PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Fonseca, octubre de 2024

Señor (a)
ALEXIS SOLANO MENDOZA
SUPERVISOR(A) CONTRATO **No.** CO1_PCCNTR_5894262
Profesional AgroSena Grado 10
Centro Agro empresarial y Acuícola
Fonseca

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

Referencia: CO1_PCCNTR_5894262 del año 2024.

Diana Esther Carrillo Pérez, identificado con la cédula de ciudadanía No. 26.995.336 de Fonseca, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro Agro empresaria y Acuícola , 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.

El valor total de este contrato asciende a la suma de **CUARENTA Y CUATRO MILLONES SEIS CIENTO CINCUENTA Y CINCO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA PESOS ($44.655.450) M/CTE**. Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: Un primer pago correspondiente a quince (15) días del mes de febrero por un valor de **DOS MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SETECIENTOS SETENTA Y TRES PESOS ($2.232.773) M/CTE**., luego nueve (9) pagos iguales por los meses de Marzo a Noviembre por un valor de **CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS CUARENTA Y CINCO PESOS ($4.465.545) M/CTE.,** y un último pago correspondiente a quince (15) del mes de diciembre por el valor de **DOS MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SETECIENTOS SETENTA Y DOS PESOS ($2.232.772) M/CTE.** Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta de Ahorros No. 0570236070244132 del Banco Davivienda cuyo titular es el contratista.

Plazo: Será hasta el 15 de diciembre de 2024.

OBJETO:
Prestar servicios profesionales en el rol de instructor de emprendimiento aportando en la planeación, ejecución, evaluación y mejora continua de los procesos de formación y asesoría técnica para el emprendimiento rural y campesino; definidos por la Dirección de Empleo y Trabajo y la Coordinación Nacional SENA Emprende Rural.

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Ejecutar las acciones de formación en emprendimiento haciendo uso de la estrategia pedagógica "aprender haciendo", bajo la modalidad de atención sincrónica - asincrónica de acuerdo con los procedimientos de la Dirección de Formación Profesional Integral y los lineamientos de la Dirección de Empleo y Trabajo y lo establecido en la guía para la ejecución del programa SER en el SIGA.	Se realizó sensibilización en los siguiente programa: Programa de formación: Emprendedor en procesamiento artesanal de derivado de frutas y hortalizas Municipio: Riohacha -Caserío de Tigrera) Programa de formación: Comportamiento emprendedor Municipio: Maicao (comunidad Cochi Cotoprix) Registro y verificación de listas de aprendices para matricula por ficha asignada. Inducción de los aprendices a los programas curriculares para la formación, concertación de horarios para la formación y socialización de instrumentos de evaluación. Cumplimiento de lineamientos de la entidad con la modalidad presencial, haciendo uso de las tecnologías de la información y la comunicación.	Proceso de organización de documentos para entregar en la oficina de registro y control de la entidad para tramites pertinentes de matricula.
2	Articular con los instructores técnicos para realizar el alistamiento integral de los procesos de formación para el desarrollo de las competencias de emprendimiento y construcción del modelo de negocio con las herramientas establecidas en el protocolo de atención definido por la Coordinación SER.	Se articulo con el instructor técnico de los Programas Emprendedor en la producción de especies dulces y acuícola, fichas 3022069 el cuales se encuentran en formación para dar cumpliento al proceso de formación y construcción del modelo de negocio.	Modelo de negocio se encuentra en proceso de construcción
	Brindar la atención requerida a grupos y organizaciones rurales, comunitarias, campesinas asignadas y	Ejecución de acciones de Formación en los Programas asignados basados en los lineamientos de la entidad:	GFPI-F-135 Guia de aprendizajes.

3	beneficiarias del servicio de acompañamiento en las áreas comercial y de asociatividad, de acuerdo con el plan de acción concertado para la puesta en marcha de la unidad o proyecto productivo y el protocolo de atención definido por la Coordinación Nacional SER.	**1. Nombre del programa:** Emprendedor en procesamiento artesanal de derivados frutas y verduras **Ficha:** 3091789 **Fecha de Inicio:** 24/09/2024 **Fecha Final: 18**/11/2024 **Duración: 340** Horas **Lugar de ejecución:** , Municipio:Riohacha (Corregimiento de Tigrera) **Población:** Emprendedores **Competencia Desarrollada:** Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales. **Aprendices Matriculados: 37** **Estado:** En Formación. **Hora Ejecutadas en mes:80** 2. Nombre del programa: Comportamiento Emprendedor **Ficha:** 3097801 **Fecha de Inicio: 7**/10/2024 **Fecha Final:** 22/10/2024 **Duración: 48** Horas **Lugar de ejecución:** Municipio: Maicao (comunidad Cochi – Cotoprix **Población:** Emprendedores **Competencia Desarrollada:** Fomento de la cultura emprendedora **Aprendices Matriculados: 27** **Estado:** En Formación. **Hora Ejecutadas en mes: 48** **3. Nombre del programa:** Emprendimiento en la producción de especies dulces acuícolas **Ficha:** 3022069 **Fecha de Inicio:** 21/06/2024 **Fecha Final:** 01/10/2024 **Duración: 8** Horas **Lugar de ejecución:** , Municipio: Riohacha (vereda Cari Cari)	Evidencia Fotograficas GEE-F-009 V02 Formato lista de asistencia para programas de formación Informe Gestión de Tiempo Sofia Plus. GEE-F-009 V03 Formato lista de asistencia para programas de formación GFPI-F-135 Guia de aprendizajes.

		Población: desplazados por la violencia **Competencia Desarrollada:** Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales. **Aprendices** **Matriculados:** 26 **Estado:** En Formación. **Hora Ejecutadas en mes: 8** Total horas actividades académicas en octubre: 136 Horas adicionales en octubre: 8 Total horas actividades académicas de febrero a septiembre: 1.316 Total horas adicionales de febrero a octubre 2024: 120	GOR-F-084_V02_acta de Concertación.
4	Brindar a los grupos y organizaciones rurales, comunitarias y campesinas beneficiarias el servicio de acompañamiento técnico necesario para la formulación de proyectos productivos asociativos y comunitarios a fin de que sus propuestas reúnan las condiciones requeridas para ser sometidas a consideración en las convocatorias institucionales y externas en temas de acceso a mercados y/o fuentes de financiamiento.	Como resultado de las asesorías realizadas en la formulación de dos (2) proyectos productivos a las dos (2) asociaciones: 1. ASOCAMPAZ - Asociación de campesinos unidos por la paz 2. ASOPROCAGUA - Asociación de productores campesinos de la Guajira Fueron priorizados con un kit de 10 millones de pesos cada una dentro de la convocatorias de la Ruta 1 del programa SER.	Copia de Acta no. 28 - Priorización de Proyectos Productivos Asociativos y Comunitarios de la Regional Guajira, adelantado por el Equipo del Programa SENA Emprende Rural (SER) de la Dirección General – 02 de octubre 2024.
5	Apoyar la organización de eventos para la participación de unidades productivas en actividades de comercialización, rutas de aprendizaje (incluyendo mecanismos virtuales), gestión empresarial y financiera cuando se requiera, así como las actividades de fomento realizadas por el	En este mes no hubo requerimientos para realizar las actividades relacionada con esta obligación.	En este mes no hubo requerimientos para realizar las actividades relacionada con esta obligación.

	programa de Emprendimiento SENA.		
6	Gestionar alianzas con entes territoriales, organizaciones privadas, organizaciones sociales o no gubernamentales, que permitan la identificación y canalización de recursos para el apalancamiento de los proyectos y unidades productivas escalables.	Se realizó asesoría en la construcción de proyectos dentro de la Convocatoria de la Ruta 1, a dos asociaciones, las cuales fueron priorizadas para entrega de un kit de 10 millones de pesos cada una., las asociaciones son las siguientes: 1. ASOCAMPAZ - Asociación de campesinos unidos por la paz 2. ASOPROCAGUA - Asociación de productores campesinos de la Guajira	Acta de Priorización PPAyC Guajira - programa SER donde aparecen relacioandas las asociaciones referenciadas..
7	Asegurar el reporte de información con claridad, oportunidad, veracidad y completitud en los sistemas de trazabilidad y seguimiento dispuestos de manera temporal o permanente por el SENA entre ellos Sofia Plus para el seguimiento de actividades específicas, entregando informe al supervisor del contrato y al apoyo administrativo SER según aplique.	Informe Mensual de ejecución del mes de octubre de 2024. Entrega de documentos de aprendices en la oficina de Registro y Control de Documentos de la entidad, para tramites de matricula.	GTH-F-062 V10_Fomato de Informe Mensual Ejecución Contractual – octubre de 2024. Informe apoyo a la formación de Sofia Plus.
8	Programar y reportar a su supervisor de contrato, con una antelación mínima de una semana las formaciones a atender, de manera que se autorice por escrito su movilización previa a la salida, en el marco de su objeto contractual.	Se envia medio correo electrónico al Supervisor del contrato con suficiente antelación la programación de las movilizaciones del mes deagosto 2024: Fecha: Octubre 9, 10, 16, 17 y 23 de 2024 Programa: Emprendedor en procesamiento artesanal de derivado de frutas y hortalizas Ficha:3091789 Municipio: Riohacha (caseríuo Tigrera).	Envio de agenda de solicitud de desplazamiento e Informe de Legalizacion Orden de Comisión 109224, 100424 y 104224

		Fecha: octubre 15, 21 y 22 de 2024 Programa: Comportamiento emprendedor Ficha de caracterización: 3097801 Municipio: Maicao – comunidad Cochi Cotoprix)	
9	Evaluar los resultados de aprendizaje en un plazo no mayor a ocho días hábiles luego de finalizada la formación.	Se realizó juicio evaluativo de los siguientes programa de formación: Programa de formación: Generación de ideas para un negocio innovador Ficha de caracterización: 3071524 Aprendices matriculados: 23 Aprobados: 12 No Aprobados:11 Programa de formación: Generación de ideas para un negocio innovador Ficha de caracterización: 3082162 Aprendices matriculados: 18 Aprobados: 15 No Aprobados:3	Reporte de juicio evaluativo subido a drive creado para tal fin en la carpeta GC.
10	Participar en el proceso de inducción del programa (objetivos, estrategia, metodologías), sus componentes y procedimientos.	En este mes no hubo requerimientos para realizar las actividades relacionada con esta obligación.	En este mes no hubo requerimientos para realizar las actividades relacionada con esta obligación.
11	Participar mensualmente en la reunión de seguimiento operativo del programa convocadas por la coordinación académica y/o misional con observancia del esquema establecido por la coordinación nacional para tal fin y generar las respectivas evidencias.	Octubre 17 de 2024: Participación en la reuniíon de seguimiento a las metas del programa SER, convocador por el Profesional de apoyo- Francisco Campo	Lista de asistencia tomada por el profesional de apoyo Francisco Campo.
12	Participar en eventos de carácter técnico, estratégico, de socialización y de otro tipo de evento al que sea convocado	Por disposición del Profesional de Apoyo del Programa SER, se asistio de manera virtual en la	Certificado de participación expedido por FFENAVI, subido

	por la dirección general, regional o centro de formación, garantizando la transferencia de conocimiento obtenido al equipo de trabajo.	Transferencia de conocimiento FENAVI-SENA., los días 25 al 27 de sep de 2024, en GESTION Y OPTIMIZACION DE GRANJAS AVICOLAS A PEQUEÑA ESCALA PRODUCTIVA. Duración: 12 horas	en la carpeta GC en la subcarpeta Otras actividades del drive creado para evidencias.
13	Presentar informe mensual sobre la ejecución de las obligaciones contractuales donde se evidencie el avance a las metas asignadas, así como el respectivo análisis y acciones de mejora cuando dé a lugar y a la terminación del contrato presentar al supervisor de contrato informe anual de gestión de centro en los términos solicitados por la coordinación nacional, evidenciando lo establecido en la guía para la ejecución del Programa SER en la lista de Chequeo - portafolio de evidencias GENERALES.	Informe Mensual de ejecución del mes de octubre de 2024.	GTH-F-062 V10_Fomato de Informe Mensual Ejecución Contractual – octubre - 2024

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	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1	100424	Riohacha - Albania (Finca Los Laureles)	16/09/2024	16/09/2024
1	100424	Riohacha – El Ebanal (vereda Cari – Cari)	17/09/2024	17/09/2024
2	104224	Riohacha - Maicao (comunidad Campana)	20/09/2024	20/09/2024
2	104224	Riohacha - Maicao (comunidad Campana)	21/09/2024	21/09/2024
3	198224	Riohacha – El Ebanal (vereda Cari – Cari)	24/09/2024	24/09/2024
3	198224	Riohacha - Albania (Finca Los Laureles)	25/09/2024	25/09/2024
3	198224	Riohacha - Albania (Finca Los Laureles)	26/09/2024	26/09/2024

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

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y referencia de pago de la planilla No**. 4573069874** por el valor de **$ 518.500** realizado por Planilla SOI correspondiente al pago de salud, pensión y Arl del mes de septiembre de 2024. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " Decreto Ley Antitrámites").

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,



Diana Esther Carrillo Pérez
C.C. No26.995.336 de Fonseca
Contratista

Recibí a satisfacción

ALEXIS SOLANO MENDOZA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No**.** CO1_PCCNTR_5894262
Profesional AgroSena Grado 10

FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA: Riohacha – La Guajira, octubre 3 de 2024

PRESENTADO A: Angelica Sanjuanelo Moran, subdirector (E) del Centro Agroempresarial y Acuícola

ORDEN DE VIAJE No: 109224	**FECHA DE INICIO:**	**FECHA DE FINALIZACION:**
	24/09/2024	24/09/2024
	25/09/2024	25/09/2024
	26/09/2024	26/09/2024
LUGAR A DONDE REALIZÓ EL DESPLAZAMIENTO	**REGIONAL / CENTRO DE FORMACION**	**OTRA: (ciudad)**
	Guajira/Centro Agroempresarial y Acuícola	Riohacha - El Ebanal (vereda Cari - Cari) - Riohacha y Riohacha - Albania (Finca Los Laureles)- Riohacha

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:

ACTIVIDADES DESARROLLADAS: Desarrollar actividades de formación de emprendimiento en los programas de Emprendedor en la producción de especies dulces y acuícolas - Ficha: 3022069 y Generación de ideas para un negocio innovador - Fichas: 3082162.

