**PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL**

CARTAGENA DE INDIAS 23/12/2025

Señor (a)

MARIA JOSE CABRERA DE AVILA

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.7515920
Cargo del supervisor Profesional Grado 02
Dependencia: SENA - CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUÍMICA
Ciudad: Cartagena de indias

**Asunto:** Informe mensual de ejecución contractual Mes diciembre de 2025

**Referencia:** No (CO1.PCCNTR. 7515920) del año (2025)
PATRICIA DEL CARMEN PALENCIA JIMENEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. 33352316 en mi calidad de Contratista del SENA, como Instructor, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación, presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

**valor y forma de pago:** se fija como valor total para el contrato la suma de CUARENTA y CINCO MILLONES QUINIENTOS TREINTA Y CINCO MIL CIENTO CINCUENTA Y NUEVE PESOS
M/CTE. ($45.535.159). esta suma será pagada por el Sena al contratista de la siguiente manera: a) un primer pago el mes de febrero por la suma de un millón doscientos veintiséis mil quinientos treinta y seis pesos M/Cte. ($1.226.536). b) nueve pagos iguales correspondiente a los meses de marzo a noviembre de 2025 por valor de Cuatro Millones quinientos noventa y nueve mil quinientos once pesos M/Cte ($4.599.511). c) un último pago correspondiente al mes de diciembre por dos millones novecientos trece mil veinticuatro pesos M/CTE. ($2.913.024),

**Plazo:** Será hasta el 19 de diciembre del 2025.

| **OBJETO:** |
|---|
| Prestar servicios personales de carácter temporal para planear y orientar la Formación Profesional Integral, que programe el centro de formación en sus diferentes niveles en modalidad FORMACION TITULADA - COMPLEMENTARIA, atendiendo las políticas institucionales y la normatividad vigente en los programas: MERCADEO Y VENTAS |

**Obligaciones Especificas:**

| N° | Obligaciones | Acciones realizadas | Evidencias |
|---|---|---|---|
| 1 | Participar en la planeación de los procesos formativos de acuerdo con los lineamientos institucionales, para el PROGRAMA del objeto contractual. | Si | Realización de planeación pedagógica de los cursos de formación conforme a los lineamientos institucionales, ejecutando los procesos, seguimiento evaluación |
| 2 | Participar cuando el centro de formación lo requiera, en jornadas de diseño y desarrollo curricular de programas de Formación Profesional Integral, conforme a las necesidades nacionales y a los lineamientos institucionales requeridos para el PROGRAMA objeto del contrato. | No aplica para este periodo | No aplica para este periodo |
| 3 | Evaluar los aprendizajes previos correspondientes a las fichas asignadas, de acuerdo con los procedimientos, plazos y herramientas tecnológicas que la entidad defina. | Realice la evaluación de las siguientes fichas 3329957 3302018 3348104 3209905 | Juicios de evaluación en drive |
| 4 | Ejecutar la formación profesional integral de acuerdo con el currículo, desarrollo curricular y proyecto formativo de los programas del PROGRAMA objeto del contrato. | SI | Formatos de asistencias y acta de entrega de materiales de formación debidamente diligenciados y firmados por los aprendices, registros fotográficos y otras evidencias de las actividades de aprendizaje desarrolladas, demás formatos de la FPI. Asociación de aprendices a ruta de aprendizaje realizadas en el aplicativo Sofía Plus. Informes mensuales de Gestión Contractual GC en la plataforma SECOP II link: |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | https://n9.cl/6m24l |
| 5 | Aplicar según la modalidad, estrategias de enseñanza, aprendizaje, seguimiento y evaluación de acuerdo con los lineamientos pedagógicos y metodológicos de la entidad. | Fichas<br>3329957<br>3302018<br>3348104<br>3209905 | Guías de aprendizaje |
| 6 | Participar cuando el centro de formación lo requiera, en proyectos de investigación técnica y/o pedagógica para fortalecer el proceso de formación del PROGRAMA objeto del contrato. | No aplica para este periodo | No aplica para este periodo |
| 7 | Emitir juicio valorativo sobre el nivel de cumplimiento de los resultados aprendizajes de las competencias del programa, adquiridos por los aprendices en el desarrollo de su formación, aplicando los procedimientos, plazos y herramientas tecnológicas que la entidad defina. Entregar los soportes del procedimiento de Ingreso de aprendices al programa de formación tales como: Ficha de matrícula; fotocopia del documento de identidad, y/o requisitos definidos en el diseño curricular, cuando ejecute formación complementaria. | Ficha<br>3329957<br>3302018<br>3348104<br>3209905 | Juicios de evaluación en drive |
| 8 | Registrar, verificar y hacer seguimiento oportuno en el sistema de información que la entidad defina para la Gestión de la Formación Profesional Integral mediante las siguientes actividades:<br>a). Verificando que la totalidad de los aprendices seleccionados y matriculados queden en ese estado.<br>b). Registrando juicios evaluativos del reconocimiento de aprendizajes previos, los juicios evaluativos, rutas de aprendizaje, para los beneficiarios nuevos, reintegrados o trasladados.<br>e). Comunicando al Coordinador académico oportunamente anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información. | Ficha<br>3329957<br>3302018<br>3348104<br>3209905 | Registro en Sena Sofía plus. Envío de masivo y documentos para matricula según el reporte de preinscritos, realización de ruta, asignación y evaluación de las misma, generar juicios de evaluación |
| 9 | Participar cuando el centro lo requiera en el proceso de selección, diseño de talleres e instrumentos que alimenten los bancos de pruebas para la selección de aprendices. | No aplica para este periodo | No aplica para este periodo |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 10 | Aplicar y hacer cumplir el reglamento del aprendiz, así como el manual de convivencia del Centro de Formación. | Ficha<br>3329957<br>3302018<br>3348104<br>3209905 | Socialización |
| 11 | Apoyar procesos de Registro calificado para los programas en nivel tecnólogo del área temática<br>objeto del presente contrato, cuando el centro lo requiera. | No aplica para este periodo | No aplica para este periodo |
| 12 | Acatar los lineamientos del Sistema Integrado de Gestión y el Sistema de Seguridad de Salud en el Trabajo y asistir a las convocatorias que el<br>centro programa. | si | Examen médico pre ocupacional presentado al Centro de Formación de acuerdo con el profesiograma y el objeto a contractual.<br>Planillas de pago de aportes al SISS (Salud, Pensión y Riesgos Laborales).<br>Certificado de aprobación de los conocimientos básicos del Subsistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 13 | Apoyar al centro de formación cuando este lo requiera, en la promoción del portafolio de servicios. | No aplica para este periodo | No aplica para este periodo |
| 14 | Realizar seguimiento en la etapa productiva a los a los aprendices que le sean asignados, cuando el centro de formación lo requiera. | No aplica para este periodo | No aplica para este periodo |
| 15 | 15. Responder por los bienes y elementos puestos a su disposición para el cumplimiento del objeto del contrato y una vez finalizado, quedar a paz y salvo con el Almacén. | SI | Formato Entrega de Bienes e Información de Ejecución Contractual por el Contratista GTH- F- 074 |
| 16 | Aplicar al proceso de certificación de la norma de competencia "ORIENTAR PROCESOS FORMATIVOS CON BASE EN LOS PLANES DE FORMACIÓN CONCERTADOS, o la actualización." ORIENTAR FORMACIÓN PRESENCIAL DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y NORMATIVO" o en su defecto deberá aplicar al proceso de certificación de la norma y aportar el respectivo certificado de aprobación, o la evidencia de la inscripción efectiva a mismo, al informe de ejecución contractual.Acompañar a los aprendices a las actividades que se encuentren planeadas por el equipo de Bienestar al Aprendiz. | SI | Certificado vigente de la norma de competencia laboral DESARROLLO DE HABILIDADES Y ESTRATEGIAS PARA LA FORMACION TITULADA EN AMBIENTES VIRTUALES DE APRENDIZAJE". Registro 105255279 - 18/06/2025 |
| 17 | 17. Apoyar y acompañar los procesos de autoevaluación de programas de formación en nivel tecnólogo del Centro de Formación. | No aplica para este periodo | No aplica para este periodo |
| 18 | 18. Las demás necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual. | No aplica para este periodo | No aplica para este periodo |

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

| ITEM | No DE LA ORDEN DE VIAJE | LUGAR DE DESPLAZAMIENTO | FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL | FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

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

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. 9494975739 la planilla Aportes en línea en noviembre. (Decreto Ley 2106 de 2019 – "Decreto Ley Anti trámites")

Evidencias en (74) folios

Cordialmente,

Firma



PATRICIA PALENCIA JIMENEZ
**Contratista**
**C.C. No. 33352316**

Recibí a satisfacción:

**MARIA JOSE CABRERA DE AVILA**
**Supervisor(a) No. CO1.PCCNTR. 7515920 de 2025**
**CC. 45.764.606**

# 9218 - SENA: Centro para la industria petroquímica

## Evidencias de Actividades de Formación ejecutadas

Estimado instructor. Por favor diligencie la información suministrada para evidenciar su labor, organizando los datos en las fasescorrespondientes.

1. PLANEACIÓN. Registro de Actividades por ficha para los días programados de formación.
2. EJECUCIÓN. Evidencias de las actividades (pantallazos, talleres resueltos, enlaces de actividades, etc.).
3. VERIFICACIÓN. Observaciones, comentarios y sugerencias sobre situaciones presentadas en la ejecución de la FPI.

Formación profesional Integral

## 1. PLANEACIÓN. REGISTRO DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN DESESCOLARIZADAS

| Instructor | Ficha | Programa de formación | Actividad | Duración estipulada | Medio de entrega evidencia (LMS/Correo/WhatsApp/YouTube, etc.) | Fechas | Canal de Atención (plataforma, chat, WhatsApp, etc |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PATRICIA PALENCIA JIMENEZ | 3348104 | Servicio al Cliente | Clases | 48 | Importancia atención al cliente: concepto, tipos,Cliente: concepto, tipología, clasificación, Características | 03/12/2025 AL 17/12/2025 | |
| | | | | | Etiqueta y protocolo empresarial: concepto, Características, reglas | | |
| | | | | | Imagen corporativa: Concepto | | |
| | | | | | Ciclo de servicio: concepto características | | |
| | | | | | Triángulo de servicio: concepto, características, | | |
| | | | | | Comunicación: concepto, tipos, técnicas, | | |
| | | | | | Expresión oral y escrita comunicación asertiva: Concepto, Importancia | | |
| | | | | | Normas de cortesía: Concepto | | |
| | | | | | Servicio: concepto, trazabilidad, | | |
| | | | | | Técnicas protocolo de servicio: concepto, Características, tipos | | |
| | | | | | Portafolio de servicios: Concepto, características | | |
| | | | | | Requerimientos: Concepto, tipos, | | WhatsApp |
| | | | | | Canales información: concepto, tipos, | | Presencial |
| | | | | | Concepto de Confidencialidad, Respuesta a usuarios, * Tipos de encuestas, estructura, reporte de servicio, | | |
| | | | | | Identificar tipos de seguridad en el trabajo. | | |

| Instructor | Ficha | Programa de formación | Actividad | Duración estipulada | Medio de entrega evidencia (LMS/Correo/WhatsApp/YouTube, etc.) | Fechas | Canal de Atención (plataforma, chat, WhatsApp, etc |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PATRICIA PALENCIA JIMENEZ | 3329957 | Tramitar correspondencia | Clases | 48 | Clasificación de los documentos según su función | 09/10/2025 AL 17/12/2025 | |
| | | | | | Importancia de los documentos | | |
| | | | | | Ciclo vital de los documentos | | |
| | | | | | Organización de los documentos | | |
| | | | | | Normatividad vigente | | |
| | | | | | Tramite de correspondencia | | |
| | | | | | Unidad de correspondencia concepto, importancia | | |
| | | | | | Recepción de documentos | | |
| | | | | | Revisión de documentos | | |
| | | | | | Radicación de documentos | | |
| | | | | | Registro de documentos | | |
| | | | | | Herramientas tecnológicas | | WhatsApp |
| | | | | | Mensajería | | Presencial |
| | | | | | Archivo concepto, Importancia | | |
| | | | | | Clases de embalaje | | |

