CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Pública	x	Pública Clasificada		Pública Reservada	

INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

San Gil, 31 marzo de 2026

Señor
Edicson López Benjumea
SUPERVISOR CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.9172130**
Instructor Grado 11
Coordinación Formación Virtual y presencial
Ciudad

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual mes de mayo de 2026

Referencia: **CO1.PCCNTR.9172130** del año 2026

Yuly Andrea Rey Quiñonez, identificado con la cédula de ciudadanía nro. 1098664164 de Bucaramanga, en mi calidad de contratista del SENA, 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 de cada uno de los contratos la suma de Cincuenta y tres millones setecientos treinta y cinco mil pesos m/cte. ($53.735.000). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) once (11) pagos iguales por los meses de febrero a diciembre de 2026, por valor de Cuatro millones ochocientos ochenta y cinco mil pesos m/cte. ($4.885.000).

Plazo: Once (11) meses, sin exceder el 31 de diciembre de 2026, contado a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

Objeto: Prestación de servicios temporales de carácter profesional como apoyo a la gestión en el rol de Diseñador de Contenidos Digitales, para la construcción, adecuación y ajuste de interfaces web, piezas gráficas, materiales editoriales, multimedia y demás apoyos requeridos para el desarrollo de recursos educativos digitales de programas en modalidad virtual y a distancia, conforme al vigente.

Ejecución mensual de actividades

Nro.	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Participar activamente en la comunicación, seguimiento y articulación con la línea de producción y demás responsables institucionales, respondiendo oportunamente a las comunicaciones, asistiendo a las reuniones convocadas y contribuyendo a la revisión, retroalimentación y actualización de los insumos y productos según los requerimientos establecidos.	Se asiste a las reuniones convocadas de manera oportuna de la línea de producción a nivel nacional y de Santander. **Febrero 16** Reunión presencial en la sede Cajasan – San Gil **Marzo 5**, Reunión con el líder de la línea Santander para actualización de programas asignados. **Marzo 9,** Reunión con la Subdirectora Regional y líder de la línea Santander para revisión de avances de las metas trazadas para el 2026.	**Evidencia 1.** Pantallazos de reuniones.
2	Atender de manera diaria, diligente y oportuna las comunicaciones emitidas por los integrantes de la línea de producción, el responsable de la línea, el responsable del Ecosistema de Recursos Educativos y, en general, por la Dirección de Formación Profesional.	Se atiende de manera oportuna las comunicaciones y asignaciones emitidas por el líder de la línea y los integrantes de la línea de producción.	**Evidencia 2,3,4,5 y 7** Pantallazos de las asignaciones realizadas y entregas en el planner.

		Diseño y elaboración de la línea grafica del programa: Agroecología y desarrollo rural Operaciones comerciales multicanal **Diseño y elaboración de la información del programa:** Agroecología y desarrollo rural **Diseño y elaboración de recuadros para los programas:** Creatividad para la solución de conflictos laborales Agroecología y desarrollo rural **Diseño y diagramación de componentes de formación:** CF2- Creatividad para la solución de conflictos laborales CF1 -Agroecología y desarrollo rural CF2 -Agroecología y desarrollo rural	

		Actualización componentes de formación: **CF1, CF2, CF3 Y CF4** Prototipado industrial de prendas de vestir **CF1, CF2, CF3, CF4 Y CF5** Operaciones comerciales multicanal **Se realizan los ajustes o hallazgos solicitados:** INFO PROGR- Creatividad para la solución de conflictos laborales INFO PROGR- Agroecología y desarrollo rural RECUADROS: Creatividad para la solución de conflictos laborales y Agroecología y desarrollo rural **Diseño de imágenes para las actividades didácticas del programa:** - Agroecología y desarrollo rural	
3	Elaborar propuestas gráficas, piezas visuales y recursos necesarios para la diagramación de contenidos asociados a los componentes formativos asignados, de acuerdo con el diseño instruccional y el plan de trabajo definido por el responsable	Se realiza el **diseño de la línea gráfica** necesarios para la diagramación de los contenidos para los	**Evidencia 2.** Pantallazos de la línea gráfica y entrega en el planner.

	de la línea o del Ecosistema, cumpliendo las métricas, estándares y lineamientos institucionales.	componentes de formación: -Agroecología y desarrollo rural -Operaciones comerciales multicanal	
4	Diseñar documentos PDF, cartillas digitales, infografías, materiales complementarios, material multimedia, anexos, plantillas de contenido, diapositivas y demás apoyos requeridos para la producción audiovisual e incorporación en los recursos educativos digitales, conforme a las orientaciones y lineamientos institucionales vigentes.	**Se diseña la información del programa:** -Agroecología y desarrollo rural **Se diseña recuadros de los programas:** -Agroecología y desarrollo rural. - Creatividad para la solución de conflictos laborales	**Evidencia 3.** Pantallazos de la información del programa, los recuadros diseñados y entrega en el planner.
5	Diseñar las piezas gráficas requeridas para la adecuación, ambientación y montaje de los programas de formación virtual y/o a distancia en la plataforma LMS del SENA.	**Diseño y diagramación de componentes de formación:** CF2- Creatividad para la solución de conflictos laborales CF1 -Agroecología y desarrollo rural CF2 -Agroecología y desarrollo rural **Actualización componentes de formación:**	**Evidencia 4.** Pantallazos de muestra diseño del componente, actualizaciones de los componentes asignados y entrega en el planner.

		CF1, CF2, CF3 Y CF4 Prototipado industrial de prendas de vestir **CF1, CF2, CF3, CF4 Y CF5** Operaciones comerciales multicanal	
6	Realizar los ajustes solicitados a los productos desarrollados, garantizando el cumplimiento de los requerimientos establecidos y de las métricas y tiempos definidos en el plan de trabajo definido por el responsable de la línea.	Se realizan los ajustes o hallazgos solicitados: INFO PROGR-VIDEO OFERTA-Formulación de planes y estrategias en gestión sostenible energética INFO PROG y VIDEO OFERTA-MANEJO DE SUITE MICROSOFT 365 EN ENTORNOS EMPRESARIALES	**Evidencia 5.** Pantallazos de correcciones y pantallazo entrega en planner.
7	Elaborar la composición, ilustración y construcción de storyboards de acuerdo con los formatos instruccionales, guiones y plan de trabajo asignados por el responsable de la línea o del Ecosistema, atendiendo las métricas, estándares y lineamientos institucionales.	Diseño de pantalla para el video de oferta del programa entregado dentro de la línea gráfica. -Agroecología y desarrollo rural.	**Evidencia 6.** Pantallazo del diseño de pantalla de video y entrega en planner.
8	Diseñar e implementar los elementos necesarios para las actividades didácticas asignadas, conforme al plan de trabajo y de acuerdo con las métricas, estándares y lineamientos institucionales vigentes.	Se diseña dentro de la línea gráfica las imágenes requeridas para las actividades didácticas:	**Evidencia 7.** Pantallazo de las imágenes de las actividades didácticas.

		-Agroecología y desarrollo rural.	
9	Realizar los ajustes derivados de la aplicación de listas de chequeo efectuadas por el rol designado y atenderlos dentro de los tiempos definidos en el plan de trabajo emitido por el responsable de la línea o del Ecosistema.	Se realizan los ajustes o hallazgos solicitados: INFO PROGR-VIDEO OFERTA-Formulación de planes y estrategias en gestión sostenible energética INFO PROG y VIDEO OFERTA-MANEJO DE SUITE MICROSOFT 365 EN ENTORNOS EMPRESARIALES	**Evidencia 5.** Pantallazos de correcciones y pantallazo entrega en planner.
10	Dar cumplimiento con la entrega de productos asignados en los tiempos definidos de acuerdo con el plan de trabajo y/o cronograma establecido por el responsable de la línea de producción o responsable del Ecosistema de recursos educativos digitales.	Se cumple con la entrega de productos asignados en los tiempos definidos: **Diseño y elaboración de la línea grafica del programa:** -Agroecología y desarrollo rural -Operaciones comerciales multicanal **Diseño y elaboración de la información del programa:** -Agroecología y desarrollo rural	**Evidencia 2, 3, 4, y 5** Pantallazos de los diseños realizados y entregas en el planner.

		Diseño y diagramación de componentes de formación: CF2- Creatividad para la solución de conflictos laborales CF1 -Agroecología y desarrollo rural CF2 -Agroecología y desarrollo rural **Actualización componentes de formación:** **CF1, CF2, CF3 Y CF4** Prototipado industrial de prendas de vestir **CF1, CF2, CF3, CF4 Y CF5** Operaciones comerciales multicanal Se realizan los ajustes o hallazgos solicitados: INFO PROGR-VIDEO OFERTA-Formulación de planes y estrategias en gestión sostenible energética INFO PROG y VIDEO OFERTA-MANEJO DE SUITE MICROSOFT 365 EN ENTORNOS EMPRESARIALES	

11	Brindar apoyo a los demás roles en los momentos en que se requiera, según las necesidades de la línea y de acuerdo con el plan establecido por el por responsable de la línea, el supervisor y/o la Dirección de Formación Profesional.	**Se diseña recuadros de los programas:** -Agroecología y desarrollo rural. - Creatividad para la solución de conflictos laborales	**Evidencia 3.** Pantallazos de los recuadros diseñados y entrega en el planner.
12	Elaborar informes de actividades y demás documentos requeridos por el responsable de la línea, el supervisor y/o la Dirección de Formación Profesional, relacionados con los avances de las responsabilidades asignadas según el cronograma de trabajo establecido.	Se realiza el informe Gestión contractual y Gestión financiera correspondiente al mes de marzo 2026.	**Evidencia 8.** Pantallazo Informe Yuly Andrea Rey Quiñonez.
13	Participar en procesos de revisión, retroalimentación y actualización -en articulación con los roles necesarios de la línea de producción- tanto de los insumos recibidos como de los productos elaborados, atendiendo los requerimientos respectivos de los compañeros de proceso, responsable de la línea, repositorio y supervisor del contrato.	Se asiste a las reuniones convocadas de manera oportuna de la línea de producción a nivel nacional y de Santander. **Febrero 16** Reunión presencial en la sede Cajasan – San Gil **Marzo 5**, Reunión con el líder de la línea Santander para actualización de programas asignados. **Marzo 9,** Reunión con la Subdirectora Regional y líder de la línea Santander para revisión de avances de las metas trazadas para el 2026.	**Evidencia 1.** Pantallazos de reuniones.

14	Disponer de las herramientas necesarias para la realización de sus actividades entre ellas: conexión a internet, computador de escritorio o portátil y software equipado para el desarrollo gráfico de alta calidad y banco de recursos gráficos para usar en las propuestas gráficas asignadas	Se dispone de las herramientas necesarias para realizar las obligaciones. Herramientas de diseño, internet, computador,	**Evidencia 9.** Pantallazo de las herramientas y plataformas.

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: (i) Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales, (ii) los desplazamientos realizados y (iii) el pago de la planilla de seguridad social y parafiscal nro. **9501237681** de la planilla de aportes en línea referente al mes de febrero de 2026.

Cordialmente,

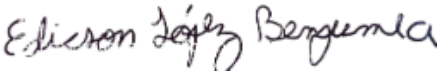


Firma

Yuly Andrea Rey Quiñonez

Contratista

C.C. No. 1.098.664.64 de Bucaramanga



Firma

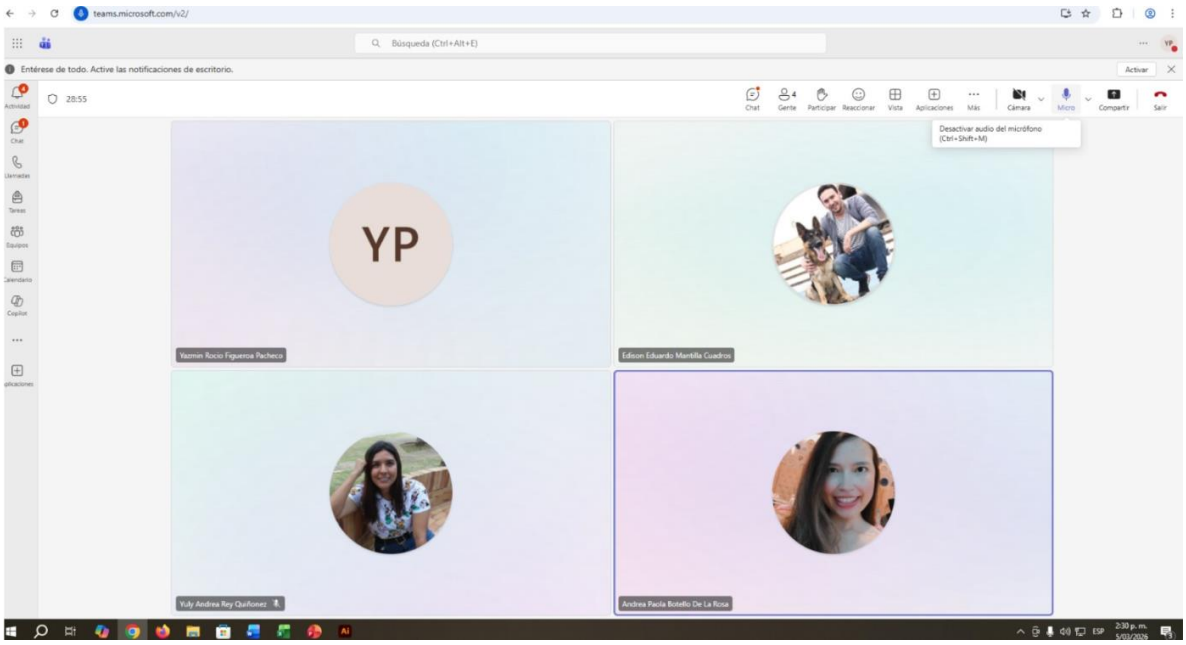
Edicson López Benjumea
SUPERVISOR CONTRATO No. CO1.PCCNTR.9172130
Instructor Grado 11
Coordinación Formación Virtual y presencial

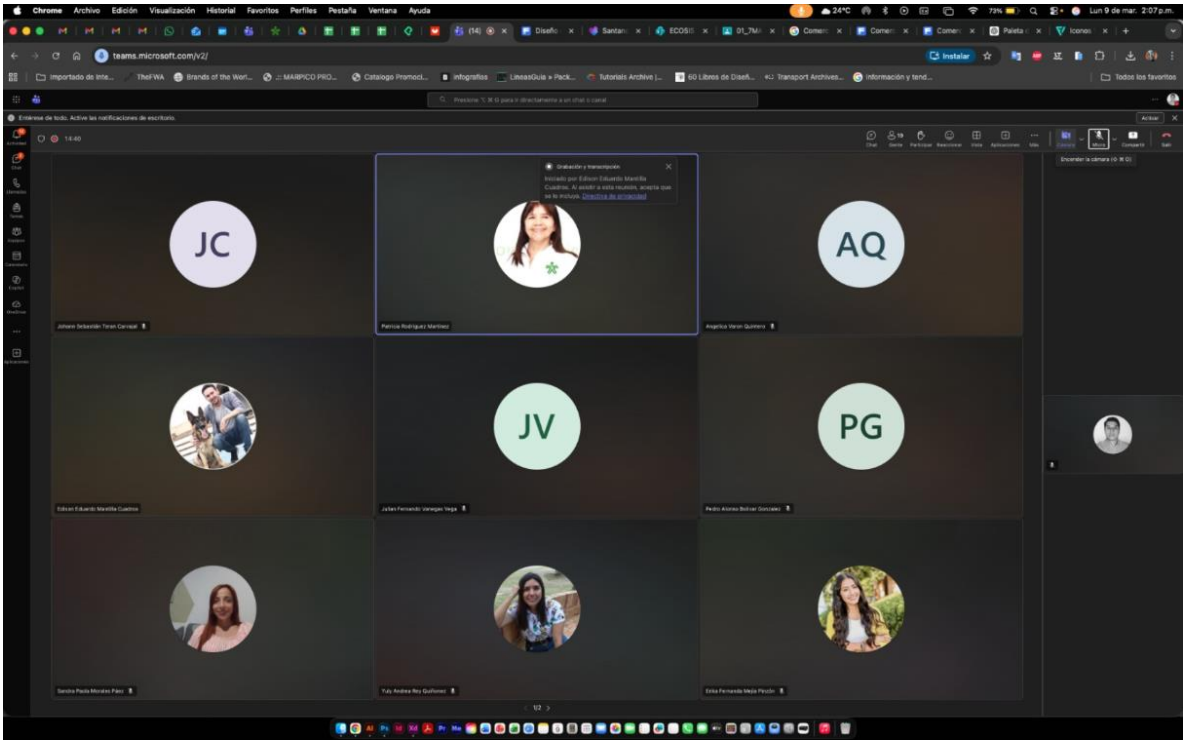
INFORME DE EVIDENCIAS CONTRACTUALES					
NOMBRE DEL CONTRATISTA: Yuly Andrea Rey Quiñonez					
NUMERO DE CONTRATO: CO1.PCCNTR.917230					
MES: Marzo					
CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Pública	x	Pública Clasificada		Pública Reservada	

