Manufacturera", incluyendo la identificación y clasificación de los elementos del costo, así como propuestas de mejora. Criterios de evaluación: Precisión en la identificación y clasificación de los costos Calidad y viabilidad de las propuestas de mejora	1. Identifica correctamente los elementos del costo. 2. Clasifica adecuadamente los diferentes tipos de costos. 3. Elabora un presupuesto coherente y bien estructurado. 4. Justifica las decisiones tomadas en el análisis de costos y elaboración del presupuesto. 5. Presenta la información de manera clara y profesional.	- Técnica: Evaluación de producto - Instrumento: Rúbrica analítica que evalúe cada uno de los criterios mencionados en una escala del 1 al 5.

			Claridad y estructura del informe.		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. Contabilidad de costos: Sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos, facilitando la toma de decisiones y el control administrativo.

2. Costo: Valor monetario de los recursos utilizados para producir un bien o servicio.
3. Presupuesto: Plan financiero que establece de manera anticipada los ingresos y gastos de una organización para un período determinado.
4. Materiales directos: Componentes físicos identificables en la producción de un artículo.
5. Mano de obra directa: Trabajo físico o mental directamente involucrado en la fabricación de un producto.
6. Costos indirectos de fabricación: Costos no directamente identificables con un producto específico, pero necesarios para el proceso productivo.
7. Costos fijos: Costos que permanecen constantes independientemente del nivel de producción.
8. Costos variables: Costos que varían en proporción directa con el volumen de producción.
9. Sistema de costeo por órdenes de trabajo: Método de costeo que acumula y asigna costos a trabajos específicos o lotes.
10. Sistema de costeo por procesos: Método de costeo utilizado cuando se producen unidades idénticas de forma continua a través de una serie de pasos uniformes.
11. Ciclo de vida del producto: Etapas por las que pasa un producto desde su introducción al mercado hasta su declive.
12. Cadena de valor: Modelo teórico que describe las actividades que una organización lleva a cabo para crear valor para sus clientes.
13. Pricing: Proceso de fijación de precios para productos o servicios.
14. Cotización: Documento que informa el precio de un producto o servicio, incluyendo las condiciones de venta.
15. Presupuesto maestro: Presupuesto integral que incluye todos los presupuestos individuales de una organización.
16. Costo unitario: Costo total de producción dividido por el número de unidades producidas.
17. Costo estándar: Costo predeterminado que se establece como referencia para medir el desempeño real.
18. Variación de costos: Diferencia entre el costo estándar y el costo real.
19. Análisis de rentabilidad: Evaluación de la capacidad de un producto, servicio o negocio para generar ingresos en relación con sus costos.
20. Canal de distribución: Ruta que sigue un producto desde el fabricante hasta el consumidor final.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Blocher, E. J., Stout, D. E., Juras, P. E., & Smith, S. D. (2021). Cost Management: A Strategic Emphasis (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Garrett, G. (2021). Project Management for Dummies (4th ed.). For Dummies.

- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2020). Cost Accounting: A Managerial Emphasis (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing (18th ed.). Pearson.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). MKTG (13th ed.). Cengage Learning.
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2021). Marketing (22nd ed.). Cengage Learning.
- Shim, J. K., & Siegel, J. G. (2021). Budgeting Basics and Beyond (5th ed.). Wiley.
- Welsch, G. A., Hilton, R. W., & Gordon, P. N. (2021). Budgeting: Profit Planning and Control (6th ed.). Prentice Hall.
Garrett, G. (2021). Project Management for Dummies (4th ed.). For Dummies.
-Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2020). Cost Accounting: A Managerial Emphasis (17th ed.). Pearson.
-Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing (18th ed.). Pearson.
-Nagle, T. T., & Müller, G. (2021). The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably (7th ed.). Routledge.
Qué es la fijación de precios. (2022, November 30). Universidad Europea. https://universidadeuropea.com/blog/que-es-fijacion-precios/
-Shim, J. K., & Siegel, J. G. (2021). Budgeting Basics and Beyond (5th ed.). Wiley.
-Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2021). Financial and Managerial Accounting (16th ed.). Cengage Learning.
-Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (8th ed.). McGraw-Hill Education.
-Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). Fundamentals of financial management (16th ed.). Cengage Learning.
-Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2020). Managerial accounting (17th ed.). McGraw-Hill Education.
-Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2021). Cost accounting: A managerial emphasis (17th ed.). Pearson Education.
Urueña, O. (2010). Contabilidad Básica. Colección didáctica, ciencias económicas y admirativas. Sello Edit. Fundación para la Educación Superior San Mateo (958-98600)