| Instructor | Ficha | Programa de formación | Actividad | Duración estipulada | Medio de entrega evidencia (LMS/Correo/WhatsApp/YouTube, etc.) | Fechas | Canal de Atención (plataform a, chat, WhatsApp, etc |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PATRICIA PALENCIA JIMENEZ | 3302018 | Emprendimiento | Clases | 12 | DESCRIBIR LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.<br>IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES (CEP).<br>ASOCIAR LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PERSONALES.<br>RELACIONAR LOS ELEMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA CON SITUACIONES DE<br>LA COTIDIANIDAD.<br>IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.<br>GENERAR ALTERNATIVA DENTRO DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.<br>ANALIZAR LOS RIESGOS DENTRO DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.<br>USAR CAPACIDAD CREATIVA EN LA SOLUCIÓN DE DESAFÍOS E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES<br>DEL ENTORNO.<br>RECONOCER HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES PARA FORMULACIÓN DE<br>ESTRATEGIAS.<br>UTILIZAR LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.<br>ELABORAR EL PLAN DE ACCIÓN.<br>. DESCUBRIR NECESIDADES, INTERESES Y EXPECTATIVAS PROPIAS Y DEL OTRO.<br>IDENTIFICAR LAS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN. | 12/08/2025 AL 11/12/2025 | Presencial |

| Instructor | Ficha | Programa de formación | Actividad | Duración estipulada | Medio de entrega evidencia (LMS/Correo/WhatsApp/YouTube, etc.) | Fechas | Canal de Atención (plataform a, chat, WhatsApp, etc |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PATRICIA PALENCIA JIMENEZ | 3209905 | Emprendimiento | Clases | 12 | DESCRIBIR LOS ELEMENTOS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.<br>IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES (CEP).<br>ASOCIAR LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PERSONALES.<br>RELACIONAR LOS ELEMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD EMPRENDEDORA CON SITUACIONES DE<br>LA COTIDIANIDAD.<br>IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.<br>GENERAR ALTERNATIVA DENTRO DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.<br>ANALIZAR LOS RIESGOS DENTRO DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.<br>USAR CAPACIDAD CREATIVA EN LA SOLUCIÓN DE DESAFÍOS E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES<br>DEL ENTORNO.<br>RECONOCER HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES PARA FORMULACIÓN DE<br>ESTRATEGIAS.<br>UTILIZAR LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.<br>ELABORAR EL PLAN DE ACCIÓN.<br>. DESCUBRIR NECESIDADES, INTERESES Y EXPECTATIVAS PROPIAS Y DEL OTRO.<br>IDENTIFICAR LAS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN. | 12/08/2025 AL 12/12/2025 | Presencial |

## EJECUCIÓN. Evidencias de las actividades (pantallazos, talleres resueltos, enlaces de actividades, etc.

### Ficha 3348104 Atención al cliente



### Ficha 3209905 EMPRENDIMIENTO





# Ficha 3329957 TRAMITAR CORRESPONDECIA









## 1 Ficha 330218 EMPRENDIMIENTO



**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO**

**GUÍA DE APRENDIZAJE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE**

Denominación del programa de formación: Técnico en Asistencia Administrativa
Código del programa: 134101
Nombre del proyecto: N/A
Fase del proyecto: N/A
Actividad de proyecto: N/A
Competencia: 210602001 – Tramitar documentos de acuerdo con procesos técnicos y normativa.
Duración de la guía: 40 horas.
Centro de formación: Centro para la Industria Petroquímica.
Resultados de aprendizaje a alcanzar:
RA1: Reconocer documentos organizacionales teniendo en cuenta su tipología.
RA2: Implementar procedimiento técnico documental teniendo en cuenta la normatividad vigente.
RA3: Verificar el procedimiento técnico de acuerdo con la naturaleza del documento y lineamientos de la organización.

2. PRESENTACIÓN

Estimado(a) aprendiz:
Bienvenido(a) al proceso de formación de la competencia "Tramitar documentos de acuerdo con procesos técnicos y normativa", componente esencial en el desarrollo de las funciones de apoyo administrativo en las organizaciones públicas y privadas.
En este proceso fortalecerás tus capacidades para gestionar el flujo documental, garantizando que los documentos sean recibidos, clasificados, tramitados, archivados y conservados de acue rdo con la normatividad vigente, los procedimientos técnicos y las buenas prácticas de gestión documental establecidas en Colombia.

A lo largo de esta guía aprenderás a reconocer los diferentes tipos de documentos, aplicar las técnicas de radicación y correspondencia, manejar instrumentos archivísticos
como las tablas de retención documental (TRD), y asegurar la trazabilidad y custodia de la información institucional. Las actividades están diseñadas para desarrollarse de manera presencial, por lo que cada evidencia será aplicada y sustentada durante las sesiones formativas.
Recuerda: un asistente administrativo es la persona que da vida al orden y la transparencia de la organización a través de su gestión documental.

**3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

2. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
Fase 1: Diagnóstico inicial y contextualización (8 horas)
Actividad AA1–EV00: Sondeo de conocimientos previos
Objetivo: Identificar saberes y experiencias previas de los aprendices en torno al manejo de documentos.

Evidencia:

- Cuestionario diagnóstico individual (oral o escrito).
- Socialización grupal de experiencias previas.

Instrumento:

Pregunta Respuesta del aprendiz

¿Qué entiendes por documento administrativo?

¿Qué tipos de documentos has visto o usado?

¿Qué área de una empresa se encarga de manejar la correspondencia?

¿Por qué crees que es importante archivar documentos correctamente?

¿Has elaborado alguna vez un oficio o carta? ¿Para qué?

**Actividad AA1–EV01: Dinámica "El documento perdido"**

Juego grupal donde los aprendices reciben sobres con nombres de documentos mezclados (factura, carta, contrato, circular). Deben agruparse según el tipo de documento y explicar para qué sirve.

Evidencia: Participación y análisis grupal.

**Fase 2: Reconocimiento de la tipología documental (24 horas)**

**Actividad AA1–EV02: Taller práctico "Clasificación documental"**

El aprendiz completará un cuadro de clasificación con los principales tipos de documentos que se generan en una oficina (ver anexo).

Producto: Cuadro diligenciado y sustentado oralmente.

**Actividad AA1–EV03: Caso de análisis "Documentos en desorden"**

Analizar el caso de una empresa con mala gestión documental y proponer tres estrategias para organizar la información.

Producto: Documento escrito con análisis.

**Fase 3: Cierre y socialización (8 horas)**

**Actividad AA1–EV04: Exposición Mi primer archivo"**

En grupos, los aprendices simulan la creación de un pequeño archivo para una empresa ficticia (ej. Papelería La Fe, Fundación El Saber).

Cada grupo explica qué documentos produciría y cómo los organizaría.

Producto: Presentación grupal con carpeta o esquema de archivo.

**3. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

Evidencia de aprendizaje

Criterios de evaluación Técnica e instrumento

**Sondeo diagnóstico (AA1–EV00)**

Reconoce conceptos previos relacionados con la gestión documental. Cuestionario oral o escrito.

Dinámica "El documento perdido"

Participa activamente y relaciona tipos documentales con su función. Observación directa.

Taller clasificación documental Clasifica correctamente los documentos según su tipo y uso.

**Caso "Documentos en desorden"**

Identifica problemas de organización documental y propone soluciones. Valoración de producto.

Exposición “Mi primer archivo” Demuestra comprensión de la función y orden de los documentos. Rúbrica de participación.

4. GLOSARIO

- Documento: Registro de información producida o recibida por una persona o entidad.
- Archivo: Conjunto de documentos organizados para su conservación y consulta.
- Correspondencia: Comunicación escrita entre entidades o personas.
- Oficio: Comunicación formal entre dependencias o instituciones.
- Memorando: Comunicación interna dentro de una organización.
- Circular: Documento informativo dirigido a varias personas.
- Acta: Registro de lo ocurrido en una reunión o evento.

---

**5. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**


- Ley 594 de 2000 – Ley General de Archivos.
- Archivo General de la Nación – Acuerdo 060 de 2001.
- Decreto 2609 de 2012 – Sistema Nacional de Archivos.
- SENA – Material de formación Asistencia Administrativa 2024.


---

6. CONTROL DEL DOCUMENTO

| Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|
| Patricia Palencia Jiménez<br>Autor | Instructora | Centro para la Industria Petroquímica | Octubre 2025 |

**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1:**

Reconocer documentos organizacionales según su tipología.
Duración: 40 horas.
Objetivo: Identificar y clasificar los documentos que se generan en las diferentes dependencias de una organización, reconociendo su naturaleza, estructura y función administrativa.
Evidencias:

**AA1–EV01: Taller práctico “Clasificación documental”**

El aprendiz elaborará un cuadro de clasificación de documentos, diferenciando entre documentos administrativos, contables, jurídicos, comerciales y de gestión.

Producto a entregar: Formato diligenciado
Entrega: Presencial, en clase.
Formato: Escrito a mano o digitado.

**AA1–EV02: Caso de estudio – “Documentos en desorden”**

Analice el siguiente caso: En la empresa Gestión Total S.A., los documentos se acumulan sin control. En un solo archivador se mezclan oficios, facturas, circulares, contratos y recibos. No existen tablas de retención ni códigos de clasificación. Los empleados pierden tiempo buscando documentos y los clientes se quejan por la demora en las respuestas.
Instrucciones:
Identifique los problemas principales del caso.
Proponga tres estrategias para organizar la documentación.

Explique cómo la aplicación de la normativa archivística podría evitar esta situación.

Producto: Documento escrito con análisis y soluciones.
Entrega: Presencial, sustentación grupal.

**ANEXO 1 – Taller Práctico: Clasificación Documental (AA1–EV01)**

Tipo de documento Definición Ejemplo Dependencia que lo genera Función dentro de la organización
Oficio
Memorando
Circular
Contrato
Informe
Acta
Factura
Solicitud
Carta comercial
Otros (especificar)

Instrucción: complete la tabla en grupo, identificando los documentos reales que maneja la institución o una empresa conocida.

**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 2:**
Implementar el procedimiento técnico documental según la normatividad vigente.
Objetivo: Aplicar el proceso técnico documental conforme a la Ley 594 de 2000, el Decreto 2609 de 2012 y los lineamientos del Archivo General de la Nación, garantizando la trazabilidad de los documentos.
Evidencias:

**AA2–EV01: Taller – "Etapas del proceso técnico documental"**
Describa paso a paso el procedimiento técnico para el trámite de documentos, desde la recepción hasta su archivo final.
Incluya los siguientes pasos:
Recepción
Radicación
Registro
Distribución
Trámite
Archivo y conservación

Producto: Mapa de flujo o diagrama explicativo.
Entrega: Presencial, durante la clase práctica.

**AA2–EV02: Simulación "Oficina de Correspondencia"**
Cada aprendiz asumirá un rol dentro de la simulación (recepción, radicación, registro, distribución o archivo). Se aplicará el flujo real de correspondencia interna y externa.

Producto: Formato de correspondencia diligenciado (ver Anexo 2).
Entrega: Presencial, observado y evaluado por el instructor.

**AA2–EV03: Cuestionario – "Normatividad archivística"**
Responda en clase las siguientes preguntas:
¿Qué establece la Ley 594 de 2000 respecto al manejo de archivos públicos?
¿Qué es la Tabla de Retención Documental (TRD)?
¿Cuáles son las etapas del ciclo vital del documento?
¿Qué función cumple la radicación?
Mencione tres normas que regulen la gestión documental en Colombia.
Producto: Respuestas escritas y sustentadas oralmente.

**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 3:**
Verificar el procedimiento técnico de acuerdo con la naturaleza del documento y lineamientos de la organización.
Objetivo: Comprobar la correcta aplicación del procedimiento técnico documental, aasegurando cumplimiento normativo y trazabilidad de la información.

Evidencias:

**AA3–EV01: Evaluación práctica – Control documental.**
Revise una carpeta de documentos (reales o simulados) y determine si cumplen con el pprocedimiento técnico.
Producto: Lista de verificación de control documental
**AA3–EV02: Informe final – "Seguimiento al trámite documental".**

Elabore un informe donde se analice el cumplimiento del proceso técnico documental en la empresa o institución educativa.
Incluya:
Objetivo del seguimiento
Actividades realizadas
Hallazgos y observaciones
Propuestas de mejora
Producto: Informe escrito.

**AA3–EV03: Socialización – "Buenas prácticas archivísticas".**
Presente oralmente los resultados del informe final, destacando la importancia de las buenas prácticas en la gestión documental.

Producto: Exposición y participación grupal.
**ANEXO 3 – Lista de Verificación de Control Documental (AA3–EV01)**

Criterio de verificación  Cumple (Sí/No) Observaciones
El documento está correctamente radicado.
Se encuentra registrado en el sistema o formato correspondiente.
Presenta número de consecutivo o código asignado.
El trámite fue realizado dentro del plazo establecido.
Se aplicaron las normas de archivo y conservación.

El documento fue entregado al área correspondiente.
Cumple con requisitos de firma y sello.
Se garantiza la trazabilidad.

