**OBLIGACIÓN 02**

**02. Realizar la ejecución de procesos formativos de los programas de formación asignados por la supervisión, según la modalidad en la que se oriente el programa, de acuerdo con los requerimientos del servicio, las cuales contemplan las jornadas académicas y sedes adscritas que maneje el centro de formación en la red de conocimiento y área temática citada en el objeto contractual.**

**FICHA 3411191**

*** Guías de aprendizaje**

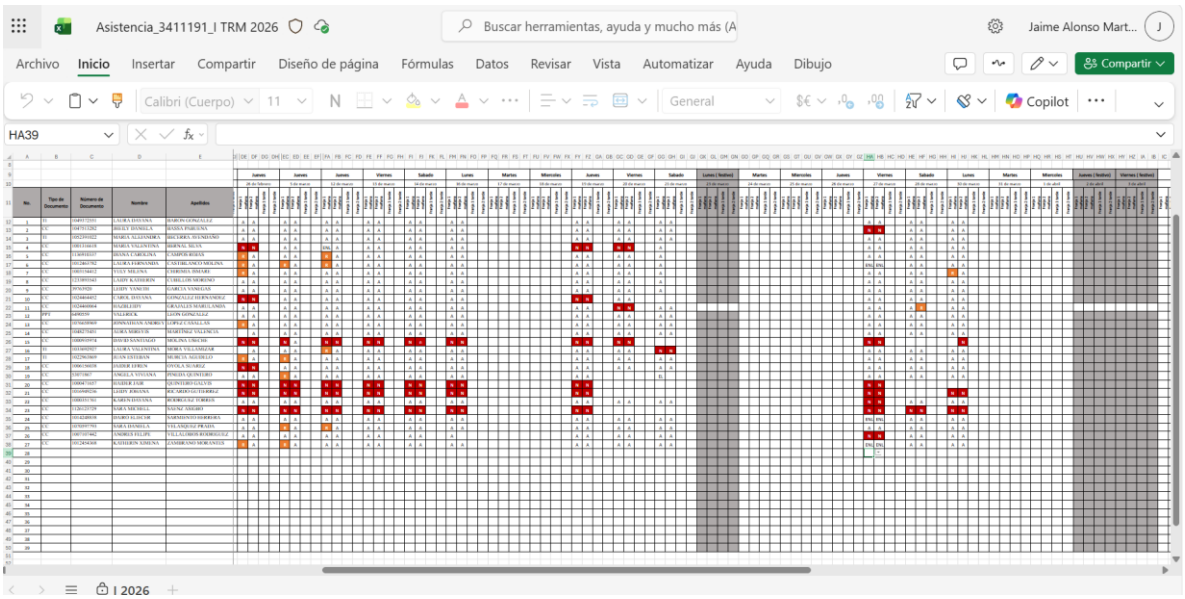
**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE**

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Operación de Servicios Omnicanal en Contact Center y BPO
- Código del Programa de Formación: 135331 Versión 01
- Nombre del Proyecto Formativo: Operación de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto Formativo: Diseña las estrategias de atención para cada uno de los segmentos de clientes
- Competencia: Recuperar cartera en Contact Center y BPO
- Resultados de Aprendizaje: RA 2: Aplicar técnicas de cobranza según normativa y políticas de la operación
- Duración de la Guía de Aprendizaje: 33 horas directa e 15 horas indirectas.

*** Listas de asistencia:**




[Asistencia_3411191_I TRM 2026.xlsx]

*** Socialización de entregables de proyecto formativo"**

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| SENA | SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA<br>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN<br>Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral<br>PROYECTO FORMATIVO | | | | Versión:<br>Código: Copia no controlada |
| **1. Información básica del proyecto** | | | | | |
| **Código del Proyecto:** | | | | | |
| **1.1 Centro de Formación:** | Centro de Gestión de Mercados, Logística y TI | | **1.2 Regional:** | Distrito Capital | |
| **1.3 Denominación del proyecto:** | Operacion de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House - Operación Integral de Campañas Omnicanal en Contact Center In-House | | | | |
| **1.4 Programa de Formación al que da respuesta (nombre, código, versión):** | TECNICO OPERACIÓN DE SERVICIOS OMNICANAL EN CONTACT CENTER Y BPO | | | | |
| **1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):** | 15 meses | | | | |
| **1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación(si existen):** | Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas (SENA), Equipo de Diseño y Desarrollo Curricular, Red de Comercio y Ventas, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y Empresas patrocinadoras (contrato de aprendizaje). | | | | |
| **1.7 Palabras claves de búsqueda:** | Multicanalidad, Omnicanal, BPO, Campaña, Contact Center, Tercerización, Talento humano, In bound, Out bound, KPI, SENA, Servicio, Cliente, Usuario, Protocolos, Atencion, Requerimiento, Monitoreo, Retroalimentacion, Transacciones. | | | | |
| **1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:** | 49 | **1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia** | **1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:** | **14** | |
| | | | **1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto** | **20** | |
| | | | **1.9.3 Número de resultados de aprendizaje clave que se alcanzan con el proyecto:** | **15** | |
| **2. Estructura del Proyecto** | | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| **2.3 Objetivo general** | | |
| Operar campañas Omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House | | |
| **2.4 Objetivos específicos** | | |
| 1. Identificar los requerimientos de la campaña y canales disponibles para la atención | | |
| 2. Responder las solicitudes de los usuarios de acuerdo estrategias de atencion. | | |
| 3. Registrar los resultados de la atención utilizando el aplicativo disponible conforme a los lineamientos. | | |
| 4. Comprobar los resultados de la campaña para garantizar el cumplimiento de los criterios establecidos. | | |
| **2.5 Alcance** | | |
| **2.5.1 Beneficiarios del proyecto** | Comunidad SENA, empresarios del sector BPO, clientes y usuarios. | |
| **2.5.2 Impacto** | **Social:** | Fortalecimiento del recurso humano institucional, contrato de aprendizaje SENA y mejora del proyecto de vida de los aprendices del programa de formación. |
| | **Económico:** | Se mejora la calidad de vida aprendiz perrmittendo su acceso a la vida laboral |
| | **Ambiental:** | Aplicación de normatividad para la preservación y conservacion del medio ambiente y seguridad industrial. |
| | **Tecnológico:** | Implementación de plataformas, sistemas de telefonia y aplicativos actualizados en la ejecución de campañas. |
| **2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución** | | |
| **RIESGOS** | | **ALTERNATIVA DE SOLUCION** |
| Falta de conectividad en algunas regiones del pais y/o directamente en el centro de contacto In-house | | Políticas gubernamentales que amplíen la cobertura territorial. |
| El perfil de ingreso del aspirante al programa presenta deficiencias en: Tics, segundo idioma, comunicación y competencias blandas. | | Establecer requisitos minimos para mejorar el proceso de selección, implementar fase II por parte del Sena y del sector productivo. |
| Falta del talento humano para la formacion de aprendices | | Garantizar la contratacion del personal requerido para la operacion |
| Falta de contact center In House | | Convenios con otros centros de contacto o empresas patrocinadoras |
| Falta de infrastructura tecnologica y logistica que afecta el desarrollo de la operación | | Garantizar vigencias futuras presupuestales para la operacion, tener contigencias en la parte tecnologica como conexion de internet y redundancia. |
| **2.5.4. Productos o resultados del proyecto** | | |
| 1. Identificar los requerimientos de la entidad y canales disponibles para la atención. | | |
| Informe de las tipificacion de registro | | |
| 2. Responder las solicitudes de los usuarios de acuerdo estrategias de atencion. | | |
| Elaboracion propuesta de campaña | | |
| Informe trámite de requerimientos del cliente | | |