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Formacion complentaria
- **Código del Programa de Formación**: 210601020
- **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
- **Resultados de Aprendizaje**:

1. Prestar servicio al cliente teniendo en cuenta políticas de la organización
2. Validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización

2. PRESENTACIÓN

Bienvenidos a esta guía de aprendizaje diseñada para sobre "Servicio al Cliente y Satisfacción del Usuario". Este curso de 40 horas tiene como objetivo principal desarrollar competencias fundamentales en la prestación de servicios al cliente, considerando las políticas organizacionales, y en la validación de la satisfacción del cliente según los protocolos establecidos.
En el mundo empresarial actual, el servicio al cliente se ha convertido en un factor diferenciador crucial. Como señala Kotler (2017), "la satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" (p. 54). Por lo tanto, comprender y aplicar efectivamente los conceptos y técnicas del servicio al cliente es esencial para el éxito de cualquier organización.
En resumen, en el entorno empresarial actual, brindar un servicio al cliente excepcional se ha convertido en un factor determinante para el éxito de cualquier organización. A medida que la competencia se intensifica y las expectativas de los clientes aumentan, es fundamental comprender los conceptos clave relacionados con el servicio al cliente y aplicarlos de manera efectiva. En este documento, exploraremos en profundidad estos conceptos, citando a expertos en el campo y proporcionando ejemplos prácticos para ilustrar su importancia.

Esta guía abordará temas clave como:

1. Conceptualización del cliente
2. Etiqueta y protocolo empresarial
3. Imagen corporativa
4. Ciclo y triángulo de servicio
5. Momentos de verdad

6. Comunicación efectiva y asertiva
7. Normas de cortesía
8. Técnicas de servicio y atención al cliente
9. Manejo de información y respuesta a usuarios
10. Gestión de contingencias
11. Evaluación de la satisfacción del cliente
Estructura del desarrollo de las temáticas según los resultado de aprendizaje:

1. Conceptualización del cliente

El cliente es el eje central de toda actividad comercial. Según Barlow y Møller (2018), "un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera u otro medio de pago" (p. 23).

Tipología y clasificación:
- Clientes internos: empleados y stakeholders dentro de la organización.
- Clientes externos: consumidores finales y otras empresas.

Características:
- Demandan calidad en productos y servicios.
- Buscan soluciones rápidas y efectivas.
- Valoran la personalización y la atención individualizada.

2. Etiqueta y protocolo empresarial

La etiqueta y el protocolo empresarial son conjuntos de normas que rigen el comportamiento en el ámbito profesional. Como afirma Pachter (2019), "la etiqueta empresarial es el aceite que lubrica las ruedas del negocio" (p. 15).

Características:
- Formalidad en el trato.
- Respeto a las jerarquías.
- Adaptabilidad cultural.

Reglas básicas:
- Puntualidad.
- Vestimenta apropiada.
- Comunicación respetuosa.

3. Imagen corporativa

La imagen corporativa es la percepción que el público tiene de una empresa. Según Van Riel (2020), "es el resultado de la interacción de todas las experiencias, creencias, sentimientos, conocimientos e impresiones que la gente tiene sobre una empresa" (p. 76).

Elementos:
- Identidad visual (logo, colores corporativos).
- Cultura organizacional.
- Comunicación externa e interna.