1. **Fecha: 24/09/2024**

Desplazamiento Ida: Riohacha - El Ebanal (vereda Cari - Cari)
Temática Realizar taller de Servicio al cliente
Desplazamiento regreso El Ebanal (vereda Cari - Cari)– Riohacha

2. **Fecha: 25/09/2024**

Desplazamiento Ida: Riohacha - Albania (finca Los Laureles)
Temática: Realizar taller de innovación y tipos de innovación
Desplazamiento regreso: Albania (Finca Los Laureles) - Riohacha

3. **Fecha: 26/09/2024**

Desplazamiento Ida: Riohacha - Albania (finca Los Laureles)
Temática Realizar taller toma de decisiones
Desplazamiento regreso: Albania (Finca Los Laureles) - Riohacha

RESULTADOS:

Fecha: 24/09/2024: Luego de leído, analizado el material de apoyo entregado por la instructora Diana Carrillo, tal como indican las instrucciones, los aprendices se reúnen en grupo para coordinar las dramatizaciones sugeridas en el material de apoyo, luego se realiza la presentación de los dramatizados, al final se realiza la retroalimentación del tema por parte de la instructora.

25/09/2024: La instructora entrega material de apoyo, material didáctico (pliegos de papel bond, marcadores, micro puntas, postín, lápiz de colores) para el desarrollo de la actividad, donde los aprendices se disponen en grupo a realizar después del análisis de la lectura donde en una cartelera plasman la síntesis del material de apoyo, el cual es socializado ante el grupo y es retroalimentado por la instructora.

Fecha: 26/09/2024: Después de entregado el material de apoyo por parte de la instructora, los aprendices se disponena la lectura y análisis del mismo, luego dan inicio al desarrollo de la actividad planteada de Simular un caso de Compra de materia prima e insumos y aplicar todos los pasos del proceso de Toma de decisiones, los cuales al terminar la actividad la socializaron ante los demás aprendices y la profesora realiza la retroalimentación del tema.

EVIDENCIAS O SOPORTES: **Enuncie los archivos que soportan estos resultados y anexe lo correspondiente en este Informe**

1. Fotografías
2. Listados de asistencias

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1. Continuar asistiendo al proceso formativo en emprendimiento	Instructor y aprendices	1/10//24

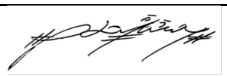
CONCLUSIÓNES:

1. Los temas fueron desarrollados de forma satisfactoria con la participación activa de todos los aprendices de la formación.

DATOS DEL CONTRATISTA

NOMBRE Y APELLIDO	FIRMA
Diana Esther Carrillo Pérez	

VISTO BUENO SUPERVISOR

CARGO DEL SUPERVISOR	NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR	FIRMA
Profesional Grado 10	Alexis Solano Mendoza	

	Versión: 02
	Código: GRF-F-076

GASTOS DE DESPLAZAMIENTO

COMPROBANTE LEGALIZACION GASTOS TRANSPORTE INFORMAL - CONTRATISTAS

CIUDAD / MUNICIPIO - FECHA:	Riohacha, octubre 3 de 2024	**Código Regional :**	44
NOMBRE DEL CONTRATISTA:	Diana Esther Carrillo Perez	**Código Centro:**	952410
No. DOCUMENTO IDENTIDAD:	26.995.336	**Fecha de elaboración:**	octubre 3 de 2024

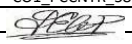
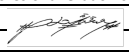
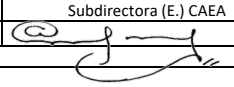
En desarrollo de la comisión **No. 109224** durante los días 24, 25 y 26 del mes de septiembre de 2024_se informa que en los tramos detallados a continuación, fue necesario utilizar transporte informal sin generación de documento soporte de pago por parte del prestador del servicio:

FECHA	TRAYECTO GENERADOR DEL PAGO	MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO	VALOR PAGADO
25/09/2024	Albania - Finca Los Laureles - Albania	Moto	$ 20.000
26/09/2024	Albania - Finca Los Laureles - Albania	Moto	$ 20.000
		RAZON POR LA CUAL, SE AUTORIZA EL GASTO INCURRIDO CUYO VALOR PAGADO EQUIVALE A:	$ 40.000

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

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

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

COMISIONADO CONTRATISTA		SUPERVISOR DE CONTRATO		ORDENADOR DEL GASTO	
Nombre completo:	Diana Esther Carrillo Pérez	**Nombre completo:**	Alexis Solano Mendoza	**Nombre completo:**	Angelica Patricia Sanjuanelo Moran
Numero de Contrato:	CO1_PCCNTR_5894262	**Cargo:**	Profesional Grado 10	**Cargo:**	Subdirectora (E.) CAEA
Firma:		**Firma:**		**Firma:**	

COOMULTRANMAT

Cooperativa Multiactiva de Choferes de Matitas

Nit. 825003557-7 * Regimen Simplificado

TIQUETE

No.

NOMBRE: Diana Carrillo

ORIGEN: Riohacha

DESTINO: El Ebanal

VALOR: $ 15.000=

FECHA: DIA 24 MES 09 AÑO 2024

DESPACHADOR: Miguel Cholo

FIRMA: Miguel Cholo

Calle 14 Cra. 7-8 Mercado Viejo * Cel. 3167629955 * Riohacha - La Guajira

---

COOMULTRANMAT

Cooperativa Multiactiva de Choferes de Matitas

Nit. 825003557-7 * Regimen Simplificado

TIQUETE

No.

NOMBRE: Diana Carrillo

ORIGEN: El Ebanal

DESTINO: Riohacha

VALOR: $ 15.000=

FECHA: DIA 24 MES 09 AÑO 2024

DESPACHADOR: Victor Fuentes

FIRMA: Fuentes

Calle 14 Cra. 7-8 Mercado Viejo * Cel. 3167629955 * Riohacha - La Guajira

Scanned with CamScanner

COOTRARIOCUES

COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE RIOHACHA Y CUESTECITA
NIT. 901541978-7
Cels. 301 293 2134 - 314 645 2534
Calle 15A No. 7 - 05 Riohacha, La Guajira



TIQUETE DE VIAJE

Nº 3191

Fecha: Septiembre 25/2024 Valor: $ 20.000 =

Nombre Pasajero: Diana Carrillo Pérez

Salida Riohacha Hora: 6:30 a.m

Destino: Albania Vehiculo No: MMZ495

Conductor: Jose Diaz

NOTA:El Pasajero debe estar a la hora de salida, si pierde el vehículo perderá todo derecho a reclamos

COOTRARIOCUES

COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE RIOHACHA Y CUESTECITA
NIT. 901541978-7
Cels. 301 293 2134 - 314 645 2534
Calle 15A No. 7 - 05 Riohacha, La Guajira



TIQUETE DE VIAJE

Nº 3305

Fecha: Septiembre 25/ 2024 Valor: 20.000

Nombre Pasajero: Diana Carrillo Pérez

Salida Albania Hora: 4:15 P.m

Destino: Riohacha Vehiculo No: DUD-985

Conductor: Luis Rojas

NOTA:El Pasajero debe estar a la hora de salida, si pierde el vehículo perderá todo derecho a reclamos

Scanned with CamScanner

COOTRARIOCUES

COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE RIOHACHA Y CUESTECITA

NIT. 901541978-7

Cels. 301 293 2134 - 314 645 2534

Calle 15A No. 7 - 05 Riohacha, La Guajira



TIQUETE DE VIAJE

Fecha: Septiembre 26/2024 **Valor:** 20.000

Nombre Pasajero: Diana Carrillo Pérez

Salida Riohacha **Hora:** 6:30 a.m

Destino: Albania **Vehiculo No:** UND - 495

Conductor: JOSE DIAZ

NOTA:El Pasajero debe estar a la hora de salida, si pierde el vehículo perderá todo derecho a reclamos

---

COOTRARIOCUES

COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE RIOHACHA Y CUESTECITA

NIT. 901541978-7

Cels. 301 293 2134 - 314 645 2534

Calle 15A No. 7 - 05 Riohacha, La Guajira



TIQUETE DE VIAJE

Nº 5792

Fecha: Septiembre 26/2024 **Valor:** 20.000

Nombre Pasajero: Diana Carrillo Perez

Salida Albania **Hora:** 4:15 P.m

Destino: Riohacha **Vehiculo No:** UND - 495

Conductor: JOSE DIAZ

NOTA:El Pasajero debe estar a la hora de salida, si pierde el vehículo perderá todo derecho a reclamos

Scanned with CamScanner

PROGRAMA SENA EMPRENDE RURAL

NOMBRE DE PROGRAMA FORMATIVO	Emprendimiento en la producción de especies dulces y acuícola - Ficha 3022069
FECHA	Septiembre 24 de 2024
MUNICIPIO	Riohacha – El Ebanal (Vereda Cari Cari)
INSTRRUCTORA	Diana Carrillo
OBJETIVO	Realizar taller de servicio al cliente

MATERIAL DE APOYO

SERVICIO

Los servicios son acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad de una o más personas.

Los servicios son prestaciones que una persona contrata cuando desea realizar turismo, sin embargo, en la industria manufactura el concepto de servicio atiende a una solicitud de reparación.

El servicio debe ser un valor agregado al producto ofrecido. Que cree dentro del mercado una diferenciaciónclave entre una y otra empresa.

El servicio es un factor competitivo, y su calidad se traduce en el número de usuario o compradores en la industria.

EL CLIENTE

Es una persona con valores propios, con intereses particulares, con mucha información, conocedor de susderechos y que procura invertir (no gastar) su dinero en donde obtenga mayores beneficios para él.

¿QUIEN ES UN CLIENTE?

Cliente externo: Es quien paga los servicios, así que exige a cambio una contraprestación acorde con sus expectativas, y lo que pago por el producto o servicio. Debido a que existen muchos proveedores de un mismo producto o servicio y cada vez que es mayor competencia entre ellos, se trata de exaltar la importancia del cliente externo a través de la personalización del producto o servicio, ya que se sabe que si el cliente externo no está satisfecho nos abandonará y buscará otro proveedor que satisfaga sus necesidades y expectativas.

Cliente interno: En una empresa de servicio hay que considerar el cliente interno el más importante de todos porque de él dependen, en buena medida, los otros clientes. Los expertos coinciden en mantener motivada la planta de personal de una empresa de servicios para que, a su vez, pueda conseguir la fidelización de los clientes externos.

El trato a los clientes internos empieza por el lugar de trabajo, si el entorno de trabajo es más profesional, más eficiente, seguro, bien alumbrado y está provisto de los mejores trabajadores. Tratar a los clientes internos con respeto no debe de considerarse como una señal de debilidad. Para tener éxito es necesario tratar a los demás como quieras que te traten, si se les facilita la vida a los clientes internos, estos lo retribuirán en los clientes externos.

MOMENTO DE VERDAD

"Usted y sus actos son en realidad, el momento de la verdad"

El momento de la verdad* es: El preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro servicio y sobre la base de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad del mismo.

Un momento de la verdad, no necesariamente lo determina el contacto humano. Cuando el cliente llega al lugar del servicio y entra en contacto con cualquier elemento de la empresa (infraestructura, señalamientos, oficinas, etc.), es también un momento de la verdad. Para poder ofrecer un mejor servicio al cliente, se requiere controlar cada momento de la verdad.

El cliente desconoce las estrategias, procesos, sistemas, áreas, departamentos, problemas y éxitos de la empresa, sólo conoce lo que la empresa hace por él en ese momento y a partir de ello califica la calidad del servicio. El servicio debe buscar como estrategia que todos esos momentos se dirijan a la satisfacción de las necesidades prácticas y personales del cliente.

Cuando las necesidades del cliente no son satisfechas en un momento de la verdad, se le conoce como momento crítico de la verdad. Los momentos de la verdad no se presentar al azar, generalmente ocurren en una secuencia lógica y medible, lo que permite identificar con precisión las mejoras requeridas para proporcionar los servicios. La forma más sencilla de representarlos es a través del ciclo del servicio.

El ciclo de servicio es un mapa de los momentos de la verdad que se construye con base a la experiencia del cliente en el servicio. El ciclo de servicio es la secuencia completa de los momentos de la verdad que el cliente experimenta al solicitar un servicio.

El ciclo de servicio se activa cada vez que un cliente se pone en contacto con nuestro servicio. Así como hay centenares de momentos de la verdad en un día determinado, hay también ese número de ciclos de servicio. El ciclo de servicio nos permite visualizar la panorámica general de nuestros momentos de la verdad, identificar el momento de la verdad en el que se participa directamente con los clientes, así como determinar áreas de oportunidad que permiten mejorar el servicio.

ALGUNAS ACCIONES DE UN MOMENTO DE LA VERDAD

- Atienda al cliente de forma inmediata
- Dé al cliente su total atención
- Haga que los primeros 30 segundos, cuenten
- Sea natural, no falso ni mecánico
- Demuestre energía y cordial dad
- Sea el agente de su cliente (trabaje para él)
- Piense: use su sentido común
- Haga que los últimos 30 segundos cuenten
- Manténgase en forma

10 FACTORES CLAVES DE LOS SERVICIOS

- El servicio se produce en el momento que se ofrece: es instantáneo
- El servicio no se inspecciona, ni se guarda en el almacén, Se entrega donde este el cliente, porpersonas que están muy cerca del cliente
- El servicio no puede demostrarse, ni darse a probar al cliente
- El servicio es intangible, de tal manera que su valor, depende de la
- La experiencia del cliente cuando recibe un servicio, es de su exclusiva propiedad; por lo tanto, noexperiencia propia de cadacliente
- es posible venderla o pasarla a otra persona
- En el servicio, el cliente además de ser juez de calidad, es el más importante multiplicador (positivoo negativo)
- Si no se ofrece con calidad, contrario al de los productos, se mide después de haberlo ofrecido(POST)
- Sucede entre personal, por eso entre más personas intervengan es más difícil que resulte bien
- Tiene un ciclo de desarrollo formado por los diferentes “actos” de quienes participen en laprestación del servicio (inicia en el primer contacto y termina cuando el cliente regresa)

ESTRATEGIAS DE RECUPERACION DEL SERVICIO

Una falla en el servicio por lo general se describe como desempeño del servicio que cae por debajo de las experiencias del cliente de tal forma que conduce a su insatisfacción. La recuperación del servicio se refiere a las acciones que deben emprender una organización en respuesta a una falla del servicio.

CLAVES QUE AYUDAN A RECUPERAR UN CLIENTE

- **Identifica al cliente:** investiga que tipo de cliente se retiró de tu empresa, así podrás saber que producto utilizaba, y la forma en que lo estabas entregando. Luego, indaga cómo y que ofrecen en la competencia. Así podrás compararlo con lo que tu ofreces. De este modo podrás mejorar tu producto o servicio y volver a ofrecerlo con mayor calidad y eficiencia.
- **Analiza los errores:** una vez que sepas la razón que llevo a tu cliente a partir, realiza un análisis sobre cuán atractivo era tu cliente para tu empresa, cuanto beneficiaba tu economía, y la probabilidad de que retorne. Luego de haber mejorado el error que llevó a migración, invita al cliente y muéstrale que el error fue reparado
- **Descubre el problema:** muchas veces el conflicto no es con el producto, sino por la falta de comunicación con tu cliente y una deficiente a sus necesidades y dudas
- **Ofrécele mejores beneficios:** es necesario que estimules a tus clientes a regresar ofreciéndoles mejores beneficios ya sean financieros, materiales o inmateriales. De esta forma él sabrá lo importante que es para ti, y tú te beneficiaras al mejorar tu sistema de mantención de clientes.