**CASO 4 – RESTAURANTE:**

| | |
|---|---|
| **Empresa** | Parrilla & Carbón S.A.S. |
| **Deuda total** | $33.000.000 COP |
| **Días en mora** | 85 días |
| **Contexto** | Clausura temporal de la vía principal por obras civiles |
| **Etapa de cobranza** | Cobranza Extrajudicial / Prejurídica (mora entre 60 y 90 días) |
| **Restructuración** | 24 cuotas mensuales con nuevos intereses |
| **Cuota mensual aprox.** | $1.650.000 COP/mes (capital) + interés pactado |

**Análisis de la Etapa de Cobranza**

Con 85 días de mora, el caso está en el límite entre la etapa extrajudicial y prejurídica. La causa de la mora es externa y documentable (obras civiles de infraestructura pública), lo que reduce el riesgo moral. Se justifica una reestructuración formal de la deuda con un plazo largo (24 meses) para aliviar la carga mensual, incorporando intereses acordados para compensar el tiempo.

**SCRIPT TELEFÓNICO – CASO 4: Parrilla & Carbón S.A.S:**

**Saludo y Apertura**

**A:** Buenas tardes, ¿hablo con el señor Ricardo Lozano, Representante Legal de Parrilla & Carbón S.A.S.?

**C:** Sí, con él.

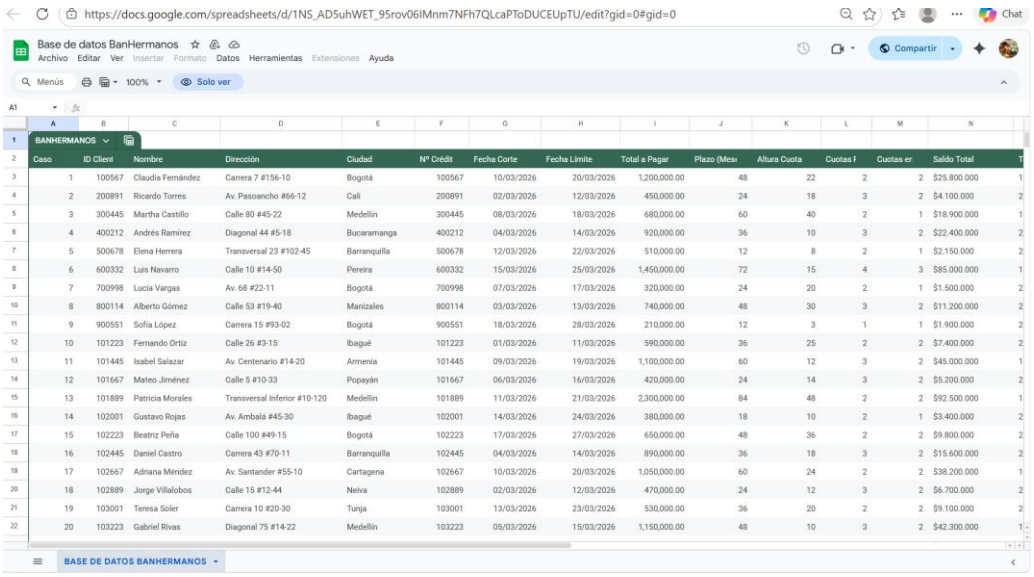
**A:** Don Ricardo, le habla Andrey López, de la oficina de cartera de Distribuidora Gourmet Nacional. ¿Le puedo robar unos minutos?

**C:** Sí, adelante.

**A:** Para verificar su identidad, ¿me confirma el NIT y la dirección del establecimiento?

**C:** Sí, NIT 901.003.456-2, Calle 72 # 15-40, Bogotá.

**A:** Perfecto, muchas gracias, don Ricardo.



**FICHA 3411192**

*** Guías de aprendizaje**

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

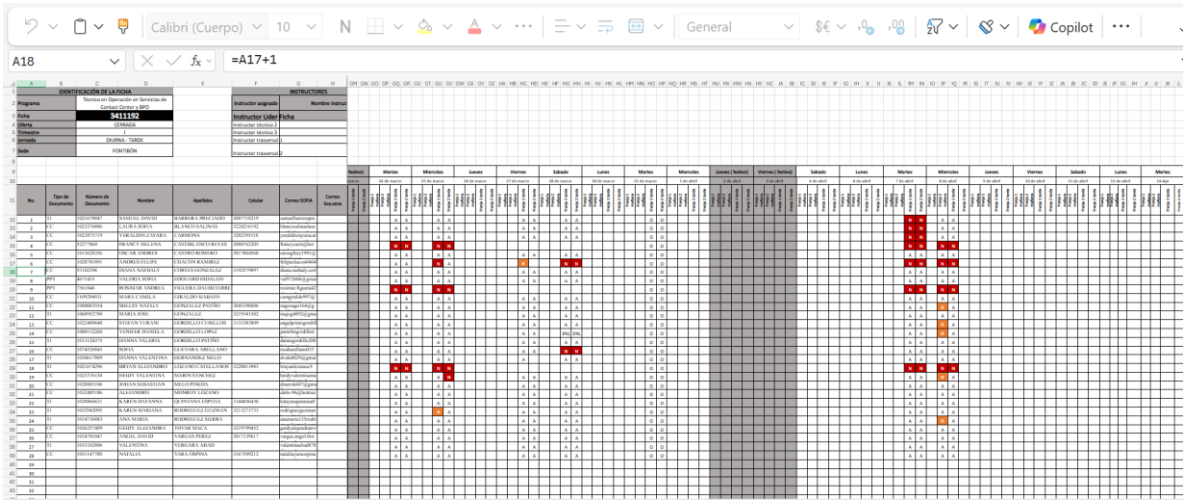
**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE**

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Operación de Servicios Omnicanal en Contact Center y BPO
- Código del Programa de Formación: 135331 Versión 01
- Nombre del Proyecto Formativo: Operación de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto Formativo: Diseña las estrategias de atención para cada uno de los segmentos de clientes
- Competencia: Recuperar cartera en Contact Center y BPO
- Resultados de Aprendizaje: RA 2: Aplicar técnicas de cobranza según normativa y políticas de la operación
- Duración de la Guía de Aprendizaje: 33 horas directa e 15 horas indirectas.