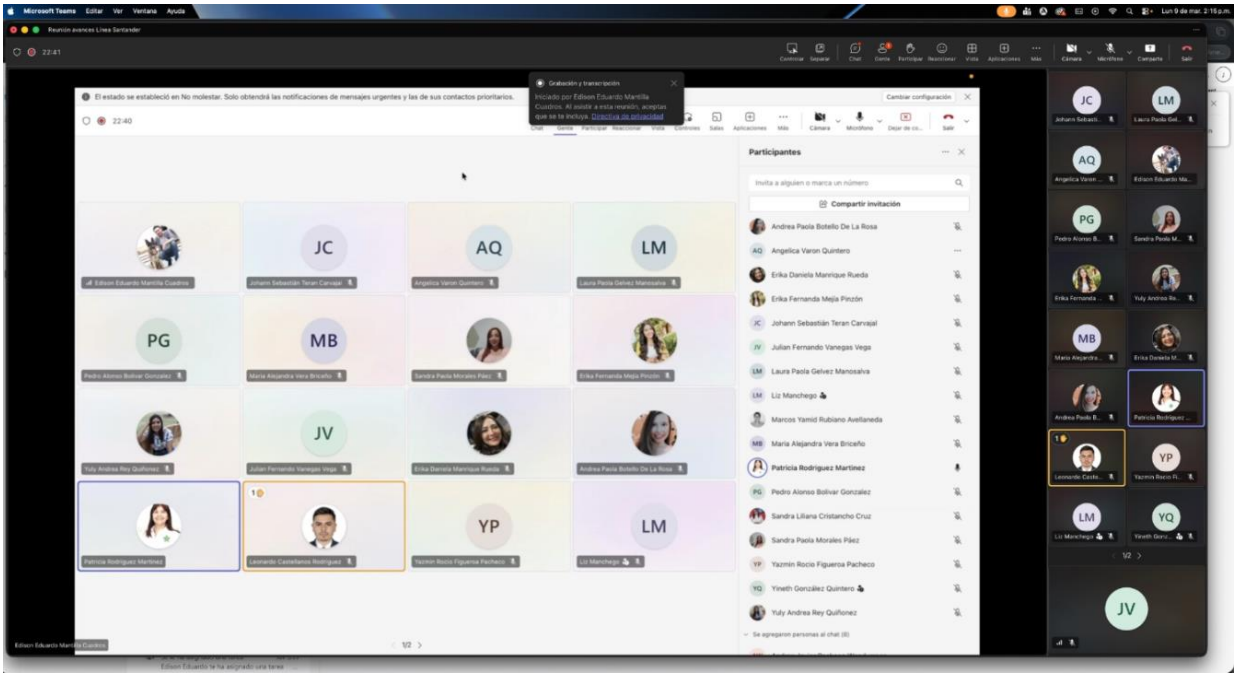
Evidencia 1



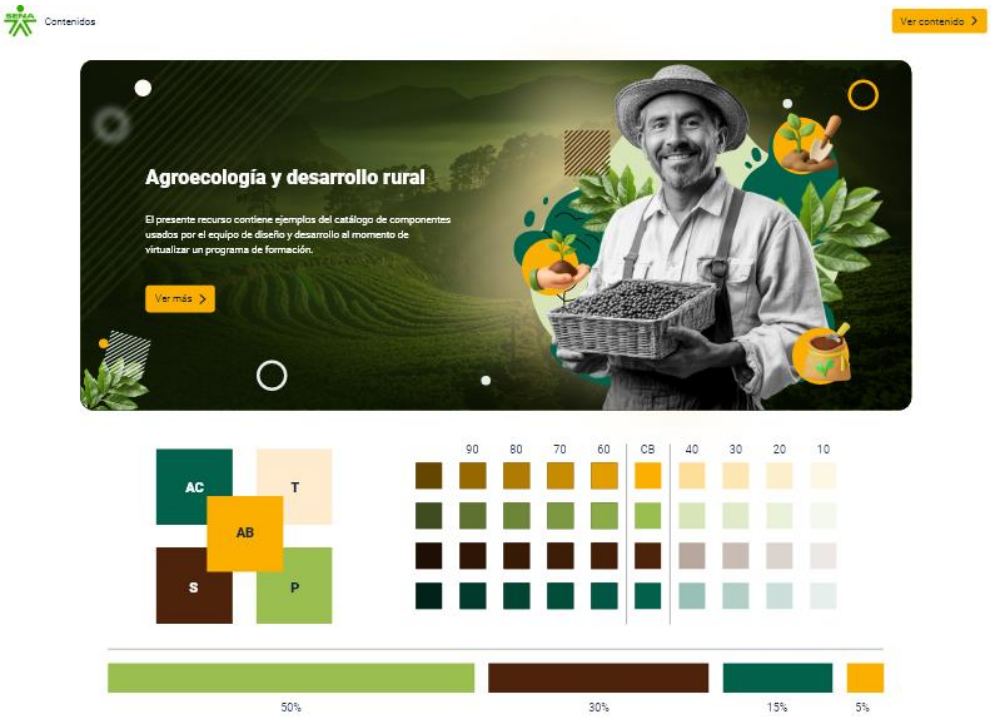


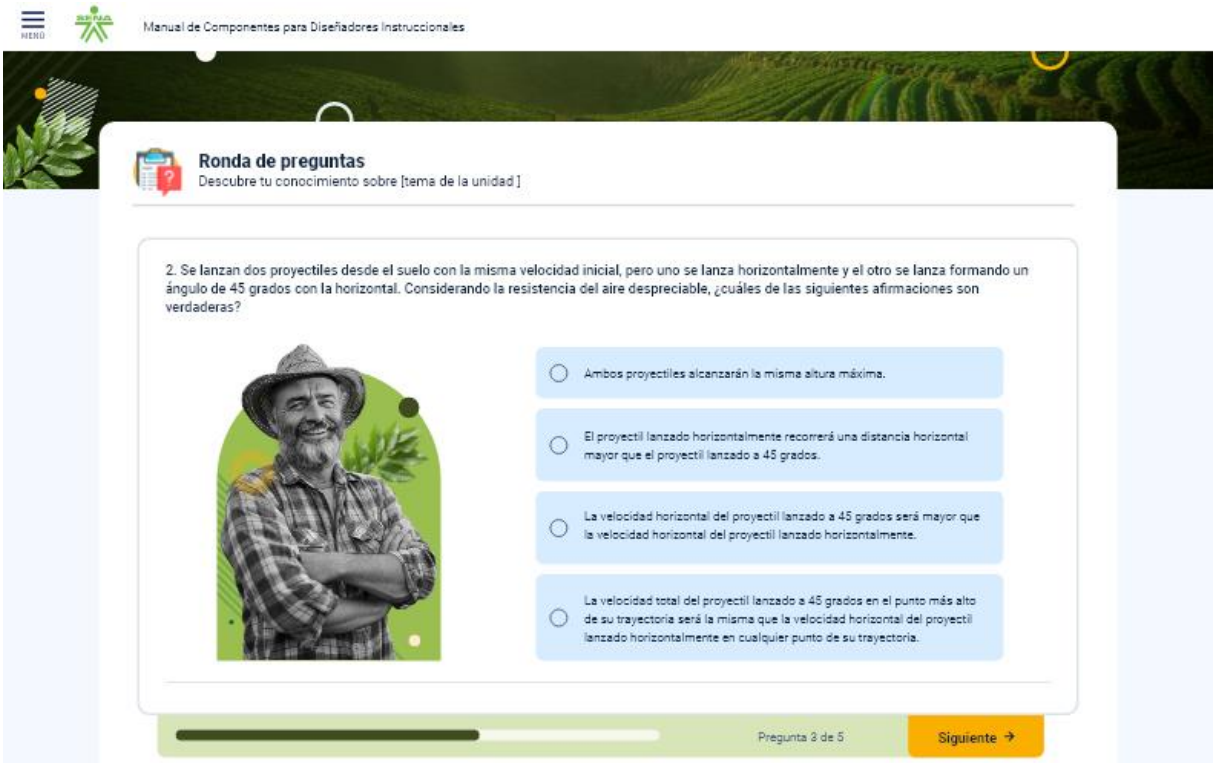

teams.microsoft.com/v2/
Entérese de todo. Active las notificaciones de escritorio.
Activar
Chat
Gente
Participar
Reaccionar
Vista
Aplicaciones
Más
Cámara
Micro
Compartir
Salir
Desactivar audio del micrófono (Ctrl+Shift+M)
YP
Yazmin Rocio Figueroa Pacheco
Edison Eduardo Mantilla Cuadros
Yuly Andrea Rey Quiñonez
Andrea Paola Botello De La Rosa


Chrome
teams.microsoft.com/v2/
Instalar
Entérese de todo. Active las notificaciones de escritorio.
Activar
JC
AQ
JV
PG


Participantes
Compartir invitación
JC
AQ
LM
PG
MB
JV
YP
LM
JV

Evidencia 2


Contenidos
Ver contenido
Agroecología y desarrollo rural
El presente recurso contiene ejemplos del catálogo de componentes usados por el equipo de diseño y desarrollo al momento de virtualizar un programa de formación.
Ver más
AC
T
AB
S
P
90
80
70
60
CB
40
30
20
10
50%
30%
15%
5%


Manual de Componentes para Diseñadores Instruccionales
Ronda de preguntas
Descubre tu conocimiento sobre [tema de la unidad]
2. Se lanzan dos proyectiles desde el suelo con la misma velocidad inicial, pero uno se lanza horizontalmente y el otro se lanza formando un ángulo de 45 grados con la horizontal. Considerando la resistencia del aire despreciable, ¿cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas?
Ambos proyectiles alcanzarán la misma altura máxima.
El proyectil lanzado horizontalmente recorrerá una distancia horizontal mayor que el proyectil lanzado a 45 grados.
La velocidad horizontal del proyectil lanzado a 45 grados será mayor que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente.
La velocidad total del proyectil lanzado a 45 grados en el punto más alto de su trayectoria será la misma que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente en cualquier punto de su trayectoria.
Pregunta 3 de 5
Siguiente


1.1 Título de segundo nivel, 24pt - interlineado 29pt
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur vestibulum tortor at blandit congue. Pellentesque vel felis posuere, molestie metus id, vulputate turpis. Maecenas cursus ante a diam porttitor mollis. Etiam vehicula dictum diam, eu pulvinar odio ultrices non. Vivamus viver
Título de tercer nivel, 20 pt - interlineado 27pt
The graphic designer's first consideration is always the size and shape of the format, whether for the printed page or for digital display. Can we all just agree as the greater design community to stop talking about Comic Sans altogether? Saul Bass on failure: Failure is built into creativity... the creative act involves this element of 'newness' and 'experimentalism,' then one must expect and accept the fucking possibility of failure. Make work that fucking matters. You are the source of every ounce.
The graphic designer's first consideration is always the size and shape of the format, whether for the printed page or for digital display. Can we all just agree as the greater design community to stop talking about Comic Sans altogether? Saul Bass on failure: Failure is built into creativity... the creThe graphic designer's first consideration is always the size and shape of the format, whether for the printed page or for digitic designer's first consideration is always the size and shape of the format, whether for the printed page or for digital display. Can we all just agree as the greater design community to stop talking about Comic Sans altogether? Saul Bass on failure: Failure is built into creativity... the creThe graphic designer's first consideration is always the size and shape of the format, whether for the printed page or for digitic designer's first consideration is always the size and shape.





¿Qué reflejan los protocolos de servicio al cliente?

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit vestibulum tortor, montes malesuada fusce cum tellus nam primis bibendum, nisi maecenas nascetur class condimentum elementum lacinia scelerisque. Nulla mollis ornare bibendum inceptos quisque litora.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit vestibulum tortor, montes malesuada fusce cum tellus nam primis edeba bibendum, nisi maecenas nascetur class condimentum elemen guiopoas invermnop del noveittum mentum elementum mentum elementum lacinia scelerisquum elementum lacinia scelerisque. Nulla mollis ornare biben dum inceptos quisque litora.



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit vestibulum tortor, montes olio malesuada fusce cum tellus nam primis bibendum, nisi maecenas nascetur class condimentum elementum lacinia scelerisque. **Nulla mollis ornare bibendum inceptos quisque litora.** Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit vestibulumiol sum tortor, montes malesuada fusce cum tellus nam primis bibendum, nisi maecenas nascetur class condimentum elementum lacinia scelerisque.

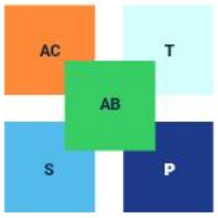
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit vestibulum tortor, montes malesuada fusce cum tellus nam primis bibendum, nisi maecenas nascetur class condimentum elementum lacinia scelerisque. Nulla mollis ornare bibendum inceptos quisque litora.

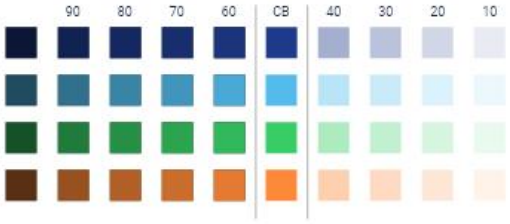
3. Audio













En este documento se comprenderá el mercadeo y sus componentes necesarios para desarrollar acciones en el mercado dirigidas a los consumidores de un producto o servicio. Igualmente, se entenderán los mercados y el proceso de cómo dividirlos en grupos de clientes potenciales. Por otro lado, se explorarán técnicas e instrumentos de recolección de datos para crear una base de datos.

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2013, p. 35), el mercadeo es un "**proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los clientes**". Igualmente, Stanton et al, (2007, p. 9) manifiestan que el "**concepto de marketing hace hincapié en la orientación al cliente y en la coordinación de las actividades de marketing para alcanzar los objetivos de desempeño de la organización**".

Por tanto, se puede decir que el mercadeo es una serie de procesos y actividades que busca conocer las necesidades de los consumidores para influir en sus gustos y deseos mediante técnicas y estrategias, ofreciendo bienes y servicios que le generen un valor agregado y le dejen una experiencia.



En este documento se comprenderá el mercadeo y sus componentes necesarios para desarrollar acciones en el mercado dirigidas a los consumidores de un producto o servicio. Igualmente, se entenderán los mercados y el proceso de cómo dividirlos en grupos de clientes potenciales. Por otro lado, se explorarán técnicas e instrumentos de recolección de datos para crear una base de datos.



De acuerdo con Kotler y Armstrong (2013, p. 35), el mercadeo es un "proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los clientes". Igualmente, Stanton et al, (2007, p. 9) manifiestan que el "concepto de marketing hace hincapié en la orientación al cliente y en la coordinación de las actividades de marketing para alcanzar los objetivos de desempeño de la organización".

Slider







Diseño lógico

En este documento se comprenderá el mercadeo y sus componentes necesarios para desarrollar acciones en el mercado dirigidas a los consumidores de un producto o servicio. Igualmente, se entenderán los mercados y el proceso de cómo dividirlos en grupos de clientes potenciales.