4. Ciclo de servicio

El ciclo de servicio es la secuencia de eventos que experimenta un cliente al interactuar con una organización. Carlzon (2017) lo define como "una cadena continua de acontecimientos por los que atraviesa el cliente a medida que experimenta el servicio" (p. 42).

Características:
- Inicio y fin claramente definidos.
- Secuencia lógica de eventos.
- Oportunidades de mejora en cada etapa.

5. Triángulo de servicio

El triángulo de servicio, conceptualizado por Albrecht y Zemke (2019), es un modelo que ilustra la interacción entre tres elementos clave: la estrategia de servicio, los sistemas y el personal.

Características:
- Enfoque en el cliente como centro.
- Interrelación entre componentes.
- Base para la mejora continua.

Estructura:
- Cliente (centro)
- Estrategia de servicio
- Personal
- Sistemas

6. Momentos de verdad

Los momentos de verdad son instantes cruciales en la interacción cliente-empresa. Carlzon (2017) los define como "cualquier episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y se forma una impresión sobre la calidad de su servicio" (p. 33).

Características:
- Breves en duración.
- Alto impacto en la percepción del cliente.
- Oportunidades para exceder expectativas.

7. Comunicación

La comunicación es fundamental en el servicio al cliente. Según Robbins y Judge (2021), "la comunicación es el proceso de transferencia y comprensión de significados" (p. 351).

Tipos:
- Verbal (oral y escrita)
- No verbal

Técnicas:
- Escucha activa
- Empatía
- Retroalimentación constructiva

8. Comunicación asertiva

La comunicación asertiva es la habilidad de expresar pensamientos y sentimientos de manera clara y respetuosa. Ury (2018) sostiene que "la asertividad es la capacidad de defender los propios derechos sin violar los de los demás" (p. 87).

Importancia:
- Mejora las relaciones interpersonales.
- Reduce conflictos.
- Aumenta la eficacia en la resolución de problemas.

9. Normas de cortesía

Las normas de cortesía son convenciones sociales que facilitan la interacción armoniosa. Post (2020) las define como "reglas de comportamiento que muestran respeto hacia los demás" (p. 29).

Ejemplos:
- Saludar y despedirse apropiadamente.
- Usar "por favor" y "gracias".
- Respetar el espacio personal.

10. Servicio

El servicio es el conjunto de acciones realizadas para satisfacer las necesidades del cliente. Zeithaml et al. (2018) lo definen como "el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos" (p. 4).

Trazabilidad:
- Registro de interacciones con el cliente.
- Seguimiento de solicitudes y reclamos.

Técnicas:
- Personalización del servicio.
- Anticipación de necesidades.
- Resolución proactiva de problemas.

11. Protocolo de servicio

El protocolo de servicio es un conjunto de procedimientos estandarizados para la atención al cliente. Según Tschohl (2019), "es una guía que asegura la consistencia y calidad en la prestación del servicio" (p. 112).

Características:
- Claridad y precisión.
- Flexibilidad para adaptarse a situaciones diversas.
- Enfoque en la satisfacción del cliente.

Tipos:
- Protocolos de bienvenida.
- Protocolos de atención telefónica.
- Protocolos de manejo de quejas.

12. Portafolio de servicios

El portafolio de servicios es el conjunto de servicios que ofrece una organización. Lovelock y Wirtz (2020) lo definen como "la gama completa de servicios ofrecidos por una empresa" (p. 78).

Características:
- Claridad en la descripción de servicios.
- Actualización periódica.
- Alineación con las necesidades del mercado.

13. Atención al cliente

La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas para satisfacer las necesidades del cliente. Según Blanco y Lobato (2019), "es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades" (p. 289).

Tipos:
- Presencial
- Telefónica
- Online

Canales:
- Oficinas físicas
- Call centers
- Redes sociales
- Chat en línea

14. Información

La información en el contexto del servicio al cliente se refiere a los datos relevantes para satisfacer las necesidades del usuario. Choo (2018) la define como "datos organizados y contextualizados que tienen significado y valor para el receptor" (p. 56).

Tipos:
- Información de productos y servicios.
- Información de procesos y procedimientos.
- Información de políticas y normativas.