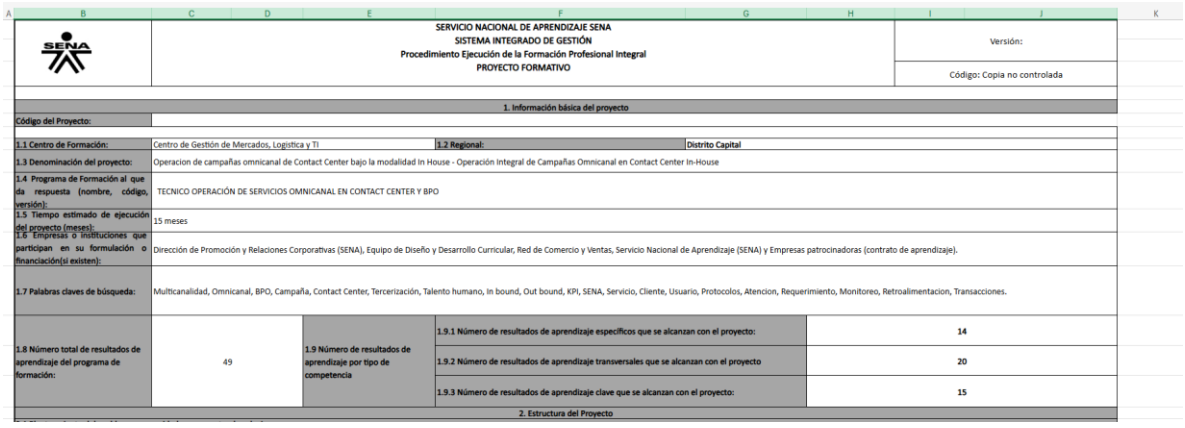
**2. PRESENTACIÓN**

*** Listas de asistencia:**



[Asistencia_3411192_I TRM 2026.xlsx]

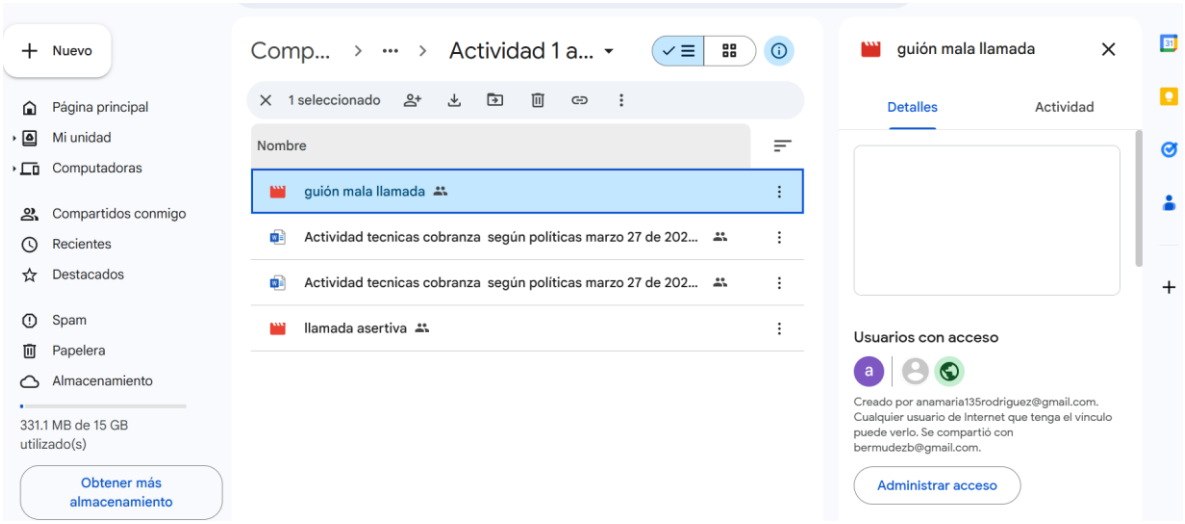
*** Socialización de entregables de proyecto formativo"**



| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| SENA | SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA<br>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN<br>Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral<br>PROYECTO FORMATIVO | | | Versión: | |
| | | | | Código: Copia no controlada | |
| **1. Información básica del proyecto** | | | | | |
| **Código del Proyecto:** | | | | | |
| **1.1 Centro de Formación:** | Centro de Gestión de Mercados, Logistica y TI | **1.2 Regional:** | **Distrito Capital** | | |
| **1.3 Denominación del proyecto:** | Operacion de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House - Operación Integral de Campañas Omnicanal en Contact Center In-House | | | | |
| **1.4 Programa de Formación al que da respuesta (nombre, código, versión):** | TECNICO OPERACIÓN DE SERVICIOS OMNICANAL EN CONTACT CENTER Y BPO | | | | |
| **1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):** | 15 meses | | | | |
| **1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación(si existen):** | Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas (SENA), Equipo de Diseño y Desarrollo Curricular, Red de Comercio y Ventas, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y Empresas patrocinadoras (contrato de aprendizaje). | | | | |
| **1.7 Palabras claves de búsqueda:** | Multicanalidad, Omnicanal, BPO, Campaña, Contact Center, Tercerización, Talento humano, In bound, Out bound, KPI, SENA, Servicio, Cliente, Usuario, Protocolos, Atencion, Requerimiento, Monitoreo, Retroalimentacion, Transacciones. | | | | |
| **1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:** | 49 | **1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia** | **1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:** | **14** | |
| | | | **1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto** | **20** | |
| | | | **1.9.3 Número de resultados de aprendizaje clave que se alcanzan con el proyecto:** | **15** | |
| **2. Estructura del Proyecto** | | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| **2.3 Objetivo general** | | |
| Operar campañas Omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House | | |
| **2.4 Objetivos específicos** | | |
| 1. Identificar los requerimientos de la campaña y canales disponibles para la atención | | |
| 2. Responder las solicitudes de los usuarios de acuerdo estrategias de atencion. | | |
| 3. Registrar los resultados de la atención utilizando el aplicativo disponible conforme a los lineamientos. | | |
| 4. Comprobar los resultados de la campaña para garantizar el cumplimiento de los criterios establecidos. | | |
| **2.5 Alcance** | | |
| **2.5.1 Beneficiarios del proyecto** | Comunidad SENA, empresarios del sector BPO, clientes y usuarios. | |
| **2.5.2 Impacto** | **Social:** | Fortalecimiento del recurso humano institucional, contrato de aprendizaje SENA y mejora del proyecto de vida de los aprendices del programa de formación. |
| | **Económico:** | Se mejora la calidad de vida aprendiz permitiendo su acceso a la vida laboral |
| | **Ambiental:** | Aplicación de normatividad para la preservación y conservacion del medio ambiente y seguridad industrial. |
| | **Tecnológico:** | Implementación de plataformas, sistemas de telefonia y aplicativos actualizados en la ejecución de campañas. |
| **2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución** | | |
| **RIESGOS** | | **ALTERNATIVA DE SOLUCION** |
| Falta de conectividad en algunas regiones del país y/o directamente en el centro de contacto In-house | | Políticas gubernamentales que amplíen la cobertura territorial. |
| El perfil de ingreso del aspirante al programa presenta deficiencias en: Tics, segundo idioma, comunicación y competencias blandas. | | Establecer requisitos mínimos para mejorar el proceso de selección, implementar fase II por parte del Sena y del sector productivo. |
| Falta del talento humano para la formacion de aprendices | | Garantizar la contratacion del personal requerido para la operacion |
| Falta de contact center In House | | Convenios con otros centros de contacto o empresas patrocinadoras |
| Falta de infrastructura tecnologica y logistica que afecta el desarrollo de la operación | | Garantizar vigencias futuras presupuestales para la operacion, tener contigencias en la parte tecnologica como conexion de internet y redundancia. |
| **2.5.4. Productos o resultados del proyecto** | | |
| 1. Identificar los requerimientos de la entidad y canales disponibles para la atención. | | |
| Informe de las tipificacion de registro | | |
| 2. Responder las solicitudes de los usuarios de acuerdo estrategias de atencion. | | |
| Elaboracion propuesta de campaña | | |
| Informe trámite de requerimientos del cliente | | |

| Nombre | Dirección | Ciudad | N° Crédito | Fecha Límite | Total a Pagar | Fecha Corte | Plazo (meses) | Altura Cuota | Cuotas Pendientes | Cuotas en Mora | Saldo | Tasa Interés |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Claudia Fernández | Carrera 7 #156-10 | Bogotá | 100567 | 20/03/2026 | 1200000 | 10/03/2026 | 48 | 22 | 2 | 2 | 25800000 | 1.9% |
| Ricardo Torres | Avenida Pasoancho #66-12 | Cali | 200891 | 12/03/2026 | 450000 | 02/03/2026 | 24 | 18 | 3 | 2 | 4100000 | 2.5% |
| Martha Castillo | Calle 80 #45-22 | Medellín | 300445 | 18/03/2026 | 680000 | 08/03/2026 | 60 | 40 | 2 | 1 | 18900000 | 1.8% |
| Andrés Ramírez | Diagonal 44 #5-18 | Bucaramanga | 400212 | 14/03/2026 | 920000 | 04/03/2026 | 36 | 10 | 3 | 2 | 22400000 | 2.3% |
| Elena Herrera | Transversal 23 #102-45 | Barranquilla | 500678 | 22/03/2026 | 510000 | 12/03/2026 | 12 | 8 | 2 | 1 | 2150000 | 2.8% |
| Luis Navarro | Calle 10 #14-50 | Pereira | 600332 | 25/03/2026 | 1450000 | 15/03/2026 | 72 | 15 | 4 | 3 | 85000000 | 1.7% |
| Lucía Vargas | Avenida 68 #22-11 | Bogotá | 700998 | 17/03/2026 | 320000 | 07/03/2026 | 24 | 20 | 2 | 1 | 1500000 | 2.4% |
| Alberto Gómez | Calle 53 #19-40 | Manizales | 800114 | 13/03/2026 | 740000 | 03/03/2026 | 48 | 30 | 3 | 2 | 11200000 | 2.0% |
| Sofía López | Carrera 15 #93-02 | Bogotá | 900551 | 28/03/2026 | 210000 | 18/03/2026 | 12 | 3 | 1 | 1 | 1900000 | 2.6% |
| Fernando Ortiz | Calle 26 #3-15 | Ibagué | 101223 | 11/03/2026 | 590000 | 01/03/2026 | 36 | 25 | 2 | 2 | 7400000 | 2.2% |
| Isabel Salazar | Avenida Centenario #14-20 | Armenia | 101445 | 19/03/2026 | 1100000 | 09/03/2026 | 60 | 12 | 3 | 2 | 45000000 | 1.85% |
| Mateo Jiménez | Calle 5 #10-33 | Popayán | 101667 | 16/03/2026 | 420000 | 06/03/2026 | 24 | 14 | 3 | 2 | 5200000 | 2.45% |
| Patricia Morales | Transversal Inferior #10-120 | Medellín | 101889 | 21/03/2026 | 2300000 | 11/03/2026 | 84 | 48 | 2 | 2 | 92500000 | 1.6% |
| Gustavo Rojas | Avenida Ambalá #45-30 | Ibagué | 102001 | 24/03/2026 | 380000 | 14/03/2026 | 18 | 10 | 2 | 1 | 3400000 | 2.7% |
| Beatriz Peña | Calle 100 #49-15 | Bogotá | 102223 | 27/03/2026 | 650000 | 17/03/2026 | 48 | 36 | 2 | 2 | 9800000 | 2.15% |
| Daniel Castro | Carrera 43 #70-11 | Barranquilla | 102445 | 14/03/2026 | 890000 | 04/03/2026 | 36 | 18 | 3 | 2 | 15600000 | 2.3% |
| Adriana Méndez | Avenida Santander #55-10 | Cartagena | 102667 | 20/03/2026 | 1050000 | 10/03/2026 | 60 | 24 | 2 | 2 | 38200000 | 1.95% |
| Jorge Villalobos | Calle 15 #12-44 | Neiva | 102889 | 12/03/2026 | 470000 | 02/03/2026 | 24 | 12 | 3 | 2 | 6700000 | 2.5% |
| Teresa Soler | Carrera 10 #20-30 | Tunja | 103001 | 23/03/2026 | 530000 | 13/03/2026 | 36 | 20 | 2 | 2 | 9100000 | 2.2% |
| Gabriel Rivas | Diagonal 75 #14-22 | Medellín | 103223 | 15/03/2026 | 1150000 | 05/03/2026 | 48 | 10 | 3 | 2 | 42300000 | 1.9% |
| Mónica Duarte | Calle 34 #19-10 | Bucaramanga | 103445 | 18/03/2026 | 610000 | 08/03/2026 | 36 | 28 | 2 | 2 | 5900000 | 2.35% |
| Raúl Montes | Carrera 5 #12-80 | Santa Marta | 103667 | 21/03/2026 | 780000 | 11/03/2026 | 48 | 15 | 3 | 2 | 18400000 | 2.1% |