**4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

| Evidencia de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnica e Instrumento de Evaluación |
|---|---|---|
| AA1–EV01 | Clasifica correctamente los documentos según su tipología. | Lista de chequeo. |
| AA1–EV02 | Identifica y propone soluciones a problemas de gestión documental. | Valoración de producto. |
| AA2–EV01 | Aplica el procedimiento técnico documental completo. | Observación directa. |
| AA2–EV02 | Diligencia adecuadamente el formato de correspondencia. | Lista de verificación. |
| AA2–EV03 | Reconoce la normatividad archivística vigente. | Cuestionario. |
| AA3–EV01 | Evalúa el cumplimiento del proceso técnico. | Lista de control. |
| AA3–EV02 | Elabora informe con análisis y propuestas. | Valoración de producto. |
| AA3–EV03 | Sustenta y socializa resultados con claridad. | Rúbrica de participación. |

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**
**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación**: Servicio al Cliente .
- **Código del programa de formación**: 13530025
- **Nombre del proyecto (si es formación Titulada):** N/A
- **Fase del proyecto (si es formación Titulada):** N/A
- **Actividad de proyecto (si es formación Titulada):** N/A
- **Competencia**: 210601020 - Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa.
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar**:
  - 210601020 - 1. Prestar servicio al cliente teniendo en cuenta políticas de la organización.
  - 210601020 - 2. Validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización.
- **Duración de la guía:** 48 horas.

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, el SENA extiende una cordial bienvenida a este proceso de formación orientado a trabajar aspectos relacionados con la atención de los clientes de acuerdo con procedimientos y normativas establecidas para ello, con lo que se permite construir un marco de atención y servicio especial al cliente para efectos del desarrollo empresarial integral como lo expone Duran (2013): "*hoy en Colombia, es importante que las organizaciones que buscan la excelencia en el mercado desarrollen estrategias de servicio al cliente que les permite conocer mejor quiénes son sus clientes*". De esa forma se hace el impacto relacional que se requiere para que los clientes dejen de ser clientes y pasen a ser aliados fundamentales de las empresas.

Las actividades planteadas en la presente guía permitirán identificar capacidades de liderazgo y servicio en los actores empresariales y emprendedores, los aprendices al integrar estos conocimientos a su formación complementaria encontraran el orden necesario para mejorar sus capacidades laborales y emprendedoras en un ámbito fundamental como lo es el trato con el cliente.

Es importante que organice su tiempo con un promedio de trabajo diario de dos horas, dada la exigencia que demanda la realización de las actividades mencionadas en esta guía de aprendizaje. No olvide revisar y explorar los materiales de estudio del programa.

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Para iniciar el desarrollo del curso, es importante que reconozca el espacio de trabajo, junto con las posibilidades que tiene para interactuar, comunicar, visualizar y poder utilizar las herramientas necesarias desde su rol de aprendiz. Lo invitamos a realizar las siguientes acciones para realizar exploración de la plataforma y documentos guía del programa de formación:

- Actualización de los datos personales.

- Lea el documento "**Información del programa**", este le permitirá comprender el alcance de los objetivos, las actividades y la metodología durante el curso.
- Revise el cronograma del curso, este le permitirá entender la planeación diseñada para lograr de manera secuencial los objetivos del curso. Tenga en cuenta que la claridad sobre los pasos y las actividades a realizar le permitirá tener un estimado del tiempo de dedicación y así, planear el cumplimiento de los requisitos de acuerdo con su tiempo disponible.
- Además, realice la presentación en social de acuerdo con las indicaciones de su instructor.

A continuación, se presentan las actividades de aprendizaje que le permitirán desarrollar el proceso de formación.

**3.1. Actividad de aprendizaje 1:** Reconocer tipología de clientes según el portafolio de servicios.
**Duración**: 8 horas.

A continuación, se describe la secuencia de actividades con las correspondientes evidencias que conforman esta actividad de aprendizaje, recuerde inicialmente hacer estudio de los elementos presentados en el componente formativo 1: Cliente.

- **Taller - Identificar los diferentes tipos de clientes y sus características en relación con el servicio de atención que se les puede brindar.**

  Para la realización del taller se presenta el *"Anexo_Taller_AA1_EV01",* utilícelo como orientación para el desarrollo del producto a entregar. En el formato deberá escribir sus respuestas y entregarlo en forma presencial, al finalizar la clase.

  **Lineamientos para la entrega de la evidencia:**
  - **Producto a entregar:** Documento con el desarrollo del taller de acuerdo al anexo.
  - **Formato:** Escrito,
  - Para la entrega del taller realizado correspondiente a **AA1-EV01 – Taller:** Identificar los diferentes tipos de clientes y sus características en relación con el servicio de atención que se les puede brindar.se realizara de forma presencial o virtual ya sea correo WhatsApp al instructor, de acuerdo a sus condiciones de conectividad.

- **Mesa redonda presencial con actividad de juego de roles.**

  Para su participación en la mesa redonda deberá tener en cuenta el procedimiento del caso que se presentará a continuación, así pondrá en práctica los conceptos básicos de clientes y su tipología. Identifique los errores que no se deben cometer en una organización al momento de atender a un cliente.

  **Caso de estudio:**

  La organización "PEGSA LTDA" realiza los pagos a los proveedores todos los 25 de cada mes. El señor Oscar Gómez es el proveedor de insumos de máquinas a gas y aún no recibe el pago del mes pasado, por lo tanto, se dirige a la sección pagaduría y allí no consigue ninguna información, por lo que se dirige a la dependencia de contabilidad y de allí lo remiten a cartera, luego dirección administrativa, después a talento humano, luego a cuentas de cobro y por último regresó a pagaduría. Haciendo un recorrido por toda la organización sin obtener ningún resultado de su pago.

Preguntas sobre el caso:

- ¿En qué estado de ánimo considera usted que se encuentra señor Oscar Gómez al final del recorrido sin obtener respuesta alguna?
- ¿Qué tipo de cliente identifica en este caso?
- ¿Cuál considera que fue el error en esta situación?
- Describa en cuatro pasos, a partir de los cuales usted atendería la situación de este cliente.

Instrucciones para participar en la mesa redonda juego de roles:

1. Estimados compañeros, después de leer cuidadosamente el caso de estudio, los invito a reflexionar y compartir sus respuestas a las siguientes preguntas durante nuestra discusión en la mesa redonda.
2. Una vez realizado su aporte, deberá dar su punto de vista referente a los aportes de sus compañeros.
3. Debe seleccionar los aportes de al menos dos de sus compañeros y hacerles un aporte donde desde su perspectiva indique lo que considere pueden ser aciertos o desaciertos, según las respuestas dadas a las preguntas del caso.

**Lineamientos para evidencia:**

- **Producto a entregar:** participar en la mesa redonda denominado "*Juego de roles*" de acuerdo a las instrucciones dadas.
- Para participar se desarrollará con la participación activa en la mesa redonda **AA1-EV02 - "Juego de roles".**

**3.2. Actividad de aprendizaje 2:** Analizar el ciclo de servicio teniendo en cuenta protocolos de la organización.
**Duración:** 12 Horas

➢ **Cuestionario: cliente, servicio al cliente y comunicación.**

Para el desarrollo de esta actividad, usted debe leer y responder cada una de las preguntas presentadas, las cuales son sobre cliente, servicio al cliente y comunicación.

**Lineamientos para la entrega de la evidencia:**

- Para responder el correspondiente a la evidencia **AA2-EV01 - Cuestionario: cliente, servicio al cliente y comunicación**. Usted debe exponer su criterio y debatirlo con sus compañeros de forma presencial

➢ **Mesa redonda: "Ciclo de servicio"**

El impacto de entrada que obtenemos al visitar una organización inicia generalmente con la primera persona que hace contacto con usted como cliente, de allí la importancia de la calidad en la atención que usted recibe. Este asesor tiene la gran responsabilidad inicial de mostrar la gama de servicios que la compañía tiene destinados para usted y esto solo se puede conseguir a través de un lenguaje contextualizado y muy bien preparado.

Preguntas:

- ¿Al momento de recibir un servicio al cliente, lo primero que usted evalúa es la forma como lo atienden los empleados o asesor en una organización?
- ¿Considera importante que la persona o el asesor de la organización que lo atiende debe tener una buena comunicación asertiva?

Instrucciones para participar en mesa redonda sobre el ciclo de servicio:

1. Realice su aporte según directrices del instructor en la mesa redonda dando respuesta a las siguientes preguntas:
   - ¿Al momento de recibir un servicio al cliente, lo primero que usted evalúa es la forma como lo atienden los empleados o asesor en una organización?
   - ¿Considera importante que la persona o el asesor de la organización que lo atiende debe tener una buena comunicación asertiva?

   Es importante que aborde sus respuestas teniendo en cuenta los conceptos básicos como: Servicio al Cliente, Ciclo del Servicio, Tipos de Servicio, Características del Servicio, Momentos de Verdad y Habilidad del Servicio.

2. Una vez realizado su aporte, deberá analizar los aportes de sus compañeros.

3. Debe seleccionar los aportes de al menos dos de sus compañeros y hacerles un aporte donde desde su perspectiva indique lo que considere pueden ser aciertos o desaciertos, según las respuestas dadas a las preguntas del caso.

**Lineamientos para la entrega de la evidencia:**

- **Producto a entregar:** participar activa en clases.

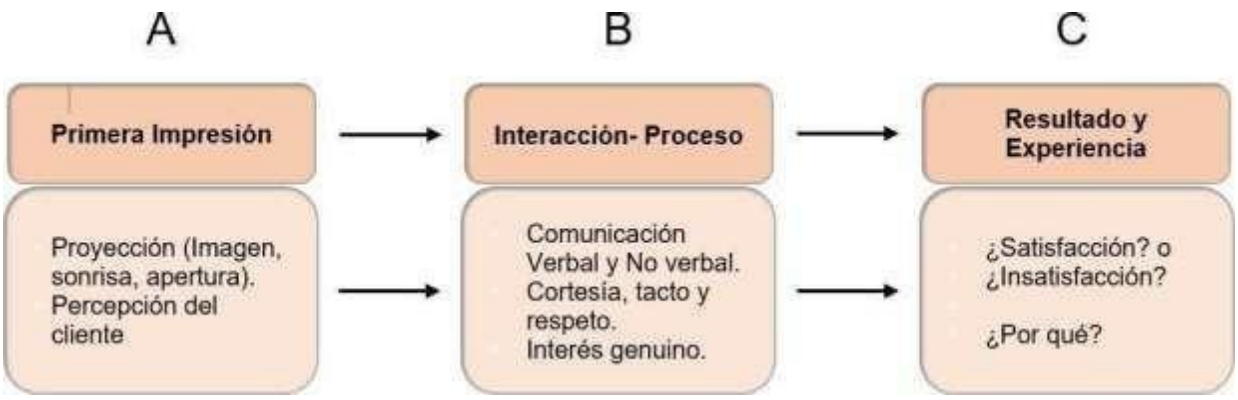
**3.3. Actividad de aprendizaje 3:** Aplicar el servicio al cliente utilizando comunicación asertiva a partir de estándares de calidad.
**Duración:** 12 horas

- **Presentación: Necesidades del servicio al cliente.**

Se propone la realización de una presentación a partir de una experiencia personal que haya tenido en algún establecimiento comercial o de servicios, debe exponer en esta presentación los momentos vividos en relación con el servicio al cliente del lugar y los momentos de: primera impresión, interacción-proceso y resultados o experiencias.

La construcción de la presentación debe realizarse teniendo en cuenta los conceptos y procesos relacionados con: comunicación (elementos y tipos), canales de atención, protocolo del servicio, etiqueta y protocolo empresarial para la seguridad y salud en el trabajo.

La estructura de la presentación debe tener en cuenta los siguientes componentes:




Adicionalmente a la exposición de la vivencia en el lugar tomado de referencia, usted como aprendiz debe aportar por medio de su conocimiento un replanetamiento acerca de **qué y cómo se puede mejorar la experiencia de servicio al cliente** teniendo en cuenta que todas las experiencias de servicio al cliente son mejorables; este punto debe ir incluido al final de la presentación.

**Lineamientos para la entrega de la evidencia:**

- **Producto a entregar:** Dramatización presencial **AA3-EV01 - Presentación: Necesidades del servicio al cliente.**

**3.4. Actividad de aprendizaje 4:** Evaluar la prestación del servicio al cliente teniendo en cuenta protocolos requeridos.
**Duración:** 16 horas

- **Informe: encuesta de servicios.**

En este espacio usted requiere de aplicar la encuesta presentada en el "*Anexo_Encuesta_AA4_EV01*", mínimo a 10 personas de su familia o amigos. Podrá hacerlo mediante llamadas telefónicas o el medio de su preferencia.

Después de realizar la encuesta deberá socializar las respuestas de cada pregunta realizada consus resultados y compartirla con su instructor y compañeros. Debe tener en cuenta el procedimiento y los conceptos básicos de portafolio de servicio, respuesta a usuarios, manejo de contingencias, peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, satisfacción del cliente, encuestas y trazabilidad del servicio.