CARACTERISTICAS DE UN EXCELENTE SERVICIO

- Evitar el trato informal con los clientes
- Escuchar al cliente y responde en forma oportuna
- Mantener permanentemente una actitud amable y cordial
- Tratar a los demás como un quiere ser tratado
- Hacer un esfuerzo extra en todo momento (eso crea satisfacción)
- Ser positivo, cortés y respetuoso

¿COMO SON LOS CLIENTES HOY?

- Más exigentes
- Oportunidad y agilidad en el servicio
- Les encanta comparar
- Calidad en el servicio/producto
- Atención personalizada
- Alternativas
- Mas quejosos

RECOMENDACIONES PARA PRESTAR UN BUEN SERVICIO

- Siempre saludo
- Miro a los ojos
- Porto el carné de la empresa en lugar visible
- Mantengo una buena presentación personal

- Escucho con atención
- Hablo con amabilidad
- Mantengo una adecuada modulación del tono de la voz
- Sonrío con naturalidad
- Presento una adecuada postura

ACTIVIDAD: Luego de leído y debatido el material de apoyo entre grupos de 4 aprendices, realizar lassiguientes acciones, para desarrollar en clase

1. Expresar como entendieron el concepto de cliente, cliente externo y cliente interno
2. Dramatiza un momento de verdad en la prestación de servicio
3. Simular un caso de pérdida de un cliente y generar estrategias para recuperación del mismo.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Luego de leído, analizado el material de apoyo entregado por la instructora Diana Carrillo, tal como indican las instrucciones, los aprendices se reúnen en grupo para coordinar las dramatizaciones sugeridas en el material de apoyo, luego se realiza la presentación de los dramatizados, al final se realiza la retroalimentación del tema por parte de la instructora**.**

Algunas evidencias tomadas durante el desarrollo de la actividad





PROGRAMA SENA EMPRENDE RURAL

PROGRAMA FORMATIVO	Generación de ideas para un negocio innovador – Ficha: 3082162
FECHA	Septiembre 25 de 2024
MUNICIPIO	Albania (Finca Los Laureles)
TEMA	Innovación y tipos de innovación
INSTRUCTORA	Diana Carrillo Pérez

Qué es la innovación?

La innovación se define como el proceso de aportar nuevas ideas, métodos, productos, servicios o soluciones que tengan un impacto positivo y un valor significativos. Consiste en transformar conceptos creativos en resultados tangibles que mejoren la eficiencia y la eficacia o respondan a necesidades insatisfechas.

La innovación no se limita a los avances tecnológicos y abarca enfoques novedosos para la resolución de problemas, procesos, prácticas organizativas o innovaciones en los modelos de negocio. En esencia, la innovación implica desafiar el statu quo, pensar de forma innovadora y asumir riesgos calculados para impulsar el progreso y lograr resultados revolucionarios.

La innovación está impulsada por una combinación de factores, como la curiosidad, la creatividad y el deseo de mejorar. Requiere una mentalidad que acepte el cambio, dé la bienvenida a la ideación y fomente la experimentación. La innovación puede darse en diversos contextos, como la empresa, la ciencia, la tecnología, los sectores sociales o los servicios públicos. Puede conducir al crecimiento económico, el progreso social, la mejora de la calidad de vida y el desarrollo sostenible.

Objetivos de la innovación

- **Mejorar la calidad de sus bienes y servicios**
- **Reducir los tiempos de respuesta a las necesidades del cliente y proveedor**
- **Incrementar o mantener su participación de mercado**
- **Aumentar la capacidad y/o flexibilidad para la** para la producción de bienes y servicios.

Mientras que los objetivos menos relevantes son:

- Introducir productos para un mercado geográficamente nuevo
- Introducir productos para un nuevo mercado
- Reducción del impacto ambiental o mejorar la sanidad y seguridad
- Reducir costos por unidad producida.

Componentes clave que hacen posible la innovación en una organización

Varios componentes clave contribuyen a hacer posible la innovación en una organización. Estos componentes sientan las bases y permiten a las organizaciones y a las personas impulsar la innovación con eficacia. He aquí los componentes esenciales:

- **Creatividad e ideas**: La creatividad es el combustible de la innovación. Implica generar ideas nuevas y originales, cuestionar supuestos y pensar más allá de los límites convencionales. Es la capacidad de conectar conceptos dispares e imaginar nuevas posibilidades. La generación de ideas diversas, tanto incrementales como disruptivas, sirve de punto de partida para la innovación.

- **Cultura de la innovación**: Una cultura organizativa que fomente y apoye la innovación es crucial. Incluye valores, actitudes y comportamientos que fomentan la curiosidad, la asunción de riesgos, la colaboración y la experimentación. Una cultura de la innovación promueve un entorno abierto e integrador en el que las personas se sienten capacitadas para aportar sus ideas y aceptar el cambio.

- **Recursos e infraestructuras**: Unos recursos adecuados, tanto financieros como no financieros, son esenciales para la innovación. Esto incluye financiación específica, capital humano cualificado, infraestructura tecnológica, capacidad de investigación y

desarrollo, y acceso a información y datos pertinentes. Las organizaciones necesitan asignar recursos estratégicamente para apoyar las iniciativas de innovación.

- **Liderazgo y visión:** Un liderazgo eficaz desempeña un papel vital a la hora de impulsar y apoyar la innovación. Los líderes establecen la visión, crean un sentido de propósito y proporcionan orientación y recursos para las iniciativas de innovación. Fomentan un entorno que favorece la asunción de riesgos, capacita a los empleados y predica con el ejemplo. El compromiso y el apoyo del liderazgo son cruciales para alimentar una cultura de innovación e impulsar los esfuerzos de innovación.

- **Retroalimentación y adaptación:** La innovación requiere un circuito de retroalimentación que permita la innovación continua. Los comentarios pueden proceder de clientes, usuarios, partes interesadas y tendencias del mercado. Las organizaciones necesitan mecanismos para recabar y analizar opiniones, aprender de los éxitos y los fracasos y repetir sus iniciativas de innovación. La capacidad de adaptarse y pivotar en función de las reacciones es esencial para perfeccionar y mejorar las soluciones innovadoras.

- **Gestión eficaz del riesgo:** La innovación conlleva riesgos e incertidumbres inherentes, lo que hace que una gestión eficaz de los riesgos sea crucial para mitigar los posibles retos y garantizar el éxito de los resultados. Las organizaciones necesitan procesos para identificar, evaluar y gestionar los riesgos asociados a las iniciativas de innovación. Esto incluye la evaluación de la viabilidad, la factibilidad y el impacto potencial de las ideas innovadoras y la aplicación de estrategias de mitigación de riesgos.

Tipos de innovación

La innovación puede adoptar diversas formas, y los distintos tipos de innovación sirven a diferentes propósitos y aportan diferentes beneficios. He aquí los principales tipos de innovación:

- **Innovación de productos:** La innovación de productos consiste en desarrollar productos o servicios nuevos o mejorados. Puede incluir innovaciones en funcionalidad, prestaciones, diseño, rendimiento o envasado. Su objetivo es crear valor para los clientes atendiendo a sus necesidades, resolviendo problemas o introduciendo ofertas novedosas y deseables.

- **Innovación de procesos:** La innovación de procesos se centra en mejorar la eficiencia, eficacia o calidad de los procesos internos de una organización. Implica reinventarse y rediseñar flujos de trabajo, tecnologías y sistemas para agilizar las operaciones, reducir costes, aumentar la productividad o mejorar la entrega de productos o servicios. La innovación de los procesos suele traducirse en una mayor eficacia operativa y una ventaja competitiva.

- **Innovación en el modelo de negocio:** La innovación del modelo de negocio implica reinventarse y rediseñar las formas fundamentales en que una organización crea, suministra y capta valor. Explora nuevos enfoques para la generación de ingresos, la estructura de costes, los canales de distribución, las asociaciones, la captación de clientes o la propuesta de valor. La innovación en modelos de negocio puede trastornar sectores, crear nuevos mercados o permitir a las organizaciones diferenciarse de sus competidores.

- **Innovación en los servicios:** La innovación en los servicios implica el desarrollo de servicios, métodos de prestación o experiencias del cliente nuevos o mejorados. Se centra en aumentar el valor y la satisfacción que los clientes obtienen de las interacciones de servicio. La innovación en los servicios puede incluir innovaciones en el diseño del servicio, la personalización, la accesibilidad, la comodidad o la personalización. Su objetivo es responder a la evolución de las expectativas de los clientes y crear una ventaja competitiva.

- **Innovación incremental:** La innovación incremental se refiere a pequeñas mejoras graduales introducidas en productos, servicios o procesos existentes. Implica realizar cambios iterativos, optimizaciones o mejoras de las ofertas existentes. La innovación incremental suele caracterizarse por centrarse en la mejora continua, el aumento de la eficiencia o los avances evolutivos. Puede ayudar a las organizaciones a seguir siendo competitivas, mantener la relevancia en el mercado y perfeccionar sus ofertas a lo largo del tiempo.

- **Innovación disruptiva:** La innovación disruptiva se refiere a la creación de nuevos productos, servicios o modelos de negocio que perturban los mercados o sectores existentes. Introduce soluciones novedosas que cambian radicalmente la forma de crear, suministrar o consumir valor. Las innovaciones disruptivas suelen empezar en nichos de

mercado o con clientes desatendidos, y poco a poco van ganando adeptos y desplazando a los operadores establecidos.

- **Innovación abierta:** La innovación abierta implica colaborar con socios externos, como clientes, proveedores, instituciones de investigación o empresas emergentes, para generar nuevas ideas, compartir conocimientos o cocrear soluciones innovadoras. La innovación abierta reconoce que existen ideas y conocimientos valiosos más allá de los límites de una organización y trata de aprovechar los recursos y conocimientos externos para impulsar la innovación.

- **Innovación sostenible:** La innovación sostenible es el proceso de desarrollo y aplicación de nuevos productos, servicios, tecnologías o modelos empresariales que tengan un impacto medioambiental, social y económico positivo. Implica encontrar soluciones creativas y eficientes para afrontar retos acuciantes, como el cambio climático, el agotamiento de los recursos, la contaminación, la desigualdad y la pobreza.

- **Innovación social:** La innovación social es el desarrollo y la aplicación de soluciones novedosas para afrontar retos sociales, culturales, económicos o medioambientales. Implica la creación y adopción de nuevas ideas, productos, servicios o enfoques que produzcan un impacto social positivo y un cambio sostenible.

- **Innovación digital:** La innovación digital se refiere a la aplicación de tecnologías y avances digitales para crear productos, servicios, procesos o modelos de negocio nuevos o mejorados. Implica aprovechar las herramientas digitales, las plataformas, los datos y la conectividad para impulsar la innovación y transformar las prácticas tradicionales.

- **Innovación tecnológica:** La innovación tecnológica se refiere a la creación, adopción y utilización de tecnologías nuevas o mejoradas para impulsar el progreso y mejorar los resultados en diversos ámbitos. Abarca avances en una amplia gama de campos tecnológicos, como la informática, la biotecnología, las energías renovables, la nanotecnología, la robótica, la ciencia de los materiales y las telecomunicaciones.

- **Innovación informática:** La innovación informática se refiere a los avances y descubrimientos en el campo de la computación y la tecnología de la información. Implica el desarrollo y la aplicación de nuevo hardware, software, algoritmos y enfoques computacionales para resolver problemas complejos, habilitar nuevas capacidades o mejorar los sistemas existentes.

Además, cualquiera de los tipos de innovación mencionados puede abordarse mediante la innovación continua o la innovación discontinua:

- **Innovación continua:** La innovación continua se refiere a las mejoras incrementales introducidas en los productos, servicios, procesos o modelos de negocio existentes. Implica realizar pequeños cambios graduales a lo largo del tiempo para perfeccionar y optimizar las ofertas existentes. La innovación continua pretende mejorar la eficiencia, la calidad o la experiencia del usuario sin alterar fundamentalmente el concepto subyacente o la propuesta de valor. Suele estar impulsada por las opiniones de los clientes, las perspectivas del mercado y el deseo de la organización de seguir siendo competitiva. La innovación continua ayuda a las organizaciones a mantener su posición en el mercado, satisfacer las expectativas cambiantes de los clientes y sostener el crecimiento a largo plazo.

- **Innovación discontinua:** La innovación discontinua, también conocida como innovación radical o disruptiva, implica la introducción de cambios significativos y transformadores que perturban los mercados, los modelos empresariales o las formas de hacer las cosas existentes. Representa una desviación de las normas y prácticas existentes y a menudo implica la introducción de productos, servicios, tecnologías o modelos de negocio totalmente nuevos. La innovación discontinua puede crear nuevos segmentos de mercado, abrir nuevas posibilidades y desafiar a los actores establecidos. Se caracteriza por un mayor nivel de riesgo, incertidumbre y recompensas potenciales. La innovación discontinua está impulsada por la identificación y capitalización de tendencias emergentes, avances tecnológicos o necesidades cambiantes de los clientes.

Estos tipos de innovación y los dos enfoques no son necesariamente excluyentes entre sí, y las organizaciones suelen emprender varios tipos simultáneamente para crear una estrategia de innovación global. La elección del tipo y enfoque a seguir depende de los objetivos de la organización, la dinámica del sector, las necesidades de los clientes y el potencial de creación de valor y diferenciación.

Proceso de innovación: 7 pasos clave

El proceso de innovación suele implicar una serie de pasos clave que las organizaciones siguen para fomentar y aplicar la innovación. Aunque los enfoques específicos pueden variar, he aquí los pasos comunes del proceso de innovación:

Paso 1. Identificar oportunidades

El primer paso es identificar las oportunidades de innovación. Esto puede hacerse mediante estudios de mercado, perspectivas de los clientes, análisis de tendencias o evaluaciones internas. El objetivo es descubrir necesidades insatisfechas, tendencias emergentes o áreas de mejora que puedan abordarse mediante la innovación.

Segundo paso. Generar ideas

Una vez identificadas las oportunidades, el siguiente paso es generar ideas. Esto puede hacerse mediante sesiones de brainstorming (lluvia de ideas), concursos de ideas, comentarios de los clientes o colaboración interfuncional. El objetivo es generar una amplia gama de ideas creativas e innovadoras que tengan potencial para abordar las oportunidades identificadas.