Estilo Pestañas o Tab 2
PASO 1: The splendor
PASO 2: Get back to work
PASO 3: The mystery
PASO 4: Odds against
Diseño lógico
En este documento se comprenderá el mercadeo y sus componentes necesarios para desarrollar acciones en el mercado dirigidas a los consumidores de un producto o servicio. Igualmente, se entenderán los mercados y el proceso de cómo dividirlos en grupos de clientes potenciales.
Primitivas
Primitivas
Primitivas
Primitivas
Primitivas
En este documento se comprenderá el mercadeo y sus componentes necesarios para desarrollar acciones en el mercado dirigidas a los consumidores de un producto o servicio. Igualmente, se entenderán los mercados y el proceso de cómo dividirlos en grupos de clientes potenciales.
Modal


Investigar el mercado
1
Para ver qué oferta podremos dar al público seleccionado, se desarrollan entrevistas informales con grupos de consumidores para entender motivaciones, actitudes y comportamientos, a través de un cuestionario. Incluyendo:
Atributos y su nivel de importancia.
Formas de uso del producto.
Actitudes hacia la categoría.
Factores demográficos y psicográficos de los encuestados.
Investigar el mercado
Para ver qué oferta podremos dar al público seleccionado, se desarrollan entrevistas informales con grupos de consumidores para entender motivaciones, actitudes y comportamientos, a través de un cuestionario. Incluyendo:
2
Investigar el mercado
3
Para ver qué oferta podremos dar al público seleccionado, se desarrollan entrevistas informales con grupos de consumidores para entender motivaciones, actitudes y comportamientos, a través de un cuestionario. Incluyendo:
Atributos y su nivel de importancia.
Formas de uso del producto.
Actitudes hacia la categoría.
Factores demográficos y psicográficos de los encuestados.

Yuly Andrea Rey Quiñonez 12 de marzo de 2026 17:41

Se hace entrega de la linea Gráfica asignada

Edison Eduardo Mantilla Cuadros 10 de marzo de 2026 0:08

Nueva Tarea "Línea gráfica-621209-Operaciones comerciales multicanal" creada

Yuly Andrea Rey Quiñonez 19 de febrero de 2026 18:28

eemantilla@sena.edu.co Se hace entrega de la Línea gráfica asignada, quedo muy atenta :)

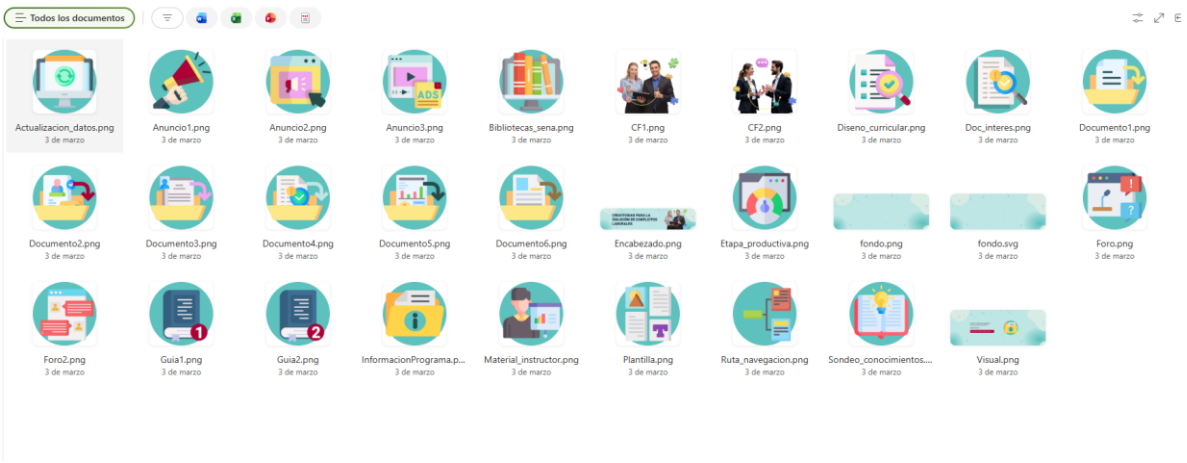
Edison Eduardo Mantilla Cuadros 16 de febrero de 2026 21:41

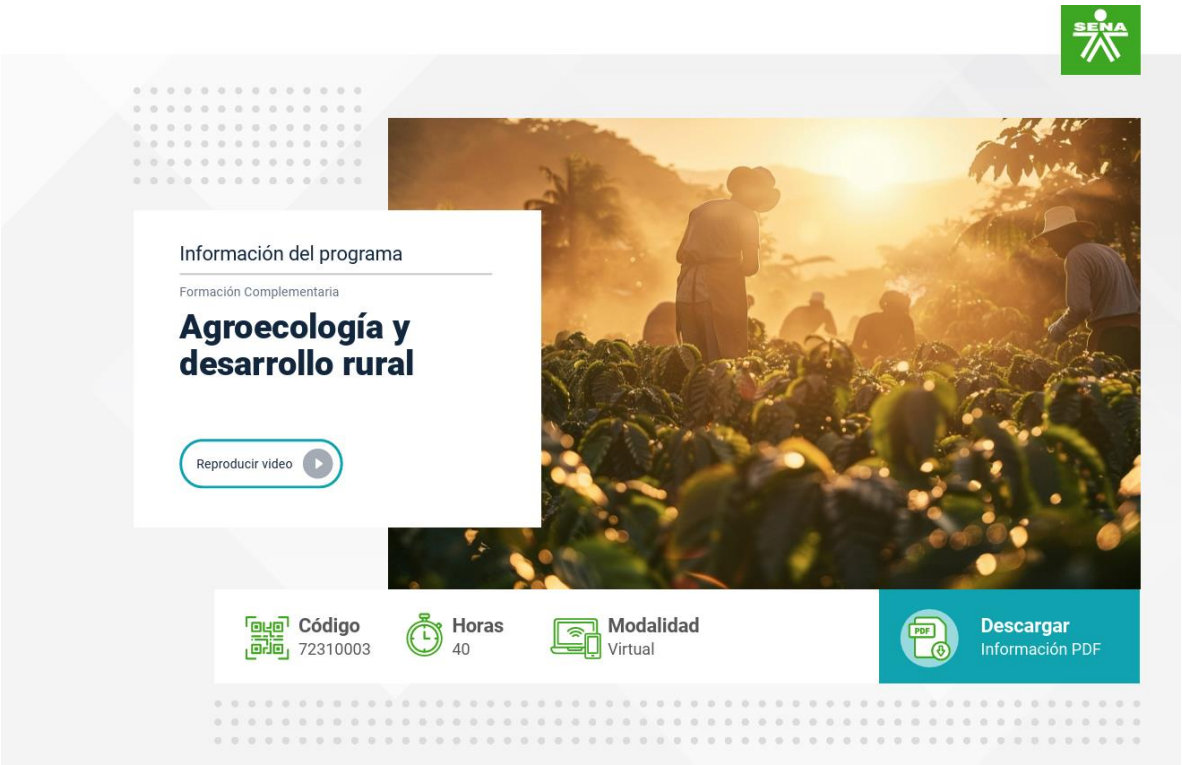
Se asigna línea gráfica a yarey@sena.edu.co
Inicio: 18 febrero - Entrega: 19 febrero

Edison Eduardo Mantilla Cuadros
Centro Agroturistico - Contratista
eemantilla@sena.edu.co

Evidencia 3




Todos los documentos
Actualizacion_datos.png
Anuncio1.png
Anuncio2.png
Anuncio3.png
Bibliotecas_sena.png
CF1.png
CF2.png
Diseno_curricular.png
Doc_interes.png
Documento1.png
Documento2.png
Documento3.png
Documento4.png
Documento5.png
Documento6.png
Encabezado.png
Etapa_productiva.png
fondo.png
fondo.svg
Foro.png
Foro2.png
Guia1.png
Guia2.png
InformacionPrograma.p...
Material_instructor.png
Plantilla.png
Ruta_navegacion.png
Sondeo_conocimientos....
Visual.png


Información del programa
Formación Complementaria
Agroecología y desarrollo rural
Reproducir video
Código
72310003
Horas
40
Modalidad
Virtual
Descargar
Información PDF

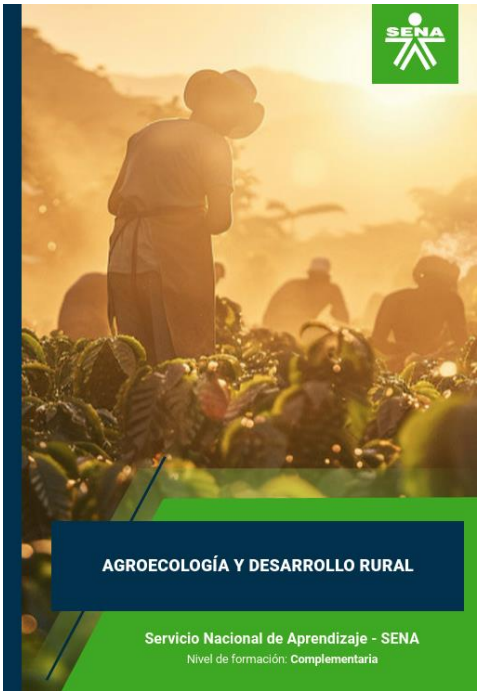




01 Presentación

Este programa de formación complementaria virtual en agroecología y desarrollo rural ofrece a los aprendices la oportunidad de fortalecer sus competencias técnicas, ambientales y socioeconómicas para la comprensión integral de los sistemas productivos rurales y la gestión sostenible del territorio. A lo largo del proceso formativo, los participantes desarrollarán habilidades para el análisis de agroecosistemas, la implementación de prácticas agroecológicas y la formulación de propuestas orientadas a la sostenibilidad ambiental, la productividad responsable y el bienestar comunitario.

Asimismo, el programa promueve la aplicación de enfoques integrales que articulan el conocimiento científico con los saberes tradicionales, fomentando la producción limpia, la reconversión agropecuaria sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. De esta manera, se contribuye al fortalecimiento de competencias laborales alineadas con las dinámicas actuales del sector rural, favoreciendo el desarrollo territorial, la seguridad alimentaria y la sostenibilidad, en concordancia con los lineamientos del SENA y las necesidades del sector agropecuario.





Yuly Andrea Rey Quiñonez 27 de febrero de 2026 7:06
eemantilla@sena.edu.co

Hola :) se hace entrega de la información del programa, quedo muy atenta :)

Erika Daniela Manrique Rueda 25 de febrero de 2026 16:27
Cordial saludo,

Se realiza la entrega de la validación del documento instruccional de la información del programa 72310003-Agroecología y desarrollo rural, listo para diseño.

Yuly Andrea Rey Quiñonez 17 de febrero de 2026 17:48
eemantilla@sena.edu.co Hola :) se hace entrega del diseño de los recuadros del programa, quedo muy atenta, gracias

Evidencia 4


Contenidos
Ver contenido
Comunicación asertiva para la gestión de conflictos
Este componente formativo desarrolla habilidades comunicativas y de pensamiento necesarias para gestionar conflictos laborales de manera asertiva. Aborda el proceso comunicativo, los estilos de conducta, el análisis de problemas y la formulación de soluciones mediante metodologías estructuradas, promoviendo el diálogo, la toma de decisiones informadas y la construcción de acuerdos que fortalezcan el clima organizacional.
Ver más
AC
T
AB
S
P
90
80
70
60
CB
40
30
20
10


MENÚ
Manual de Componentes para Diseñadores Instruccionales
Introducción
La forma en que las personas comunican sus ideas, emociones y puntos de vista desempeña un papel decisivo en la gestión de los conflictos laborales. No basta con tener argumentos sólidos o propuestas bien estructuradas; el impacto real de la comunicación depende, en gran medida, de cómo se expresan. Una comunicación inadecuada puede intensificar tensiones y malentendidos, mientras que una comunicación clara y consciente puede abrir espacios de diálogo, comprensión y búsqueda conjunta de soluciones.
La comunicación funciona como un sistema esencial que permite la circulación de la información, la articulación entre áreas, la coordinación de acciones y el mantenimiento del equilibrio interno. Cuando este proceso se interrumpe, se distorsiona o se debilita, surgen dificultades que afectan el clima laboral, las relaciones interpersonales y el cumplimiento de los objetivos institucionales. Por esta razón, comunicarse con claridad, coherencia y oportunidad no es un aspecto secundario del trabajo, sino una condición fundamental para su adecuado desarrollo.
Por ello, la comunicación asertiva adquiere especial relevancia. Ser asertivo implica expresar ideas, necesidades y emociones de manera firme y respetuosa, evitando actitudes agresivas o pasivas. Esta forma de comunicación favorece relaciones laborales equilibradas y constructivas, incluso en situaciones de desacuerdo o conflicto y contribuye al fortalecimiento de entornos de trabajo más colaborativos y saludables.

1 El proceso comunicativo

La comunicación es un proceso intencional mediante el cual una persona transmite un mensaje con el propósito de generar comprensión, compartir significados o influir en la conducta de otra.

Este proceso no ocurre de manera automática, se construye a partir de la interacción, la interpretación del mensaje y la respuesta que se genera.



Comprender la comunicación como proceso permite reconocer que intervienen múltiples factores que pueden facilitar o dificultar el entendimiento. Cada mensaje se inicia, se desarrolla y concluye, pero su efecto depende de cómo es codificado, transmitido, recibido e interpretado. Por ello, mejorar la comunicación exige analizar no solo lo que se dice, sino ubicar diferentes factores que intervienen.

Tipos de comunicación

La comunicación se manifiesta principalmente a través de tres formas que actúan de manera complementaria: la comunicación verbal, la comunicación no verbal y la comunicación paraverbal. Cada una, se integra en el proceso comunicativo y en conjunto, influyen en la interpretación y el significado del mensaje:



Comunicación verbal

Utiliza palabras, ya sea de forma oral o escrita, para estructurar ideas, argumentos y explicaciones.



Comunicación no verbal

Se expresa mediante gestos, miradas, posturas, movimientos corporales, imágenes y otros signos que acompañan o refuerzan el mensaje verbal.



Comunicación paraverbal

Integra la forma en que se emite el mensaje verbal, a través del tono de voz, la entonación, el ritmo, el volumen, las pausas y los silencios, influyendo en la interpretación y el significado del mensaje.

Los tres tipos de comunicación influyen de manera directa en la interpretación del mensaje. En muchas situaciones, los componentes no verbales y paraverbales adquieren mayor relevancia que las palabras, especialmente cuando existe incoherencia entre lo que se dice y la forma en que se expresa.

comunicación.



Ejemplo pedagógico de estas barreras:

Supongamos que un docente explica una actividad utilizando un lenguaje muy técnico y extenso. Algunos estudiantes no comprenden completamente las instrucciones, lo que constituye una **barrera semántica.**

Al mismo tiempo, uno de los participantes se siente inseguro de preguntar por temor a equivocarse o a ser juzgado por sus compañeros, lo que refleja una **barrera psicológica.**

Además, el salón tiene ruido externo o mala acústica, dificultando que todos escuchen con claridad, lo que corresponde a una **barrera física.**

Como resultado, el mensaje no llega de forma clara y se presentan errores en el desarrollo de la actividad.

Este ejemplo expone cómo reconocer las barreras de la comunicación permite ajustar el lenguaje, mejorar el ambiente y generar un clima de confianza para asegurar una comunicación más efectiva.

La asertividad no es un acto aislado, sino un proceso continuo de comunicación positiva y constructiva. Implica escuchar activamente, interpretar el lenguaje no verbal del interlocutor y ajustar el mensaje para lograr una retroalimentación efectiva. Además, está estrechamente relacionada con la autoestima: una alta confianza personal facilita la expresión asertiva, mientras que una autoestima baja suele derivar en conductas pasivas.