**Lineamientos para la entrega de la evidencia:**

- **Producto a entregar:** Sustentación presencial.
- Actividades, correspondiente a **AA4-EV01 - Socialización: encuesta de servicio.**

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| ***Actividad de aprendizaje 1.***<br><br>**Evidencia de conocimiento**<br>AA1-EV01 – Taller: Identificar los diferentes tipos de clientes y sus características en relación con el servicio de atención que se les puede brindar.<br><br>**Evidencia de desempeño**<br>AA1-EV02 – Mesa redonda "Juego de roles". | Clasifica clientes teniendo en cuenta tipología.<br><br>Clasifica necesidades del servicio a partir de los requerimientos. | Lista de entrega<br>IE-**AA1-EV01:** Taller<br><br>Participación<br>IE-**AA1-EV02:** Mesa redonda |
| ***Actividad de aprendizaje 2.***<br><br>**Evidencia de Conocimiento**<br>AA2-EV01 - Cuestionario: cliente, servicio al cliente y comunicación.<br><br>**Evidencia de conocimiento**<br>AA2-EV02 – Mesa redonda: "Ciclo de servicio" | Determina momentos de verdad de acuerdo con ciclo de servicio. | Participación<br>IE-**AA2-EV01:** Cuestionario<br><br>Lista de chequeo.<br>IE-**AA2-EV02:**<br>Mesa redonda |
| ***Actividad de aprendizaje 3.***<br><br>**Evidencia de producto.**<br>AA3-EV01 - Presentación: Necesidades del servicio al cliente | Realiza atención al cliente cumpliendo con protocolos del canal. | Lista de participación<br>IE-**AA3-EV01:** Presentación. |
| ***Actividad de aprendizaje 4.***<br><br>**Evidencia de producto.**<br>AA4-EV01 - Informe: encuesta de servicio. | Realiza seguimiento a resultados de satisfacción teniendo en cuenta protocolos de la organización. | Lista de participación<br>IE-**AA4-EV01:** Informe |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Atención al cliente:** "Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes" (Instituto Tecnológico de Sonora. 2013, pág. 6).

**Cliente:** "Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios" (Instituto

Tecnológico de Sonora. 2013, pág. 6).

**Calidad:** "Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios." (Instituto Tecnológico de Sonora. 2013, pág. 6).

**Calidad en el servicio:** "… es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización." (Instituto Tecnológico de Sonora. 2013, pág. 6).

**Nicho**: porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades semejantes, y donde estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

**Servicio:** "Orientar la empresa al cliente como objetivo integral y prioritario dirigido a obtener su satisfacción y permanecer en el mercado". Paz (2005).

**Visión**: se refiere a un propósito de la organización, con ella propone un objetivo a futuro: dónde y cómo se ve la organización en tiempo determinado.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS


Duran, F. (2013). Plan de mejoramiento del servicio al cliente en el country international hotel p.93. https://search.proquest.com/docview/2437858533?pq-origsite=primo

Instituto Tecnológico de Sonora (julio-septiembre de 2013). Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio. Madrid: El Buzón de Pacioli. 82. https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf

Paz, R. (2005). Servicio al cliente, la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente. Ideas propias editorial, Vigo.


## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor(es)** | Sandra Milena Cortés Linares | Instructora | Atlántico - Centro Industrial y de Aviación | Agosto de 2020 |
| | Katiusca Venegas Hernández | Instructora | Atlántico - Centro Industrial y de Aviación | Agosto de 2020 |
| | Samuel Antonio Ariza Castro | Instructor | Atlántico - Centro Industrial y de Aviación | Agosto de 2020 |
| | Luis Fernando Botero | Diseñador Instruccional | Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica | Noviembre de 2020 |
| | Rafael Neftalí Lizcano Reyes | Asesor Pedagógico | Centro Industrial de Diseño y Manufactura | Noviembre de 2020 |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | PATRICIA PALENCIA JIMENEZ | INSTRUCTOR | CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUIMICA | 12 DE ABRIL 2024 | Debido a que nuestra l formación es presencial y l población que atiendo no tiene acceso adecuado a la conectividad. La falta de internet y las deficiencias en el suministro eléctrico dificultan la realización de actividades de forma virtual Por esta razón, es necesario que todas las actividades se lleven a cabo durante las clases presenciales para garantizar la participación de todos los estudiantes y asegurar que reciban la formación completa sin interrupciones. |

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Mercadeo: Conceptualización, Metodologíay Aplicabilidad.
- **Código del Programa de Formación:** 63220082
- **Nombre del Proyecto:** N/A.
- **Fase del Proyecto:** N/A.
- **Actividad de Proyecto:** N/A.
- **Competencia:** 260101011 - Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con la situación y comportamiento de los entornos de la organización.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** 260101011/01 - Diagnostica la organización teniendo en cuenta el macro y micro entorno y su incidencia en el mercado.
- **Duración de la Guía:** 10 Horas.

## 2. PRESENTACIÓN

Implementar nuevas y efectivas estrategias de marketing, a partir de las necesidades y deseos del cliente, es un aspecto clave en la actividad mercantil de hoy, cada día más globalizada, exigente y competitiva.

Con esta premisa, iniciamos una serie de ejercicios, compilados en esta primera guía de aprendizaje, en los cuales analizaremos las bases del proceso evolutivo del marketing y sus conceptos básicos lo que le permitirá proyectar un mercado, teniendo en cuenta las tendencias o enfoques actuales. La intencionalidad de los ejercicios propuestos a continuación, es que logre diagnosticar el área comercial de la organización de acuerdo con su macro y micro entorno, al igual que su incidencia en el mercado.

Para el efectivo diligenciamiento de estos ejercicios es necesario que usted revise, estudie y se apropie de los conocimientos expuestos en los materiales del programa. También lo invitamos a realizar consultas adicionales, en nuestro sistema de bibliotecas.

Para comenzar, hacemos una lluvia de preguntas para identificar saberes previos:

- Sondeo de saberes previos, diseñado para medir sus conocimientos previos acerca de la temática del programa de formación y el manejo de la plataforma, **“Actividades Iniciales / Sondeo de saberes previos.**

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1. Actividades de reflexión inicial.

Uno de los propósitos de este primer ejercicio es brindarle herramientas estratégicas que le permita como aprendiz, apropiar conceptos fundamentales de mercadeo, reconociendo y analizando factores que influyen en el entorno del mercado. En este orden de ideas a través del Diagnóstico del área comercial de una organización, podrá identificar las "enfermedades" de la empresa mediante los diversos síntomas que presente y proporcionar un marco de referencia que conduzca a la entidad, al mejoramiento continuo.

Teniendo en cuenta lo anterior, reflexione acerca de la importancia de realizar un diagnóstico del área comercial y evalúe su utilidad para la empresa; esta actividad no es evaluable y no es necesario enviarla al instructor, pero es importante realizar el ejercicio para el buen desarrollo del programa de formación.

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

> *"El Arte de la Mercadotecnia es el de transformar necesidades sociales en oportunidades rentables". Anónimo.*

Reflexione sobre el pensamiento anterior y observe el video: "¿Por qué los colombianos somos pobres?", el cual se encuentra disponible en el siguiente enlace: https://youtu.be/PoPBXwaPAoE, este se proyectara de acuerdo a las condiciones de conectividad. Después realiza un análisis de lo planteado en ambos contextos: frase y video, posteriormente este será debatido en clases por medio de una mesa redonda: **"mesa redonda".** Esta actividad no es evaluable pero sí es importante para el buen desarrollo de programa de formación.

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

**Evidencia de conocimiento:**

**Actividad 1 – Evidencia 1 Taller practico**

Uno de los objetivos de este programa de formación es que aprenda a reconocer el entorno de los mercados y a diagnosticarlos teniendo en cuenta sus variables tales como: debilidades,

fortalezas, oportunidades y amenazas. A partir de este análisis, estará en capacidad de segmentar mercados, caracterizar consumidores y plantear estrategias de marketing.

El ejercicio consiste en asociar cada concepto con la definición correcta. Todos los conceptos involucrados se refieren a aspectos fundamentes de mercadeo.

Actividad a desarrollar en el aula de clases: **"Actividad 1 / Actividad 1 –Evidencia 1 actividad Taller".**

Recomendaciones:

- Antes de iniciar la actividad, asegúrese de haber leído muy bien el material de estudio entregado**;** así mismo, el material de **Material complementario 1".**
- Esta actividad es calificable

**Evidencias de desempeño:**

**Actividad 1 – Evidencia 2 Socialización.**

Partiendo del video: "¿Por qué los colombianos somos pobres?", que encuentra disponible en el siguiente enlace: https://youtu.be/PoPBXwaPAoE, exprese las ideas principales

- Situaciones internas o problemas que impiden el desarrollo normal de un país, empresa o persona; titule este aspecto: **"ENFERMEDADES"**.
- Situaciones deficientes y débiles que impiden y amenazan el desarrollo de un país, empresao persona; titule este aspecto: **"DIFICULTADES"**.
- Situaciones que se pueden aprovechar, es decir, oportunidades que tiene un país, empresao persona para salir adelante; titule este aspecto: **"POSIBILIDADES"**.

- Situaciones que hacen fuerte un país, empresa o persona para atacar las enfermedades o superar dificultades; titule este aspecto: **"POTENCIALIDADES"**.

Esta actividad es calificable, teniendo en cuenta participación y argumentos.

**Actividad 1 – Evidencia 3 Mapa conceptual.**

Para realizar esta evidencia de producto lea cuidadosamente las orientaciones:

- Seleccione un producto.
- Utilizando la herramienta de diagnóstico DOFA, analice la comercialización de dicho producto en el mercado, teniendo en cuenta las variables del micro y macro entorno.
- Para desarrollar la actividad, genere previamente un listado de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del producto seleccionado.

Para enviar la entrega de la evidencia, se realizará al finalizar la tutoría presencial

**3.4. Ambiente requerido:**

- Ambiente presencial de Aprendizaje.
- Material de formación 1.
- Material complementario 1.

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| Evidencia de conocimiento: **Actividad 1 - Evidencia 1 Taller** Practico. | Evalúa la información desde diferentes perspectivas aplicando las metodologías, técnicas y herramientas de diagnóstico para la identificación y evaluación de situaciones del mercado de acuerdo con los objetivos de la empresa. | Técnica: Cuestionario |
| Evidencia de producto: **Actividad 1 - Evidencia 2 Socialización** Análisis Video. | Identifica variables de mercadeo y de la empresa con el fin de establecer indicadores y estándares de gestión para evaluar los resultados propuestos en el plan de mercadeo. | Técnica: Valoración de producto. |
| Evidencia de producto: **Actividad 1 - Evidencia 3 Mapa conceptual** Análisis Diagnóstico del Entorno | Plantea acciones de mercadeo para las diferentes áreas, tipos de formatos o unidades de negocio a partir de los resultados del diagnóstico, con base en herramientas y técnicas para el diseño de estrategias. | Técnica: Valoración de producto. |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Diagnóstico:** se trata del concepto final de un elemento específico y / o su entorno, resultado de un estudio realizado con anterioridad.

**Herramientas de mercadeo:** conjunto de elementos, técnicas, estrategias, que tienen como fin común posicionar un producto, marca o servicio.

**Mercadeo:** considerado el arte de administrar bienes y servicios.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Cuervo García, Á. (2008). Introducción a la Administración de Empresas (6th ed.). S.L. Civitas Ediciones.

Es.wikipedia.org. Pirámide de Maslow. (2003). Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow#mediaviewer/Archivo:Pir%C3%A1mide_de_Maslow.svg

Kotler, P. (2003). Fundamentos de marketing. (6th ed.). Ciudad de México D.F.: Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Tele VID. (2015). ¿Por Qué Los Colombianos Somos Pobres? Oficial HD - YouTube. Recuperado de: https://youtu.be/PoPBXwaPAoE

Territorio Marketing. El macroentorno y microentorno. (2017). Recuperado de: http://territoriomarketing.es/el-%20macroentorno-y-microentorno/

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Johanna Forero Rincón | Experto Temático | Centro de Comercio y Servicios Regional Tolima. | Mayo de 2017 |
| | William Garcia Guiza. | Asesor Pedagógico | Centro Agroecológico, Agroindustrial Atlántico-Sabanalarga | Mayo de 2017 |

## 8. CONTROL DE CAMBIOS

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Patricia Palencia | Instructor | Centro para la Industria Petroquímica | Abril 2024 | Ajuste de acuerdo a la población atendida escasez de conectividad. |

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Mercadeo: Conceptualización, Metodología y Aplicabilidad.
- **Código del Programa de Formación:** 63226082.
- **Nombre del Proyecto:** N/A.
- **Fase del Proyecto:** N/A.
- **Actividad de Proyecto:** N/A.
- **Competencia:** 260101011 - Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con la situación y comportamiento de los entornos de la organización.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** 260101011/02 - Analizar el comportamiento del consumidor, teniendo en cuenta variables sociales, culturales, demográficas y psicográficas que definen la conducta de consumo y compra.
- **Duración de la Guía:** 10 horas.