Paso 3. Evaluar y seleccionar ideas

Tras la ideación, el siguiente paso es evaluar y seleccionar las más prometedoras. Esto implica evaluar la factibilidad, viabilidad y conveniencia de cada idea. Considere factores como el potencial de mercado, la viabilidad técnica, los recursos necesarios, la alineación con los objetivos estratégicos y el impacto potencial. El objetivo es identificar las ideas en las que merece la pena profundizar.

Paso 4. Desarrollo y prototipo

Una vez seleccionadas las ideas, pueden seguir desarrollándose y crearse prototipos. Se trata de traducir las ideas seleccionadas en prototipos tangibles, maquetas o productos mínimos viables (PMV). El objetivo es probar y validar los conceptos, recabar opiniones y perfeccionar las ideas en función de la opinión de los clientes y la viabilidad técnica.

Paso 5. Probar e iterar

En esta fase, los prototipos o MVP se prueban con usuarios o en situaciones reales. Se recogen los comentarios de los clientes y se repiten y perfeccionan los conceptos en función de la información obtenida. Este proceso iterativo ayuda a validar supuestos, descubrir posibles problemas y mejorar la innovación antes de pasar a la siguiente fase.

Paso 6. Implantar y ampliar

Una vez probada y perfeccionada la innovación, puede aplicarse y ampliarse. Esto implica desarrollar un plan de implantación detallado, asignar recursos y ejecutar las acciones necesarias para llevar la innovación al mercado o implantarla dentro de la organización. El objetivo es garantizar una transición fluida de la fase de desarrollo a la aplicación a gran escala.

Paso 7. Supervisar y evaluar

Tras la aplicación, es importante supervisar y evaluar el rendimiento y el impacto de la innovación. Esto implica el seguimiento de métricas clave e indicadores de rendimiento para evaluar el éxito de la innovación. La evaluación periódica ayuda a identificar áreas de mejora, a realizar los ajustes necesarios y a captar aprendizajes para futuras iniciativas de innovación.

La innovación es un proceso continuo, y las organizaciones deben fomentar una cultura de la innovación. Esto implica captar las reacciones, promover el aprendizaje tanto de los éxitos como de los fracasos y buscar continuamente nuevas oportunidades de innovación. Revisar y perfeccionar periódicamente el propio proceso de innovación también es esencial para optimizar la capacidad de la organización para innovar con eficacia.

ACTIVIDAD:

En grupo de cinco (5) aprendices, leer y analizar el material de apoyo
Resumir en láminas de papel bond
Exponer ante los demás aprendices

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

La instructora entrega material de apoyo, material didáctico (pliegos de papel bond, marcadores, micro puntas, postín, lápiz de colores) para el desarrollo de la actividad, donde los aprendices se disponen en grupo a realizar después del análisis de la lectura para realizar una cartelera donde plasman la síntesis del material de apoyo, el cual es socializado ante el grupo y es retroalimentado por la instructora.

Algunas evidencias del proceso formativo

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</table>

PROGRAMA SENA EMPRENDE RURAL

NOMBRE DE PROGRAMA FORMATIVO	Generación de ideas para un negocio innovador – Ficha: 3082162
FECHA	Septiembre 26 de 2024
MUNICIPIO	Albania (Finca Los Laureles)
INSTRUCTORA	Diana Carrillo
TEMA	Toma de decisiones

MATERIAL DE APOYO

TOMA DE DECISIONES

¿Te has puesto a pensar alguna vez en la cantidad de decisiones que tomas cada día? ¿Qué ropa te podrás? ¿A qué dedicarás la tarde del sábado? ¿En qué gastarás el dinero? Como ves, la toma de decisiones es un elemento central en toda actividad humana. Con frecuencia, las decisiones de rutina las tomamos de forma rápida, quizás inconscientemente, sin necesidad de elaborar un proceso detallado de consideración. No obstante, hay decisiones que pueden llegar a tener un enorme impacto en nuestras vidas: pueden afectar nuestra salud, nuestro futuro, la relación con nuestros amigos o con las personas que amamos. Cuando las decisiones son complejas, es necesario hacer un alto en el camino y decidir de forma sistemática. Para ello, se deben seguir una serie de pasos que se han denominado el proceso de toma de decisiones (Amaya, 2010; Comas, Moreno & Moreno, s.f.). Aunque existen muchos esquemas y teorías acerca del proceso que realizamos todos los seres humanos para tomar una decisión, el siguiente esquema realizado por Martínez (2014) reúne los elementos más importantes:



1. Describir el problema o el objetivo al que queremos llegar. Definiendo claramente los objetivos que queremos alcanzar, podremos tener más claro qué decisiones van a ayudarnos.

2. Análisis del problema o la decisión a tomar. Una vez hemos definido el problema al que nos enfrentamos, hemos de recopilar la información necesaria para analizarlo de la forma más objetiva y completa posible. Para ello debemos ser objetivos al plantear las situaciones, sin opiniones ni juicios de valor, sino únicamente las circunstancias de la forma más objetiva posible. Para esta definición y recopilación de información nos puede ayudar elaborar una lista de chequeo. Es importante recabar toda la información que sea posible sin obsesionarnos con este paso, ya que podemos llegar a la parálisis por análisis, dedicando tanto tiempo a esta fase que resulta demasiado tarde para tomar decisiones. Debemos atender a la información relevante, y desechar la que no nos aporta valor.

3. Generar alternativas. En esta fase debemos generar todas las alternativas que nos sea posible. Analizaremos todas las posibilidades y las consecuencias de las mismas. Debemos valorar si estas alternativas realmente nos permitirán llevar a cabo los objetivos que nos hemos planteado. Existen técnicas de solución de problemas que pueden ayudarnos a generar alternativas. Cuantas más personas participen en el proceso más aspectos se tendrán en cuenta y más ideas podremos obtener.

4. Selección de la alternativa que finalmente llevaremos a cabo. Hemos de valorar que la decisión que tomemos tendrá unas determinadas consecuencias. Debemos asumir que el error es posible y hemos de tomarlo como una forma de mejorar en nuestros procesos futuros.

5. Pasar de la decisión a la acción. De nada sirve elaborar este proceso y llegar a la conclusión si posteriormente no ponemos en práctica la decisión tomada. Es importante no tomar decisiones con base en emociones. Es preferible esperar y hacerlo de forma meditada.

6. Valorar las consecuencias y el éxito de la decisión adoptada. Debemos saber rectificar si detectamos que estamos tomando una decisión errónea. La valoración de las consecuencias y del alcance de los objetivos nos permitirá ajustar futuras decisiones y nos enseñarán a mejorar los procesos. Tan importante es tomar la decisión y llevarla a la práctica, como valorar los resultados de esta. Sin este paso nos quedamos en un proceso incompleto.

¿Por qué es importante la toma de decisiones para un emprendedor?

Un error común de muchos emprendedores, es el no ser conscientes de que todas y cada una de las acciones que ejecutan, tienen un precio y por supuesto, tienen unos resultados o consecuencias. Debemos tener presente siempre, que todo lo que poseemos, todo con lo que contamos, nuestros conocimientos, y en general nuestra vida, son el resultado obtenido de cada acción que hemos ejecutado, con base en las decisiones que hemos tomado. Nuestras acciones de hoy, son el primer paso que nos llevará a lo que tendremos mañana. Si revisas tus acciones más recientes, tendrás una

idea de lo que te depara el futuro. Recuerda que nuestras decisiones forman nuestro ser, lo que somos y lo que seremos.

Analiza a que actividades le dedicas más tiempo en tu día a día, por ejemplo, leer, fortalecer tus talentos, adquirir nuevos conocimientos, ejercitarte, ver televisión, navegar en Internet, etc. Este análisis te permitirá visualizar hacia dónde vas, que será de tu vida, cómo será tu porvenir y si estás haciendo lo correcto, de acuerdo a lo que deseas obtener. Sé consciente de que cada minuto cuenta. El tiempo que dedicas a crecer como persona y como emprendedor, es la mejor inversión que puedes hacer. Cada momento desperdiciado, es un momento malgastado de tu vida y un paso hacia atrás en tu camino como emprendedor.

ACTIVIDAD EN CLASE: Simular un caso de Compra de materia prima e insumos, y aplicar todos los pasos del proceso de Toma de decisiones.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Después de entregado el material de apoyo por parte de la instructora, los aprendices se disponen a la lectura y análisis del mismo, luego dan inicio al desarrollo de la actividad planteada de Simular un caso de Compra de materia prima e insumos y aplicar todos los pasos del proceso de Toma de decisiones, los cuales al terminar la actividad la socializaron ante los demás aprendices y la profesora realiza la retroalimentación del tema.

Algunas evidencias de la actividad





Versión: 03

Código: GEE-F-009

PROCESO GESTION DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO

FORMATO LISTA DE ASISTENCIA PARA PROGRAMAS DE FORMACION SENA EMPRENDE RURAL

CIUDAD Y LUGAR EXACTO DE FORMACIÓN	Riohacha, vereda Carl Carl, Sep. 17 y 24/2024
CENTRO DE FORMACIÓN:	Agroempresarial y Acuicula
COMPETENCIA:	Fomentar cultura emprendeora según habilidades y competencias personales
RESULTADO DE APRENDIZAJE:	Negociar bienes y servicios con base en los acuerdos comerciales y tecnicas de comercialización
FICHA:	3022069
AMBIENTE:	
HORARIO: 8:00 a 16:00	
PROGRAMA DE FORMACIÓN: EMPRENDIMIENTO EN LA PRODUCCION DE ESPECIES DULCES ACUICOLAS	

						FECHA DE ATENCIÓN Y MEDIO UTILIZADO									
N°	NOMBRE	APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/CELULAR	FECHA 17/09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL	FECHA 24/09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL
1	ALVARO ENRIQUE	TONCEL CAMACHO	CC - 18937188							✓					—
2	ARGENIDA ROSA	GUZMAN FUENTES	CC - 1123411231							✓					✓
3	ARISTIDES	MONTESINO RODRIGUEZ	CC - 85447073							—					—
4	BRAYAN JOSE	ZULETA MONTES	CC - 1118822282							—					—
5	CARLOS ARTURO	JAIMES ROZO	CC - 88154781							✓					✓
6	DEBORA	GOMEZ GUERRERO	CC - 1002028792							✓					✓
7	EDINSON MANUEL	GUZMAN FUENTES	CC - 1123405438							✓					✓
8	EDUIN P	ANTOJA SANTOYA	CC - 9158072							✓					✓
9	ENDRI ENRIQUE	GARCIA DIAZ	CC - 1123412830							—					—
10	ERNEDYS DEL SOCORRO	GARCIA DIAZ	CC - 26976930							✓					✓
11	GENESIS ISABEL	SIMANCA RODRIGUEZ	CC - 1049349079							—					—
12	HUGUES DARIO	ESCOBAR PERALTA	CC - 17809015							✓					✓
13	JOSE SEBASTIAN	GOMEZ GUERRERO	CC - 1123415800							✓					✓
14	LEONOR	GUERRERO MARTINEZ	CC - 32878367							✓					✓
15	LUIS DAVID	RUIZ HERNANDEZ	CC - 1007383189							✓					—
16	MARYSOL	CANTOR LLANERES	TI - 1123404263							✓					✓
17	MIRTHA COROMOTO	ARAQUE VASQUEZ	PPT - 5768669							✓					✓
18	MONICA PATRICIA	BELEÑO GARCIA	CC - 39574919							—					—
19	NOLBERTO ENRIQUE	PEREZ CAMPUZANO	CC - 84006288							✓					✓
20	RAMON GIL	AVILA ACOSTA	CC - 9040060							✓					✓
21	RAMON SEGUNDO	AVILA GARCIA	CC - 1123401685							✓					✓
22	YEINIS MARIA	LLANERES DIAZ	CC - 52329913							✓					✓
23	YILMAR DAVID	MONTESINO SOLIS	TI - 1123407529							—					—
24	YOES	MONTESINO RODRIGUEZ	CC - 7635930							✓					✓
25	YULEIMYS JUDITH	GONZALEZ AYALA	CC - 57456500							✓					✓
26	YULY ISABEL	AVILA GARCIA	CC - 1123401682							✓					✓
27															
28															
29															
30															

Diana Esther Carrillo Pérez PPT - 26.995.336

Nombre del instructora o instructor

** Ley 1581 de 2012"La presente información es confidencial, y todos los derechos a la misma que han sido o serán divulgados al receptor, permanecerán como propiedad del Divulgador. El Receptor no obtendrá derecho alguno, de ningún tipo, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo. La divulgación de la información confidencial no implica el licenciamiento de derecho de patentes o derecho de autor o ningún otro derecho por parte del Divulgador, que no estén establecidos previamente en un acuerdo contractual"

Versión: 03
Código: GEE-F-009

PROCESO GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO

FORMATO LISTA DE ASISTENCIA PARA PROGRAMAS DE FORMACIÓN SENA EMPRENDE RURAL

CIUDAD Y LUGAR EXACTO DE FORMACIÓN	**Albania - Finca Los Laureles,** Septiembre 25 y 26 / 2024
CENTRO DE FORMACIÓN:	**Agroempresarial y Acuícola**
COMPETENCIA:	**Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales**
RESULTADO DE APRENDIZAJE:	**Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategias emprendedora** — **FICHA:** **3082162**
AMBIENTE:	**PROGRAMA DE FORMACIÓN: Generación de ideas para un negocio innovador**
HORARIO: 08:00 a 16:00	

						FECHA DE ATENCIÓN Y MEDIO UTILIZADO									
N°	**NOMBRE**	**APELLIDOS**	**DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN**	**CORREO ELECTRÓNICO**	**TELÉFONO/CELULAR**	FECHA 25/09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL	FECHA 26/09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL
1	ADRIANA LUCIA	SANDOVAL CALLE	CC - 1005678397							✓					✓
2	DANYRIS DEL CARMEN	VELASQUEZ ZURITA	CC - 52405325							✓					✓
3	DIEGO	ORTIZ CRUZ	CC - 1095807282							✓					✓
4	DOREIDIS	EPIAYU EPIAYU	CC - 1006576600							✓					✓
5	ELISABET	CRUZ CACERES	CC - 28076390							✓					✓
6	ILDEMAR DE JESUS	DUARTE PINTO	CC - 84076656							✓					✓
7	JOSE ALCIBIADES	LEON URDANETA	CC - 1010090110							✓					✓
8	LUIS ANGEL	YIMEZ BALTAN	CC - 76321794							✓					✓
9	LUZ AMPARO	DOMINGUEZ DE LA ROSA	CC - 49796876							✓					✓
10	MERY LUZ	CALLE ACEVEDO	CC - 1066719760							✓					✓
11	MILTA ISABEL	MERCADO MENDOZA	CC - 45591960							✓					✓
12	MIRYAN YULIETH	MEDINA BRITO	CC - 52714602							✓					✓
13	NELLES LUIS	SANDOVAL ACEVEDO	CC - 3960511							✓					✓
14	RAMIRO	MARTINEZ ARRIETA	CC - 12683794							✓					✓
15	ROCIO CONSUELO	HERNANDEZ ROMERO	CC - 56079111							✓					✓
16	ROCIO INES	GUERRA NIEVES	CC - 56077591							✓					✓
17	YESENIA YANETH	BARRIOS FLOREZ	CC - 40879011							✓					✓
18	YULEIDIS LEONOR	ROSADO ROBLE	CC - 1068346971							✓					✓
19															
20															
21															
22															
23															
24															
25															
26															
27															
28															
29															
30															