**Ficha 3287369**

*** Guías de aprendizaje**

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

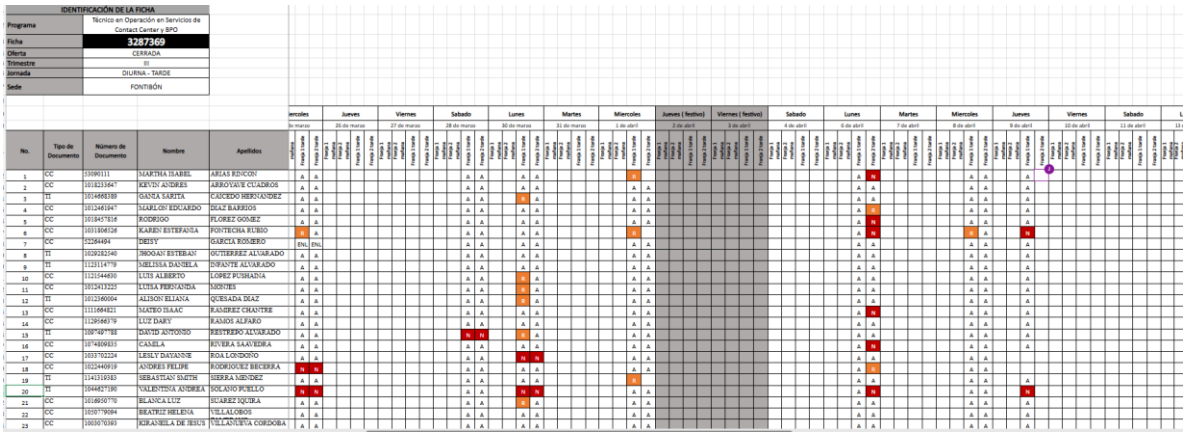
**1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE**

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Operación de Servicios Omnicanal en Contact Center y BPO
- Código del Programa de Formación: 135331 Versión 01
- Nombre del Proyecto Formativo: Operación de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto Formativo: Diseña las estrategias de atención para cada uno de los segmentos de clientes
- Competencia: Recuperar cartera en Contact Center y BPO
- Resultados de Aprendizaje: **:** RA 3: Acordar pago según políticas para la gestión de cobro en el Contact Center (1C / 48H)
- Duración de la Guía de Aprendizaje: 33 horas directa e 15 horas indirectas.

**2. PRESENTACIÓN**

La gestión de cobro en los Contact Center y BPO representa un proceso estratégico para las organizaciones, ya que impacta directamente la sostenibilidad financiera, la relación con los clientes y la imagen corporativa. En este contexto, el acuerdo de pago se convierte en una

## * Listas de asistencia:



| IDENTIFICACIÓN DE LA FICHA | |
|---|---|
| Programa | Técnico en Operación en Servicios de Contact Center y BPO |
| Ficha | 3287369 |
| Oferta | CERRADA |
| Trimestre | III |
| Jornada | DIURNA - TARDE |
| Sede | FONTIBÓN |

| No. | Tipo de Documento | Número de Documento | Nombre | Apellidos |
|---|---|---|---|---|
| 1 | CC | 53090111 | MARTHA ISABEL | ARIAS RINCON |
| 2 | CC | 1018233647 | KEVIN ANDRES | ARROYAVE CUADROS |
| 3 | TI | 1014668389 | GANIA SARITA | CASCEDO HERNANDEZ |
| 4 | CC | 1012481947 | MARLON EDUARDO | DIAZ BARROS |
| 5 | CC | 1018457518 | RODRIGO | FLOREZ GOMEZ |
| 6 | CC | 1031806126 | KAREN ESTEFANIA | FONTECHA RUBIO |
| 7 | CC | 52264494 | DEISY | GARCIA ROMERO |
| 8 | TI | 1029282540 | JHOAN ESTEBAN | GUTIERREZ ALVARADO |
| 9 | TI | 1123114779 | MELISSA DANIELA | INFANTE ALVARADO |
| 10 | CC | 1122144610 | LUIS ALBERTO | LOPEZ PUSHAINA |
| 11 | CC | 1012413225 | LUISA FERNANDA | MENJES |
| 12 | TI | 1012360004 | ALISON ELIANA | QUESADA DIAZ |
| 13 | CC | 1111664821 | MATEO ISAAC | RAMIREZ CHANTRE |
| 14 | CC | 1129556579 | LUZ DARY | RAMOS ALFARO |
| 15 | TI | 1007497788 | DAVID ANTONIO | RESTREPO ALVARADO |
| 16 | CC | 1074089835 | CAMILA | RIVERA SAAVEDRA |
| 17 | CC | 1033702224 | LESLY DAYANNE | ROA LONDOÑO |
| 18 | CC | 1022440919 | ANDRES FELIPE | RODRIGUEZ BECERRA |
| 19 | TI | 1141519383 | SEBASTIAN SMITH | SIERRA MENDEZ |
| 20 | TI | 1044827180 | VALENTINA ANDREA | SOLANO PUELLO |
| 21 | CC | 1016050770 | BLANCA LUZ | SUAREZ SQUIRA |
| 22 | CC | 1030779084 | BEATRIZ HELENA | VILLALOBOS |
| 23 | CC | 1003703383 | KIRANELA DE JESUS | VILLANUEVA CORDOBA |