## 2. PRESENTACIÓN

*La comprensión del comportamiento de compra, del público objetivo, es una tarea esencial para las empresas guiadas con una óptica de marketing.*

La premisa anterior nos recuerda que el comportamiento del consumidor es aquella actitud o conducta que asumen las personas cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus deseos y/o necesidades.

Mediante los ejercicios de esta guía usted empezará a analizar el comportamiento del consumidor, de acuerdo con las diferentes variables sociales, culturales, demográficas y psicográficas que definen su conducta de consumo y compra.

Para desarrollar los siguientes ítems, es necesario estudiar, el material de formación entregado **"Actividad 2 / Material de formación 2",**

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1. Actividades de reflexión inicial.

Algunas herramientas estratégicas permiten apropiar conceptos fundamentales relacionados con el comportamiento del consumidor eje fundamental de mercadeo, reconociendo y analizando factores que influyen en él y que son determinantes para establecer conductas y motivaciones de compra.

La mejor forma de satisfacer las necesidades de nuestros clientes es conocer su comportamiento. El estudio del comportamiento del consumidor y el conocimiento de sus necesidades es una cuestión básica y un punto de partida inicial para poder implementar con eficacia las acciones de marketing por parte de las empresas.

Reflexione sobre los interrogantes que se le presentan a continuación:

- ¿En su vida cotidiana quien hace las compras de la canasta familiar?
- ¿Por qué lo hace esta persona?
- ¿Qué criterios sigue para realizar la compra de los productos de la canasta familiar: economía, ubicación del sitio de compra, prestigio, comodidad, calidad?
- ¿Dónde Compra los productos de la canasta familiar? ¿Por qué?
- ¿Cada cuánto compra los productos de la canasta familiar?
- ¿Estaría dispuesto a comprar en otro lugar?

Recuerde que esta actividad no es evaluable, pero es importante para el buen desarrollo del programa.

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

Es importante conocer las razones por las cuales un consumidor adquiere un producto o servicio; éstas dependen de diversas variables que se deben identificar, para crear estrategias de marketing adecuadas.

Para analizar estas variables lo invitamos a desarrollar la siguiente actividad de contextualización:

Observemos y analicemos uno de los videos del programa **“Los puros criollos”** de Señal Colombia que encontrará en el siguiente enlace:
https://www.youtube.com/playlist?list=PLdRQxCJRB6fccHFTtR0r9fxtSiA5bp1P0

Socialicemos

- ¿Cuáles son los motivos por los que se adquiere el producto?
- Describa el lugar donde el consumidor adquiere el producto.
- ¿Cuál es la cantidad física que adquiere del producto?

- Esta socialización se realizará de forma presencial según directrices de inicio del instructor

Esta actividad no es evaluable, pero es importante para el buen desarrollo del programa de formación.

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

**Evidencia de conocimiento:**

**Actividad 2 - Evidencia 1 cuestionario.**

Luego de leer el material de formación 2, estará en capacidad de resolver el cuestionario sobre el comportamiento del consumidor, teniendo en cuenta las diferentes variables que definen su conducta de consumo y compra.

Para resolverlo, cuenta con 30 minutos. presencial

**Evidencia de desempeño:**

**Actividad 2 - Evidencia 2 mesa redonda**

Teniendo en cuenta que el comportamiento del consumidor se centra en buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios, que considere para satisfacer sus necesidades y/o deseos, en esta oportunidad lo invitamos a participar en el foro temático “Analizando al Consumidor”, dando respuesta al siguiente interrogante: ¿Por qué es importante para las empresas analizar el comportamiento del consumidor?

Actividad calificable teniendo en cuenta la participación y argumentos.

**Evidencia de producto:**

**Actividad 2 evidencia 3 Dramatización presencial**

El consumidor es considerado desde el marketing como el “rey”, ya que de cierto modo las empresas tienen que cubrir sus necesidades en un proceso de adaptación constante, mediante el cual los expertos implementan estrategias para satisfacerlas.

Para seguir afianzando estos conocimientos, sobre el comportamiento del consumidor, inicie ahora un análisis de los “Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor”, teniendo en cuenta variables sociales, culturales, demográficas y psicográficas.

Para este análisis desarrolle una evidencia de producto, dramatizado debe exponer el producto a a ofrecer indicando costo, insumos, mano de obra o de acuerdo al producto o servicio a ofrecer”.

**3.2. Ambiente requerido:**

- Ambiente presencial de aprendizaje.
- Material de formación 2.
- Material complementario 2.

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| Evidencia de conocimiento:<br>**Actividad 2 - Evidencia 1 cuestionario**<br>Prueba de Conocimiento. | Evalúa el comportamiento de los clientes y consumidores mediante la aplicación de métodos y técnicas sicológicas y de análisis del comportamiento humano de acuerdo el segmento de mercado y el producto o servicio.<br><br>Caracteriza a los clientes y consumidores mediante la identificación de actitudes, comportamientos e intereses frente a los productos y servicios que ofrece la empresa al momento de la compra. | Técnica:<br>Cuestionario. |
| Evidencia de desempeño<br>**Actividad 2 - Evidencia 2 mesa redonda.**<br>Analizando al Consumidor. | | Argumentos y participación |
| Evidencia de producto<br>**Actividad 2 - Evidencia 3 dramatización**<br>Análisis de variables. | | Técnica:<br>Valoración de producto. |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Clase social:** las clases sociales son divisiones de la sociedad, relativamente homogéneas y permanentes, jerárquicamente ordenadas y cuyos miembros comparten valores, intereses y comportamientos similares.

**Consumidor Personal:** son los individuos que compran bienes y servicios para su propio uso y así poder satisfacer sus necesidades o usos personales.

**Consumidor Organizacional:** incluye a los individuos y empresas como: Agencias de gobierno, negocios privados, compañías de servicio las cuales deberán comprar productos, equipos y servicios para hacer operar sus empresas con la finalidad de lucro o sin ella.

**Cultura:** es el determinante fundamental de los deseos y del comportamiento de las personas. Se define como el conjunto de valores, ideas, actitudes y símbolos que adoptan los individuos para comunicarse, interpretar e interactuar como miembros de una sociedad. Esta cultura determina los valores básicos que influyen en el comportamiento del consumidor.

**Estímulos externos:** se reconocen dos tipos a saber: los de marketing y de entorno.

**Subcultura:** se pueden distinguir cuatro tipos de subcultura: la nacionalidad, los grupos religiosos, los grupos raciales y las zonas geográficas, que reflejan distintas referencias culturales específicas, actitudes y estilos distintos.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Hawkins, D. (2004). *Comportamiento del Consumidor. Construyendo Estrategias de Markenting* (9th ed.). México: McGraw-Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6th ed.). México D.F.: Pearson Prentice Hall.

Rivas, J. (1999). *Comportamiento del Consumidor* (2nd ed.). Esic.

Schiffman, L., & Lazar Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del Consumidor* (8th ed.). México D.F.: Pearson Education.

Señal Colombia. (2015). *Los puros criollos - Temporada 2*. *Youtube*. Recuperado 07 de mayo de 2017. Tomado de: https://www.youtube.com/playlist?list=PLdRQxCJRB6fccHFTtR0r9fxtSiA5bp1P0

Solomon, M. (2008). *Comportamiento del Consumidor* (7th ed.). México D.F.: Pearson Prentice Hall.

Stanton, W. (2004). *Fundamentos de Marketing* (13th ed.). Ciudad de México D.F.: McGraw-Hill.

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Johanna Forero Rincón | Experto Temático | Centro de Comercio y Servicios Regional Tolima. | Mayo de 2017 |
| | William Garcia Guiza. | Asesor Pedagógico | Centro Agroecológico, Agroindustrial Atlántico-Sabanalarga | |

## 8. CONTROL DE CAMBIOS

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Patricia Palencia Jiménez | Instructor | Centro para la industria Petroquímica | Abril 2024 | Ajuste de acuerdo a la población atendida escasez de conectividad. |

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Mercadeo: Conceptualización, Metodología y Aplicabilidad.
- **Código del Programa de Formación:** 63220082.
- **Nombre del Proyecto:** N/A.
- **Fase del Proyecto:** N/A.
- **Actividad de Proyecto:** N/A.
- **Competencia:** 260101011 - Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con la situación y comportamiento de los entornos de la organización.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** 260101011/03 - Aplicar criterios de segmentación, que permitan el diseño e implementación de estrategias comerciales, ajustadas a las características de los consumidores.
- **Duración de la Guía:** 10 Horas.

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, mediante los ejercicios de esta guía de aprendizaje, se pretende que usted alcance el resultado de aprendizaje: “Aplicar criterios de segmentación, que permitan el diseño e implementación de estrategias comerciales, ajustadas a las características de los consumidores”.

Para lograrlo, debe leer el material de formación 3 eentregado**“Actividad 3 / Material de formación 3”**

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1. Actividades de Reflexión inicial y contextualización

La actividad de aprendizaje 3: “Determina criterios de segmentación para el diseño e implementación de las estrategias comerciales, de acuerdo a las características de los consumidores”, busca brindar las herramientas estratégicas que le permiten apropiar conceptos fundamentales relacionados con la segmentación del mercado.

Cada cliente es un mundo, cada mercado es distinto, cada país diferente y cada uno de nosotros pensamos y sentimos diferente; por lo tanto, ¿cómo no vamos a tener necesidades y/o gustos diferentes?

En consecuencia, una empresa no puede llegar a todos los clientes con la misma estrategia de marketing. Una solución a esto, es la de segmentar el mercado e identificar sus productos con esos segmentos.

Es importante recordar que la segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Lo anterior se puede comprobar mediante un ejercicio muy sencillo, que consiste en elegir 5 personas, plantearles las siguientes preguntas para que reflexionen sobre ellas frente a un producto básico como es la leche:

- ¿Qué tipo de leche consume: ¿Entera, Deslactosada, semidescremada etc.?
- ¿Qué marca de leche consume?
- ¿En qué presentaciones compra la leche?
- ¿Que influye en la decisión de compra: promociones, obsequios, descuentos, calidad, publicidad?

Esta actividad no es evaluable pero es importante para el buen desarrollo del programa de formación.

### 3.2. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

**Evidencias de producto:**

**Actividad 3 – Evidencia 1 Mapa conceptual.**

Hasta ahora se ha desarrollado la idea general de que la segmentación consiste en “un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, a los que se aplica una estrategia comercial diferenciada, con el fin de satisfacer de forman más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa”.

El concepto anterior, al igual que las características de una buena segmentación, los beneficios de ésta, los tipos de segmentación y el concepto de posicionamiento, lo puede estudiar en el material de formación 3 y completar la información con el video sobre segmentación de mercado, el cual puede visualizar en el siguiente enlace: www.youtube.com/watch?v=b27xkSi6FO4.

Para esta evidencia debe elaborar un mapa conceptual, en el cual incluya todos los conocimientos que le parezcan significativos para su proceso de aprendizaje

Debe hacer la entrega del mapa conceptual al terminar la tutoría presencial:

- .

**Actividad 3 – Evidencia 2 Taller.**

Teniendo en cuenta las características de una buena segmentación para lo cual los consumidores deben ser lo más semejantes posibles entre sí y ser segmentos bastante grandes y operacionales, observe y analice el video: “Hombre Vs Mujer - Las diferencias” el cual puede visualizar en el siguiente link: http://www.youtube.com/watch?v=y-SOsmeuAk0.

Con la información obtenida elabore algunas fichas en las cuales debe incluir imágenes con productos tradicionalmente asociados a las mujeres, productos tradicionalmente asociados a los hombres y productos que en la actualidad son adquiridos por ambos géneros sin distinción.

**Actividad 3 – Evidencia 3 Socialización.**

Lea detenidamente el material complementario n 3 para debatir con los compañeros
Segmentación del mercado
Posicionamiento
Analiza la importancia y como contribuye al crecimiento de la empresa

**3.3. Ambiente requerido:**

- Ambiente presencial de aprendizaje.
- Material de formación 3.
- Material complementario 3.
- Biblioteca SENA.

**4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| Actividad de producto<br>**Actividad 3 - Evidencia 1 Mapa conceptual.**<br>Segmentación del Mercado. | Realiza la segmentación de las características | Técnica:<br>Valoración de producto. |

| | | |
|---|---|---|
| Evidencia de producto<br>**Actividad 3 - Evidencia 2**<br>**Taller**<br>Características de segmentación. | psicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicos y socioeconómicas de cada estrato social de la población teniendo en cuenta sus intereses, preferencias y opiniones frente al producto o servicio a mercadear. | Técnica:<br>Valoración de producto. |
| Evidencia de producto<br>**Actividad 3 - Evidencia 3**<br>**Socialización.**<br>Análisis Tipos de Segmentación y Posicionamiento en el Mercado. | | Técnica:<br>Valoración de producto. |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Análisis:** aplicar criterios y/o principios a un elemento o grupo de elementos para identificar un segmento en particular.