Diana Esther Carrillo Pérez – CC 26.995.336

~~Nombre del instructora~~ o instructor

** Ley 1581 de 2012"La presente información es confidencial, y todos los derechos a la misma que han sido o serán divulgados al receptor, permanecerán como propiedad del Divulgador. El Receptor no obtendrá derecho alguno, de ningún tipo, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo. La divulgación de la información confidencial no implica el licenciamiento de derecho de patentes o derecho de autor o ningún otro derecho por parte del Divulgador, que no estén establecidos previamente en un acuerdo contractual"

FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA: Riohacha – La Guajira, septiembre 27 de 2024

PRESENTADO A: Angelica Sanjuanelo Moran, subdirector (E) del Centro Agroempresarial y Acuícola

ORDEN DE VIAJE No: 100424	**FECHA DE INICIO:**	**FECHA DE FINALIZACION:**
	16/09/2024	16/09/2024
	1709/2024	1709/2024
LUGAR A DONDE REALIZÓ EL DESPLAZAMIENTO	**REGIONAL / CENTRO DE FORMACION**	**OTRA : (ciudad)**
	Guajira/Centro Agroempresarial y Acuícola	Riohacha - Albania (Finca Los Laureles) - Riohacha y Riohacha - El Ebanal (vereda Cari - Cari) - Riohacha

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:

ACTIVIDADES DESARROLLADAS: Brindar formación de emprendimiento en el Comportamiento Emprendedor - Ficha: 3041750 y Emprendedor en la producción de especies dulces y acuícolas - Ficha: 3022069.

1. **Fecha: 16/09/2024**

Desplazamiento Ida: Riohacha - Albania (Finca Los Laureles)
Temática: Realizar taller de Realizar taller de Toma de decisiones
Desplazamiento regreso: Albania (Finca Los Laureles) – Riohacha

2. **Fecha: 17/09/2024**

Desplazamiento Ida: Riohacha – El Ebanal (vereda Cari - Cari)
Temática Realizar taller de creación de unidad productiva
Desplazamiento regreso El Ebanal (vereda Cari - Cari)– Riohacha

RESULTADOS:

1. **Fecha: 16/09/2024:** Luego de entregado el material de apoyo por parte de la instructora, los aprendices se disponen a la lectura y análisis del mismo, dando inicio al desarrollo de la actividad planteada de Simular un caso de Compra de materia prima e insumos y aplicar todos los pasos del proceso de Toma de decisiones, los cuales al terminar la actividad la socializaron ante los demás aprendices y la profesora realiza la retroalimentación del tema.
2. **Fecha: 17/09/2024:** La instructora entrega documento para lectura y material de apoyo (cartulina, lapices de color, marcadores, posting, colbon, tijera; entre otros) y orientra a los aprendices sobre las actividades a realizar, el cual es leido y analizado por los aprendices donde se agrupan para coordinar y debatir el nombre de la unidad quedando como PESCADERIA Cari Cari. Luego la junta directiva fue escogida de forma unánime y hacen la propuesta del borrador del logotipo, misión y visión de la unidad productiva, el cual es socializado y al final se realiza la retroalimentación del tema por parte de la instructora.

EVIDENCIAS O SOPORTES: **Enuncie los archivos que soportan estos resultados y anexe lo correspondiente en este Informe**

1. Fotografías
2. Listados de asistencias

COMPROMISOS		
ACTIVIDAD	**RESPONSABLE**	**FECHA**
1. Continuar asistiendo al proceso formativo en emprendimiento	Instructor técnico y aprendices	14/08/25
CONCLUSIÓNES: **1.** Los temas fueron desarrollados de forma satisfactoria con la participación activa de todos los aprendices de la formación.		
DATOS DEL CONTRATISTA		
NOMBRE Y APELLIDO		**FIRMA**
Diana Esther Carrillo Pérez		
VISTO BUENO SUPERVISOR		
CARGO DEL SUPERVISOR	**NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR**	**FIRMA**
Profesional Grado 10	Alexis Solano Mendoza	

	Versión: 02
	Código: GRF-F-076

GASTOS DE DESPLAZAMIENTO

COMPROBANTE LEGALIZACION GASTOS TRANSPORTE INFORMAL - CONTRATISTAS

CIUDAD / MUNICIPIO - FECHA:	Riohacha, septiembre 27 de 2024	**Código Regional :**	44
NOMBRE DEL CONTRATISTA:	Diana Esther Carrillo Perez	**Código Centro:**	952410
No. DOCUMENTO IDENTIDAD:	26.995.336	**Fecha de elaboración:**	septiembre 27 de 2024

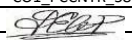
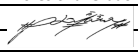
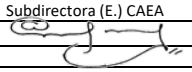
En desarrollo de la comisión **No. 100424** durante los días **16** y 17 del mes de septiembre **de 2024**_se informa que en los tramos detallados a continuación, fue necesario utilizar transporte informal sin generación de documento soporte de pago por parte del prestador del servicio:

FECHA	TRAYECTO GENERADOR DEL PAGO	MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO	VALOR PAGADO
16/09/2024	Albania - Finca Los Laureles - Albania	Moto	$ 10.000
		RAZON POR LA CUAL, SE AUTORIZA EL GASTO INCURRIDO CUYO VALOR PAGADO EQUIVALE A:	$ 10.000

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

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

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

COMISIONADO CONTRATISTA		SUPERVISOR DE CONTRATO		ORDENADOR DEL GASTO	
Nombre completo:	Diana Esther Carrillo Pérez	**Nombre completo:**	Alexis Solano Mendoza	**Nombre completo:**	Angelica Patricia Sanjuanelo Moran
Numero de Contrato:	CO1_PCCNTR_5894262	**Cargo:**	Profesional Grado 10	**Cargo:**	Subdirectora (E.) CAEA
Firma:		**Firma:**		**Firma:**	

COOTRARIOCUES

COOPERATIVA DE TRANSPORTE
DE RIOHACHA Y CUESTECITA
NIT. 901561978-7



TIQUETE DE VIAJE

Nº .5705

Fecha: Septiembre 16/2024 Valor 20.000

Nombre Pasajero: Diana Carrillo Pla

Salida Riohacha Hora:

Destino Albania Vehículo No. UND-495

Conductor: JOSE DIAZ

NOTA: El Pasajero debe estar a la hora de salida, si pierde el vehículo perderá todo derecho a reclamos

COOTRARIOCUES

COOPERATIVA DE TRANSPORTE
DE RIOHACHA Y CUESTECITA
NIT. 901561978-7



TIQUETE DE VIAJE

Nº .5706

Fecha: Septiembre 16/2024 Valor 20.000

Nombre Pasajero: Diana Carrillo Pla

Salida Albania Hora:

Destino Riohacha Vehículo No. UND-495

Conductor JOSE DIAZ

NOTA: El Pasajero debe estar a la hora de salida, si pierde el vehículo perderá todo derecho a reclamos



COOMULTRANMAT

Cooperativa Multiactiva de Choferes de Maipo

NIT. 8350000017-7 * Régimen Simplificado

TIQUETE

No.

NOMBRE: Diana Carrillo

ORIGEN: Riohacha

DESTINO: El Ebanal

VALOR: $15.000 =

FECHA: DÍA 17 MES 09 AÑO 2024

AUTORIZADO: Miguel Olivella

FIRMA: Miguel Olivella

Calle 14 Cra. 7-28 Mercado Viejo * Cel. 3167629933 * Barbacoas - La Guajira



COOMULTRANMAT

Cooperativa Multiactiva de Choferes de Maipo

NIT. 8350000017-7 * Régimen Simplificado

TIQUETE

No.

NOMBRE: Diana Carrillo

ORIGEN: El Ebanal

DESTINO: Riohacha

VALOR: $15.000 =

FECHA: DÍA 17 MES 09 AÑO 2024

AUTORIZADO: Victor Fuentes

FIRMA: Victor Fuentes

Calle 14 Cra. 7-28 Mercado Viejo * Cel. 3167629933 * Barbacoas - La Guajira



COOMULTRANMAT

Cooperativa Multiactiva de Choferes de Mixtos

NIT. [illegible] 7 Régimen Simplificado

TIQUETE

No.

NOMBRE: Diana Carrillo

ORIGEN: Riohacha

DESTINO: El Ebanal

VALOR: $15.000 =

FECHA: DÍA 17 MES 09 AÑO 2024

RECAUDADOR: Miguel Olivera

FIRMA: Miguel Olivera

Calle 14 Cra. 7-8 Mercado Viejo * Cel. 3167629935 * Riohacha - La Guajira



COOMULTRANMAT

Cooperativa Multiactiva de Choferes de Mixtos

NIT. [illegible] 7 Régimen Simplificado

TIQUETE

No.

NOMBRE: Diana Carrillo

ORIGEN: El Ebanal

DESTINO: Riohacha

VALOR: $15.000 =

FECHA: DÍA 17 MES 09 AÑO 2024

RECAUDADOR: Victor Fuentes

FIRMA: [illegible]

Calle 14 Cra. 7-8 Mercado Viejo * Cel. 3167629935 * Riohacha - La Guajira

PROGRAMA SENA EMPRENDE RURAL

NOMBRE DE PROGRAMA FORMATIVO	Comportamiento emprendedor – Ficha: 3041750
FECHA	Septiembre 16 de 2024
MUNICIPIO	Albania (Finca Los Laureles)
INSTRUCTORA	Diana Carrillo
OBJETIVO	Desarrollar competencias en la identificación y análisis de conceptos básicos de emprendimiento.

MATERIAL DE APOYO

TOMA DE DECISIONES

¿Te has puesto a pensar alguna vez en la cantidad de decisiones que tomas cada día? ¿Qué ropa te podrás? ¿A qué dedicarás la tarde del sábado? ¿En qué gastarás el dinero? Como ves, la toma de decisiones es un elemento central en toda actividad humana. Con frecuencia, las decisiones de rutina las tomamos de forma rápida, quizás inconscientemente, sin necesidad de elaborar un proceso detallado de consideración. No obstante, hay decisiones que pueden llegar a tener un enorme impacto en nuestras vidas: pueden afectar nuestra salud, nuestro futuro, la relación con nuestros amigos o con las personas que amamos. Cuando las decisiones son complejas, es necesario hacer un alto en el camino y decidir de forma sistemática. Para ello, se deben seguir una serie de pasos que se han denominado el proceso de toma de decisiones (Amaya, 2010; Comas, Moreno & Moreno, s.f.). Aunque existen muchos esquemas y teorías acerca del proceso que realizamos todos los seres humanos para tomar una decisión, el siguiente esquema realizado por Martínez (2014) reúne los elementos más importantes:



1. Describir el problema o el objetivo al que queremos llegar. Definiendo claramente los objetivos que queremos alcanzar, podremos tener más claro qué decisiones van a ayudarnos.

2. Análisis del problema o la decisión a tomar. Una vez hemos definido el problema al que nos enfrentamos, hemos de recopilar la información necesaria para analizarlo de la forma más objetiva y completa posible. Para ello debemos ser objetivos al plantear las situaciones, sin opiniones ni juicios de valor, sino únicamente las circunstancias de la forma más objetiva posible. Para esta definición y recopilación de información nos puede ayudar elaborar una lista de chequeo. Es importante recabar toda la información que sea posible sin obsesionarnos con este paso, ya que podemos llegar a la parálisis por análisis, dedicando tanto tiempo a esta fase que resulta demasiado tarde para tomar decisiones. Debemos atender a la información relevante, y desechar la que no nos aporta valor.

3. Generar alternativas. En esta fase debemos generar todas las alternativas que nos sea posible. Analizaremos todas las posibilidades y las consecuencias de las mismas. Debemos valorar si estas alternativas realmente nos permitirán llevar a cabo los objetivos que nos hemos planteado. Existen técnicas de solución de problemas que pueden ayudarnos a generar alternativas. Cuantas más personas participen en el proceso más aspectos se tendrán en cuenta y más ideas podremos obtener.

4. Selección de la alternativa que finalmente llevaremos a cabo. Hemos de valorar que la decisión que tomemos tendrá unas determinadas consecuencias. Debemos asumir que el error es posible y hemos de tomarlo como una forma de mejorar en nuestros procesos futuros.

5. Pasar de la decisión a la acción. De nada sirve elaborar este proceso y llegar a la conclusión si posteriormente no ponemos en práctica la decisión tomada. Es importante no tomar decisiones con base en emociones. Es preferible esperar y hacerlo de forma meditada.

6. Valorar las consecuencias y el éxito de la decisión adoptada. Debemos saber rectificar si detectamos que estamos tomando una decisión errónea. La valoración de las consecuencias y del alcance de los objetivos nos permitirá ajustar futuras decisiones y nos enseñarán a mejorar los procesos. Tan importante es tomar la decisión y llevarla a la práctica, como valorar los resultados de esta. Sin este paso nos quedamos en un proceso incompleto.

¿Por qué es importante la toma de decisiones para un emprendedor?

Un error común de muchos emprendedores, es el no ser conscientes de que todas y cada una de las acciones que ejecutan, tienen un precio y por supuesto, tienen unos resultados o consecuencias. Debemos tener presente siempre, que todo lo que poseemos, todo con lo que contamos, nuestros conocimientos, y en general nuestra vida, son el resultado obtenido de cada acción que hemos ejecutado, con base en las decisiones que hemos tomado. Nuestras acciones de hoy, son el primer paso que nos llevará a lo que tendremos mañana. Si revisas tus acciones más recientes, tendrás una

idea de lo que te depara el futuro. Recuerda que nuestras decisiones forman nuestro ser, lo que somos y lo que seremos.

Analiza a que actividades le dedicas más tiempo en tu día a día, por ejemplo, leer, fortalecer tus talentos, adquirir nuevos conocimientos, ejercitarte, ver televisión, navegar en Internet, etc. Este análisis te permitirá visualizar hacia dónde vas, que será de tu vida, cómo será tu porvenir y si estás haciendo lo correcto, de acuerdo a lo que deseas obtener. Sé consciente de que cada minuto cuenta. El tiempo que dedicas a crecer como persona y como emprendedor, es la mejor inversión que puedes hacer. Cada momento desperdiciado, es un momento malgastado de tu vida y un paso hacia atrás en tu camino como emprendedor.