Confidencialidad:
- Protección de datos personales.
- Manejo ético de la información del cliente.

15. Respuesta a usuarios

La respuesta a usuarios es la acción de atender y resolver las inquietudes o solicitudes de los clientes. Gerson (2017) sostiene que "una respuesta efectiva es aquella que satisface la necesidad del cliente de manera oportuna y completa" (p. 145).

Técnicas:
- Escucha activa.
- Parafraseo para confirmar comprensión.
- Ofrecimiento de soluciones alternativas.

Tipos y tiempo:

- Respuesta inmediata (en el momento).
- Respuesta a corto plazo (dentro de 24 horas).
- Respuesta a mediano plazo (más de 24 horas, requiere investigación).

16. Contingencias

Las contingencias en el servicio al cliente son situaciones imprevistas que requieren una respuesta rápida y efectiva. Según Fisk et al. (2018), "las contingencias son eventos inesperados que pueden afectar la calidad del servicio" (p. 203).

Tipos:
- Técnicas (fallas en sistemas o equipos).
- Humanas (errores de personal).
- Externas (eventos fuera del control de la empresa).

Clasificación:
- Urgentes (requieren atención inmediata).
- Importantes (pueden esperar, pero necesitan atención).
- Rutinarias (pueden manejarse con procedimientos estándar).

17. Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es el grado en que se cumplen o superan las expectativas del cliente. Oliver (2020) la define como "la respuesta de realización del consumidor. Es un juicio de que una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo" (p. 8).

Tipos:
- Satisfacción basada en expectativas.
- Satisfacción basada en el desempeño percibido.
- Satisfacción acumulativa (experiencia total con la empresa).

Esta guía proporciona una base sólida para comprender y aplicar los principios del servicio al cliente y la satisfacción del usuario. Se recomienda complementar este aprendizaje teórico con ejercicios prácticos y estudios de caso para una comprensión más profunda y aplicable.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

3.1 Actividades de reflexión inicial:

"Identificando y Mejorando los Momentos de Verdad"

Antes de comenzar, reflexione sobre la siguiente situación:
Piense en la última vez que tuvo una experiencia memorable (positiva o negativa) como cliente. ¿Qué momento específico de esa experiencia quedó grabado en su memoria? ¿Por qué cree que ese momento fue tan significativo?

Descripción de la Actividad:
Los participantes trabajarán en grupos pequeños para identificar y analizar los momentos de verdad en un escenario de servicio al cliente. Luego, desarrollarán estrategias para mejorar estos momentos críticos.

Pasos:
1. Formar grupos de 3-4 personas.
2. Cada grupo recibirá un escenario de servicio al cliente (por ejemplo, check-in en un hotel, compra en una tienda en línea, atención en un restaurante, otros).
3. Identificar y listar todos los posibles momentos de verdad en el escenario asignado.
4. Analizar cada momento de verdad, considerando su impacto potencial en la satisfacción del cliente.
5. Proponer mejoras específicas para cada momento de verdad identificado.
6. Presentar los hallazgos y propuestas al resto de la clase.
7. Discusión grupal sobre las presentaciones y retroalimentación del instructor.

Ambiente Requerido:
- Aula espaciosa que permita el trabajo en grupos pequeños.
- Mesas y sillas móviles para facilitar la formación de grupos.
- Pizarra o rotafolio para cada grupo.
- Proyector y pantalla para las presentaciones.

Técnica Didáctica Activa:
Se utilizará la técnica de Aprendizaje Basado en Problemas (ABP). Esta técnica, según Barrows (2016), "es un método de aprendizaje en grupo que usa problemas reales como estímulo para desarrollar habilidades de solución de problemas y adquirir conocimientos específicos" (p. 5).

Material de Formación:
- Guía impresa con la descripción de la actividad y los pasos a seguir.
- Hojas de trabajo para el análisis de momentos de verdad.
- Escenarios impresos de situaciones de servicio al cliente.