Asistencia_3287369_I TRM 2026.xlsx

## * Socialización de entregables de proyecto formativo"

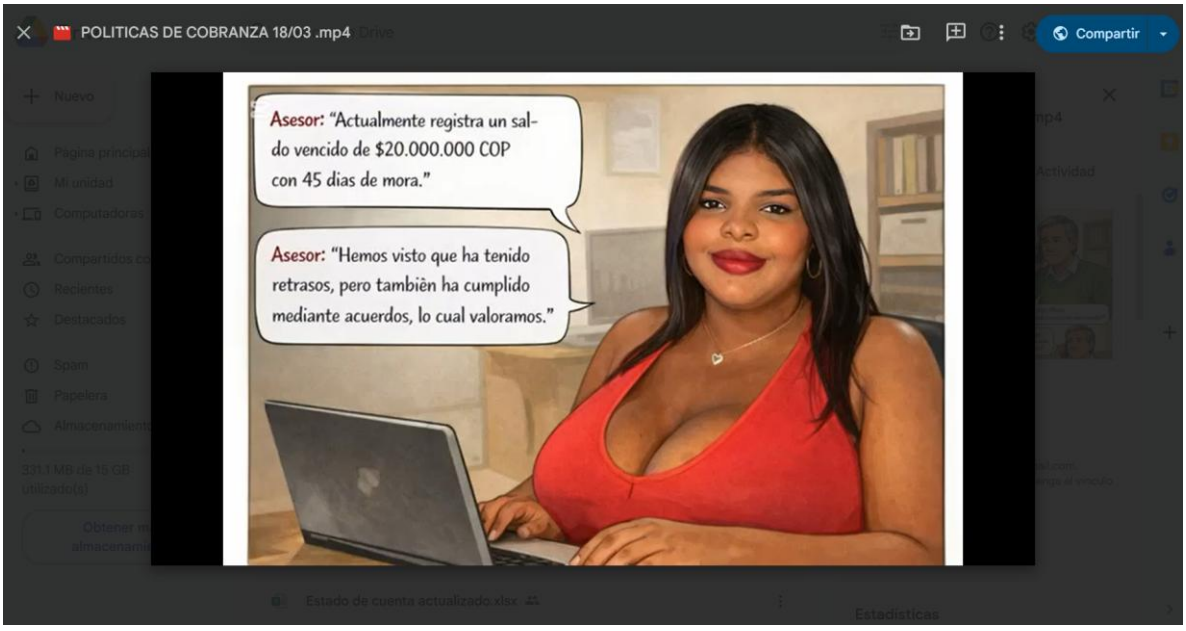
| | | |
|---|---|---|
| SENA | SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA<br>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN<br>Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral<br>PROYECTO FORMATIVO | Versión:<br>Código: Copia no controlada |

| 1. Información básica del proyecto | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Código del Proyecto:** | | | | |
| **1.1 Centro de Formación:** | Centro de Gestión de Mercados, Logística y TI | **1.2 Regional:** | **Distrito Capital** | |
| **1.3 Denominación del proyecto:** | Operacion de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House - Operación Integral de Campañas Omnicanal en Contact Center In-House | | | |
| **1.4 Programa de Formación al que da respuesta (nombre, código, versión):** | TECNICO OPERACIÓN DE SERVICIOS OMNICANAL EN CONTACT CENTER Y BPO | | | |
| **1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):** | 15 meses | | | |
| **1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación(si existen):** | Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas (SENA), Equipo de Diseño y Desarrollo Curricular, Red de Comercio y Ventas, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y Empresas patrocinadoras (contrato de aprendizaje). | | | |
| **1.7 Palabras claves de búsqueda:** | Multicanalidad, Omnicanal, BPO, Campaña, Contact Center, Tercerización, Talento humano, In bound, Out bound, KPI, SENA, Servicio, Cliente, Usuario, Protocolos, Atencion, Requerimiento, Monitoreo, Retroalimentacion, Transacciones. | | | |
| **1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:** | 49 | **1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia** | **1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:** | **14** |
| | | | **1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto** | **20** |
| | | | **1.9.3 Número de resultados de aprendizaje clave que se alcanzan con el proyecto:** | **15** |

| 2. Estructura del Proyecto | | |
|---|---|---|
| **2.3 Objetivo general** | | |
| Operar campañas Omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House | | |
| **2.4 Objetivos específicos** | | |
| 1. Identificar los requerimientos de la campaña y canales disponibles para la atención | | |
| 2. Responder las solicitudes de los usuarios de acuerdo estrategias de atencion. | | |
| 3. Registrar los resultados de la atención utilizando el aplicativo disponible conforme a los lineamientos. | | |
| 4. Comprobar los resultados de la campaña para garantizar el cumplimiento de los criterios establecidos. | | |
| **2.5 Alcance** | | |
| **2.5.1 Beneficiarios del proyecto** | Comunidad SENA, empresarios del sector BPO, clientes y usuarios. | |
| **2.5.2 Impacto** | **Social:** | Fortalecimiento del recurso humano insttiucional, contrato de aprendizaje SENA y mejora del proyecto de vida de los aprendices del programa de formación. |
| | **Económico:** | Se mejora la calidad de vida aprendiz permitiendo su acceso a la vida laboral |
| | **Ambiental:** | Aplicación de normatividad para la preservación y conservacion del medio ambiente y seguridad industrial. |
| | **Tecnológico:** | Implementación de plataformas, sistemas de telefonia y aplicativos actualizados en la ejecución de campañas. |
| **2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución** | | |

| RIESGOS | ALTERNATIVA DE SOLUCION |
|---|---|
| Falta de conectividad en algunas regiones del país y/o directamente en el centro de contacto In-house | Políticas gubernamentales que amplíen la cobertura territorial. |
| El perfil de ingreso del aspirante al programa presenta deficiencias en: Tics, segundo idioma, comunicación y competencias blandas. | Establecer requisitos mínimos para mejorar el proceso de selección, implementar fase II por parte del Sena y del sector productivo. |
| Falta del talento humano para la formacion de aprendices | Garantizar la contratacion del personal requerido para la operacion |
| Falta de contact center In House | Convenios con otros centros de contacto o empresas patrocinadoras |
| Falta de infrastructura tecnologica y logistica que afecta el desarrollo de la operación | Garantizar vigencias futuras presupuestales para la operacion, tener contigencias en la parte tecnologica como conexion de internet y redundancia. |

| **2.5.4. Productos o resultados del proyecto** |
|---|
| 1. Identificar los requerimientos de la entidad y canales disponibles para la atención. |
| Informe de las tipificacion de registro |
| 2. Responder las solicitudes de los usuarios de acuerdo estrategias de atencion. |
| Elaboracion propuesta de campaña |
| Informe trámite de requerimientos del cliente |



**Actividad de aplicación de conocimiento. Análisis de casos, alturas de mora**

Ficha 3287369 Acordar Pagos

1. **Organice la información suministrada en cada caso, genera un listado con los datos suficientes para establecer la altura de mora de cada cliente, fase de cobranza y un posible acuerdo. Establece un guion de llamada telefónica donde desarrolle cada caso.**

- El cliente **Carlos Andrés Ruiz**, identificado con cédula **1.020.345.678** y residente en la ciudad de **Bogotá**, presenta un **Crédito Hipotecario** con un retraso actual de **101 días de mora**. Su estado de cuenta se encuentra en **Cobro Jurídico** debido a la falta de respuesta a las notificaciones previas; se puede contactar al teléfono **310-555-0102** para intentar una última conciliación antes del embargo.