ACTIVIDAD EN CLASE: Simular un caso de Compra de materia prima e insumos, y aplicar todos los pasos del proceso de Toma de decisiones.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Después de entregado el material de apoyo por parte de la instructora, los aprendices se disponen a la lectura y análisis del mismo, luego dan inicio al desarrollo de la actividad planteada de Simular un caso de Compra de materia prima e insumos y aplicar todos los pasos del proceso de Toma de decisiones, los cuales al terminar la actividad la socializaron ante los demás aprendices y la profesora realiza la retroalimentación del tema.

Algunas evidencias de la actividad





PROGRAMA SENA EMPRENDE RURAL

NOMBRE DE PROGRAMA FORMATIVO	Emprendimiento en la producción de especies dulces y acuícola - Ficha 3022069
FECHA	Septiembre 17 de 2024
MUNICIPIO	Riohacha – El Ebanal (Vereda Cari Cari)
INSTRRUCTORA	Diana Carrillo
OBJETIVO	Diligenciar los formatos para creaciòn de la unidad productiva y elecciòn de la junta directiva de la misma.

TALLER PARA CREACION DE LA UNIDAD PRODUCTIVA

CONCEPTO UNIDAD PRODUCTIVA

Una unidad productiva es un conjunto de recursos materiales y humanos organizados con el fin de generar uno o más bienes o servicios:

1. Una unidad productiva puede ser una empresa, un negocio, una asociación, un productor o un grupo de personas que realizan actividades con ánimo de lucro y que se encuentran registradas legalmente.

2. Una unidad productiva permite desarrollar una actividad generadora de ingresos con una mínima inversión inicial y un bajo de costo operativo.

3. Las unidades productivas son una oportunidad para fomentar el emprendimiento y el desarrollo rural.

ACTIVIDAD 1.

Teniendo en cuenta el concepto de unidad productiva, se propone diligenciar los formatos para la creaciòn de la unidad productiva de su emprendimiento, al igual el acta de creciòn de unidad productiva.

CONCEPTO DE LOGOTIPO Y DE ESLOGAN DE UNA EMPRESA:

Un logotipo es un símbolo compuesto por elementos gráficos, texto e imagen que sirve como el identificador visual de una empresa. Es decir, representa el quehacer, la identidad y los valores de cada organización por medio de colores, formas y textos, mientras que el eslogan es básicamente texto, que no lleva un diseño visual, pero debe dar un mensaje relevante y relacionado directamente con la marca.

PARA QUÉ SIRVE UN LOGOTIPO?

El logotipo se utiliza para identificar y promover la marca en el mercado. Aparece en tarjetas de presentación, página web, redes sociales, aplicaciones móviles, empaques, gafetes del personal, papelería, etc. Debe representar quién es la marca (o quién la representa), qué hace y ofrece, las cualidades que la caracterizan. ¡Todo en una sola imagen!

Los logotipos deben de ser original, atemporal, simple, memorable, relevante y versátil.

ACTIVIDAD 2.

Realizar el borrador de lo que pudiera el logotipo de la unidad productiva

ACTIVIDAD 3.

Realizar la escogencia de los miembros de la unidad productiva

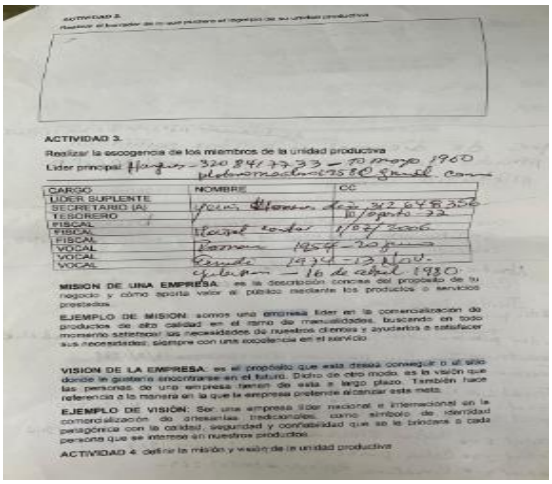
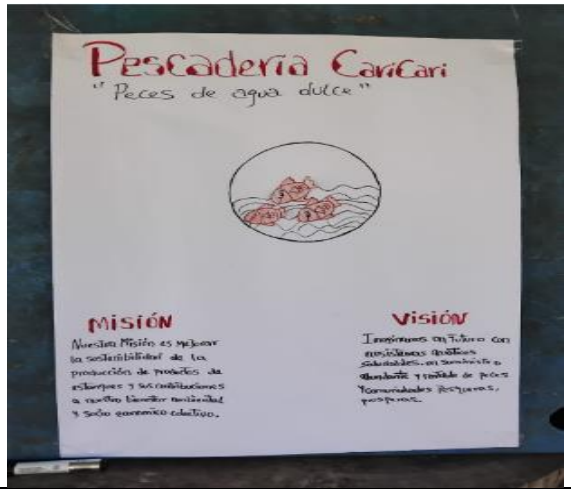
Lider principal:

CARGO	NOMBRE	CC
LIDER PRINCIPAL		
LIDER SUPLENTE		
SECRETARIO		
TESORERO		
FISCAL		
FISCAL		
FISCAL		
VOCAL		
VOCAL		
VOCAL		

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

La instructora entrega material de apoyo ei nstruye sobre las actividades a realizar, el cual es leido y analizado por los aprendices, y se da inicio a la escogencia del nombre de la unidad productiva, el cual es cogido por unanimidad con el nombre de PESCADERIA DE CARI CARI, al igual se eligio la junta directiva de la misma y se realizaron propuestas sobre lo que seria el logotipo de la unidad productiva.

Algunas evidencias de la actividad

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>
ACTIVIDAD 3.
Realizar la escogencia de los miembros de la unidad productiva
Líder principal:
CARGO | NOMBRE | CC
LIDER SUPLENTE
SECRETARIO (A)
TESORERO
FISCAL
FISCAL
FISCAL
VOCAL
VOCAL
VOCAL
MISION DE UNA EMPRESA: es la descripción concisa del propósito de tu negocio y cómo aporta valor al público mediante los productos o servicios prestados.
EJEMPLO DE MISION: somos una empresa líder en la comercialización de productos de alta calidad en el ramo de manualidades, buscando en todo momento satisfacer las necesidades de nuestros clientes y ayudarlos a satisfacer sus necesidades, siempre con una excelencia en el servicio.
VISION DE LA EMPRESA: es el propósito que esta desea conseguir o el sitio donde le gustaría encontrarse en el futuro. Dicho de otro modo, es la visión que las personas de una empresa tienen de esta a largo plazo. También hace referencia a la manera en la que la empresa pretende alcanzar este reto.
EJEMPLO DE VISIÓN: Ser una empresa líder nacional e internacional en la comercialización de artesanías tradicionales, como símbolo de identidad paisagística con la calidad, seguridad y confiabilidad que se le brindara a cada persona que se interese en nuestros productos.
ACTIVIDAD 4: definir la misión y visión de la unidad productiva</td>
<td>
</td>
</tr>
</table>

Versión: 03

Código: GEE-F-009

PROCESO GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO

FORMATO LISTA DE ASISTENCIA PARA PROGRAMAS DE FORMACIÓN SENA EMPRENDE RURAL

CIUDAD Y LUGAR EXACTO DE FORMACIÓN	Albania, finca Los Laureles, Sep 16/2024
RO	Agroempresarial y Acuícola
COMPETENCIA:	Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
RESULTADO DE APRENDIZAJE:	Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategias emprendedora
FICHA:	3041750
AMBIENTE: Finca Los Laureles	**PROGRAMA DE FORMACIÓN: COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR**
HORARIO: 08:00 a 16:00	

N°	NOMBRE	APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/CELULAR	FECHA DE ATENCIÓN Y MEDIO UTILIZADO									
						FECHA 16-09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL	FECHA	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL
1	ADRIANA LUCIA	SANDOVAL CALLE	CC - 1005678397							✓					
2	CARLOS EDUARDO	ORTIGOZA ALVAREZ	CC - 1122397593							—					
3	DANYRIS DEL CARMEN	VELASQUEZ ZURITA	CC - 52405325							—					
4	DOUGLAS DE JESUS	ORTIGOZA ALVAREZ	CC - 1122397591							✓					
5	ELISABET	CRUZ CACERES	CC - 28076390							✓					
6	IRIS MARIA	ALVAREZ GUERRA	CC - 56074179							✓					
7	LADISLAO	CARRASQUILLA	CC - 77181646							✓					
8	LUIS ANGEL	YIMEZ BALTAN	CC - 76321794							✓					
9	LUZ AMPARO	DOMINGUEZ DE LA ROSA	CC - 49796876							✓					
10	MERY LUZ	CALLE ACEVEDO	CC - 1066719760							✓					
11	MILTA ISABEL	MERCADO MENDOZA	CC - 45591960							✓					
12	NANCY	RANGEL DEL VILLAR	CC - 26987137							—					
13	ORLANDO	ESQUIVEL MONCADA	CC - 5177182							✓					
14	RAMIRO	MARTINEZ ARRIETA	CC - 12683794							✓					
15	ROCIO CONSUELO	HERNANDEZ ROMERO	CC - 56079111							✓					
16	YESENIA YANETH	BARRIOS FLOREZ	CC - 40879011							✓					
17	YULEIDIS LEONOR	ROSADO ROBLE	CC - 1068346971							✓					
18															
19															
20															
21															
22															
23															
24															
25															
26															
27															
28															
29															
30															

Diana Esther Carrillo Pérez -26995.336

Nombre el instructora o instructor

** Ley 1581 de 2012 "La presente información es confidencial, y todos los derechos a la misma que han sido o serán divulgados al receptor, permanecerán como propiedad del Divulgador. El Receptor no obtendrá derecho alguno, de ningún tipo, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo. La divulgación de la información confidencial no implica el licenciamiento de derecho de patentes o derecho de autor o ningún otro derecho por parte del Divulgador, que no estén establecidos previamente en un acuerdo contractual"

Versión: 03

Código: GEE-F-009

PROCESO GESTION DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO

FORMATO LISTA DE ASISTENCIA PARA PROGRAMAS DE FORMACION SENA EMPRENDE RURAL

CIUDAD Y LUGAR EXACTO DE FORMACIÓN	Riohacha, vereda Carl Carl, Sep. 17 y 24/2024
CENTRO DE FORMACIÓN:	Agroempresarial y Acuicula
COMPETENCIA:	Fomentar cultura emprendeora según habilidades y competencias personales
RESULTADO DE APRENDIZAJE:	Negociar bienes y servicios con base en los acuerdos comerciales y tecnicas de comercialización
FICHA:	3022069
AMBIENTE:	
HORARIO: 8:00 a 16:00	
PROGRAMA DE FORMACIÓN: EMPRENDIMIENTO EN LA PRODUCCION DE ESPECIES DULCES ACUICOLAS	

						FECHA DE ATENCIÓN Y MEDIO UTILIZADO									
N°	NOMBRE	APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/CELULAR	FECHA 17/09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL	FECHA 24/09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL
1	ALVARO ENRIQUE	TONCEL CAMACHO	CC - 18937188							✓					—
2	ARGENIDA ROSA	GUZMAN FUENTES	CC - 1123411231							✓					✓
3	ARISTIDES	MONTESINO RODRIGUEZ	CC - 85447073							—					—
4	BRAYAN JOSE	ZULETA MONTES	CC - 1118822282							—					—
5	CARLOS ARTURO	JAIMES ROZO	CC - 88154781							✓					✓
6	DEBORA	GOMEZ GUERRERO	CC - 1002028792							✓					✓
7	EDINSON MANUEL	GUZMAN FUENTES	CC - 1123405438							✓					✓
8	EDUIN P	ANTOJA SANTOYA	CC - 9158072							✓					✓
9	ENDRI ENRIQUE	GARCIA DIAZ	CC - 1123412830							—					—
10	ERNEDYS DEL SOCORRO	GARCIA DIAZ	CC - 26976930							✓					✓
11	GENESIS ISABEL	SIMANCA RODRIGUEZ	CC - 1049349079							—					—
12	HUGUES DARIO	ESCOBAR PERALTA	CC - 17809015							✓					✓
13	JOSE SEBASTIAN	GOMEZ GUERRERO	CC - 1123415800							✓					✓
14	LEONOR	GUERRERO MARTINEZ	CC - 32878367							✓					✓
15	LUIS DAVID	RUIZ HERNANDEZ	CC - 1007383189							✓					—
16	MARYSOL	CANTOR LLANERES	TI - 1123404263							✓					✓
17	MIRTHA COROMOTO	ARAQUE VASQUEZ	PPT - 5768669							✓					✓
18	MONICA PATRICIA	BELEÑO GARCIA	CC - 39574919							—					—
19	NOLBERTO ENRIQUE	PEREZ CAMPUZANO	CC - 84006288							✓					✓
20	RAMON GIL	AVILA ACOSTA	CC - 9040060							✓					✓
21	RAMON SEGUNDO	AVILA GARCIA	CC - 1123401685							✓					✓
22	YEINIS MARIA	LLANERES DIAZ	CC - 52329913							✓					✓
23	YILMAR DAVID	MONTESINO SOLIS	TI - 1123407529							—					—
24	YOES	MONTESINO RODRIGUEZ	CC - 7635930							✓					✓
25	YULEIMYS JUDITH	GONZALEZ AYALA	CC - 57456500							✓					✓
26	YULY ISABEL	AVILA GARCIA	CC - 1123401682							✓					✓
27															
28															
29															
30															

Diana Esther Carrillo Pérez PPT - 26.995.336

Nombre del instructora o instructor

** Ley 1581 de 2012"La presente información es confidencial, y todos los derechos a la misma que han sido o serán divulgados al receptor, permanecerán como propiedad del Divulgador. El Receptor no obtendrá derecho alguno, de ningún tipo, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo. La divulgación de la información confidencial no implica el licenciamiento de derecho de patentes o derecho de autor o ningún otro derecho por parte del Divulgador, que no estén establecidos previamente en un acuerdo contractual"

FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA: Riohacha – La Guajira, septiembre 27 de 2024

PRESENTADO A: Angelica Sanjuanelo Moran, subdirector (E) del Centro Agroempresarial y Acuícola

ORDEN DE VIAJE No: 104224	**FECHA DE INICIO:**	**FECHA DE FINALIZACION:**
	20/09/2024	20/09/2024
	2109/2024	21/09/2024
LUGAR A DONDE REALIZÓ EL DESPLAZAMIENTO	**REGIONAL / CENTRO DE FORMACION**	**OTRA : (ciudad)**
	Guajira/Centro Agroempresarial y Acuícola	Riohacha – Maicao (comunidad Campana)- Riohacha

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:

ACTIVIDADES DESARROLLADAS: Brindar formación de emprendimiento en el programa Generación de ideas para un negocio innovador - Ficha: 3071524..