Pautas clave para una comunicación asertiva



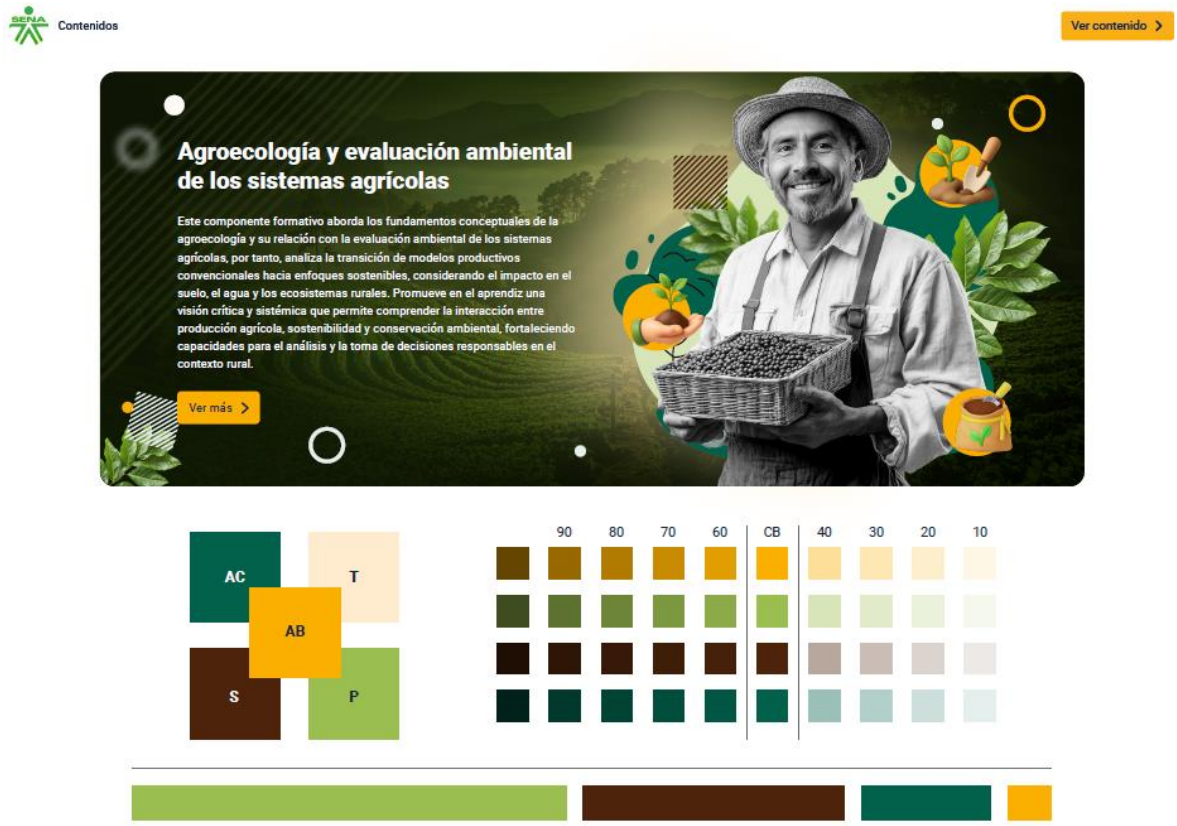
- **Adaptación:** ajustar el lenguaje, el tono y la postura al interlocutor para generar empatía, sin exagerar ni imitar de forma artificial.
- **Lenguaje claro y directo:** expresar ideas sin ambigüedades, evitando tecnicismos innecesarios o generalizaciones ofensivas.
- **Responsabilidad comunicativa:** hablar en primera persona y asumir lo que se piensa y se siente.
- **Entonación y coherencia:** variar el tono de voz según la intención del mensaje y mantener congruencia con el lenguaje corporal.

Manejo de personas problemáticas

En espacios laborales existen personas que, por su comportamiento recurrente, se convierten en focos de problemas y se pueden encontrar en cualquier nivel jerárquico y en ocasiones, uno mismo puede adoptar este rol sin notarlo. No existen fórmulas universales para tratarlas, pero sí estrategias asertivas fundamentales: controlar la ira, comprender las causas del comportamiento, usar un lenguaje respetuoso, cuidar el lenguaje corporal y reconocer los propios aspectos a mejorar.

Identificar estos estilos y responder con asertividad contribuye a reducir tensiones, mejorar la convivencia laboral y fortalecer relaciones profesionales saludables.




Contenidos
Ver contenido
Agroecología y evaluación ambiental de los sistemas agrícolas
Este componente formativo aborda los fundamentos conceptuales de la agroecología y su relación con la evaluación ambiental de los sistemas agrícolas, por tanto, analiza la transición de modelos productivos convencionales hacia enfoques sostenibles, considerando el impacto en el suelo, el agua y los ecosistemas rurales. Promueve en el aprendiz una visión crítica y sistémica que permite comprender la interacción entre producción agrícola, sostenibilidad y conservación ambiental, fortaleciendo capacidades para el análisis y la toma de decisiones responsables en el contexto rural.
Ver más
AC
T
AB
S
P
90
80
70
60
CB
40
30
20
10


MENÚ
Agroecología y evaluación ambiental de los sistemas agrícolas
Introducción
La agricultura constituye uno de los pilares fundamentales del desarrollo humano, al garantizar la producción de alimentos, materias primas y medios de subsistencia para millones de personas en el mundo. A lo largo de la historia, los sistemas agrícolas han evolucionado en respuesta a cambios tecnológicos, sociales y económicos, dando lugar a modelos productivos con distintos niveles de impacto sobre el ambiente y las comunidades rurales.
Durante el siglo XX, la revolución verde representó un punto de inflexión en la intensificación de la producción agrícola, al impulsar el uso de semillas mejoradas, fertilizantes sintéticos, agroquímicos y procesos de mecanización. Aunque este modelo contribuyó de manera significativa al aumento de la disponibilidad de alimentos a nivel mundial, también ocasionó impactos negativos sobre el suelo, los recursos hídricos, la biodiversidad y la salud. Como consecuencia, la progresiva degradación de los recursos naturales, la reducción de la diversidad biológica y la creciente dependencia de insumos externos pusieron en evidencia la necesidad de transformar los sistemas productivos, orientándolos hacia enfoques más sostenibles, resilientes y ambientalmente responsables.

1.1 Principales características

La revolución verde se caracterizó por la implementación de un modelo agrícola intensivo basado en la modernización tecnológica y la estandarización de los sistemas productivos.

Sus principales características son:

Uso de semillas mejoradas de alto rendimiento

Se desarrollaron variedades híbridas y posteriormente variedades genéticamente mejoradas capaces de producir mayores volúmenes por hectárea, especialmente en cultivos como trigo, arroz y maíz.

Dependencia de insumos químicos

Mecanización agrícola

Riego tecnificado

Especialización y monocultivo

Integración al mercado global



1.2 Logros productivos y problemáticas ambientales

Desde el punto de vista productivo, la revolución verde generó resultados significativos, entre ellos:



Incremento en rendimientos agrícolas

Los rendimientos de cereales como trigo y arroz aumentaron considerablemente, contribuyendo a reducir el riesgo inmediato de hambrunas en varios países.



Disminución de precios relativos de alimentos

El aumento de la oferta permitió estabilizar mercados y mejorar la disponibilidad alimentaria.



Modernización tecnológica

Se fortaleció la investigación agrícola y la transferencia tecnológica en numerosos países en desarrollo.



Impulso a la agroindustria

Se consolidaron cadenas productivas y sistemas de comercialización más estructurados.

Problemáticas ambientales

El modelo de la revolución verde generó múltiples impactos ambientales derivados del uso intensivo de recursos naturales y agroquímicos, algunos de ellos fueron:

- Degradación del suelo: el uso continuo de fertilizantes sintéticos alteró la estructura biológica del suelo, reduciendo su materia orgánica y biodiversidad microbiana.
- Contaminación de fuentes hídricas: el escurrimiento de nitratos y fosfatos provenientes de fertilizantes generó eutrofización en ríos y lagos.
- Pérdida de biodiversidad: la sustitución de variedades tradicionales por monocultivos redujo la diversidad genética agrícola.
- Dependencia energética: la producción intensiva aumentó el consumo de combustibles fósiles, contribuyendo a la emisión de gases de efecto invernadero.
- Salinización y desertificación.
  En zonas con riego intensivo, el manejo inadecuado provocó acumulación de sales y degradación irreversible del suelo.

La productividad a corto plazo no consideró la capacidad de carga ecológica de los ecosistemas.



2 Fundamentos de la agroecología



Surge como alternativa al modelo agrícola convencional, caracterizado por el uso intensivo de agroquímicos, monocultivos y alta dependencia de insumos externos.

La agroecología es un enfoque científico, práctico y social que aplica principios ecológicos al diseño y manejo de sistemas agrícolas sostenibles. Integra conocimientos tradicionales y científicos para fortalecer la resiliencia, equidad y sostenibilidad de los agroecosistemas.

La agroecología no es únicamente un conjunto de técnicas, sino un paradigma de transformación rural.

Evolución histórica del enfoque agroecológico

Origen conceptual | Bases científicas | Enfoque sistémico | Dimensión social y política | Reconocimiento internacional



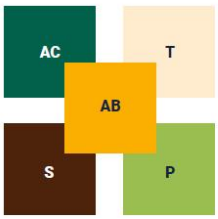
Segunda mitad del siglo XX – Origen conceptual

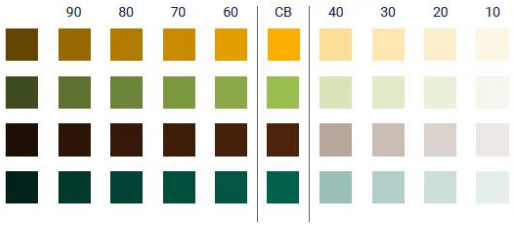
La agroecología emerge como respuesta crítica a las limitaciones ambientales y sociales del modelo agrícola industrial, planteando la necesidad de integrar principios ecológicos en la producción de alimentos.

Contenidos

Ver contenido









1 Producción agropecuaria y medio ambiente



La producción agropecuaria constituye una de las actividades más importantes para el desarrollo económico, social y alimentario de la población en Colombia; sin embargo, su interacción directa con los recursos naturales hace que tenga una influencia significativa sobre el medio ambiente.

El manejo inadecuado de los sistemas agrícolas y pecuarios puede generar deterioro ambiental, mientras que la aplicación de prácticas sostenibles permite equilibrar la producción con la conservación de los ecosistemas.

Así mismo, comprender la relación entre producción agropecuaria y medio ambiente es fundamental para promover modelos productivos responsables que garanticen la sostenibilidad, la seguridad alimentaria y el bienestar de las comunidades rurales.

Concepto de medio ambiente y problemática ambiental global.

El medio ambiente se entiende como el conjunto de elementos naturales, sociales y culturales que rodean a los seres vivos e influyen en su desarrollo y bienestar.

Incluyen componentes como el suelo, el agua, el aire, la flora, la fauna y las interacciones que se establecen entre ellos y las actividades realizadas por el ser humano.

1.2 Producción limpia y reconversión productiva

Estas surgen como respuesta a los impactos ambientales, sociales y económicos generados por los modelos agropecuarios convencionales, teniendo en cuenta que, estos enfoques promueven la adopción de prácticas que permitan producir alimentos de manera eficiente, reduciendo el uso de insumos contaminantes, optimizando los recursos naturales y garantizando la sostenibilidad de los sistemas productivos rurales.



La implementación de la producción limpia implica un cambio de visión en la forma de manejar los sistemas agrícolas y ganaderos, pasando de modelos extractivos a modelos preventivos y sostenibles, en los cuales la conservación del suelo, el agua y la biodiversidad se integran al proceso productivo.

Uso eficiente de los recursos naturales



Alternativas de producción más limpia (agricultura orgánica)

La agricultura orgánica es una de las principales alternativas de producción más limpia, ya que se basa en el respeto por los ciclos naturales y en la conservación de la biodiversidad. Con ello, el sistema productivo evita el uso de agroquímicos sintéticos y organismos genéticamente modificados, priorizando el manejo ecológico del suelo y de los cultivos.



Características de la agricultura orgánica:

- Uso de abonos orgánicos como compost, estiércol y biofertilizantes.
- Control biológico de plagas y enfermedades.
- Rotación y asociación de cultivos.
- Conservación de la fertilidad del suelo y la vida microbiana.
- Producción de alimentos saludables y de alta calidad.

La agricultura orgánica contribuye a la reducción de la contaminación del suelo y del agua, mejora la resiliencia de los agroecosistemas y fortalece la economía campesina al generar valor agregado y acceso a mercados diferenciados.



Desarrollo sostenible en el contexto rural

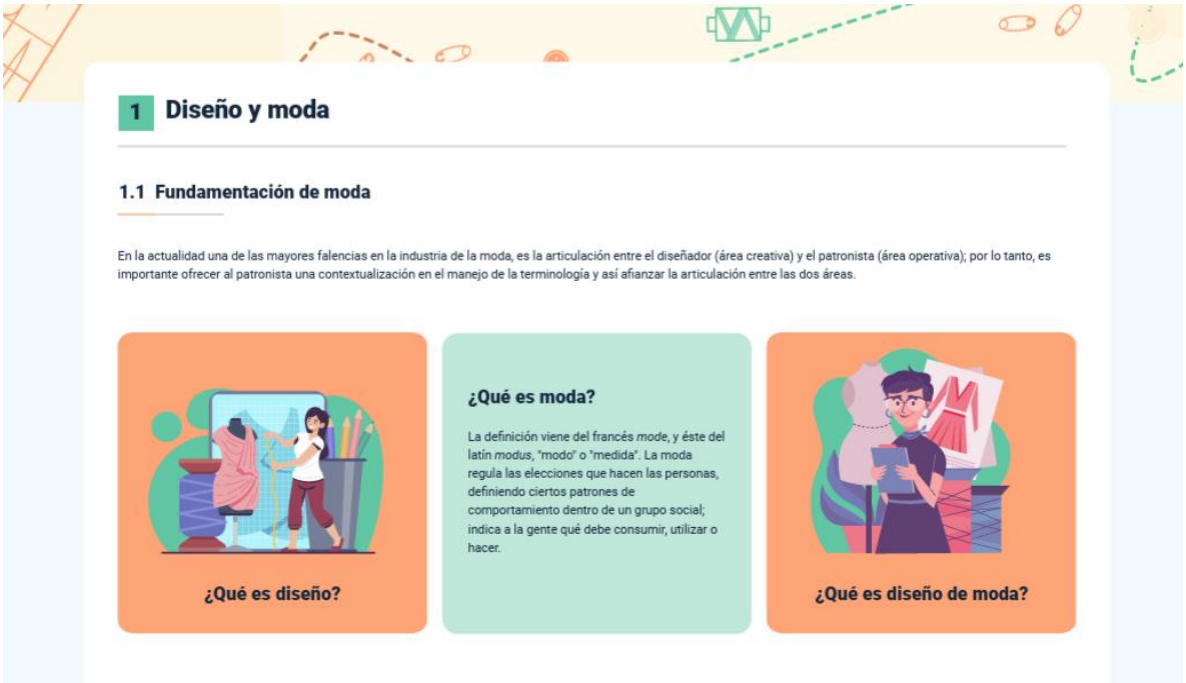
En el ámbito rural, el desarrollo sostenible implica:

- Producción agropecuaria responsable.
- Conservación de ecosistemas estratégicos.
- Fortalecimiento de la economía campesina.
- Reducción de pobreza rural.

El desarrollo rural sostenible requiere planificación territorial participativa y enfoque sistémico.

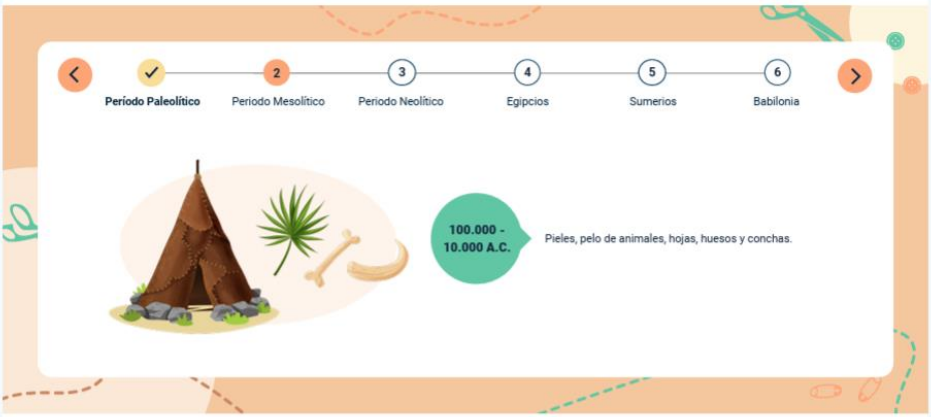



Ver contenido
Características de diseño y fundamentación textil
En este componente formativo aprenderá a identificar las características, partes, composición, categorización y detalles en el análisis y comprensión de prendas de vestir. Dentro del proceso se hace una contextualización del lenguaje técnico empleado en el diseño de modas, con el fin de apoyar una parte del proceso en la construcción de prendas de vestir.
Ver más
AC
T
AB
S
P
90
80
70
60
CB
40
30
20
10


1 Diseño y moda
1.1 Fundamentación de moda
En la actualidad una de las mayores falencias en la industria de la moda, es la articulación entre el diseñador (área creativa) y el patronista (área operativa); por lo tanto, es importante ofrecer al patronista una contextualización en el manejo de la terminología y así afianzar la articulación entre las dos áreas.
¿Qué es diseño?
¿Qué es moda?
La definición viene del francés mode, y éste del latín modus, "modo" o "medida". La moda regula las elecciones que hacen las personas, definiendo ciertos patrones de comportamiento dentro de un grupo social; indica a la gente qué debe consumir, utilizar o hacer.
¿Qué es diseño de moda?