Material de Apoyo:
- Presentación en PowerPoint sobre el concepto de Momentos de Verdad y su importancia en el servicio al cliente.
- Artículo: Carlzon, J. (2017). "Moments of Truth in Service". Harvard Business Review, 85(1), 118-125.
- Video: "Understanding and Improving Customer Touchpoints" (duración: 5 minutos).

Duración de la Actividad:
La actividad está diseñada para una duración total de 120 minutos (2 horas), distribuidos de la siguiente manera:

- Reflexión inicial y presentación del concepto: 15 minutos
- Trabajo en grupos: 45 minutos
- Presentaciones de los grupos: 30 minutos (5-7 minutos por grupo)
- Discusión y retroalimentación: 25 minutos
- Cierre y conclusiones: 5 minutos

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

"Mapa del Servicio al Cliente: Explorando Nuestros Conocimientos"

Descripción de la Actividad:
Esta actividad busca contextualizar el aprendizaje y identificar los conocimientos previos de los participantes sobre el servicio al cliente. Se utilizará la técnica de mapeo mental colaborativo para crear un panorama completo de los conceptos relacionados con el servicio al cliente.

Pasos:

1. Introducción al tema y explicación de la actividad (10 minutos)
2. Formación de grupos de 4-5 personas (5 minutos)
3. Creación de mapas mentales grupales (30 minutos)
- Cada grupo creará un mapa mental sobre el servicio al cliente
- Deben incluir todos los conceptos que conozcan relacionados con el tema
4. Presentación de mapas mentales (20 minutos)
- Cada grupo presentará brevemente su mapa mental
5. Discusión guiada y complementación (20 minutos)
- El facilitador guiará una discusión para identificar:
 a) Conceptos comunes entre los grupos
 b) Conceptos únicos o menos conocidos
 c) Áreas donde se necesita más conocimiento
6. Síntesis y conexión con el programa de formación (15 minutos)
- El facilitador relacionará los conceptos identificados con los temas del curso

Ambiente Requerido:
- Aula espaciosa que permita el trabajo en grupos
- Mesas grandes o espacios en la pared para crear los mapas mentales
- Pizarra o pantalla para la síntesis final

Técnicas Didácticas Activas:
1. Mapeo Mental Colaborativo: Según Buzan (2018), "el mapeo mental es una técnica gráfica que aprovecha toda la gama de capacidades corticales y pone en marcha el auténtico potencial del cerebro" (p. 31).

2. Aprendizaje Colaborativo: Johnson et al. (2019) afirman que "el aprendizaje colaborativo aumenta el logro de los estudiantes, mejora las relaciones entre los alumnos y les proporciona experiencias para un desarrollo social, psicológico y cognitivo saludable" (p. 12).

Materiales de Formación:
- Hojas de rotafolio o cartulinas grandes (una por grupo)
- Marcadores de colores
- Notas adhesivas de diferentes colores
- Guía impresa con instrucciones para la creación de mapas mentales

Material de Apoyo:
- Presentación en PowerPoint con ejemplos de mapas mentales
- Documento: "Conceptos Clave en Servicio al Cliente" (resumen de los temas del curso)
- Video introductorio: "La Importancia del Servicio al Cliente en la Era Digital" (duración: 5 minutos)

Duración de la Actividad:
La actividad está diseñada para una duración total de 100 minutos, distribuidos como se detalló en los pasos de la actividad.

Esta actividad de contextualización permite a los participantes:
1. Activar sus conocimientos previos sobre el servicio al cliente.
2. Identificar áreas de fortaleza y oportunidades de aprendizaje.
3. Crear conexiones entre diferentes conceptos del servicio al cliente.
4. Desarrollar una visión holística del tema antes de profundizar en aspectos específicos.

3.3 Actividades de apropiación:

"Simulación de Escenarios de Servicio al Cliente"

Descripción de la Actividad:
Esta actividad de apropiación busca que los participantes apliquen los conocimientos adquiridos sobre servicio al cliente en situaciones prácticas y realistas. Se utilizará la técnica de juego de roles para simular diferentes escenarios de atención al cliente, permitiendo a los participantes experimentar y resolver situaciones complejas en un entorno controlado.