- Mariana Sofía Sosa, con documento de identidad 52.431.900 de la ciudad de Medellín, posee una Tarjeta de Crédito con 20 días de mora. Actualmente, su cuenta está en estado de Mora Temprana, lo que permite una gestión preventiva a través de su contacto telefónico 315-222-9988 para evitar el reporte negativo en centrales de riesgo.

- En la ciudad de Cali, el cliente Jorge Elí Valdivia, titular del documento 16.780.444, mantiene un Crédito Automotriz con 127 días de mora. El estado de su cuenta ha sido clasificado como Pre-jurídico, y aunque se ha intentado comunicación al teléfono 300-444-5566, el vehículo está sujeto a proceso de restitución si no se liquida el saldo pendiente.

**Ficha 3424661**

**Guía de Aprendizaje**

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Operación de Servicios Omnicanal en Contact Center y BPO
- Código del Programa de Formación: 135331 Versión 01
- Nombre del Proyecto Formativo: Operación de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House
- Fase del Proyecto: Planeación
- Actividad de Proyecto Formativo: Diseña las estrategias de atención para cada uno de los segmentos de clientes
- Competencia: Recuperar cartera en Contact Center y BPO
- Resultados de Aprendizaje: RA 1: Alistar estados de cuenta de clientes de acuerdo con canal de cobro y políticas
- Duración de la Guía de Aprendizaje: 33 horas directa e 15 horas indirectas.

## 2. PRESENTACIÓN

La presente guía de aprendizaje tiene como propósito orientar al aprendiz en la comprensión y desarrollo de los procesos iniciales relacionados con la recuperación de cartera dentro de un entorno de Contact Center y BPO, enmarcado en la fase de planeación del proyecto formativo *"Operación de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House"*.

Durante el desarrollo de esta guía, el aprendiz fortalecerá sus conocimientos sobre los procedimientos, canales de cobro y políticas institucionales aplicadas a la gestión de cartera

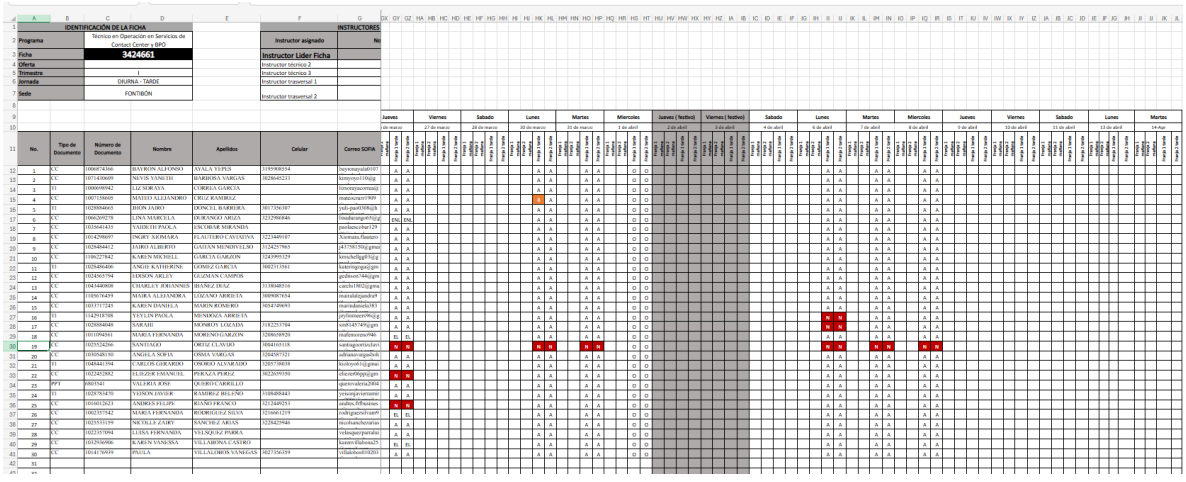
**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Operación de Servicios Omnicanal en Contact Center y BPO
- Código del Programa de Formación: 135331 Versión 01
- Nombre del Proyecto Formativo: Operación de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto Formativo: Diseña las estrategias de atención para cada uno de los segmentos de clientes
- Competencia: Recuperar cartera en Contact Center y BPO
- Resultados de Aprendizaje: RA 2: Aplicar técnicas de cobranza según normativa y políticas de la operación
- Duración de la Guía de Aprendizaje: 33 horas directa e 15 horas indirectas.

**Lista de Asistencia**



Asistencia_3424661_I TRM 2026.xlsx

*** Socialización de entregables de proyecto formativo"**

| | | |
|---|---|---|
| SENA | **SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA**<br>**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**<br>**Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral**<br>**PROYECTO FORMATIVO** | Versión:<br>Código: Copia no controlada |

| **1. Información básica del proyecto** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Código del Proyecto:** | | | | | |
| **1.1 Centro de Formación:** | Centro de Gestión de Mercados, Logística y TI | **1.2 Regional:** | **Distrito Capital** | | |
| **1.3 Denominación del proyecto:** | Operacion de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House - Operación Integral de Campañas Omnicanal en Contact Center In-House | | | | |
| **1.4 Programa de Formación al que da respuesta (nombre, código, versión):** | TECNICO OPERACIÓN DE SERVICIOS OMNICANAL EN CONTACT CENTER Y BPO | | | | |
| **1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):** | 15 meses | | | | |
| **1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación(si existen):** | Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas (SENA), Equipo de Diseño y Desarrollo Curricular, Red de Comercio y Ventas, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y Empresas patrocinadoras (contrato de aprendizaje). | | | | |
| **1.7 Palabras claves de búsqueda:** | Multicanalidad, Omnicanal, BPO, Campaña, Contact Center, Tercerización, Talento humano, In bound, Out bound, KPI, SENA, Servicio, Cliente, Usuario, Protocolos, Atencion, Requerimiento, Monitoreo, Retroalimentacion, Transacciones. | | | | |
| **1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:** | 49 | **1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia** | **1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:** | **14** | |
| | | | **1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto** | **20** | |
| | | | **1.9.3 Número de resultados de aprendizaje clave que se alcanzan con el proyecto:** | **15** | |