Historia del vestuario

Es un reflejo de los cambios sociales, políticos y culturales que tienen lugar alrededor del mundo a medida de los años. Conforme el humano ha evolucionado, también lo ha hecho su vestimenta e indumentaria.



1.2 Universos de vestuario

Son conceptos de moda que responden a la necesidad de categorizar, segmentar y agrupar prendas de vestir, accesorios e indumentaria con características similares, los universos de vestuario deben ser organizados según el consumidor o mercado objetivo de cada marca.

Cuando se habla de determinantes o factores del ¿por qué? nos vestimos, el mercado no se queda atrás, la segmentación, gamas de mercados, categorización de productos frente a los escenarios del consumo va de la mano con la categorización de las prendas.

- **Gama de mercado:** Conjunto de productos de un segmento de mercado que una empresa ofrece a sus consumidores.
- **Gama:** Cualquier serie de cosas que varían gradualmente.
- **Mercado:** Espacio físico o virtual en el que tienen lugar transacciones económicas.
- **Consumidor:** Es un agente económico con una serie de necesidades.
- **Segmento:** Es una parte o algo que junto con otras se encuentra formando un todo.



En gamas de mercado para el sistema moda, se encuentran movimientos que se han ido adaptando a lo largo de la historia, a través de las necesidades, evoluciones y revoluciones, cada una de las segmentaciones son movimientos transitorios, algunos de ellos perdurando con el paso de los años:

Principales. *Haute couture, pret a porter, fast fashion, slow fashion.*
Transitorias. *Vegan fashion, ethical fashion, eco fashion, circle fashion.*



***Haute couture* / Alta costura**

Prendas exclusivas a la medida del cliente. Prendas hechas a medida, de forma artesanal.



***Pret a Porter* / Listo para llevar**

Prendas producidas en serie con patrones que se repiten. Industrialización de la moda. No son personalizadas ni exclusivas. *Ready to wear.*



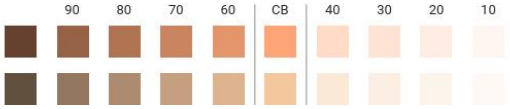
***Fast Fashion* / Moda rápida**

Trasladar propuestas de grandes casas de diseño, a tiendas para capturar alguna tendencia, lo más rápido posible. Producción de prendas en tiempos muy cortos a un bajo costo - cápsulas.

Iniciar







Es la estructura o disposición de los órganos y las partes del cuerpo. Es entonces que la anatomía descriptiva considera el cuerpo humano dividido en:

Cabeza



Cara - cráneo.
Cuello: esternocleidomastoideo - anterior, lateral, posterior.

Tronco



Dorsal - pectoral - abdominal - perineal.

Extremidades superiores



Hombro, brazo, codo, antebrazo y mano.
Mano: dorso y palma. Carpo, metacarpo y dedos.

Extremidades inferiores

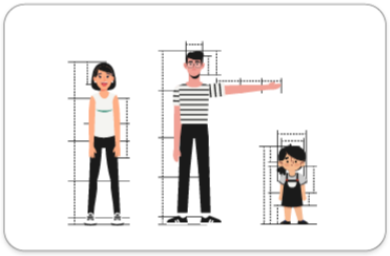


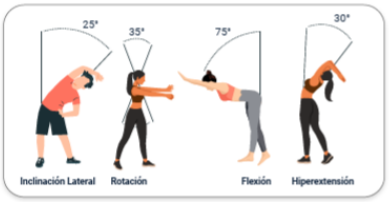
Cadera, muslo, rodilla, pierna y pie.
Pie: dorso y palma, Tarso, metatarso y dedos.

1

Antropometría

Estudio de las proporciones y las medidas del cuerpo humano.





Ergonomía

Es el estudio de las condiciones de adaptación de un lugar de trabajo, una máquina, un vehículo, una prenda y cualquier otro producto de uso humano, a las características físicas del trabajador o el usuario.

2

3

Biomecánica

Es un área de conocimiento que estudia la actividad física de nuestro cuerpo en circunstancias y condiciones diferentes; analiza las consecuencias mecánicas que se derivan de esas actividades en nuestra vida cotidiana, en el trabajo, haciendo deporte, etc.



Somatotipos

Es un sistema diseñado para clasificar el tipo corporal o físico; es utilizado para estimar la forma corporal y su composición. Se clasifican en:



Ectomorfo - estructura ligera

Mesomorfo - estructura mediana

Se distingue por tener una musculatura natural y poca grasa. Los huesos son largos y semi-gruesos. Se dice que es el ideal para el físico constructivo.

Complexión atlética, cuerpo duro con músculos definidos, es fuerte de forma natura, gana músculo fácilmente, engorda con más facilidad que los ectomorfos, hombros anchos.

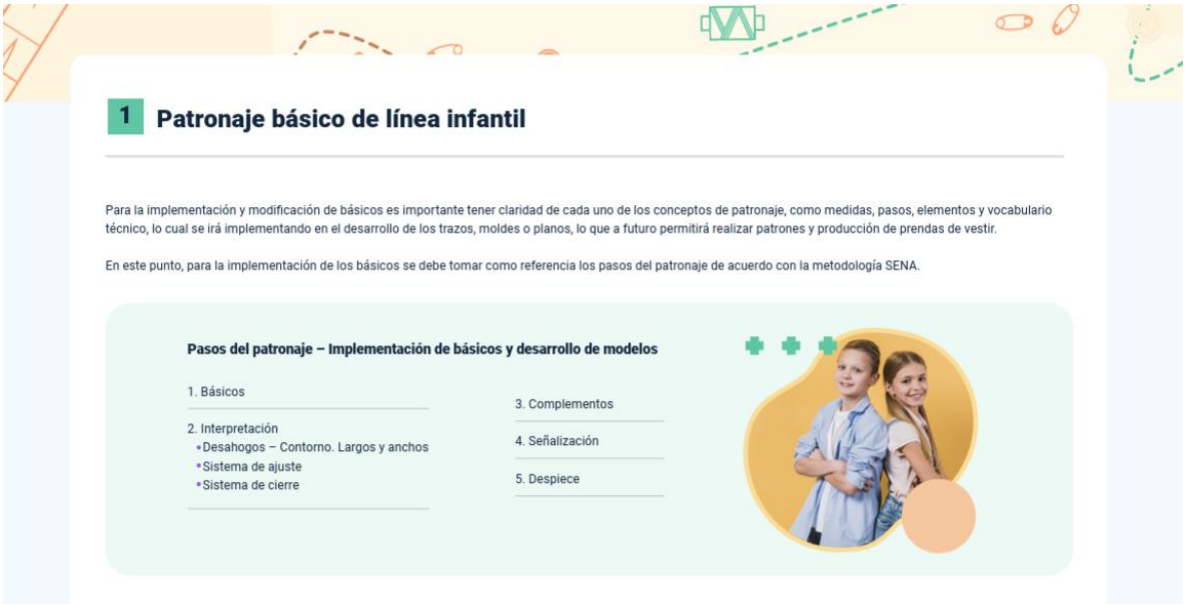


Endomorfo - estructura pesada


Iniciar
Patronaje básico
El presente componente aborda el desarrollo y la elaboración de moldes desde la implementación de los básicos en las diferentes líneas, el análisis de cada una de las partes que compone una prenda, pasados a planos técnicos con medidas y formas correspondientes a cada estructura.
Ver más

AC
T

90
80
70
60
CB
40
30
20
10


1 Patronaje básico de línea infantil
Para la implementación y modificación de básicos es importante tener claridad de cada uno de los conceptos de patronaje, como medidas, pasos, elementos y vocabulario técnico, lo cual se irá implementando en el desarrollo de los trazos, moldes o planos, lo que a futuro permitirá realizar patrones y producción de prendas de vestir.
En este punto, para la implementación de los básicos se debe tomar como referencia los pasos del patronaje de acuerdo con la metodología SENA.
Pasos del patronaje – Implementación de básicos y desarrollo de modelos
1. Básicos
2. Interpretación
•Desahogos – Contorno. Largos y anchos
•Sistema de ajuste
•Sistema de cierre
3. Complementos
4. Señalización
5. Despiece

1.3 Trazo de cabezas mangas – Análisis de manga

Cuando se habla de manga, básicamente se entiende o se identifica como una pieza circular que cubre el brazo; sin embargo, existen diferentes tipos de puntos a tener en cuenta:

Largo de manga:

El largo de manga anatómico es aquel que va desde el punto de acromio hasta la muñeca, se debe tener en cuenta que, sin importar el diseño, largo o forma del cuerpo de la manga, siempre se debe partir desde el largo anatómico.

Altura o cabeza de manga:

Cuando se habla de cabeza de manga se identifican diferentes tipos de medidas, se puede trabajar con medida de cuadro de tallas, medida deducida o estandarizada. Se debe tener en cuenta que el largo de manga siempre será el mismo, sin importar qué tipo de prenda o cabeza de manga se implemente.

Comportamiento de cabeza de manga:

Entre más larga sea la altura de cabeza de manga otorgará menor movimiento sobre el cuerpo = incomodidad, pero mayor estructura, esta descripción corresponde a las prendas que van ajustadas o con la horma del cuerpo.

Entre más corta sea la altura de cabeza de manga otorgará mayor movimiento sobre el cuerpo = comodidad, pero menor estructura, esta descripción corresponde a las prendas que van holgadas o desestructuradas sobre el cuerpo.

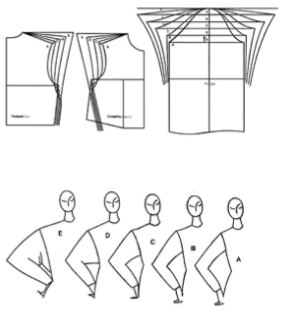
Básicamente si esta descripción se divide o se categoriza en prendas de vestir se estaría diciendo que:

Entre más corta sea la cabeza de manga, corresponde a prendas **deportivas**.

Entre más larga sea la cabeza de manga, corresponde a prendas **formales**.

Un punto intermedio entre las dos anteriores, corresponde a prendas **casuales**.

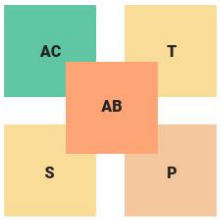
Figura 12. Transformación de sisas y mangas

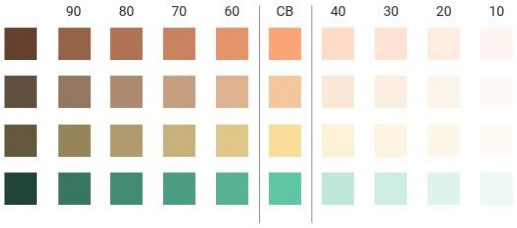


Fuente: Manual_patronaje_basico_interpretacion_disenos.PDF - SENA

Cabeza de manga por cuadro de tallas: las cabezas de manga de los cuadros de tallas suelen ser categorizadas para prendas casuales, la medida se identifica en el cuadro de tallas, este tipo de cabeza de manga es estandarizada, no se tiene en cuenta el comportamiento sobre el cuerpo y el tipo de prenda.

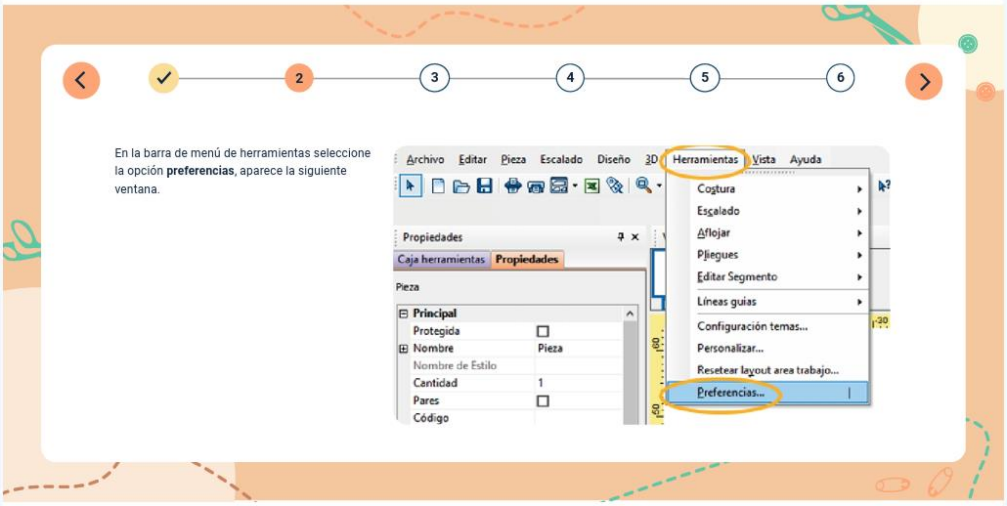

Iniciar
Trazado de patrones
En este componente se aborda el manejo de un programa digital para la elaboración y el desarrollo de planos, moldes o trazos de patronaje; se exponen conceptos relacionados con: el reconocimiento de la interfaz, el trazo de los básicos, prendas de vestir, despiece y análisis de cada una de las partes que componen una prenda; de igual manera se trabajarán las generalidades del proceso de tendido, trazo y corte de prendas de vestir.
Ver más


AC
T
AB
S
P


90
80
70
60
CB
40
30
20
10


1 Trazado de patrones (software de patronaje)
Para el manejo e implementación del software de patronaje es necesario tener como referente el desarrollo y elaboración de básicos, de acuerdo con la metodología del manual de patronaje SENA y demás teorías estudiadas hasta el momento.
Para el trazo de patrones se referenciará únicamente la línea femenina; sin embargo, cabe resaltar que las herramientas del programa y manejo de interfaz aplican para cualquier línea; tenga en cuenta que el desarrollo del trabajo manual es la base para la apropiación de un proceso digital.

Configurar área de trabajo



1.3 Trazo de la base superior femenina - Optitex

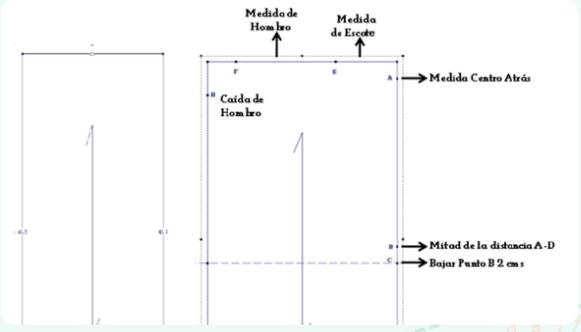
¿Cómo trazar la base superior femenina?

- **Parte posterior talla 10**

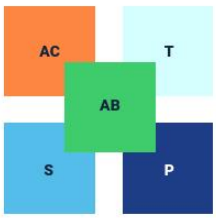
Paso 1

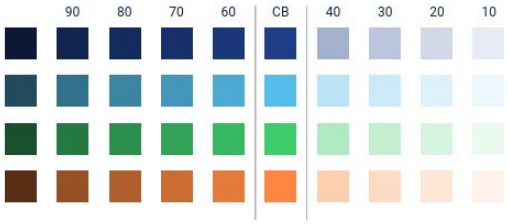
Inicie creando un archivo nuevo, sobre el archivo cree un rectángulo con las siguientes medidas:

- **Largo:** medida de talle posterior: 42,5 cm.
- **Ancho:** ¼ de busto, 23 cm.




Iniciar
Manejo de inventarios en el *Retail*
La logística en *retail* radica en el conjunto de técnicas necesarias para poder cumplir con el objetivo final de acercar y vender un producto al cliente en su respectiva sala de ventas del formato comercial o *retail* especializado. Este proceso abarca desde la gestión eficiente del inventario y el almacenamiento, hasta la distribución y transporte del producto, asegurando su disponibilidad en el momento y lugar adecuados.
Iniciar


AC
T
AB
S
P


90
80
70
60
CB
40
30
20
10


1 Gestión logística de inventarios en el punto de venta
El inventario es una organización de elementos de forma ordenada y valorada mediante un proceso de recopilación de datos. Este sistema ayuda a las empresas a mantener el control y el orden de sus bienes, almacenes y bodegas, facilitando todo el proceso comercial y de producción para garantizar la disponibilidad del producto final para los consumidores.
El inventario tiene una estructura predefinida que contiene información valiosa sobre los productos, como su volumen, tamaño y características, asociadas a las funciones de provisión y distribución, las cuales están integradas en la estrategia logística a desarrollar.