Pasos:
1. Introducción y explicación de la actividad (10 minutos)
2. División en grupos y asignación de roles (10 minutos)
3. Preparación de escenarios (20 minutos)
4. Simulaciones de atención al cliente (60 minutos)
- Cada grupo realizará al menos dos simulaciones
- Los demás grupos observarán y tomarán notas
5. Retroalimentación y discusión grupal (30 minutos)

6. Reflexión final y conclusiones (20 minutos)
Ambiente Requerido:
- Aula amplia que permita la creación de "estaciones" de servicio al cliente
- Mesas y sillas dispuestas para simular diferentes entornos (mostrador de tienda, escritorio de oficina, etc.)
- Espacio para que los observadores puedan ver las simulaciones

Técnicas Didácticas Activas:
1. Juego de Roles: Según Barkley et al. (2020), "el juego de roles permite a los estudiantes explorar situaciones realistas y practicar habilidades en un entorno seguro y de apoyo" (p. 150).

Nota: el aprendizaje Experiencial: Kolb (2017) afirma que "el aprendizaje es el proceso por el cual el conocimiento se crea a través de la transformación de la experiencia" (p. 38).

Materiales de Formación:
- Tarjetas con descripción de escenarios de servicio al cliente
- Guía de observación para los participantes que no están en el rol activo
- Formularios de retroalimentación estructurada
- Accesorios básicos para ambientar los escenarios (por ejemplo, teléfonos, computadoras de atril, etiquetas de nombres)

Material de Apoyo:
- Manual de "Mejores Prácticas en Servicio al Cliente" (desarrollado específicamente para el curso)
- Infografía: "Los 10 Mandamientos del Servicio al Cliente Excepcional"
- Video: "Ejemplos de Excelencia en Servicio al Cliente" (duración: 10 minutos)

Duración de la Actividad:
La actividad está diseñada para una duración total de 150 minutos (2 horas y 30 minutos), distribuidos como se detalló en los pasos de la actividad.

Esta actividad de apropiación permite a los participantes:
1. Aplicar de manera práctica los conceptos aprendidos sobre servicio al cliente.
2. Desarrollar habilidades de comunicación, resolución de problemas y manejo de situaciones difíciles.
3. Recibir retroalimentación inmediata sobre su desempeño en situaciones de servicio al cliente.
4. Observar y aprender de las estrategias utilizadas por sus compañeros.
5. Reflexionar sobre la importancia de la adaptabilidad y la empatía en el servicio al cliente.

Los escenarios de simulación pueden incluir:
- Manejo de un cliente insatisfecho
- Resolución de un problema técnico por teléfono
- Atención a un cliente con necesidades especiales

- Gestión de una queja en redes sociales
- Venta cruzada de productos o servicios

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

"Proyecto de Mejora del Servicio al Cliente"

Descripción de la Actividad:
Esta actividad de transferencia del conocimiento busca que los participantes apliquen de manera integral los conceptos y habilidades adquiridos durante el curso en un proyecto real o simulado de mejora del servicio al cliente. Los participantes trabajarán en equipos para analizar un caso real o siulado de una empresa (que puede ser la propia empresa donde trabajan o una asignada) y desarrollar un plan de mejora del servicio al cliente.

Pasos:
1. Presentación del proyecto y formación de equipos (20 minutos)
2. Análisis inicial y selección de la empresa/caso (30 minutos)
3. Investigación y recopilación de datos (60 minutos)
4. Desarrollo del plan de mejora (90 minutos)
5. Preparación de la presentación (30 minutos)
6. Presentaciones de los equipos (60 minutos)
7. Sesión de preguntas y respuestas (30 minutos)
8. Reflexión final y cierre (20 minutos)

Ambiente Requerido:
- Aula espaciosa con mesas para trabajo en equipo
- Acceso a computadoras e internet para investigación
- Proyector y pantalla para presentaciones
- Pizarras o rotafolios para cada equipo

Técnicas Didácticas Activas:
1. Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP): Según Thomas (2021), "el ABP involucra a los estudiantes en la resolución de problemas auténticos y complejos, permitiéndoles trabajar de manera autónoma para construir su propio aprendizaje" (p. 67).