**Estudio de mercado:** es un examen que se realiza al mercado para determinar las necesidades específicas satisfechas por las ofertas actuales.

**Posicionar:** es el arte para el diseño de la oferta y la imagen de la empresa, de modo que ocupen un lugar distintivo en la mente del mercado meta.

**Segmentación de mercado:** es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Alonso Rivas, J. (1999). *Comportamiento del Consumidor* (2nd ed.). Esic.

Blackwell, R. (2001). *Comportamiento del Consumidor* (9th ed.). México D.F. Thomson.

Hawkins, D. (2004). *Comportamiento del Consumidor. Construyendo Estrategias de Markenting* (9th ed.). México: McGraw-Hill.

*Hombre Vs Mujer - Las diferencias*. (2009). *YouTube*. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=y-SOsmeuAk0

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing* (6th ed.). México D.F.: Pearson Prentice Hall.

*Segmentación de Mercado*. (2011). *YouTube*. Recuperado 8 de May de 2017, de https://www.youtube.com/watch?v=b27xkSi6FO4

Stanton, W. (2004). *Fundamentos de Marketing* (13th ed.). Ciudad de México D.F.: McGraw-Hill.

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Johanna Forero Rincón | Experto Temático | Centro de Comercio y Servicios Regional Tolima. | Mayo de 2017 |
| | William Garcia Guiza. | Asesor Pedagógico | Centro Agroecológico, Agroindustrial Atlántico-Sabanalarga | |

## 8. CONTROL DE CAMBIOS

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Patricia Palencia Jimenez | Instructor | Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información, Distrito Capital | abril de 2024 | Ajuste de acuerdo a la población atendida escasez de conectividad. |

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Mercadeo: Conceptualización, Metodología y Aplicabilidad.
- **Código del Programa de Formación:** 63226082.
- **Nombre del Proyecto:** N/A.
- **Fase del Proyecto:** N/A.
- **Actividad de Proyecto:** N/A.
- **Competencia:** 260101011 - Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con la situación y comportamiento de los entornos de la organización.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** 260101011/04 - Implementar estrategias de marketing que involucren la mezcla de aspectos esenciales en la actividad mercantil.
- **Duración de la Guía:** 10 Horas.

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, en este cuarto grupo de ejercicios, la intención es acercarlo a las estrategias de marketing efectivas las cuales involucran una mezcla de aspectos esenciales en la actividad mercantil.

A partir de diversas acciones formativas como generación de nuevas ideas, una visita de campo, la elaboración de diapositivas, el desarrollo de un juego interactivo, la presentación de una prueba de conocimientos y la participación de un foro temático, usted podrá empoderarse de los conocimientos necesarios para proponer estrategias de marketing efectivas.

Para realizar las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, debe leer el material de formación 4 **"Actividad 4 /Material de formación 4",** paraque amplíe sus conocimientos.

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1.1 Actividades de Reflexión inicial

La mezcla de mercadotecnia es parte del nivel estratégico del marketing, en el cual los planes se transforman en programas concretos para que una organización pueda acceder al mercado con productos que den respuestas a necesidades y/o deseos del consumidor, que sus precios sean accesibles, con un mensaje adecuado y un sistema de distribución que coloque al producto en un lugar adecuado y oportuno.

Con la explicación anterior nos acercamos a la exploración de herramientas estratégicas que le permita apropiar conceptos fundamentales relacionados con la implementación de la mezcla de mercadeo.

Para iniciar, realice una reflexión personal respondiendo cada interrogante que encuentra a continuación. Identifique la respuesta a cada pregunta en una sola palabra. Considere que los interrogantes se refieren a una empresa exitosa y líder en el mercado.

- ¿En qué radica el éxito de esta empresa?
- ¿Qué atributo tiene posicionada la empresa en el mercado?
- ¿Qué estrategia comercial utiliza esta empresa? (Publicidad, promociones, descuentos etc.

Esta actividad no es evaluable pero su realización es importante para el buen desarrollo del programa de formación.

### 3.1.2 Actividades de apropiación

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

**Evidencia de conocimiento:**

**Actividad 4 – Evidencia 1 cuestionario.**

La mezcla de marketing surgió en la década de 1950 definido como conjunto de variables controlables del marketing que son producto, precio, plaza y promoción mejor conocidas como las “4P´s”; recurrir a esta estrategia suena complicado porque algunas empresas no saben combinarlas adecuadamente, pero si las saben emplear de manera efectiva pueden tener por seguro que tendrán resultados favorables.

Esta evidencia consiste en un cuestionario que resume lo aprendido en las actividades de aprendizaje 3 y 4, para resolverlo dispone de 30 minutos.

- Este será entregado al finalizar la tutoria presencial

**3.1.3 Actividades de transferencia del conocimiento.**

**Evidencia de desempeño:**

**Actividad 4 – Evidencia 2 foro temático.**

El comportamiento del consumidor muestra actitudes y conductas que este asume al momento de buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios, que considera pueden satisfacer sus necesidades y el objetivo del marketing es la colocación exitosa de estos productos en el mercado.

Para esta evidencia realizaremos un foro sobre “Diseñando estrategias para la mezcla de mercadeo” debatiendo con los compañeros los siguientes interrogantes:

¿Qué aspectos relevantes en cuanto a producto, precio, plaza y promoción le sugeriría a un nuevo empresario que tuviera en cuenta en relación a sus productos?

Este se realizará de forma presencial:

**Actividad 4 – Evidencia 3 mapa conceptual.**

a. Analice un supermercado, el tipo de publicidad que utiliza el establecimiento, los descuentos ofrecidos y los tipos de consumidores que visitan este supermercado. haga nota de estos aspectos y otros que le parezcan relevantes, esté atento a detalles que le parezcan interesantes. Toda esta información la necesitará para realizar la segunda parte de este ejercicio.

b. Con la información obtenida realice un mapa conceptual, que correspondan con los productos, tipos de ofertas, precios, publicidad observados en el supermercado. Describa brevemente en cada ítem lo que intenta expresar.

Esta actividad se entregará al finalizar la tutoría presencial:

### 3.2. Ambiente requerido:

- Ambiente presencial de aprendizaje.
- Material de formación 4.
- Material complementario 4.
- Biblioteca SENA.

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| Actividad de conocimiento **Actividad 4 - Evidencia 1 Cuestionario** Segmentación y Estrategias de Mercado. | Evalúa el comportamiento de los clientes y consumidores mediante la aplicación de métodos y técnicas sicológicas y de análisis del comportamiento humano de acuerdo el segmento de mercado y el producto o servicio.<br><br>Administra la estrategia a implementar a través de la mezcla de mercadeo diseñada e implementada para la organización.<br><br>Considera la jerarquía de atributos que influyen en la preferencia de los consumidores, la intención de compra, el potencial actual y futuro, la competencia que existe en el mercado y el sistema de valores al momento de realizar la segmentación. | Técnica: Cuestionario. |
| Evidencia de desempeño **Actividad 4 - Evidencia 2 foro temático** Diseñando Estrategias para la Mezcla de Mercadeo. | | Técnica: Herramienta tablero de discusión LMS. |
| Evidencia de producto **Actividad 4 - Evidencia 3 Mapa conceptual** Análisis de Publicidad. | | Técnica: Valoración de producto. |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Canales de distribución:** son las arterias por las que circulan los productos, desde el fabricante hasta el consumidor final.

**Plaza:** incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Se le conoce también como “Posición” o “Distribución”.

**Precio:** es para la empresa el valor que tiene un producto.

**Producto:** es un bien o servicio con características tangibles e intangibles a través de las cuales puede satisfacer necesidades y deseos de los clientes.

**Promoción:** conjunto de actividades comerciales que la empresa realiza con el objetivo de incrementar las ventas de un producto durante un corto período de tiempo.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Alonso Rivas, J. (1999). *Comportamiento del Consumidor* (2nd ed.). Esic.

Blackwell, R. (2001). *Comportamiento del Consumidor* (9th ed.). México D.F.: Thomson.

Hawkins, D. (2004). *Comportamiento del Consumidor. Construyendo Estrategias de Markenting* (9th ed.). México: McGraw-Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing* (6th ed.). México D.F.: Pearson Prentice Hall.

Stanton, W. (2004). *Fundamentos de Marketing* (13th ed.). Ciudad de México D.F.: McGraw-Hill.

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Johanna Forero Rincón | Experto Temático | Centro de Comercio y Servicios Regional Tolima. | Mayo de 2017 |
| | William Garcia Guiza. | Asesor Pedagógico | Centro Agroecológico, Agroindustrial Atlántico-Sabanalarga | |

## 8. CONTROL DE CAMBIOS

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | Patricia Palencia Jiménez | Gestor de Curso | Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información, Distrito Capital | Abril 2024 | Ajustado de acuerdo a la población atendida, limitaciones de conectividad. |

**GFPI-F-135 V01**

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación: Cultura Emprendedora**
- **Código del programa de formación: 3302018**
- **Competencia:**
  **Fomentar la cultura emprendedora mediante la identificación de oportunidades, la generación de ideas y la formulación básica de iniciativas productivas.**
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar:**
  - **Reconocer elementos básicos del emprendimiento y su importancia en el desarrollo personal y laboral.**
  - **Identificar oportunidades del entorno para la creación de ideas de negocio.**
  - **Diseñar una idea de negocio básica utilizando herramientas de planeación (CANVAS o similares).**
  - **Presentar una propuesta emprendedora argumentada y coherente.**
- **Duración de la guía: 40 horas**

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz:

Bienvenido a este proceso formativo orientado al fortalecimiento de la **Cultura Emprendedora**, un componente esencial para el desarrollo laboral, económico y social de los ciudadanos. A través de esta guía podrá reconocer habilidades, analizar su entorno, crear ideas de negocio y estructurar propuestas que respondan a oportunidades del contexto local.

El emprendimiento no solo implica crear empresas, también significa **transformar realidades**, identificar necesidades y plantear soluciones innovadoras. Este proceso le

permitirá descubrir su potencial emprendedor, fortalecer su creatividad y adquirir herramientas esenciales para idear y estructurar proyectos con sentido económico y social.

Le recomendamos organizar su tiempo y participar activamente en las actividades propuestas, las cuales están diseñadas para realizarse de manera **presencial**, garantizando así que todos los aprendices participen sin dificultades de conectividad.

---

## 3. FORMULACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

---

### 3.1 Actividad de aprendizaje 1: Reconocer conceptos básicos de emprendimiento

**Duración:** 8 horas

**Actividad 1 – Taller:**
*Taller: Conceptos básicos, tipos de emprendimiento, características del emprendedor y ejemplos del contexto local.*

- Para desarrollar el taller utilice el **Anexo_AA1_EV01**.
- Debe entregarse por escrito al finalizar la clase.

**Lineamientos para la evidencia:**

- **Producto a entregar:** Documento escrito con el taller.
- **Formato:** Físico o fotografía enviada al instructor según condiciones de conectividad.

---

**Actividad 2 – Mesa redonda con análisis de caso**

Caso de estudio:
*"Una comunidad enfrenta problemas eléctricos frecuentes y un grupo de jóvenes decide plantear un servicio innovador de mantenimiento y prevención. Sin embargo, no logran organizar la idea ni definir responsabilidades."*

**Instrucciones:**



1. Responder en grupo las preguntas planteadas por el instructor.
2. Participar comentando aciertos y desaciertos de dos compañeros.

**Lineamientos de evidencia:**

- **Producto:** Participación activa en mesa redonda.
- **Evidencia:** AA1-EV02.

---

**3.2 Actividad de aprendizaje 2: Identificar oportunidades de negocio en el entorno**

**Duración:** 12 horas

**Actividad 1 – Cuestionario: Análisis del entorno**

Cuestionario sobre:

- Problemas del contexto
- Necesidades del sector
- Competencia
- Nichos potenciales

**Lineamientos para la evidencia:**

- Participación presencial en el cuestionario y debate grupal.
- **Evidencia:** AA2-EV01.

---

**Actividad 2 – Mesa redonda: Oportunidades del entorno**

Preguntas guía:

- ¿Qué problemas del entorno pueden convertirse en negocios?
- ¿Qué necesidades no están siendo atendidas?
- ¿Qué podría ofrecer usted diferente a lo que ya existe?

**Lineamientos:**

- Participación activa.

- Retroalimentación a compañeros.
- **Evidencia:** AA2-EV02.