1.2. Inventario: concepto, característica, clasificación



El concepto "inventariar", es cuando se procede a tener un número real y contrastado de elementos que hay en el almacenamiento, donde se valida no solo número, sino también estado y valor. Es un proceso vital para conocer la magnitud de elementos que se tienen en resguardo, **convirtiéndose en un elemento de validación y control**.

El marco normativo de nuestro país exige que, al menos una vez al año, se realice de forma obligatoria.

La función contable va de la mano de este y suele coincidir su realización con los cierres económicos de la organización, ya que el mismo se convierte en insumo para los cierres y balances económicos que también son normativos establecidos en la legislación.

Clasificación de frecuencia y método con el que se revisan y actualizan los niveles de inventario.

- **Periódico:** se realiza al cumplimiento de periodos contables. Con el mismo se hace el levantamiento de los elementos disponibles en el momento de su realización.
- **Continuo:** cuando se hace de forma constante para obtener el *stock* en disposición a tiempo real, descontando las salidas que se realicen.



2.3 Técnicas de conteo: tipos, características, clases

Se define el conteo para el inventario como la acción o el proceso de cuantificar la cantidad de stock en poder de un *retail* o la existencia de productos en una organización. Existen diversas técnicas para inventariar las existencias de productos, definidas de la siguiente manera:

- Conteo periódico de *stock*
- Conteo continuo de *stock*
- Conteo de precisión
- Validación de *stock* agotado
- Inventario anual de *stock*

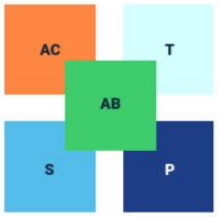
Conteo periódico de *stock*

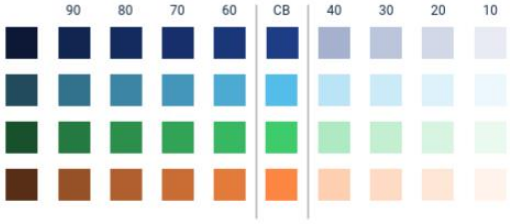
Como su nombre lo indica, se definirá su realización con una periodicidad definida en días o meses, dependiendo de la cantidad.

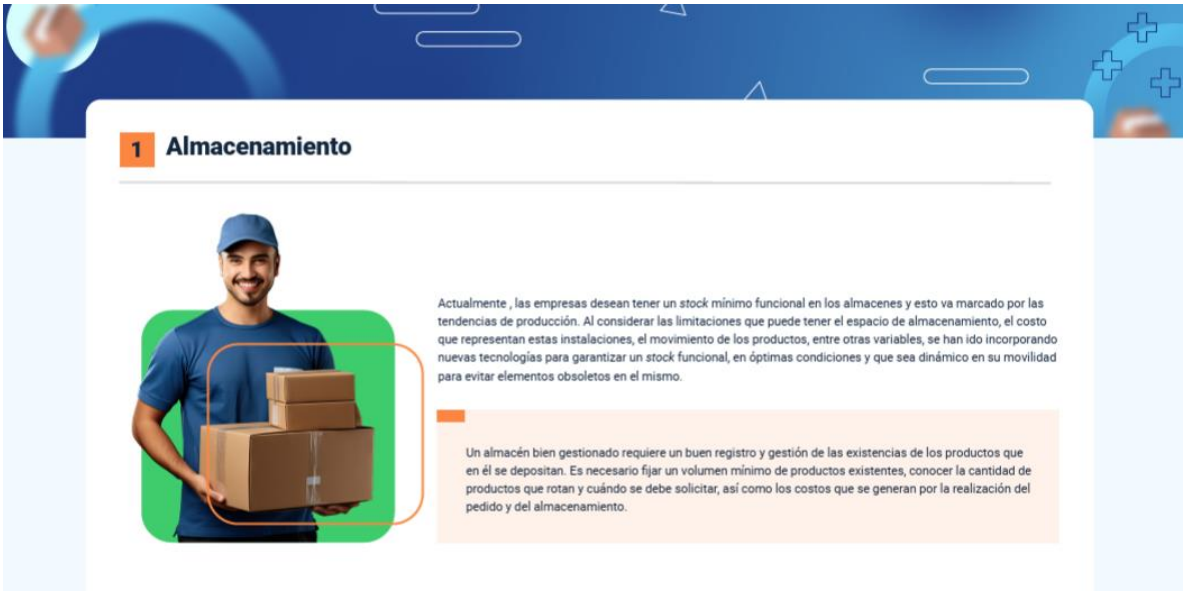


A continuación, se verá un paso a paso en el proceso de conteo en el *retail* o almacenamiento de la organización:


Logística comercial
Este componente formativo aborda la logística en operaciones comerciales en *retail*, enfocándose en conocimientos relacionados con la gestión de almacenes, incluyendo recibo, despacho y manejo de datos, así como el tratamiento el tratamiento del envase, empaque y embalaje en *picking* y *packing*, carga y sus conceptos asociados, además su relación con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y la normativa técnica de SST .
Iniciar


AC
T
AB
S
P


90
80
70
60
CB
40
30
20
10


1 Almacenamiento
Actualmente , las empresas desean tener un *stock* mínimo funcional en los almacenes y esto va marcado por las tendencias de producción. Al considerar las limitaciones que puede tener el espacio de almacenamiento, el costo que representan estas instalaciones, el movimiento de los productos, entre otras variables, se han ido incorporando nuevas tecnologías para garantizar un *stock* funcional, en óptimas condiciones y que sea dinámico en su movilidad para evitar elementos obsoletos en el mismo.
Un almacén bien gestionado requiere un buen registro y gestión de las existencias de los productos que en él se depositan. Es necesario fijar un volumen mínimo de productos existentes, conocer la cantidad de productos que rotan y cuándo se debe solicitar, así como los costos que se generan por la realización del pedido y del almacenamiento.

Tipos

Un *retail,* es una infraestructura para el acopio de productos dentro de la cadena de suministro, en tal sentido, son espacios físicos que cubren el periodo entre los flujos de entrada y de salida. Se podría afirmar, que los progresos tecnológicos han organizado una necesaria clasificación de los tipos de almacenamiento a los que se pueden identificar en función de los materiales y sus características.

Los siguientes tipos de almacenamiento son los más acostumbrados:



Zonas

La zona de almacenamiento es el eje fundamental y se debe determinar el efecto en el número y tipos de muebles, estanterías, medios de manipulación, ubicación y la colocación de los productos, para lograr el máximo rendimiento.

Esta zona debe cumplir dos condiciones de funcionamiento:



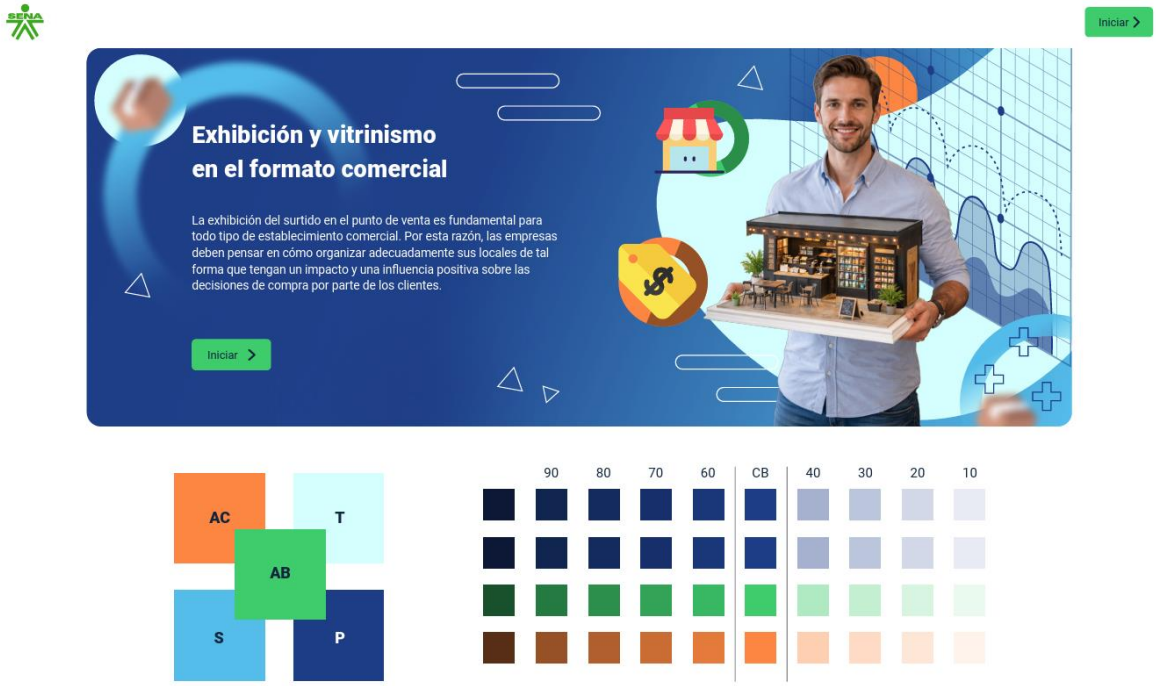
Capacidad de almacenamiento

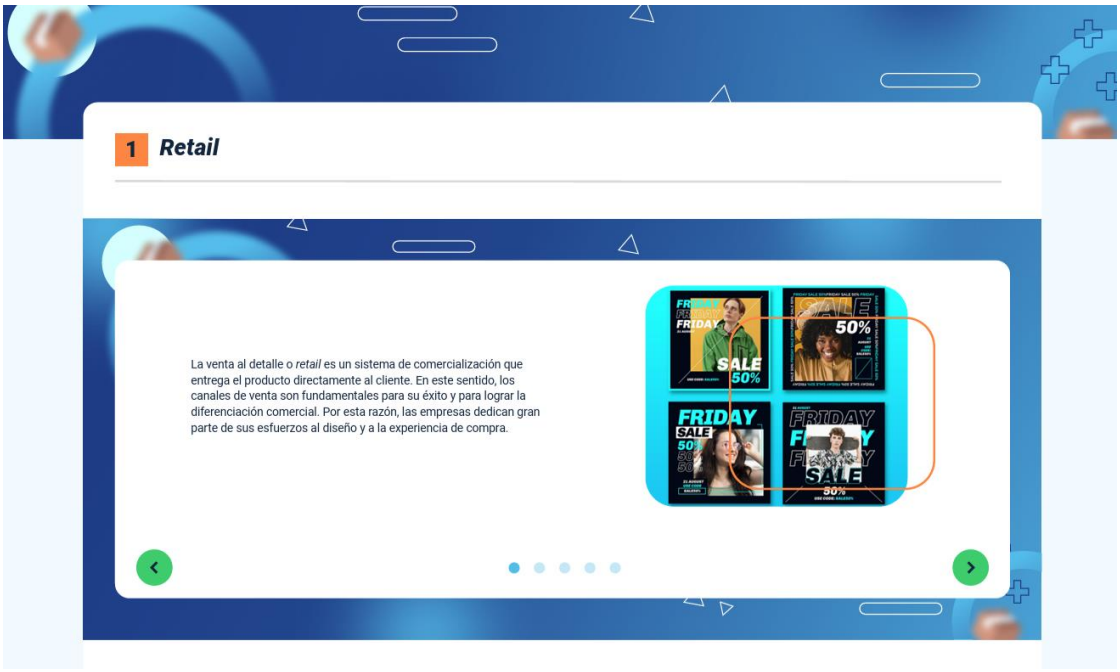


Facilidad para el *picking*

El *picking* es la actividad de preparación de pedidos, donde los productos almacenados se seleccionan y preparan para su despacho al *retail.*

Esta área debe estar organizada de manera eficiente para permitir un acceso rápido y fácil a los productos, optimizando así el tiempo y los recursos empleados en la preparación de los pedidos, garantizando la rapidez y precisión en la distribución.


Iniciar
Exhibición y vitrinismo
en el formato comercial
La exhibición del surtido en el punto de venta es fundamental para todo tipo de establecimiento comercial. Por esta razón, las empresas deben pensar en cómo organizar adecuadamente sus locales de tal forma que tengan un impacto y una influencia positiva sobre las decisiones de compra por parte de los clientes.
Iniciar
AC
T
AB
S
P
90
80
70
60
CB
40
30
20
10


1 Retail
La venta al detalle o retail es un sistema de comercialización que entrega el producto directamente al cliente. En este sentido, los canales de venta son fundamentales para su éxito y para lograr la diferenciación comercial. Por esta razón, las empresas dedican gran parte de sus esfuerzos al diseño y a la experiencia de compra.
SALE 50%
50%
FRIDAY
SALE

1.2 Formatos comerciales



En Colombia existe una tendencia que ha gustado en los clientes; se trata de preferir nuevos formatos y canales comerciales de venta directa e independiente con precios económicos en distintos productos. Así, se obtiene un gran beneficio a través de productos que se consideran de buena calidad, presentación, que están distribuidos en espacios limpios y atendidos por un personal capacitado y joven.

D1, Ara y Justo & Bueno son ejemplos de lo anterior. Presentan un comportamiento dinámico e innovador, con una excelente aceptación por parte de la sociedad. Estos establecimientos pertenecen al sector del descuento duro ***(hard discount)*** y se caracterizan por ofrecer precios económicos, especialmente en productos de la canasta familiar, en comparación con los establecimientos tradicionales. Esta estrategia ha llevado a que muchos clientes los prefieran a la hora de hacer sus compras.

Sus tiendas son sencillas, no realizan inversiones en publicidad, cuentan con pocos empleados, no tienen impulsadores y ofrecen productos de pequeños y medianos proveedores que, con precios económicos, intentan mantenerse en el mercado.

Con estos cambios y la evolución en el sector *retail*, se ha generado una transformación en el comportamiento del consumidor y en sus hábitos de compra. Los productos de marca propia que se ofrecen en estas tiendas de venta al por menor emergen como una nueva alternativa para los clientes. Además, esta tendencia permite que empresas, principalmente pymes colombianas, se involucren como proveedores, contribuyendo a la generación de empleo y al desarrollo económico local (Vigaray, 2005).

A continuación, se presentan los tipos de formatos comerciales tradicionales:

La arquitectura interior del establecimiento comercial

El objetivo de su diseño es la creación de un flujo de circulación de clientes que está estratégicamente dirigido en dirección de lugares dentro del establecimiento que, psicológicamente, manipulan y provocan una positiva actitud de compra. Para conseguirlo, resulta fundamental el estudio de los elementos que forman la arquitectura interior.



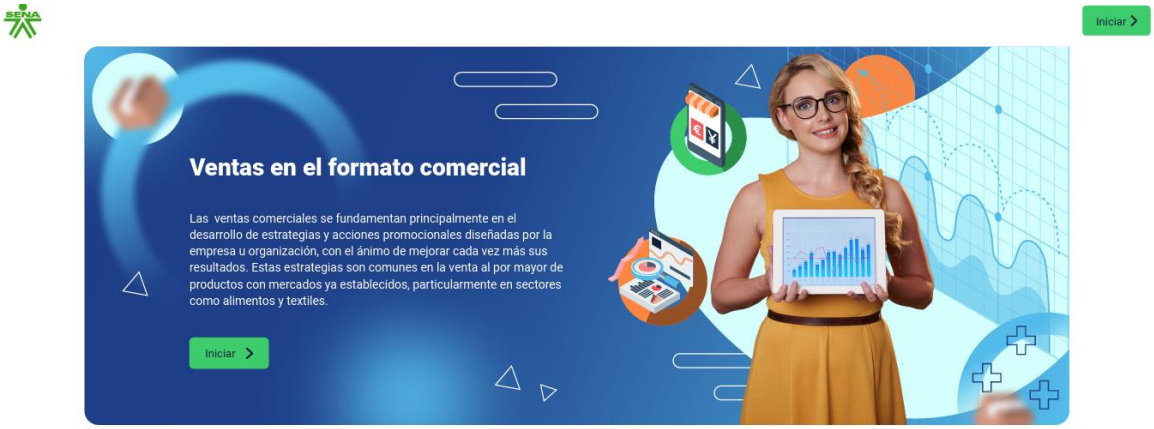
Así como en la arquitectura exterior, en el interior del establecimiento se debe planear una serie de funciones que permitan certificar el éxito y la calidad del trabajo desarrollado. Para ello, el encargado del *merchandising* debe resolver dónde localizar y cómo organizar los elementos presentes en la arquitectura interior (Borja, 2021).