1. **Fecha: 20/09/2024**

Desplazamiento Ida: Riohacha – Maicao (comunidad Campana)
Temática: Realizar taller sobre innovación y sus tipos
Desplazamiento regreso: Maicao (comunidad Campana)– Riohacha

2. **Fecha: 21/09/2024**

Desplazamiento Ida: : Riohacha – Maicao (comunidad Campana)
Temática Realizar taller de Modelo de negocio Canvas
Desplazamiento regreso Maicao (comunidad Campana)– Riohacha

RESULTADOS:

Fecha: 20/09/2024: La instructora entrega material de apoyo, material didáctico (pliegos de papel bond, marcadores, micro puntas, postín, lápiz de colores) para el desarrollo de la actividad, donde los aprendices se disponen en grupo a realizar después del análisis de la lectura donde en una cartelera plasman la síntesis del material de apoyo, el cual es socializado ante el grupo y es retroalimentado por la instructora sobre innovación y sus tipos.

Fecha: 21/09/2024: Los aprendices realizan lectura del material de apoyo entregado por la instructora Diana Carrillo y debaten como iniciar la actividad de diligenciar el lienzo de Modelo de negocio canvas de su idea de negocio bajo la asesoría de la instructora, donde cada emprendedor realiza su Modelo de negocio Canvas, ya que son actividades económicas diferentes, al finalizar la actividad es socializada por cada uno de los aprendices y retroalimentada por la instructora.

EVIDENCIAS O SOPORTES: **Enuncie los archivos que soportan estos resultados y anexe lo correspondiente en este Informe**

1. Fotografías
2. Listados de asistencias

COMPROMISOS		
ACTIVIDAD	**RESPONSABLE**	**FECHA**
1. Continuar asistiendo al proceso formativo en emprendimiento	Instructor técnico y aprendices	
CONCLUSIÓNES: **1.** Los temas fueron desarrollados de forma satisfactoria con la participación activa de todos los aprendices de la formación.		
DATOS DEL CONTRATISTA		
NOMBRE Y APELLIDO		**FIRMA**
Diana Esther Carrillo Pérez		
VISTO BUENO SUPERVISOR		
CARGO DEL SUPERVISOR	**NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR**	**FIRMA**
Profesional Grado 10	Alexis Solano Mendoza	

	Versión: 02
	Código: GRF-F-076

GASTOS DE DESPLAZAMIENTO

COMPROBANTE LEGALIZACION GASTOS TRANSPORTE INFORMAL - CONTRATISTAS

CIUDAD / MUNICIPIO - FECHA:	Riohacha, septiembre 27 de 2024	**Código Regional :**	44
NOMBRE DEL CONTRATISTA:	Diana Esther Carrillo Perez	**Código Centro:**	952410
No. DOCUMENTO IDENTIDAD:	26.995.336	**Fecha de elaboración:**	septiembre 27 de 2024

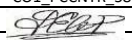
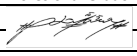
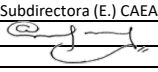
En desarrollo de la comisión **No. 104224** durante los días **20** y 21 del mes de septiembre **de 2024**_se informa que en los tramos detallados a continuación, fue necesario utilizar transporte informal sin generación de documento soporte de pago por parte del prestador del servicio:

FECHA	TRAYECTO GENERADOR DEL PAGO	MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO	VALOR PAGADO
20/09/2024	Maicao - comunidad Campana - Maicao	Moto	$ 20.000
21/09/2024	Maicao - comunidad Campana - Maicao	Moto	$ 20.000
		RAZON POR LA CUAL, SE AUTORIZA EL GASTO INCURRIDO CUYO VALOR PAGADO EQUIVALE A:	$ 40.000

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

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

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

COMISIONADO CONTRATISTA		SUPERVISOR DE CONTRATO		ORDENADOR DEL GASTO	
Nombre completo:	Diana Esther Carrillo Pérez	**Nombre completo:**	Alexis Solano Mendoza	**Nombre completo:**	Angelica Patricia Sanjuanelo Moran
Numero de Contrato:	CO1_PCCNTR_5894262	**Cargo:**	Profesional Grado 10	**Cargo:**	Subdirectora (E.) CAEA
Firma:		**Firma:**		**Firma:**	



COOCHOMAR

NIT. 825.000.976-6

Calle 15 No. 5-08 Riohacha - La Guajira

Tel.: 7296009 Cel.: 324 342 4252

05586

Diana Carrillo Pérez

DESTINO: Maicao

HORA DE SALIDA	A.M.	P.M.	DÍA	MES	AÑO
6:30	X		20	09	2024

VEHÍCULO:

PLACAS: BMV 120

No. INTERNO:

VALOR PASAJE: $25.000=



COOCHOMAR

NIT. 825.000.976-6

Calle 15 No. 5-08 Riohacha - La Guajira

Tel.: 7296009 Cel.: 324 342 4252

05587

Diana Carrillo Pérez

DESTINO: Riohacha

HORA DE SALIDA	A.M.	P.M.	DÍA	MES	AÑO
4:15		X	20	09	2024

VEHÍCULO:

PLACAS: BMV120

No. INTERNO:

VALOR PASAJE: $25.000=



COOCHOMAR

NIT. 825.000.976-6

Calle 15 No. 5-08 Riohacha - La Guajira

Tel.: 7286009 Cel.: 324 242 4252

06311

Diana Carrillo Paez

DESTINO: Maicao

HORA DE SALIDA:	A.M.	P.M.	DÍA	MES	AÑO
6:30	X		21	09	2024

VEHÍCULO:

PLACAS: BMV 120

No. INTERNO:

VALOR PASAJE: $25.000=



COOCHOMAR

NIT. 825.000.976-6

Calle 15 No. 5-08 Riohacha - La Guajira

Tel.: 7286009 Cel.: 324 242 4252

06319

Diana Carrillo Paez

DESTINO: Riohacha

HORA DE SALIDA:	A.M.	P.M.	DÍA	MES	AÑO
4:75		X	21	09	2024

VEHÍCULO:

PLACAS: BMV 120

No. INTERNO:

VALOR PASAJE: $25.000=

PROGRAMA SENA EMPRENDE RURAL

PROGRAMA FORMATIVO	Generación de ideas para un negocio innovador – Ficha: 3071524
FECHA	Septiembre 20 de 2024
MUNICIPIO	Maicao (comunidad Campana)
TEMA	Innovación y tipos de innovación
INSTRUCTORA	Diana Carrillo Pérez

Qué es la innovación?

La innovación se define como el proceso de aportar nuevas ideas, métodos, productos, servicios o soluciones que tengan un impacto positivo y un valor significativos. Consiste en transformar conceptos creativos en resultados tangibles que mejoren la eficiencia y la eficacia o respondan a necesidades insatisfechas.

La innovación no se limita a los avances tecnológicos y abarca enfoques novedosos para la resolución de problemas, procesos, prácticas organizativas o innovaciones en los modelos de negocio. En esencia, la innovación implica desafiar el statu quo, pensar de forma innovadora y asumir riesgos calculados para impulsar el progreso y lograr resultados revolucionarios.

La innovación está impulsada por una combinación de factores, como la curiosidad, la creatividad y el deseo de mejorar. Requiere una mentalidad que acepte el cambio, dé la bienvenida a la ideación y fomente la experimentación. La innovación puede darse en diversos contextos, como la empresa, la ciencia, la tecnología, los sectores sociales o los servicios públicos. Puede conducir al crecimiento económico, el progreso social, la mejora de la calidad de vida y el desarrollo sostenible.

Objetivos de la innovación

- Mejorar la calidad de sus bienes y servicios
- Reducir los tiempos de respuesta a las necesidades del cliente y proveedor
- Incrementar o mantener su participación de mercado
- Aumentar la capacidad y/o flexibilidad para la para la producción de bienes y servicios.

Mientras que los objetivos menos relevantes son:

- Introducir productos para un mercado geográficamente nuevo
- Introducir productos para un nuevo mercado
- Reducción del impacto ambiental o mejorar la sanidad y seguridad
- Reducir costos por unidad producida.

Componentes clave que hacen posible la innovación en una organización

Varios componentes clave contribuyen a hacer posible la innovación en una organización. Estos componentes sientan las bases y permiten a las organizaciones y a las personas impulsar la innovación con eficacia. He aquí los componentes esenciales:

- **Creatividad e ideas**: La creatividad es el combustible de la innovación. Implica generar ideas nuevas y originales, cuestionar supuestos y pensar más allá de los límites convencionales. Es la capacidad de conectar conceptos dispares e imaginar nuevas posibilidades. La generación de ideas diversas, tanto incrementales como disruptivas, sirve de punto de partida para la innovación.

- **Cultura de la innovación**: Una cultura organizativa que fomente y apoye la innovación es crucial. Incluye valores, actitudes y comportamientos que fomentan la curiosidad, la asunción de riesgos, la colaboración y la experimentación. Una cultura de la innovación promueve un entorno abierto e integrador en el que las personas se sienten capacitadas para aportar sus ideas y aceptar el cambio.

- **Recursos e infraestructuras**: Unos recursos adecuados, tanto financieros como no financieros, son esenciales para la innovación. Esto incluye financiación específica, capital humano cualificado, infraestructura tecnológica, capacidad de investigación y

desarrollo, y acceso a información y datos pertinentes. Las organizaciones necesitan asignar recursos estratégicamente para apoyar las iniciativas de innovación.

- **Liderazgo y visión:** Un liderazgo eficaz desempeña un papel vital a la hora de impulsar y apoyar la innovación. Los líderes establecen la visión, crean un sentido de propósito y proporcionan orientación y recursos para las iniciativas de innovación. Fomentan un entorno que favorece la asunción de riesgos, capacita a los empleados y predica con el ejemplo. El compromiso y el apoyo del liderazgo son cruciales para alimentar una cultura de innovación e impulsar los esfuerzos de innovación.

- **Retroalimentación y adaptación:** La innovación requiere un circuito de retroalimentación que permita la innovación continua. Los comentarios pueden proceder de clientes, usuarios, partes interesadas y tendencias del mercado. Las organizaciones necesitan mecanismos para recabar y analizar opiniones, aprender de los éxitos y los fracasos y repetir sus iniciativas de innovación. La capacidad de adaptarse y pivotar en función de las reacciones es esencial para perfeccionar y mejorar las soluciones innovadoras.

- **Gestión eficaz del riesgo:** La innovación conlleva riesgos e incertidumbres inherentes, lo que hace que una gestión eficaz de los riesgos sea crucial para mitigar los posibles retos y garantizar el éxito de los resultados. Las organizaciones necesitan procesos para identificar, evaluar y gestionar los riesgos asociados a las iniciativas de innovación. Esto incluye la evaluación de la viabilidad, la factibilidad y el impacto potencial de las ideas innovadoras y la aplicación de estrategias de mitigación de riesgos.

Tipos de innovación

La innovación puede adoptar diversas formas, y los distintos tipos de innovación sirven a diferentes propósitos y aportan diferentes beneficios. He aquí los principales tipos de innovación:

- **Innovación de productos:** La innovación de productos consiste en desarrollar productos o servicios nuevos o mejorados. Puede incluir innovaciones en funcionalidad, prestaciones, diseño, rendimiento o envasado. Su objetivo es crear valor para los clientes atendiendo a sus necesidades, resolviendo problemas o introduciendo ofertas novedosas y deseables.

- **Innovación de procesos:** La innovación de procesos se centra en mejorar la eficiencia, eficacia o calidad de los procesos internos de una organización. Implica reinventarse y rediseñar flujos de trabajo, tecnologías y sistemas para agilizar las operaciones, reducir costes, aumentar la productividad o mejorar la entrega de productos o servicios. La innovación de los procesos suele traducirse en una mayor eficacia operativa y una ventaja competitiva.

- **Innovación en el modelo de negocio:** La innovación del modelo de negocio implica reinventarse y rediseñar las formas fundamentales en que una organización crea, suministra y capta valor. Explora nuevos enfoques para la generación de ingresos, la estructura de costes, los canales de distribución, las asociaciones, la captación de clientes o la propuesta de valor. La innovación en modelos de negocio puede trastornar sectores, crear nuevos mercados o permitir a las organizaciones diferenciarse de sus competidores.

- **Innovación en los servicios:** La innovación en los servicios implica el desarrollo de servicios, métodos de prestación o experiencias del cliente nuevos o mejorados. Se centra en aumentar el valor y la satisfacción que los clientes obtienen de las interacciones de servicio. La innovación en los servicios puede incluir innovaciones en el diseño del servicio, la personalización, la accesibilidad, la comodidad o la personalización. Su objetivo es responder a la evolución de las expectativas de los clientes y crear una ventaja competitiva.

- **Innovación incremental:** La innovación incremental se refiere a pequeñas mejoras graduales introducidas en productos, servicios o procesos existentes. Implica realizar cambios iterativos, optimizaciones o mejoras de las ofertas existentes. La innovación incremental suele caracterizarse por centrarse en la mejora continua, el aumento de la eficiencia o los avances evolutivos. Puede ayudar a las organizaciones a seguir siendo competitivas, mantener la relevancia en el mercado y perfeccionar sus ofertas a lo largo del tiempo.

- **Innovación disruptiva:** La innovación disruptiva se refiere a la creación de nuevos productos, servicios o modelos de negocio que perturban los mercados o sectores existentes. Introduce soluciones novedosas que cambian radicalmente la forma de crear, suministrar o consumir valor. Las innovaciones disruptivas suelen empezar en nichos de

mercado o con clientes desatendidos, y poco a poco van ganando adeptos y desplazando a los operadores establecidos.

- **Innovación abierta:** La innovación abierta implica colaborar con socios externos, como clientes, proveedores, instituciones de investigación o empresas emergentes, para generar nuevas ideas, compartir conocimientos o cocrear soluciones innovadoras. La innovación abierta reconoce que existen ideas y conocimientos valiosos más allá de los límites de una organización y trata de aprovechar los recursos y conocimientos externos para impulsar la innovación.

- **Innovación sostenible:** La innovación sostenible es el proceso de desarrollo y aplicación de nuevos productos, servicios, tecnologías o modelos empresariales que tengan un impacto medioambiental, social y económico positivo. Implica encontrar soluciones creativas y eficientes para afrontar retos acuciantes, como el cambio climático, el agotamiento de los recursos, la contaminación, la desigualdad y la pobreza.

- **Innovación social:** La innovación social es el desarrollo y la aplicación de soluciones novedosas para afrontar retos sociales, culturales, económicos o medioambientales. Implica la creación y adopción de nuevas ideas, productos, servicios o enfoques que produzcan un impacto social positivo y un cambio sostenible.