---

### 3.3 Actividad de aprendizaje 3: Construir idea de negocio y modelo CANVAS

**Duración:** 12 horas

**Actividad – Presentación: Construcción del modelo CANVAS**

El aprendiz debe realizar una presentación donde exponga su modelo CANVAS, incluyendo:

- Segmentos de clientes
- Propuesta de valor
- Canales y relaciones
- Actividades clave
- Recursos clave
- Socios clave
- Estructura de costos
- Fuentes de ingreso

Debe incluir al final un análisis personal:
*"¿Por qué esta idea es viable y qué impacto tendría?"*

**Lineamientos para la evidencia:**

- **Producto:** Presentación oral o dramatizada.
- **Evidencia:** AA3-EV01.

---

### 3.4 Actividad de aprendizaje 4: Presentar y evaluar el proyecto emprendedor

**Duración:** 8 horas

**Actividad – Informe y socialización**

El aprendiz socializará su idea de negocio y entregará un breve informe según el **Anexo_AA4_EV01**, con:

- Descripción del problema
- Solución
- Propuesta de valor
- Público objetivo
- Viabilidad básica

**Lineamientos:**

- **Producto:** Sustentación del informe.
- **Evidencia:** AA4-EV01.

---

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Actividad | Evidencias | Criterios | Instrumentos |
|---|---|---|---|
| AA1 | EV01 Taller | Identifica conceptos básicos del emprendimiento | Lista de entrega |
| AA1 | EV02 Mesa redonda | Analiza casos y participa activamente | Lista de participación |
| AA2 | EV01 Cuestionario | Reconoce oportunidades del entorno | Lista de chequeo |
| AA2 | EV02 Mesa redonda | Argumenta ideas de oportunidad | Lista de chequeo |
| AA3 | EV01 Presentación CANVAS | Construye modelo CANVAS completo | Lista de participación |
| AA4 | EV01 Informe del proyecto | Presenta idea de negocio coherente | Lista de participación |

## 5. GLOSARIO

Incluye definiciones de:

- Emprendimiento
- Idea de negocio
- Propuesta de valor
- Segmento de clientes
- CANVAS
- Viabilidad
- Innovación

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS


- Osterwalder, A. *Business Model Generation*.
- Ley 1014 de 2006 – Cultura del Emprendimiento.
- SENA – Fondo Emprender – Documentos de apoyo.
- Cámara de Comercio – Guías de formulación empresarial.


| 6. CONTROL DEL DOCUMENTO<br>Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|
| Patricia Palencia Jiménez<br>Autor | Instructora | Centro para la Industria Petroquímica | Octubre 2025 |

# TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

**INSTRUCTOR:** PATRICIA DEL CARMEN PALENCIA JIMENEZ

**CENTRO DE FORMACIÓN:** CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUIMICA

**FECHA INICIAL:** 01/12/2025 00:00:00

**FECHA FINAL:** 20/12/2025 23:59:59

## ACTIVIDADES ACADÉMICAS

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 3346866 - MERCADEO Y VENTAS

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS |

**HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** 8,00

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 3302018 - INSTALACION DE SISTEMAS ELECTRICOS RESIDENCIALES Y COMERCIALES

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz. |

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA 1: ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

RA 2: APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.

RA 3: EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

RA 4: RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

RA1.
ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

RA2
APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO

RA3
EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

RA4
RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR REQUISITOS NORMATIVOS DE ACUERDO CON PARÁMETROS TÉCNICOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INSTALAR ACOMETIDAS ELÉCTRICAS DE ACUERDO CON REGLAMENTO TÉCNICO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Montar componentes eléctricos de acuerdo con procedimiento técnico

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Montar instalaciones eléctricas internas de acuerdo con normativa |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | MONTAR SISTEMAS DE PUESTA A TIERRA DE ACUERDO CON NORMATIVA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Resultado de Aprendizaje de la Inducción. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | TRABAJAR EN ALTURAS DE ACUERDO CON NORMATIVA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información |

| | |
|---|---|
| **HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** | 4,00 |

| | |
|---|---|
| **FICHA DE APRENDIZAJE:** | 3348104 - SERVICIO AL CLIENTE |

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

**HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** 48,00

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 3209905 - CONSTRUCCION DE EDIFICACIONES

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Armar refuerzos estructurales de acuerdo con planos y reglamento técnico de construcción |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA 1: ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

RA 2: APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.

RA 3: EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

RA 4: RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

RA1.
ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

RA2
APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO

RA3
EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

RA4
RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Fundir concreto de acuerdo con requerimientos técnicos de construcción |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Instalar cubiertas de acuerdo con tipo de diseño y normativa técnica |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | INSTALAR REDES HIDROSANITARIAS DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS Y NORMATIVA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Levantar muros en mampostería estructural de acuerdo con planos y normativa técnica de construcción |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Preparar concretos y morteros según normativa y especificaciones técnicas de construcción |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales. |

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Resultado de Aprendizaje de la Inducción. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información |

**HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** 24,00

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 3329957 - ASISTENCIA ADMINISTRATIVA .

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales. |

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Elaborar documentos de acuerdo con técnicas y normativa |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA 1: ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

RA 2: APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.

RA 3: EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

RA 4: RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

RA1.
ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

RA2
APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO

RA3
EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

RA4
RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales. |

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Reconocer recursos financieros de acuerdo con política y normativa contable |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Registrar información de acuerdo con normativa y procedimiento técnico |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Tramitar documentos de acuerdo con procesos técnicos y normativa |

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

RA1. RECONOCER DOCUMENTOS ORGANIZACIONALES TENIENDO EN CUENTA SU TIPOLOGÍA

RA2. IMPLEMENTAR PROCEDIMIENTO TÉCNICO DOCUMENTAL TENIENDO EN CUENTA LA NORMATIVIDAD VIGENTE

RA3. VERIFICAR EL PROCEDIMIENTO TÉCNICO DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DEL DOCUMENTO Y LINEAMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información |

| | |
|---|---|
| **HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** | 36,00 |

| | |
|---|---|
| **TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:** | 120,00 |

## EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

| FICHA | FECHA INICIO | FECHA FINAL | EVENTO | HORAS |
|---|---|---|---|---|

| | |
|---|---|
| **TOTAL TIEMPO EDT´s:** | 0,00 |

## ACTIVIDADES ADICIONALES

| FECHA INICIAL | FECHA FINAL | ACTIVIDAD | HORAS |
|---|---|---|---|

**TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:** 0,00

**INSTRUCTOR:** PATRICIA DEL CARMEN PALENCIA JIMENEZ

**CENTRO DE FORMACIÓN:** CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUIMICA

| 6.CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Pública | X | Pública Clasificada | | Pública Reservada | |

**INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN**

**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES NRO. CO1.PCCNTR.** 7515920-2025

En mi calidad de supervisor del contrato de la referencia, me permito presentar el informe final del mismo, de acuerdo con la siguiente información:

## 1. ASPECTOS GENERALES

| | |
|---|---|
| **CONTRATANTE** | **CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUÍMICA - SENA REGIONAL BOLIVAR.** |
| **TIPO DE CONTRATO** | Prestación de servicios, |
| **CONTRATO NRO.** | **CO1.PCCNTR.** 7515920-2025 |
| **OBJETO** | Prestar servicios personales de carácter temporal para planear y orientar la Formación Profesional Integral, que programe el centro de formación en sus diferentes niveles en modalidad FORMACION TITULADA - COMPLEMENTARIA, atendiendo las políticas institucionales y la normatividad vigente en los programas: MERCADEO Y VENTAS. |
| **FECHA DE SUSCRIPCIÓN NEGOCIO JURIDICO** | 18 DE FEBRERO 2025 |
| **FECHA DE INICIO** | 21 DE FEBRERO 2025 |
| **PLAZO INICIAL** | 298 dias |
| **FECHA DE TERMINACIÓN INICIAL** | 17 DE DICIEMBRE 2025 |
| **CONTRATISTA** | PATRICIA DEL CARMNE PALENCIA JIMENEZ |
| **CC o NIT** | 33352316 |
| **NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL CONTRATISTA** | N/A |
| **NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL** | N/A |
| **LUGAR DE EJECUCIÓN** | Cartagena de Indias y demás municipios del Departamento de Bolívar. |
| **VALOR INICIAL** | 45.535.159 |
| **FORMA DE PAGO** | TRANSFERENCIA A CUENTA BANCARIA |
| **CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL** | CDP No. 225 |
| **CERTIFICADO DE REGISTRO PRESUPUESTAL** | CRP No. 20625 |
| **VALOR FINAL DEL CONTRATO** | 45.535.159 |

| | |
|---|---|
| **FECHA DE TERMINACIÓN FINAL** | 19 DE DICIEMBRE 2025 |
| **FECHA DE TERMINACIÓN ANTICIPADA** | N/A |
| **VALOR TOTAL PAGADO** | 45.535.159 |
| **VALOR TOTAL EJECUTADO** | 45.535.159 |
| **SUPERVISOR DEL CONTRATO** | MARIA JOSE CABRERA DE AVILA |
| **APOYO A LA SUPERVISIÓN** | N/A |

## 2. ASPECTOS TÉCNICOS

### 2.1 Obligaciones

En virtud de la suscripción **CO1.PCCNTR.** 7515920 del año 2025 la contratista adquirió las siguientes obligaciones:

| OBLIGACIONES | ¿CUMPLIÓ? | PRODUCTO O EVIDENCIA |
|---|---|---|
| **1.** Participar en la planeación de los procesos formativos de acuerdo con los lineamientos institucionales, para el PROGRAMA del objeto contractual. | **si** | Realización de planeación pedagógica de los cursos de formación conforme a los lineamientos institucionales, ejecutando los procesos, seguimiento evaluación |
| **2.** Participar cuando el centro de formación lo requiera, en jornadas de diseño y desarrollo curricular de programas de Formación Profesional Integral, conforme a las necesidades nacionales y a los lineamientos institucionales requeridos para el PROGRAMA objeto del contrato. | **No se requirió cumplimiento** | No aplica |
| **3.** Evaluar los aprendizajes previos correspondientes a las fichas asignadas, de acuerdo con los procedimientos, plazos y herramientas tecnológicas que la entidad defina. | **SI** | Aprendizajes previos evaluados en la etapa de inducción a la formación, formatos debidamente diligenciado. |
| **4.** Ejecutar la formación profesional integral de acuerdo con el currículo, desarrollo | **SI** | Formatos de asistencias y acta de entrega de materiales de formación debidamente diligenciados y firmados por los |

| | | |
|---|---|---|
| curricular y proyecto formativo de los programas del PROGRAMA objeto del contrato. | | aprendices, registros fotográficos y otras evidencias de las actividades de aprendizaje desarrolladas, demás formatos de la FPI.<br><br>Asociación de aprendices a ruta de aprendizaje realizadas en el aplicativo Sofía Plus.<br><br>Informes mensuales de Gestión Contractual GC en la plataforma SECOP II link: https://n9.cl/6m24l |
| **5.** Aplicar según la modalidad, estrategias de enseñanza, aprendizaje, seguimiento y evaluación de acuerdo a los lineamientos pedagógicos y metodológicos de la entidad. | **SI** | Guías de aprendizaje, aplicación de instrumentos de evaluación y resultados de aprendizaje evaluados en Sofía Plus. |
| **6.** Participar cuando el centro de formación lo requiera, en proyectos de investigación técnica y/o pedagógica para fortalecer el proceso de formación del PROGRAMA objeto del contrato. | **No se requirió cumplimiento** | No aplica |
| **7.** Emitir juicio valorativo sobre el nivel de cumplimiento de los resultados aprendizajes de las competencias del programa, adquiridos por los aprendices en el desarrollo de su formación, Aplicando los procedimientos, plazos y herramientas tecnológicas que la entidad defina. Entregar los soportes del procedimiento de Ingreso de aprendices al programa de formación tales como: Ficha de matrícula; fotocopia del documento de identidad, y/o requisitos definidos en el diseño curricular, cuando ejecute formación complementaria. | **SI** | Registro de juicios de evaluación en Sofía Plus.<br><br>Cargue de documentos de identidad de los aspirantes para matricula en los drives dispuestos para tal efecto: https://n9.cl/6m24l |

| | | |
|---|---|---|
| **8.** Registrar, verificar y hacer seguimiento oportuno en el sistema de información que la entidad defina para la Gestión de la Formación Profesional Integral mediante las siguientes actividades: a). Verificando que la totalidad de los aprendices seleccionados y matriculados Queden en ese estado. b). Registrando juicios evaluativos del reconocimiento de aprendizajes previos, los juicios evaluativos, rutas de aprendizaje, para los beneficiarios nuevos, reintegrados o trasladados. e). Comunicando al Coordinador Académico oportunamente anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información. | **SI** | Informes mensuales de Gestión Contractual GC en la plataforma SECOP II link: https://n9.cl/6m24l<br><br>No se reportaron anomalías, inconsistencias novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información a la Coordinación Académica |
| **9.** Participar cuando el centro lo requiera en el proceso de selección, diseño de talleres e Instrumentos que alimenten los bancos de pruebas para la selección de aprendices. | **No se requirió cumplimiento** | No aplica |
| **10.** Aplicar y hacer cumplir el reglamento del aprendiz, así como el manual de convivencia del Centro de Formación. | **SI** | Registros de divulgación y apropiación del reglamento del aprendiz y manual de convivencia durante la inducción. |
| **11.** Apoyar procesos de Registro calificado para los programas en nivel tecnólogo del área temática objeto del presente contrato, cuando el centro lo requiera. | **No se requirió cumplimiento** | No aplica |