Nota: El Método del Caso: Ellet (2018) afirma que "el método del caso desarrolla la capacidad de los estudiantes para analizar situaciones complejas, sintetizar información y tomar decisiones fundamentadas" (p. 23).

Materiales de Formación:
- Guía del proyecto con instrucciones detalladas y rúbrica de evaluación
- Plantilla para el plan de mejora del servicio al cliente
- Herramienta de diagnóstico del servicio al cliente

- Checklist de elementos clave a considerar en el análisis

Material de Apoyo:
- Compendio de estudios de caso sobre mejoras exitosas en servicio al cliente
- Artículo: "Estrategias Innovadoras para la Excelencia en el Servicio al Cliente" (Harvard Business Review)
- Video: "Transformando la Experiencia del Cliente: Casos de Éxito" (duración: 15 minutos)
- Acceso a bases de datos de investigación de mercado y satisfacción del cliente

Duración de la Actividad:
La actividad está diseñada para una duración total de 340 minutos (5 horas y 40 minutos), distribuidos como se detalló en los pasos de la actividad. Esta actividad puede realizarse en una sola sesión extendida o dividirse en dos sesiones, dependiendo de la estructura del curso.

Esta actividad de transferencia del conocimiento permite a los participantes:
1. Aplicar de manera integral todos los conceptos y habilidades aprendidos durante el curso.
2. Desarrollar habilidades de análisis crítico, resolución de problemas y toma de decisiones en un contexto real de servicio al cliente.
3. Practicar la colaboración efectiva en equipos multidisciplinarios.
4. Mejorar sus habilidades de presentación y comunicación de ideas complejas.
5. Crear un producto tangible (plan de mejora) que puede ser implementado en una situación real.

El proyecto debe incluir los siguientes elementos:
- Análisis de la situación actual del servicio al cliente en la empresa seleccionada
- Identificación de áreas de mejora y oportunidades
- Propuesta de estrategias específicas para mejorar el servicio al cliente
- Plan de implementación con timeline y recursos necesarios
- Métricas para evaluar el éxito de las mejoras propuestas

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
		1. Actividad de Aprendizaje: "Proyecto de Mejora del	- Plan de mejora del servicio al cliente para	- Exposición oral del plan de mejora - Participación en la sesión de	- Informe escrito que fundamente las decisiones tomadas en el

		Servicio al Cliente"	una empresa específica - Presentación ejecutiva del plan de mejora	preguntas y respuestas	plan de mejora, citando conceptos y teorías relevantes del curso. Rúbrica de Evaluación para el Plan de Mejora: Evalúa aspectos como análisis, estrategias propuestas, viabilidad, etc. Escala: Excelente (5) - Bueno (4) - Satisfactorio (3) - Necesita Mejorar (2) - Insuficiente (1) Cuestionario de Autoevaluación: Permite a los participantes reflexionar sobre su propio aprendizaje y desempeño. Escala: Totalmente de acuerdo (5) - De acuerdo (4) - Neutral (3) - En

					desacuerdo (2) - Totalmente en desacuerdo (1)