- **Innovación digital:** La innovación digital se refiere a la aplicación de tecnologías y avances digitales para crear productos, servicios, procesos o modelos de negocio nuevos o mejorados. Implica aprovechar las herramientas digitales, las plataformas, los datos y la conectividad para impulsar la innovación y transformar las prácticas tradicionales.

- **Innovación tecnológica:** La innovación tecnológica se refiere a la creación, adopción y utilización de tecnologías nuevas o mejoradas para impulsar el progreso y mejorar los resultados en diversos ámbitos. Abarca avances en una amplia gama de campos tecnológicos, como la informática, la biotecnología, las energías renovables, la nanotecnología, la robótica, la ciencia de los materiales y las telecomunicaciones.

- **Innovación informática:** La innovación informática se refiere a los avances y descubrimientos en el campo de la computación y la tecnología de la información. Implica el desarrollo y la aplicación de nuevo hardware, software, algoritmos y enfoques computacionales para resolver problemas complejos, habilitar nuevas capacidades o mejorar los sistemas existentes.

Además, cualquiera de los tipos de innovación mencionados puede abordarse mediante la innovación continua o la innovación discontinua:

- **Innovación continua:** La innovación continua se refiere a las mejoras incrementales introducidas en los productos, servicios, procesos o modelos de negocio existentes. Implica realizar pequeños cambios graduales a lo largo del tiempo para perfeccionar y optimizar las ofertas existentes. La innovación continua pretende mejorar la eficiencia, la calidad o la experiencia del usuario sin alterar fundamentalmente el concepto subyacente o la propuesta de valor. Suele estar impulsada por las opiniones de los clientes, las perspectivas del mercado y el deseo de la organización de seguir siendo competitiva. La innovación continua ayuda a las organizaciones a mantener su posición en el mercado, satisfacer las expectativas cambiantes de los clientes y sostener el crecimiento a largo plazo.

- **Innovación discontinua:** La innovación discontinua, también conocida como innovación radical o disruptiva, implica la introducción de cambios significativos y transformadores que perturban los mercados, los modelos empresariales o las formas de hacer las cosas existentes. Representa una desviación de las normas y prácticas existentes y a menudo implica la introducción de productos, servicios, tecnologías o modelos de negocio totalmente nuevos. La innovación discontinua puede crear nuevos segmentos de mercado, abrir nuevas posibilidades y desafiar a los actores establecidos. Se caracteriza por un mayor nivel de riesgo, incertidumbre y recompensas potenciales. La innovación discontinua está impulsada por la identificación y capitalización de tendencias emergentes, avances tecnológicos o necesidades cambiantes de los clientes.

Estos tipos de innovación y los dos enfoques no son necesariamente excluyentes entre sí, y las organizaciones suelen emprender varios tipos simultáneamente para crear una estrategia de innovación global. La elección del tipo y enfoque a seguir depende de los objetivos de la organización, la dinámica del sector, las necesidades de los clientes y el potencial de creación de valor y diferenciación.

Proceso de innovación: 7 pasos clave

El proceso de innovación suele implicar una serie de pasos clave que las organizaciones siguen para fomentar y aplicar la innovación. Aunque los enfoques específicos pueden variar, he aquí los pasos comunes del proceso de innovación:

Paso 1. Identificar oportunidades

El primer paso es identificar las oportunidades de innovación. Esto puede hacerse mediante estudios de mercado, perspectivas de los clientes, análisis de tendencias o evaluaciones internas. El objetivo es descubrir necesidades insatisfechas, tendencias emergentes o áreas de mejora que puedan abordarse mediante la innovación.

Segundo paso. Generar ideas

Una vez identificadas las oportunidades, el siguiente paso es generar ideas. Esto puede hacerse mediante sesiones de brainstorming (lluvia de ideas), concursos de ideas, comentarios de los clientes o colaboración interfuncional. El objetivo es generar una amplia gama de ideas creativas e innovadoras que tengan potencial para abordar las oportunidades identificadas.

Paso 3. Evaluar y seleccionar ideas

Tras la ideación, el siguiente paso es evaluar y seleccionar las más prometedoras. Esto implica evaluar la factibilidad, viabilidad y conveniencia de cada idea. Considere factores como el potencial de mercado, la viabilidad técnica, los recursos necesarios, la alineación con los objetivos estratégicos y el impacto potencial. El objetivo es identificar las ideas en las que merece la pena profundizar.

Paso 4. Desarrollo y prototipo

Una vez seleccionadas las ideas, pueden seguir desarrollándose y crearse prototipos. Se trata de traducir las ideas seleccionadas en prototipos tangibles, maquetas o productos mínimos viables (PMV). El objetivo es probar y validar los conceptos, recabar opiniones y perfeccionar las ideas en función de la opinión de los clientes y la viabilidad técnica.

Paso 5. Probar e iterar

En esta fase, los prototipos o MVP se prueban con usuarios o en situaciones reales. Se recogen los comentarios de los clientes y se repiten y perfeccionan los conceptos en función de la información obtenida. Este proceso iterativo ayuda a validar supuestos, descubrir posibles problemas y mejorar la innovación antes de pasar a la siguiente fase.

Paso 6. Implantar y ampliar

Una vez probada y perfeccionada la innovación, puede aplicarse y ampliarse. Esto implica desarrollar un plan de implantación detallado, asignar recursos y ejecutar las acciones necesarias para llevar la innovación al mercado o implantarla dentro de la organización. El objetivo es garantizar una transición fluida de la fase de desarrollo a la aplicación a gran escala.

Paso 7. Supervisar y evaluar

Tras la aplicación, es importante supervisar y evaluar el rendimiento y el impacto de la innovación. Esto implica el seguimiento de métricas clave e indicadores de rendimiento para evaluar el éxito de la innovación. La evaluación periódica ayuda a identificar áreas de mejora, a realizar los ajustes necesarios y a captar aprendizajes para futuras iniciativas de innovación.

La innovación es un proceso continuo, y las organizaciones deben fomentar una cultura de la innovación. Esto implica captar las reacciones, promover el aprendizaje tanto de los éxitos como de los fracasos y buscar continuamente nuevas oportunidades de innovación. Revisar y perfeccionar periódicamente el propio proceso de innovación también es esencial para optimizar la capacidad de la organización para innovar con eficacia.

ACTIVIDAD:

En grupo de cinco (5) aprendices, leer y analizar el material de apoyo
Resumir en láminas de papel bond
Exponer ante los demás aprendices

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

La instructora entrega material de apoyo, material didáctico (pliegos de papel bond, marcadores, micro puntas, postín, lápiz de colores) para el desarrollo de la actividad, donde los aprendices se disponen en grupo a realizar después del análisis de la lectura donde en una cartelera plasman la síntesis del material de apoyo, el cual es socializado ante el grupo y es retroalimentado por la instructora.

Algunas evidencias del proceso formativo







PROGRAMA FORMATIVO	Generación de ideas para un negocio innovador – Ficha: 3071524
FECHA	Septiembre 21 de 2024
MUNICIPIO	Maicao (comunidad Campana)
COMPETENCIA	Desarrollar habilidades en la construcción del Modelo de negocio Canvas de la unidad productiva.
INSTRUCTORA	Diana Carrillo Pérez

TALLER SOBRE MODELO DE NEGOCIO CANVAS

Actividad 1. Luego de leído el material de apoyo realizar el modelo de negocio canvas, teniendo su idea de negocio, para lo cual adjunto el formato.

Entregable: Lienzo del modelo de negocio diligenciado

MATERIAL DE APOYO

MODELO DE NEGOCIO CANVAS

¿Qué es el Modelo Canvas?

El Modelo Canvas es una herramienta para definir y crear modelos de **negocio innovadores** que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones.

Principales elementos del Modelo Canvas

Tienes que llenar los **9 bloques** con las características de la empresa que quieres crear. Sives que al principio te cuesta un poco es porque no tienes del todo bien definido tu modelo de negocio, y por eso mismo es importante hacer cuanto antes un Modelo Canvas.

1# **Segmentos de Mercado**

¿Quiénes son tus **clientes**? Dependiendo de la empresa que tengas en mente los clientes pueden ser de tipos diferentes. Por ejemplo, en un medio de comunicación tus clientes serán tus lectores y las empresas que tengan publicidad en tu medio. Por eso es tan importante definir tus clientes, porque **tu modelo de negocio e incluso tu producto puede variar** en función de éstos.

.

2 # Propuesta de valor

Lo que te **diferenciará** de las demás empresas, por qué el cliente va a comprar tu producto no a la competencia. Podrás diferenciarte de otras empresas siempre y cuando tengas una **ventaja competitiva**, que puede ser de diferentes tipos: ventaja de costo, ventaja por diferencia de producto, o ventaja de transacción (el acceso de tus clientes para comprar tuproducto).

3# Canal

¿Cómo podrán comprar tu producto? Tienes que tener en cuenta **cómo vas a distribuirlo**, sobre todo si en tu modelo de negocio te comprometes a ser rápido.

4# Relación con el cliente

Tienes que pensar si tus clientes requieren un trato personalizado y exclusivo, si va a existir una relación personal con ellos, o si vas a tener autoservicio o va a ser automatizado, por ejemplo. Tienes que tener en cuenta que la relación con tus clientes **debe ser siempre acorde con el mensaje de tu marca**.

5# Fuentes de ingreso

No solamente tienes que pensar a qué precio te vendrá bien a ti vender tu producto, sino que lo importante es saber **qué están dispuestos a pagar tus clientes por tu producto**. Por lo tanto, la fuente de ingreso tiene que permitir que la empresa sea rentable, pero siempre pensando que tiene que ser acorde con lo que pide el consumidor.

6# Recursos clave

Para que funcione el modelo de negocio hacen falta una serie de recursos **físicos e intelectuales**
(como patentes o derechos de autor), humanos y financieros que seguro vasa necesitar.

7# Actividades clave

Se trata de **todo lo necesario para llevar a cabo tu propuesta de valor**, como la producción, la solución de problemas..

8# Socios clave

Saber cuáles van a ser tus **alianzas estratégicas** para poder conseguir más recursos.

9# Estructuras de costos

Tienes que decidir cómo quieres enfocar tus costos entre dos tipos diferentes: **bajando el costo del producto** y automatizando la producción, o bien teniendo en cuenta la **creación de valor** para el consumidor.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Los aprendices realizan lectura del material de apoyo entregado por la instructora Diana Carrillo y debaten como iniciar la actividad de diligenciar el lienzo de Modelo de negocio canvas de su idea de negocio bajo la asesoría de la instructora, donde cada emprendedor realiza su Modelo de negocio Canvas, ya que son actividades diferentes al finalizar la actividad es socializada y retroalimentada por la instructora.

ALGUNAS EVIDENCIAS TOMADAS DURANTE EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD





v

Versión: 03

Código: GEE-F-009

PROCESO GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO

FORMATO LISTA DE ASISTENCIA PARA PROGRAMAS DE FORMACIÓN SENA EMPRENDE RURAL

CIUDAD Y LUGAR EXACTO DE FORMACIÓN		**Malcao,comunidad Campana,** Sep. 20 y 21 de 2024	
RO		**Agroempresarial y Acuícola**	
COMPETENCIA:		**Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales**	
RESULTADO DE APRENDIZAJE:	**RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.**	**FICHA:**	**3071524**
AMBIENTE: Finca Los Laureles	**PROGRAMA DE FORMACIÓN: GENERACION DE IDEAS PARA UN NEGOCIO INNOVADOR**		
HORARIO: 08:00 a 16:00			

						FECHA DE ATENCIÓN Y MEDIO UTILIZADO									
N°	**NOMBRE**	**APELLIDOS**	**DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN**	**CORREO ELECTRÓNICO**	**TELÉFONO/CELULAR**	FECHA 20/09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL	FECHA 21/09 2024	VIRTUAL Y/O DIGITAL	A TRAVES DE EMISORA	CONFERENCIA TELEFÓNICA	PRESENCIAL
1	ADIVIS LUZ	HERRERA CHOLES	CC - 40793860							✓					✓
2	ANGIE PAOLA	BELTRAN	CC - 1192904452							—					—
3	ARTURO RAFAEL	HERRERA CHOLES	CC - 17844816							✓					✓
4	ASTRID CAROLINA	DE LA HOZ BALZA	CC - 1042416165							—					
5	CLAUDIA PATRICIA	COGOLLOS SOLANO	CC - 56089596							✓					✓
6	EDGARDO DE JESUS	FERNANDEZ ONATE	CC - 84846246							✓					✓
7	ELIZABETH	FERNANDEZ CHOLE	CC - 56081522							✓					✓
8	ENADIS	NUÑEZ PEREZ	CC - 27024753							✓					✓
9	GLEIRA GLEISER	MANJARREZ EGEA	CC - 39492078							✓					✓
10	KAROL MICHEL	LOPEZ MERCADO	CC - 1121529379							✓					✓
11	LAYS FADDYTH	MANJARREZ EGEA	CC - 39490579							—					—
12	LUDYS ESTHER	MANJARRES TERAN	CC - 1118817065												✓
13	MANUELA VIRGILIA	PEREZ MARTINEZ	CC - 42652139							✓					✓
14	MARCOS JULIO	HERRERA CHOLES	CC - 17848775							✓					✓
15	MARTIN DARIO	CAMPANELLA ROMERO	CC - 17903792							✓					✓
16	NERYS CECILIA	CARVAJAL TORRES	CC - 45477052							✓					✓
17	NURIS ESTHER	BARRAZA GUERRERO	CC - 26688689							—					—
18	SHARITH JOHANA	ESCORCIA MANJARREZ	CC - 1124008099							—					✓
19	STEFANY KARINE	MANJARREZ EGEA	CC - 1124008287							—					—
20	WILFRIDO SERAFIN	LOPEZ GUILLEN	CC - 17901320							✓					✓
21	WILMIS MOISES	CHOLES FUENMAYOR	CC - 84039389							—					✓
22	YENNICA PATRICIA	PINTO TORRES	CC - 56085903												
23	ZIRLYS MARIA	SALAS BARRAZA	CC - 22667976												
24															
25															
26															
27															
28															
29															
30															

Diana Esther Carrillo Pérez CC. 26995-336

Nombre el instructora o instructor

** Ley 1581 de 2012"La presente información es confidencial, y todos los derechos a la misma que han sido o serán divulgados al receptor, permanecerán como propiedad del Divulgador. El Receptor no obtendrá derecho alguno, de ningún tipo, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo. La divulgación de la información confidencial no implica el licenciamiento de derecho de patentes o derecho de autor o ningún otro derecho por parte del Divulgador, que no estén establecidos previamente en un acuerdo contractual"