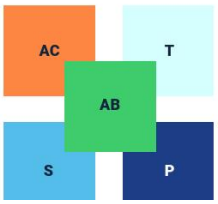
La finalidad de la arquitectura interna es la creación de una circulación lógica y fluida dentro del establecimiento, permitiendo que el cliente transite por todas las secciones del local, conformado por:

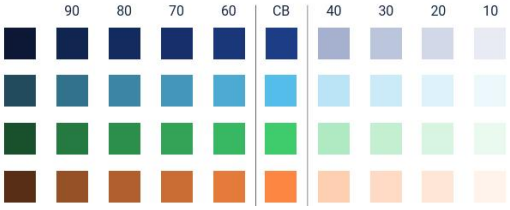


Puntos de acceso

Su finalidad es la de ubicar al cliente una vez dentro del establecimiento, y la estrategia es la de ubicarlo en el lugar donde comienza una circulación natural. A partir de allí, las personas transitan y se dirigen al centro del local y luego giran en sentido contrario a las manecillas del reloj.







1.1 Objetivos y funciones

Principalmente, se pueden clasificar en los siguientes tres:

Informar



Se refiere a mantener informado al cliente. Sus funciones son la comunicación sobre el lanzamiento de un nuevo producto, servicio o marca, la descripción de sus características, la sugerencia de usos nuevos para el producto, el anuncio sobre un cambio que pueda tener el producto, la creación de la identidad corporativa, el posicionamiento en la mente del consumidor y el apoyo en las promociones de venta.

Animar



Se refiere a persuadir y motivar. Sus funciones son la atracción de clientes nuevos, el incremento de la frecuencia de uso, la preferencia de marca, la persuasión para que el producto sea comprado ahora, la motivación al cliente para que realice un cambio de marca o establecimiento y lograr que la percepción del cliente sea positiva.

Recordar



Se refiere a la recordación de marca. Sus funciones incluyen mantener una reputación elevada del producto o servicio, recordar su presencia en el mercado y el lugar donde se puede adquirir, hacer que el cliente lo tenga en mente para futuras necesidades y evocar el producto o servicio incluso cuando no hay fechas especiales.

Técnicas de promoción

Área del *marketing* donde se debe entregar una gran dosis de creatividad para lograr mejores resultados. Entre las diferentes técnicas se pueden destacar las siguientes:



Variables para considerar

Si la empresa quiere lograr el éxito con la promoción se necesita tener en cuenta los siguientes ítems:

Originalidad.
Se requiere del aporte de cierta dosis de novedad e incluso innovación en cuanto a promoción se refiere, porque de lo contrario una marca puede pasar desapercibida.

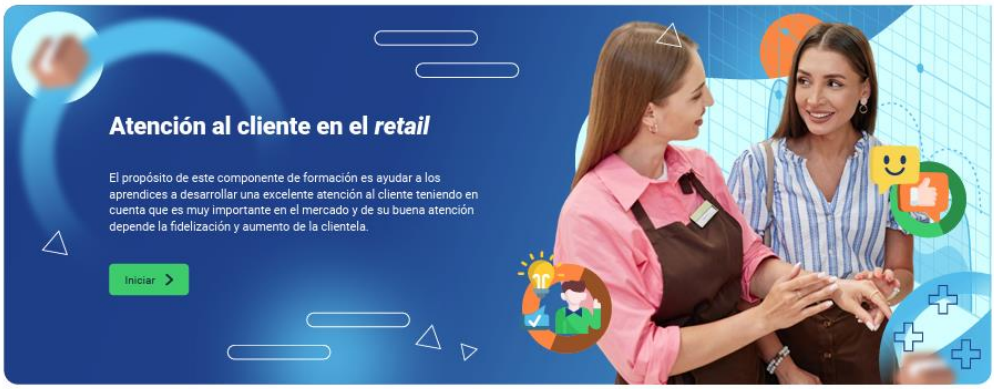
Identificación plena del *target*
Saber a quién se va a dirigir la promoción, porque de esta forma puede tener una respuesta más positiva por parte de este público.

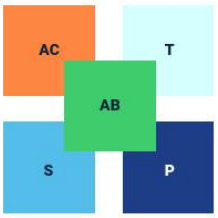
Incentivo *ad hoc*.
Sin importar cuál sea la promoción, debe estar orientada a su público. Debe ser de valor para el cliente y debe tener un aliciente que motive una compra.

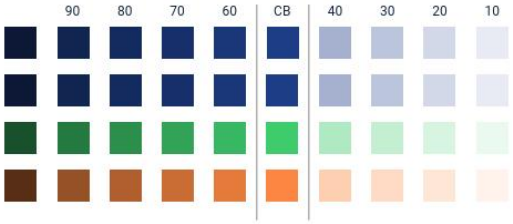
Temporal
Se debe pensar en qué fechas realizar las promociones, especialmente en los momentos en que la marca vende menos productos.

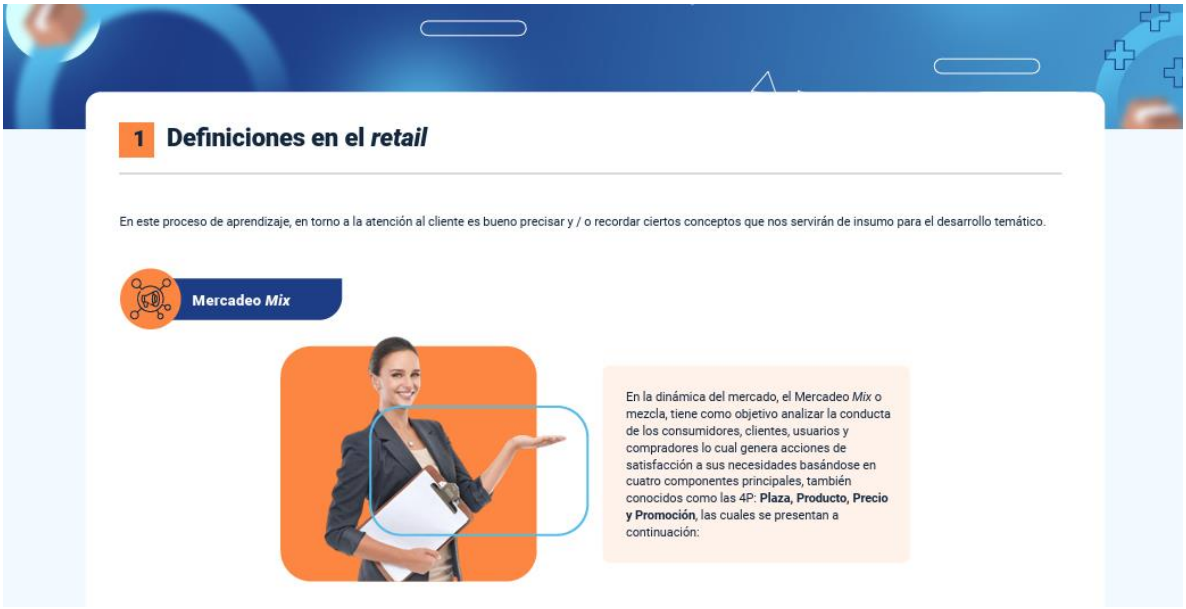
***Mix* promocional**
El plan promocional debe contener una diversidad de incentivos y estrategias que vayan impactando al cliente poco a poco.

Ser proactivo
Estar al tanto de las tendencias, hacer *benchmarking* (analizar a la competencia), observar el comportamiento del mercado, analizar los hábitos de compra del consumidor, entre otros. La finalidad es aprovechar las oportunidades que existan en el camino.


Atención al cliente en el *retail*
El propósito de este componente de formación es ayudar a los aprendices a desarrollar una excelente atención al cliente teniendo en cuenta que es muy importante en el mercado y de su buena atención depende la fidelización y aumento de la clientela.
Iniciar


AC
T
AB
S
P


90
80
70
60
CB
40
30
20
10


1 Definiciones en el *retail*
En este proceso de aprendizaje, en torno a la atención al cliente es bueno precisar y / o recordar ciertos conceptos que nos servirán de insumo para el desarrollo temático.
Mercadeo *Mix*
En la dinámica del mercado, el Mercadeo *Mix* o mezcla, tiene como objetivo analizar la conducta de los consumidores, clientes, usuarios y compradores lo cual genera acciones de satisfacción a sus necesidades basándose en cuatro componentes principales, también conocidos como las 4P: **Plaza, Producto, Precio y Promoción**, las cuales se presentan a continuación:

2.1 Conocer al cliente

El concepto de cliente tiene un gran universo, permite plantear diferentes significados de cliente desde las distintas funciones de la empresa. Se puede considerar que la definición de cliente desde el punto de vista integral de la empresa es: el que constituye el eje principal de toda la actividad de la empresa, por lo que es la receptora final de todos los esfuerzos de esta última como organización.

Se hace necesario para conocer al cliente, analizar el papel que cada persona juega en un proceso de compra, para así diferenciar los siguientes tipos de cliente:



El que decide

Es la persona que toma la decisión final sobre la compra.



El que ejecuta



El que influye



El usuario

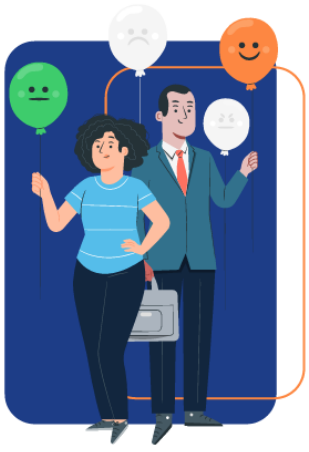
2.2 Clasificación de los clientes

Es una práctica común en muchas empresas para poder gestionar las relaciones de manera más efectiva, cada cliente es diferente y las relaciones que se establecen entre la empresa y los mismos dependen además de los objetivos y la forma de proceder de la empresa, así como del tipo de cliente.

El mercado clasifica los distintos tipos de clientes bajo los criterios que tienen que ver con la relación cliente - empresa. Por ejemplo, según su personalidad, el cliente puede ser:

- **Amable**
- Agresivo
- Altivo
- Desconfiado
- Decidido
- Indeciso
- Especulador
- Exigente
- Discutidor

Persona amable con la que es fácil entenderse y entablar una conversación; puede ser lento en la toma de decisiones.



Lista de comprobación 5 / 8

Mostrar en la tarjeta

- [x] CF1
- [x] CF2
- [x] CF3
- [x] CF4
- [x] CF5



Yuly Andrea Rey Quiñonez — 6 de marzo de 2026 9:32

eemantilla@sena.edu.co Hola :) se hace entrega de la actualización del CF1 :) quedo atenta



Edison Eduardo Mantilla Cuadros — 5 de marzo de 2026 14:20

Se asigna yarey@sena.edu.co actualización línea gráfica componentes para TP, componentes 1, 2, 3 y 4



Yuly Andrea Rey Quiñonez — 25 de febrero de 2026 18:49

eemantilla@sena.edu.co

Hola :) se hace entrega del diseño del componente asignado, quedo muy atenta



Erika Daniela Manrique Rueda — 23 de febrero de 2026 18:49

Cordial saludo,

Se realiza la entrega de la validación del DI del CF1 del programa 72310003-Agroecología y desarrollo rural, que incluye síntesis y actividad didáctica, se realizaron los ajustes

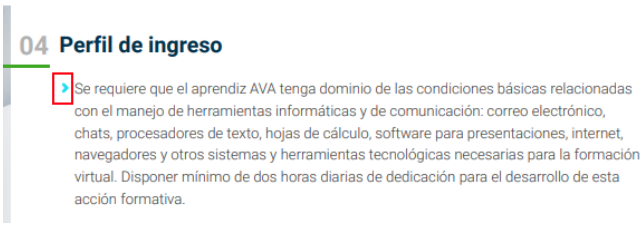
Evidencia 5.

N° DE HALLAZGO	4
RECURSO	PDF INFO
DESCRIPCION DEL HALLAZGO	Eliminar la viñeta
TIPO DE HALLAZGO	Corrección de estilo
RUTA	4. Perfil de ingreso

REALIZACIO		
AJUSTE COMPLETO	AJUSTE PARCIAL	

REVISION		
AJUSTE REALIZADO	CON PENDENTES	AJ

EVIDENCIAS	
HTML	GUION C



N° DE HALLAZGO	3
RECURSO	PDF INFO
DESCRIPCION DEL HALLAZGO	Aquí va el nombre del programa: Agroecología y desarrollo rural
TIPO DE HALLAZGO	Corrección de estilo
RUTA	imagen video oferta

REALIZACION DE LOS AJUSTES		
AJUSTE COMPLETO	AJUSTE PARCIAL	NO SE HIZO AJUSTE

REVISION DE LOS AJUSTES		
AJUSTE REALIZADO	CON PENDENTES	AJUSTE NO REALIZADO

EVIDENCIAS	
HTML	GUION O XD



Yuly Andrea Rey Quiñonez 10 de marzo de 2026 11:59

eemantilla@sena.edu.co / Se realiza los recuadros con los hallazgos resueltos, quedo muy atenta

Erika Daniela Manrique Rueda 10 de marzo de 2026 11:25

Cordial saludo,

Se validan los recuadros del programa 72310003-Agroecología y desarrollo rural y se compartieron los hallazgos al interno.

cc: yarey@sena.edu.co - eemantilla@sena.edu.co

Yuly Andrea Rey Quiñonez 10 de marzo de 2026 17:48

apbotello@sena.edu.co - eemantilla@sena.edu.co Se actualiza la Información del programa con los hallazgos resueltos.

🚨Nota: pendiente video de oferta.

Erika Daniela Manrique Rueda 10 de marzo de 2026 15:04

Cordial saludo,

Se reporta la validación de la información del programa 72310003-Agroecología y desarrollo rural (HTML y PDF) para la respectiva revisión y ajuste de hallazgos.

🚨Nota: pendiente video de oferta.

Evidencia 6.

Youtube



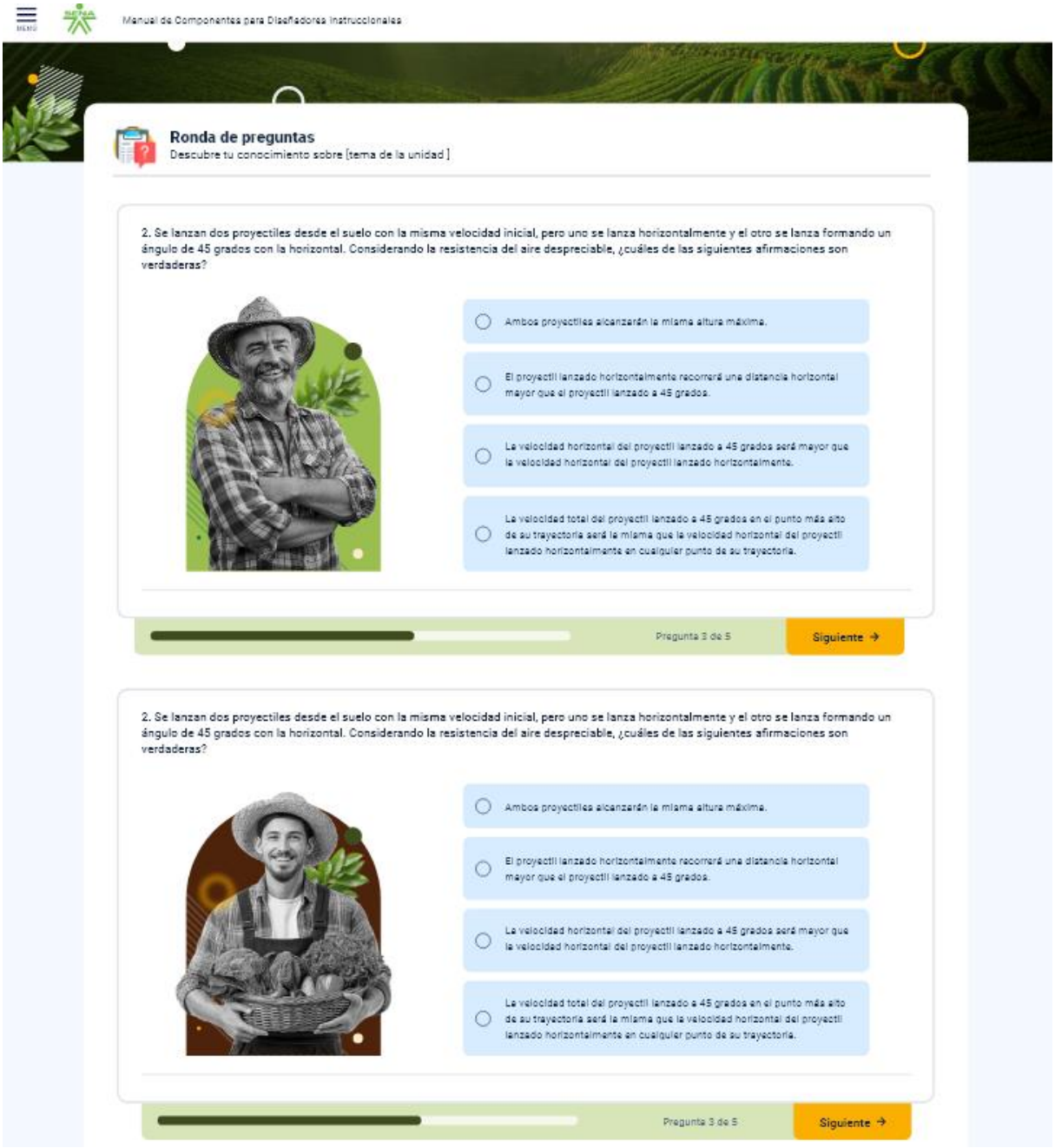
Yuly Andrea Rey Quiñonez 19 de febrero de 2026 18:28

eemantilla@sena.edu.co Se hace entrega de la Línea gráfica asignada, quedo muy atenta :)

Edison Eduardo Mantilla Cuadros 16 de febrero de 2026 21:41

Se asigna línea gráfica a yarey@sena.edu.co
Inicio: 18 febrero - Entrega: 19 febrero

Evidencia 7.