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. Cliente: Individuo u organización que accede a un producto o servicio mediante una transacción financiera u otro medio de pago.
2. Etiqueta empresarial: Conjunto de normas de comportamiento que rigen las interacciones en el ámbito profesional.
3. Protocolo empresarial: Reglas formales que establecen la conducta y los procedimientos en situaciones de negocios.
4. Imagen corporativa: Percepción que el público tiene de una empresa, resultado de la interacción de todas las experiencias, creencias, sentimientos y conocimientos que las personas poseen sobre la organización.
5. Ciclo de servicio: Secuencia completa de eventos que experimenta un cliente al interactuar con una organización para obtener un servicio.
6. Triángulo de servicio: Modelo que ilustra la interacción entre la estrategia de servicio, los sistemas y el personal, con el cliente en el centro.
7. Momentos de verdad: Instantes cruciales en la interacción cliente-empresa que tienen un impacto significativo en la percepción del cliente sobre la calidad del servicio.
8. Comunicación asertiva: Habilidad de expresar pensamientos, sentimientos y opiniones de manera clara, directa y respetuosa, sin violar los derechos de los demás.
9. Normas de cortesía: Convenciones sociales que facilitan la interacción armoniosa y muestran respeto hacia los demás.
10. Trazabilidad del servicio: Capacidad de seguir el histórico, la aplicación o la localización de un servicio a través de etapas específicas de su prestación.
11. Protocolo de servicio: Conjunto de procedimientos estandarizados para la atención al cliente, que aseguran la consistencia y calidad en la prestación del servicio.
12. Portafolio de servicios: Conjunto completo de servicios ofrecidos por una empresa a sus clientes.
13. Atención al cliente: Conjunto de actividades desarrolladas por una organización con el fin de identificar las necesidades de los clientes y satisfacerlas.
14. Confidencialidad de la información: Garantía de que la información personal o sensible del cliente no será divulgada a terceros sin autorización.
15. Contingencia en servicio al cliente: Situación imprevista que requiere una respuesta rápida y efectiva para mantener la calidad del servicio.
16. Satisfacción del cliente: Grado en que se cumplen o superan las expectativas del cliente con respecto a un producto o servicio.
17. Fidelización del cliente: Conjunto de acciones que buscan mantener relaciones duraderas y rentables con los clientes.

18. Experiencia del cliente: Suma total de las interacciones que un cliente tiene con una empresa y su marca a lo largo de su relación.
19. Canales de atención: Diferentes medios a través de los cuales una empresa interactúa con sus clientes (por ejemplo, presencial, telefónico, en línea).
20. Retroalimentación del cliente: Información proporcionada por los clientes sobre su experiencia con un producto o servicio, que se utiliza para mejorar la calidad.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Alberti, R. E., & Emmons, M. L. (2017). Your perfect right: Assertiveness and equality in your life
Albrecht, K., & Zemke, R. (2019). Service America in the New Economy. McGraw-Hill Education.
Barlow, J., & Møller, C. (2018). A Complaint Is a Gift: Recovering Customer Loyalty When Things Go Wrong. Berrett-Koehler Publishers.
Blanco, A., & Lobato, F. (2019). Gestión administrativa de la atención al cliente. Paraninfo.
Carlzon, J. (2017). Moments of Truth. Harper Business.
Choo, C. W. (2018). The Knowing Organization: How Organizations Use Information to Construct Meaning, Create Knowledge, and Make Decisions. Oxford University Press.
Fisk, R. P., Grove, S. J., & John, J. (2018). Interactive Services Marketing. Cengage Learning.
Gerson, R. F. (2017). Beyond Customer Service: Keeping Customers for Life. Crisp Learning.
Kotler, P. (2017). Marketing Management. Pearson.
Lovelock, C., & Wirtz, J. (2020). Services Marketing: People, Technology, Strategy. World Scientific Publishing Company.
Oliver, R. L. (2020). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. Routledge.
Pachter, B. (2019). The Essentials of Business Etiquette: How to Greet, Eat, and Tweet Your Way to Success. McGraw-Hill Education.
Post, P. (2020). Emily Post's Etiquette, 19th Edition: Manners for Today. William Morrow.
Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). Organizational Behavior. Pearson.
Tschohl, J. (2019). Achieving Excellence Through Customer Service. Best Sellers Publishing.
Ury, W. (2018). Getting to Yes with Yourself: (and Other Worthy Opponents). HarperOne.
Van Riel, C. B. M. (2020). Corporate Communication: A Strategic Approach to Building Reputation. Routledge.
Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw-Hill Education.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Lcdo. Edwing Rodriguez**	**Instructor**	**CEDAGRO**	**06-07-2024**	