| | | |
|---|---|---|
| **12.** Acatar los lineamientos del Sistema Integrado de Gestión y el Sistema de Seguridad de Salud en el Trabajo y asistir a las convocatorias que el centro programa. | **SI** | Examen médico pre ocupacional presentado al Centro de Formación de acuerdo con el profesiograma y el objeto a contractual.<br><br>Planillas de pago de aportes al SISS (Salud, Pensión y Riesgos Laborales).<br><br>Certificado de aprobación de los conocimientos básicos del Subsistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. |
| **13.** Apoyar al centro de formación cuando este lo requiera, en la promoción del portafolio de servicios. | **No se requirió cumplimiento** | No aplica |
| **14.** Realizar seguimiento en la etapa productiva a los a los aprendices que le sean asignados, cuando el centro de formación lo requiera. | **No se requirió cumplimiento** | No aplica |
| **15.** Responder por los bienes y elementos puestos a su disposición para el cumplimiento del objeto del contrato y una vez finalizado, quedar a paz y salvo con el Almacén. | **SI** | Formato Entrega de Bienes e Información de Ejecución Contractual por el Contratista GTH- F- 074 |
| **16.** Aplicar al proceso de certificación de la norma de competencia "ORIENTAR PROCESOS FORMATIVOS CON BASE EN LOS PLANES DE FORMACIÓN CONCERTADOS, o la actualización.<br><br>" ORIENTAR FORMACIÓN PRESENCIAL DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y<br><br>NORMATIVO" o en su defecto deberá aplicar al proceso de certificación de la norma y aportar el respectivo certificado de aprobación o la evidencia de la inscripción efectiva a mismo, al | SI | Certificado vigente de la norma de competencia laboral DESARROLLO DE HABILIDADES Y ESTRATEGIAS PARA LA FORMACION TITULADA EN AMBIENTES VIRTUALES DE APRENDIZAJE". Registro 105255279 - 18/06/2025 |

| | | |
|---|---|---|
| informe de ejecución contractual.<br><br>Acompañar a los aprendices a las actividades que se encuentren planeadas por el equipo de Bienestar al Aprendiz. | | |
| **17.** Apoyar y acompañar los procesos de autoevaluación de programas de formación en nivel tecnólogo del Centro de Formación. | **No se requirió cumplimiento** | No aplica |
| **18.** Las demás necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual. | **No se requirió cumplimiento** | No aplica |

## 3. ASPECTOS LEGALES

### 3.1 Garantías contractuales

Como garantías se establecieron las siguientes:

| **GARANTÍA ÚNICA DE CUMPLIMIENTO** | | | |
|---|---|---|---|
| **ASEGURADORA** | SEGUROS DEL ESTADO S.A. | | |
| **NRO. DE PÓLIZA** | 75-46-101017096 | | |
| **CERTIFICADO O ANEXO** | 0 | | |
| **FECHA EXPEDICIÓN** | 19/02/2025 | | |
| **FECHA APROBACIÓN** | 20/02/2025 | | |
| **AMPARO** | **VIGENCIA** | | **VALOR** |
| | **DESDE** | **HASTA** | |
| Cumplimiento | 19/02/2025 | 30/04/2026 23:59: | 4.553.515,90 |

### 3.2 Cumplimiento del objeto

Se impartió formación complementaria en Servicio al cliente en la ciudad de Cartagena y municipios de Bolívar, llegando a comunidades de acuerdo con solicitudes realizadas por lideres y entidades públicas municipales capacitando a diferentes aprendices asistentes a cada clase programada, brindando así cumplimiento al siguiente objetivo contractual: Prestar servicios personales de carácter temporal para planear y orientar la Formación Profesional Integral, que programe el centro de formación en sus diferentes niveles en modalidad FORMACION TITULADA - COMPLEMENTARIA, atendiendo las políticas institucionales y la normatividad vigente en los programas: Atención al cliente y Mercadeo

### 3.3 Cumplimiento de los aspectos del Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol – SIGA

Se cumplió a cabalidad políticas del sistema integrado de gestión y autocontrol- SIGA.

- Cumplimiento de política ambiental
- Cumplimiento de la política de seguridad y salud en el trabajo(SST).
- Cumplimiento de política energética
- Cumplimiento de política de gestión integral de residuos
- Cumplimiento de la política de calidad y buenas prácticas administrativas
- Cumplimiento normativo y responsabilidad social

### 3.4 Multas y sanciones

De conformidad con la ejecución del contrato NO se presentaron multas y/o sanciones.

### 3.5 Certificado de pagos de seguridad social

Mediante los informes presentados por la supervisión durante la ejecución del contrato, los cuales fueron entregados para el proceso de pago, se evidenció que el contratista cumplió a cabalidad con el objeto y las obligaciones contractuales.

### 3.6 Supervisión de la ejecución contractual

Que el ordenador del gasto realizó la designación de supervisión así: 1) María José Cabrera De Ávila el 25/02/2025

### 3.7 Liquidación del contrato

Que respecto de la liquidación del contrato se estableció cualquier diferencia que surja entre las partes por la ejecución como interpretación, terminación o liquidación del presente contrato y en general, sobre

los derechos y obligaciones derivados del mismo durante su etapa precontractual, contractual y post contractual se solucionará primero por las partes, mediante arreglo directo, la cual tendrá una duración de hasta treinta (30) días hábiles. En caso de no llegar a un acuerdo, las partes convienen hacer uso de los mecanismos de solución previstos en la ley, tales como, la conciliación, amigable composición y transacción.

## 4. ASPECTOS FINANCIEROS

### 4.1 Pagos realizados

El 20-02-2025 se expidió el certificado de desembolsos 20625 del contrato Nro. CO1.PCCNTR.7515920, tal como a continuación se relaciona:

| NÚMERO DE ORDEN DE PAGO | FECHA DE PAGO | VALOR DE PAGO |
|---|---|---|
| **001** | **17/03/2025** | **$ 1.226.536** |
| **002** | **20/03/2025** | **$ 4.599.511** |
| **003** | **28/04/2025** | **$ 4.599.511** |
| **004** | **30/05/2025** | **$ 4.599.511** |
| **005** | **24/06/2025** | **$ 4.599.511** |
| **006** | **25/07/2025** | **$ 4.599.511** |
| **007** | **19/08/2025** | **$ 4.599.511** |
| **008** | **19/09/2025** | **$ 4.599.511** |
| **009** | **28/10/2025** | **$ 4.599.511** |
| **010** | **25/11/2025** | **$ 4.599.511** |

### 4.2 Estado financiero

| CONCEPTO | VALOR |
|---|---|
| **Valor inicial contrato** | $ 45.535.159 |
| **Valor adición o disminución del contrato** | $ 0,00 |
| **Valor de las reducciones** | $ 0,00 |
| **Valor final del contrato** | $ 45.535.159 |
| **Valor ejecutado** | $ 45.535.159 |
| **Valor pagado** | $ 42.622.135 |
| **Valor por pagar** | $ 2.913.024 |
| **Valor a liberar** | $ 0,00 |

**SE AGRADECE TODO LO VALIDE CON SICONTRATISTAS Y SECOP**

Conforme a lo anteriormente expuesto, se debe:

a) Perfeccionada la liquidación del contrato, pagar a favor del contratista la suma de dos millones novecientos trece mil veinticuatro pesos ($ 2.913.024).

b) Una vez sea pagado el respectivo valor de $2.913.024)., las partes quedaran a paz y salvo.

Para constancia se firma en Cartagena de Indias, Bolívar a los diez (11) días del mes de diciembre de 2025



MARIA JOSE CABRERA DE AVILA
Supervisor del contrato

## 5. CONTROL DE CAMBIOS

| VERSION | FECHA DE ENTRADA EN VIGENTE | NATURALEZA DEL CAMBIO |
|---|---|---|
| 2 | 29/03/2023 | Se realizan modificaciones en el Punto II Aspectos Técnicos, numeral 1 obligaciones: En la tabla que se relaciona se eliminaron las columnas:<br>▪ No cumplió,<br>▪ Columna no se requirió el cumplimiento<br><br>En el punto IV, numeral 1 pagos realizados, se eliminaron las columnas:<br>▪ NÚMERO DE CUENTA POR PAGAR,<br>▪ NUMERO DE OBLIGACIÓN,<br>▪ VALOR BRUTO VALOR,<br>▪ DEDUCCIONES<br>Igualmente se modifica la columna valor neto pagado por Valor pago |
| V4 | 08/11/2024 | Se incluyen numerales en las generalidades,<br>Se incluyen notas internas para dar contexto a la información contenida en el formato. |
| V5 | 30/09/2025 | El documento ha sido actualizado para incluir la clasificación de la información, la cual debe realizarse conforme a las directrices establecidas en el documento GOR-G-015 Guía Etiquetado de Información, disponible en la herramienta de gestión del SIGA.<br><br>Se adecúa el documento para que sirva también como informe final de persona natural.<br><br>Se incluye el numeral de obligaciones de la entidad, a efectos de garantizar la adecuada conservación de bienes u obras. |

| | |
|---|---|
| | Versión: 05 |
| | Código: GTH- F- 074 |

## Proceso Gestión de Talento Humano

## Formato Entrega de Bienes e Información de Ejecución Contractual por el Contratista

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **NOMBRES Y APELLIDOS DEL CONTRATISTA: PATRICIA DEL CARMEN PALENCIA JIMENEZ** | | | | | | **IDENTIFICACIÓN** |
| **CIUDAD** | MAGANGUE | **FECHA** | **17/12/2025** | **REGIONAL** | **BOLIVAR** | **33.352.316** |
| **DIRECCIÓN U OFICINA DONDE SE EJECUTÓ EL CONTRATO:** | | | **CENTRO PARA LA INDUSTRIA PETROQUIMICA** | | | |
| **NÚMERO Y FECHA DE CONTRATO:** | 7515920- 20/02/2025 | | | | | |

## CAUSAL DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **LIQUIDACIÓN POR MUTUO ACUERDO** | **X** | **CESIÓN** | | **LIQUIDACIÓN ANTICIPADA POR MUTUO ACUERDO** | | **TERMINACIÓN UNILATERAL** | |

| **DEPENDENCIA SENA** | **Marcar con x** | **RESPONSABLES** | |
|---|---|---|---|
| | | **NOMBRES Y APELLIDOS** | **FIRMA** |
| GESTIÓN DE TIC | | Juan García Caro | |
| ADMINISTRACIÓN DE DOCUMENTOS | | Yuley Guerra | |
| ENTREGA CARNÉ (A Supervisor del Contrato en las Regionales y Centros de Formación) SECRETARÍA GENERAL | | María José Cabrera De Ávila | |
| ALMACÉN E INVENTARIOS | | **Generarreporte de https://miinventario.sena.edu.co/Inicio.aspx y anexar al formato, garantizando que no tiene elementos a su cargo.** | |
| SERVICIOS GENERALES, ADQUISICIONES (Administración de edificio; Contratación) | | Pedro Suárez Taboada | |
| CONTABILIDAD | | Ricardo JoséPérez Pérez | |
| TESORERIA | | Katherine Muñoz Botero | |
| COORDINACIÓN DE: ÁREA/GRUPO/ ACADEMICA | | Bibiana Castaño Osorio | |
| BI BLI OT EC A | | Consuelo María LoaizaCano | |
| Apoyo a la coordinación | | Santiago Velandia | |
| OTRO | | | |
| SUPERVISORDE CONTRATO | | María José Cabrera De Ávila | |

ELEMENTOS FALTANTES U OBLIGACIONES PENDIENTES (Relacionar con su respectivo valor)

OTROS : _____

Firma del Contratista

De acuerdo con los registros del Sistema para la Administración y Control de Bienes SACB, el documento 33352316 NO ha sido registrado en la Base de Datos y por tanto NO registra bienes a cargo.

Fecha de emisión del reporte: 16 de Diciembre de 2025 a las 09:10:41

El cuentadante responde administrativa y fiscalmente por los bienes aquí relacionados y rendirá cuentas de su utilización. Todo ello según lo dispuesto sobre este particular en la Constitución Política Nacional Art. 124 y en especial lo establecido en los numerales 21 y 22 del Art. 34 de la Ley 734 de 2002; Resolución 1378 de 2018 y en las obligaciones generales de los Contratos de Prestación de Servicios.