Manual de Componentes para Diseñadores Instruccionales
Ronda de preguntas
Descubre tu conocimiento sobre [tema de la unidad]
2. Se lanzan dos proyectiles desde el suelo con la misma velocidad inicial, pero uno se lanza horizontalmente y el otro se lanza formando un ángulo de 45 grados con la horizontal. Considerando la resistencia del aire despreciable, ¿cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas?
Ambos proyectiles alcanzarán la misma altura máxima.
El proyectil lanzado horizontalmente recorrerá una distancia horizontal mayor que el proyectil lanzado a 45 grados.
La velocidad horizontal del proyectil lanzado a 45 grados será mayor que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente.
La velocidad total del proyectil lanzado a 45 grados en el punto más alto de su trayectoria será la misma que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente en cualquier punto de su trayectoria.
Pregunta 3 de 5
Siguiente
2. Se lanzan dos proyectiles desde el suelo con la misma velocidad inicial, pero uno se lanza horizontalmente y el otro se lanza formando un ángulo de 45 grados con la horizontal. Considerando la resistencia del aire despreciable, ¿cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas?
Ambos proyectiles alcanzarán la misma altura máxima.
El proyectil lanzado horizontalmente recorrerá una distancia horizontal mayor que el proyectil lanzado a 45 grados.
La velocidad horizontal del proyectil lanzado a 45 grados será mayor que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente.
La velocidad total del proyectil lanzado a 45 grados en el punto más alto de su trayectoria será la misma que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente en cualquier punto de su trayectoria.
Pregunta 3 de 5
Siguiente

2. Se lanzan dos proyectiles desde el suelo con la misma velocidad inicial, pero uno se lanza horizontalmente y el otro se lanza formando un ángulo de 45 grados con la horizontal. Considerando la resistencia del aire despreciable, ¿cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas?



- Ambos proyectiles alcanzarán la misma altura máxima.
- El proyectil lanzado horizontalmente recorrerá una distancia horizontal mayor que el proyectil lanzado a 45 grados.
- La velocidad horizontal del proyectil lanzado a 45 grados será mayor que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente.
- La velocidad total del proyectil lanzado a 45 grados en el punto más alto de su trayectoria será la misma que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente en cualquier punto de su trayectoria.

Pregunta 3 de 5 Siguiente →

2. Se lanzan dos proyectiles desde el suelo con la misma velocidad inicial, pero uno se lanza horizontalmente y el otro se lanza formando un ángulo de 45 grados con la horizontal. Considerando la resistencia del aire despreciable, ¿cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas?



- Ambos proyectiles alcanzarán la misma altura máxima.
- El proyectil lanzado horizontalmente recorrerá una distancia horizontal mayor que el proyectil lanzado a 45 grados.
- La velocidad horizontal del proyectil lanzado a 45 grados será mayor que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente.
- La velocidad total del proyectil lanzado a 45 grados en el punto más alto de su trayectoria será la misma que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente en cualquier punto de su trayectoria.

Pregunta 3 de 5 Siguiente →

2. Se lanzan dos proyectiles desde el suelo con la misma velocidad inicial, pero uno se lanza horizontalmente y el otro se lanza formando un ángulo de 45 grados con la horizontal. Considerando la resistencia del aire despreciable, ¿cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas?



- Ambos proyectiles alcanzarán la misma altura máxima.
- El proyectil lanzado horizontalmente recorrerá una distancia horizontal mayor que el proyectil lanzado a 45 grados.
- La velocidad horizontal del proyectil lanzado a 45 grados será mayor que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente.
- La velocidad total del proyectil lanzado a 45 grados en el punto más alto de su trayectoria será la misma que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente en cualquier punto de su trayectoria.

Pregunta 3 de 5 Siguiente →

2. Se lanzan dos proyectiles desde el suelo con la misma velocidad inicial, pero uno se lanza horizontalmente y el otro se lanza formando un ángulo de 45 grados con la horizontal. Considerando la resistencia del aire despreciable, ¿cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas?



- Ambos proyectiles alcanzarán la misma altura máxima.
- El proyectil lanzado horizontalmente recorrerá una distancia horizontal mayor que el proyectil lanzado a 45 grados.
- La velocidad horizontal del proyectil lanzado a 45 grados será mayor que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente.
- La velocidad total del proyectil lanzado a 45 grados en el punto más alto de su trayectoria será la misma que la velocidad horizontal del proyectil lanzado horizontalmente en cualquier punto de su trayectoria.

Pregunta 3 de 5 Siguiente →

Evidencia 8.

PROCESO					
GESTIÓN CONTRACTUAL					
NOMBRE DEL FORMATO					
INFORME MENSUAL DE EJECUCIÓN CONTRACTUAL					
CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Pública		Pública Clasificada		Pública Reservada	

INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

San Gil, marzo de 2026

Señor
Edicson López Benjumea
SUPERVISOR CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.9172130**
Instructor Grado 11
Coordinación Formación Virtual y presencial
Ciudad

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual mes de mayo de 2026

Referencia: CO1.PCCNTR.9172130 del año 2026

Yuly Andrea Rey Quiñonez, identificado con la cédula de ciudadanía nro. 1098664164 de Bucaramanga, en mi calidad de contratista del SENA, 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 de cada uno de los contratos la suma de Cincuenta y tres millones setecientos treinta y cinco mil pesos m/cte. ($53.735.000). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) once (11) pagos iguales por los meses de febrero a diciembre de 2026, por valor de Cuatro millones ochocientos ochenta y cinco mil pesos m/cte. ($4.885.000).

Plazo: Será hasta el 31 de diciembre de 2026

Objeto: Prestación de servicios temporales de carácter profesional como apoyo a la gestión en el rol de Diseñador de Contenidos Digitales, para la construcción, adecuación y ajuste de interfaces web, piezas gráficas, materiales editoriales, multimedia y demás apoyos requeridos para el desarrollo de recursos educativos digitales de programas en modalidad virtual y a distancia, conforme al vigente.

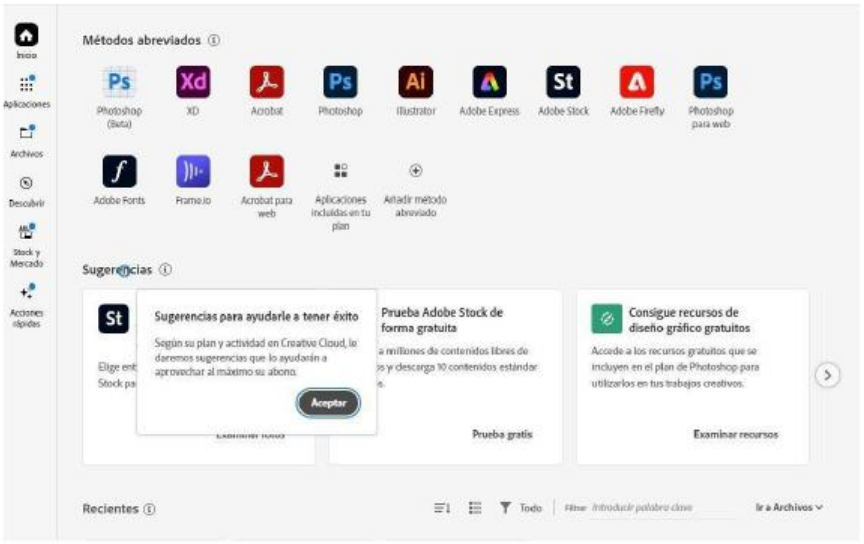
Ejecución mensual de actividades

Nro.	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Participar activamente en la comunicación, seguimiento y articulación con la línea de producción y demás responsables institucionales, respondiendo oportunamente a las comunicaciones, asistiendo a las reuniones convocadas y contribuyendo a la revisión, retroalimentación y actualización de los insumos y productos según los requerimientos establecidos.	Se asiste a las reuniones convocadas de manera oportuna de la línea de producción a nivel nacional y de Santander. **Febrero 16** Reunión presencial en la sede Cajasan – San Gil **Marzo 5**, Reunión con el líder de la línea Santander para actualización de programas asignados. **Marzo 9**, Reunión con la Subdirectora Regional y líder de la línea Santander para revisión de avances de las metas trazadas para el 2026.	**Evidencia 1.** Pantallazos de reuniones.
2	Atender de manera diaria, diligente y oportuna las comunicaciones emitidas por los integrantes de la línea de producción, el responsable de la línea, el responsable del Ecosistema de Recursos Educativos y, en general, por la Dirección de Formación Profesional.	Se atiende de manera oportuna las comunicaciones y asignaciones emitidas por el líder de la línea y los integrantes de la línea de producción.	**Evidencia 2,3,4,5 y 7** Pantallazos de las asignaciones realizadas y entregas en el planner.

	de la línea o del Ecosistema, cumpliendo las métricas, estándares y lineamientos institucionales.	componentes de formación: -Agroecología y desarrollo rural -Operaciones comerciales multicanal	
4	Diseñar documentos PDF, cartillas digitales, infografías, materiales complementarios, material multimedia, anexos, plantillas de contenido, diapositivas y demás apoyos requeridos para la producción audiovisual e incorporación en los recursos educativos digitales, conforme a las orientaciones y lineamientos institucionales vigentes.	**Se diseña la información del programa:** -Agroecología y desarrollo rural **Se diseña recuadros de los programas:** -Agroecología y desarrollo rural. - Creatividad para la solución de conflictos laborales	**Evidencia 3.** Pantallazos de la información del programa, los recuadros diseñados y entrega en el planner.
5	Diseñar las piezas gráficas requeridas para la adecuación, ambientación y montaje de los programas de formación virtual y/o a distancia en la plataforma LMS del SENA.	**Diseño y diagramación de componentes de formación:** CF2- Creatividad para la solución de conflictos laborales CF1 -Agroecología y desarrollo rural CF2 -Agroecología y desarrollo rural **Actualización componentes de formación:**	**Evidencia 4.** Pantallazos de muestra diseño del componente, actualizaciones de los componentes asignados y entrega en el planner.

		CF1, CF2, CF3 Y CF4 Prototipado industrial de prendas de vestir **CF1, CF2, CF3, CF4 Y CF5** Operaciones comerciales multicanal	
6	Realizar los ajustes solicitados a los productos desarrollados, garantizando el cumplimiento de los requerimientos establecidos y de las métricas y tiempos definidos en el plan de trabajo definido por el responsable de la línea.	Se realizan los ajustes o hallazgos solicitados: INFO PROGR-VIDEO OPERTA-Formulación de planes y estrategias en gestión sostenible energética INFO PROG y VIDEO OPERTA-MANEJO DE SUITE MICROSOFT 365 EN ENTORNOS EMPRESARIALES	**Evidencia 5.** Pantallazos de correcciones y pantallazo entrega en planner.
7	Elaborar la composición, ilustración y construcción de storyboards de acuerdo con los formatos instruccionales, guiones y plan de trabajo asignados por el responsable de la línea o del Ecosistema, atendiendo las métricas, estándares y lineamientos institucionales.	Diseño de pantalla para el video de oferta del programa entregado dentro de la línea gráfica. -Agroecología y desarrollo rural.	**Evidencia 6.** Pantallazo del diseño de pantalla de video y entrega en planner.
8	Diseñar e implementar los elementos necesarios para las actividades didácticas asignadas, conforme al plan de trabajo y de acuerdo con las métricas, estándares y lineamientos institucionales vigentes.	Se diseña dentro de la línea gráfica las imágenes requeridas para las actividades didácticas:	**Evidencia 7.** Pantallazo de las imágenes de las actividades didácticas.

Evidencia 9.


Inicio
Aplicaciones
Archivos
Descubrir
Stock y Mercado
Acciones rápidas
Métodos abreviados
Photoshop (Beta)
XD
Acrobat
Photoshop
Illustrator
Adobe Express
Adobe Stock
Adobe Firefly
Photoshop para web
Adobe Fonts
Frame.io
Acrobat para web
Aplicaciones incluidas en tu plan
Añadir método abreviado
Sugerencias
Sugerencias para ayudarle a tener éxito
Según su plan y actividad en Creative Cloud, le daremos sugerencias que lo ayudarán a aprovechar al máximo su abono.
Aceptar
Prueba Adobe Stock de forma gratuita
Prueba gratis
Consigue recursos de diseño gráfico gratuitos
Accede a los recursos gratuitos que se incluyen en el plan de Photoshop para utilizarlos en tus trabajos creativos.
Examinar recursos
Recientes
Todo
Ir a Archivos


FAST
Tu velocidad de internet es de
740
Mbps
Mostrar más información

Evidencia de la evaluación inducción Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol SIGA 2026

Evaluación inducción Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol SIGA 2026

Cordial Saludo

El equipo SIGA del Centro Agroturistico, le invita a responder la evaluación de la inducción SIGA realizada el dia 16 de febrero de 2026.
La aprobación de la evaluación será con un puntaje superior a 160 puntos.Recuerde al finalizar la evaluación de la Inducción, imprimir en PDF su resultado dado que se deberá entregar como evidencia en la cuenta de cobro del mes de Marzo en el archivo GC.
Agradecemos se responda una única vez.

Puntos: 200/200

Información personal

1. Los participantes autorizan el tratamiento de sus datos personales consignados en este registro de evaluación, de acuerdo con la ley 1581 de 2012, con el objetivo de demostrar la efectividad de su participación en la sesión de inducción, así mismo manifiestan y aceptan que conocen los términos y condiciones de política para el uso y tratamiento de datos personales de la Entidad *

- (●) Si
- ( ) No

Yuly Andrea Rey Quiñonez

4. Número de documento *

3013917798

✓ **Correcto** 10/10 Puntos

8. El MIPG se implementa a través de diferentes dimensiones operativas a cargo de varias políticas y surge del esfuerzo de entidades comprometidas con la gestión y el desempeño institucional en el país. ¿Cuántas son las dimensiones y cuántas son las políticas del MIPG? *

- (●) 7 dimensiones y 19 políticas
- ( ) 6 dimensiones y 17 políticas
- ( ) 7 dimensiones y 17 políticas

✓ **Correcto** 10/10 Puntos

11. En la política del Sistema de gestion de calidad se reafirma el compromiso con : *

- ( ) El Aumento en la satisfacción de los grupos de valor e interés y La consolidación de la cultura de mejora continua
- ( ) El fortalecimiento de la conformidad de los productos y servicios generados en los procesos.
- ( ) La implementación de estrategias que permitan mejorar la gestión del desempeño institucional
- (●) Todas las anteriores

Función Pública

Verificados los resultados del participante en el curso virtual

Función Pública certifica que:

Yuly Andrea Rey Quiñonez

C.C 1.098.664.164

Participó y completó el curso virtual

Integridad, transparencia y lucha contra la corrupción

Con una duración de 20 horas.

Bogotá D.C., 13 de marzo 2026

Francisco Camargo Salas
Director de Empleo Público

Código: 761080935000