| **2. Estructura del Proyecto** | | |
|---|---|---|
| **2.3 Objetivo general** | | |
| Operar campañas Omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House | | |
| **2.4 Objetivos específicos** | | |
| 1. Identificar los requerimientos de la campaña y canales disponibles para la atención | | |
| 2. Responder las solicitudes de los usuarios de acuerdo estrategias de atencion. | | |
| 3. Registrar los resultados de la atención utilizando el aplicativo disponible conforme a los lineamientos. | | |
| 4. Comprobar los resultados de la campaña para garantizar el cumplimiento de los criterios establecidos. | | |
| **2.5 Alcance** | | |
| **2.5.1 Beneficiarios del proyecto** | Comunidad SENA, empresarios del sector BPO, clientes y usuarios. | |
| **2.5.2 Impacto** | **Social:** | Fortalecimiento del recurso humano insttitucional, contrato de aprendizaje SENA y mejora del proyecto de vida de los aprendices del programa de formación. |
| | **Económico:** | Se mejora la calidad de vida aprendiz permitiendo su acceso a la vida laboral |
| | **Ambiental:** | Aplicación de normatividad para la preservación y conservacion del medio ambiente y seguridad industrial. |
| | **Tecnológico:** | Implementación de plataformas, sistemas de telefonia y aplicativos actualizados en la ejecución de campañas. |

| **2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución** | |
|---|---|
| **RIESGOS** | **ALTERNATIVA DE SOLUCION** |
| Falta de conectividad en algunas regiones del país y/o directamente en el centro de contacto In-house | Políticas gubernamentales que amplíen la cobertura territorial. |
| El perfil de ingreso del aspirante al programa presenta deficiencias en: Tics, segundo idioma, comunicación y competencias blandas. | Establecer requisitos minimos para mejorar el proceso de selección, implementar fase II por parte del Sena y del sector productivo. |
| Falta del talento humano para la formacion de aprendices | Garantizar la contratacion del personal requerido para la operacion |
| Falta de contact center In House | Convenios con otros centros de contacto o empresas patrocinadoras |
| Falta de infrastructura tecnologica y logistica que afecta el desarrollo de la operación | Garantizar vigencias futuras presupuestales para la operacion, tener contigencias en la parte tecnologica como conexion de internet y redundancia. |

| **2.5.4. Productos o resultados del proyecto** |
|---|
| 1. Identificar los requerimientos de la entidad y canales disponibles para la atención. |
| Informe de las tipificacion de registro |
| 2. Responder las solicitudes de los usuarios de acuerdo estrategias de atencion. |
| Elaboracion propuesta de campaña |
| Informe trámite de requerimientos del cliente |

NEXXUS corp

# ESTADO DE CUENTA DE CRÉDITO

**Fecha de Emisión:** 01 de Marzo de 2026
**Ciudad de Emisión:** Bogotá, D.C.

**DATOS DEL CLIENTE**
**Nombre:** Dra. Claudia Fernández
**Dirección:** Carrera 7 #156-10, Bogotá, Colombia

| CONCEPTO | DETALLE |
|---|---|
| Número de Crédito | 100567 |
| Fecha de Corte | 10 de marzo de 2026 |
| Fecha Límite de Pago | 20 de marzo de 2026 |
| Plazo Total (Meses) | 48 |
| Cuota Actual (#) | 22 |
| Tasa de Interés | 1,9% M.V. |
| Saldo Total a la Fecha de Corte | $25.800.000 COP |

| DETALLE DE MORA Y PAGO | |
|---|---|
| Mora (basada en mora más antigua): | **Administrativa** |
| Cuotas Pendientes: | 2 |
| Cuotas en Mora: | 2 |

| **CONCEPTO DE PAGO** (sin repetición) | **VALOR (COP)** |
|---|---|
| Pago de Capital | $980.000 |
| Intereses Corrientes | $160.000 |
| Seguros y Comisiones | $60.000 |
| **TOTAL EXIGIBLE A PAGAR** | **$1.200.000** |

NEXXUS Corp. - Soluciones Financieras - Calle 100 #8-55, Bogotá, Colombia - Tel: (601) 555-0100 - www.nexxuscorp.com
Este documento es un estado de cuenta y no constituye una factura de venta. Para más información, contáctenos.
Nit. 900.XXX.XXX-X

Digital Signature Seal nexxu.com


¡LA LLAMADA!
Cordial saludo, Sr. James Rodríguez. Le habla Eliezer del departamento de SENA Prestamista.com.
Debo manejar esto con cuidado... es un caso crítico.
VALIDACIÓN
Para proceder con la información de su caso judicializable y dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012, requiero su autorización para el tratamiento de sus datos personales en sistema.
¡ES MUY IMPORTANTE!
Sí, está bien. Autorizo el tratamiento de mis datos, ¿Qué pasa con mi cuenta?
NOTIFICACIÓN DE URGENCIA
Sr. Rodríguez, el motivo de mi llamada es una NOTIFICACIÓN DE URGENCIA. Su obligación presenta 25 DÍAS DE MORA y su cuenta ya está en ETAPA PREJURÍDICA, que es la última instancia antes de pasar el caso a un ABOGADO EXTERNO.
Si no llegamos a un acuerdo, su expediente será transferido y podría enfrentar COBROS DE HONORARIOS y MEDIDAS CAUTELARES.
¡ES HOY O NUNCA!
¿Ya en etapa prejurídica? ¡Tan rápido...? ¡No, no quiero problemas legales!
Dígame, ¿qué puedo hacer para evitar que lo manden a abogado?
NEGOCIACIÓN
¡Esa es la actitud, Sr. James! 💪
Si realiza un PAGO DE $2 MILLONES mañana antes de las 10:00 a.m., puedo:
✅ Detener el traslado a cobro jurídico.
✅ Aplicar una NOTA ESPECIAL de acuerdo.
✅ Congelar los intereses por mora de estos 25 días.
¡Le daría un respiro y evitamos que esto escale!
$2 millones... es un esfuerzo grande, pero con tal de evitar al abogado y y más cargos, ¡lo hago!
¡HECHO, ELIEZER! Mañana antes de las 10 a.m. realizo el pago. ¿Le parece si le envío el comprobante apenas lo haga?
CIERRE
¡EXCELENTE DECISIÓN, SR. JAMES! 🎉
Eso es lo que necesitábamos.
Queda registrado el acuerdo y la promesa de pago para mañana.
Apenas lo haga, me reenvía el soporte y yo le confirmo la aplicación.
ACUERDO CERRADO
PAGO: MAÑANA - 10:00 A.M.
DESPUÉS DE COLGAR...
¡Uff...! Se resolvió.
Qué buena atención la de Eliezer, superclaro y me dio solución.
Por último... ¿me pidió un saludo, verdad? ¡Sería lo justo luego lo colgatoo!
'Sr. James... ¿me regalaría un saludo?
¡Claro que sí, Eliezer! Mañana cumple con ese pago... y después le le grabo ese saludo como se merece.