PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Desarrollo de procesos de mercadeo
- Código del Programa de Formación: 124101 v1
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): Estructuración de un plan de mercadeo para mipymes en el area de influencia del cias puerto boyaca.
- Fase del Proyecto (si aplica): Analisis
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): Caracterizar el comportamiento del mercado realizando una investigación de acuerdo con objetivos organizacionales
- Competencia: Proyectar el mercado según segmentos y métodos de proposito
- Resultados de Aprendizaje: RA1. Seleccionar el segmento de mercado de acuerdo con políticas comereciales de la organizacion
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 144

2. PRESENTACIÓN

El mercadeo moderno es una herramienta vital para que las empresas logren adaptarse a una economía globalizada y en constante evolución. Para tener éxito, las organizaciones deben realizar un diagnóstico situacional exhaustivo que permita identificar tanto las fortalezas internas como los desafíos externos del entorno actual. Este proceso analítico facilita la creación de un direccionamiento estratégico sólido, fundamentado en el uso de herramientas técnicas de evaluación empresarial. Asimismo, se subraya la necesidad de gestionar correctamente la mezcla de mercadeo, integrando elementos como el producto, el precio y la distribución para alcanzar metas comerciales. Finalmente, el autor vincula estas acciones con el fomento de una cultura emprendedora que responda eficazmente a las demandas específicas de cada sector productivo.

Una vez finalizado el diagnóstico situacional, resulta fundamental examinar los componentes esenciales de la mezcla de mercadeo propuestos originalmente por McCarthy. Este análisis integra elementos clave como el producto, el precio, el punto de venta y las estrategias de comunicación

comercial. La aplicación de estos conceptos busca fomentar una sólida cultura emprendedora que impulse el éxito de proyectos productivos específicos. De este modo, se garantiza que las acciones empresariales respondan de manera efectiva a las necesidades y oportunidades detectadas en el entorno económico. Al alinear estas variables estratégicas, las organizaciones pueden alcanzar sus objetivos institucionales con mayor precisión y relevancia sectorial.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

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

3.1 Actividades de reflexión inicial:



La interpretación de la situación actual del mercado, fundamentada en los resultados de un diagnóstico situacional previo, se articula a través del reconocimiento y análisis profundo de las variables de la mezcla de mercadeo

Según lo expuesto en las fuentes, este proceso implica examinar el producto, el precio, la plaza (distribución) y la promoción (publicidad), siguiendo la clasificación de McCarthy (1960)

Video https://www.youtube.com/watch?v=20mhUzT_B2Y

Aplicar lo visto en el video y realizar un paso a paso del proceso a una MIPYME para determinar su impacto

Descripción de la actividad: Realizar un diagnistico de mercado

Ambiente requerido: Ambiente de formación 15

Estrategias o técnicas didácticas activas: Observacion y socializacion

Materiales de formación: Televisor, tamblero y marcadores

Material de apoyo: Video informativo

Duración de la actividad: 4 horas.

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



Según su experiencia responda los interrogantes de tal forma que le permita alcanzar una Conclusión y sea socializada con el grupo.

a. Escriba 5 oportunidades de negocio que se le han presentado, en su vida y en la familia.

b. ¿Cuál ha sido su actitud y la de su familia frente a esas oportunidades?

c. ¿Ha perdido usted o su familia alguna vez una oportunidad de negocio? Coméntela

d. ¿Cree que todavía está a tiempo de hacer realidad esas metas que se ha trazado en su vida?

e. Mencione que ideas innovadoras se le han ocurrido en el transcurso de su vida.

f. De acuerdo con el punto anterior establezca un orden de prioridad ejemplo: necesidad, gusto, por tendencia etc.

g. ¿Qué se debe tener en cuenta para poner en marcha una de esas ideas?

h. ¿Qué aptitudes y que actitudes debe tener un emprendedor? Enúncielos y explíquelos

Descripción de la actividad: Respuesta a cuestionario

Ambiente requerido: Ambiente 15

Estrategias o técnicas didácticas activas: Observacion y trabajo colaborativo

Materiales de formación: elementos de escritura

Material de apoyo: Orientación instructor y conocimientos previos

Duración de la actividad: 16 horas.

3.3 Actividades de apropiación:

ACTIVIDAD 1: Aprendiendo del marketing:

El instructor socializa en plenaria los principales términos relacionados con el mercadeo, así como su evolución, marketing mix, tendencias y generalidades del mercadeo.

Seguidamente observa y analiza los siguientes vídeos y apropia la lectura:

- VIDEO 2_Origen y evolución del marketing Origen y Evolución del Marketing - YouTube , https://youtube.com/watch?v=q7Zyv9qkf3M
- VIDEO 3_La historia del Marketing https://www.youtube.com/watch?v=1vr1W4rAqEk
- Cambios dramáticos en la realidad del Marketing

  https://co.video.search.yahoo.com/search/video?fr=mcafee&ei=UTF-8&p=%E2%80%A2+Cambios+dram%C3%A1ticos+en+la+realidad+del+Marketing&type=E210CO91215G91743#id=1&vid=5438500 5 37890d5d3c1c280c71f0af54&action=click

- VIDEO 4_El Marketing Del Futuro - Marketing 4.0

  https://www.youtube.com/watch? v=bvoIfPgZ66E
- VIDEO 5_KOTLER CAPÍTULO 1 (1.1) ¿Que es MARKETING

  https://www.youtube.com/watch?v=oGaGBdnDw4c&t=9s
- LECTURA 1_FUNDAMENTOS DE MERCADEO

El instructor (a) organizará la técnica de carrusel para socializar los aprendizajes

ACTIVIDAD 2: Acercamiento a términos de empresa:

a. Con asesoría del instructor leer por equipos de trabajo el documento LECTURA 2_Organización comercial de empresas, realizar los talleres que se indiquen. Los contenidos a tratar son:
Empresas, componentes, funciones, diferenciar las principales formas jurídicas de las empresas, organigramas. También se invita a profundizar el contenido con los siguientes materiales que encuentra en el material de apoyo:

- Empresa: https://view.genial.ly/65b258f9a1d19900141ca223/presentation-empresa.

Para afianzar los conocimientos, realice de manera individual la EVIDENCIA_1. Taller de Empresas, socialícelo y súbalo a classroon según las indicaciones del instructor.

b. Con ayuda del instructor, se debatirá los conocimientos sobre el direccionamiento estratégico de una empresa o la plataforma estratégica. (Razón Social, misión, visión, objetivos, políticas de una empresa, ventajas competitivas). Se pueden apoyar en el material XXXXXX.
Con la empresa elegida por el grupo de aprendices y aprobada por el instructor, el grupo deberá buscar fuentes de información que les ayude a entender:

- Aspectos del sector económico donde se mueve la pyme. Consultar número CIUU
- Crecimiento y tendencias del sector en Colombia
- Necesidades que solucionan este tipo de producto o servicio.
- Tipos de competencia se encuentran (directas e indirectas).
- Entes, organizaciones gubernamentales, agremiaciones, asociaciones que apoyan y regulan las
- industrias y las actividades del sector.
- Investigación del CIIU y como se clasifica (según sector asignado)

Por equipos de proyecto, deben socializar la empresa que van a desarrollar el proyecto formativo, tenga en cuenta la plataforma estratégica, listado de las fuentes que consultaron y un documento sobre los aspectos encontrados, recuerden que el documento debe elaborarse con citas y referencias bibliográficas, cárguelo a Teams EVIDENCIA 2.Plataforma estratégica del proyecto.

El instructor realizará una exposición donde presenta de manera organizada la información de reflexión acerca de los factores internos y externos que afectan la empresa. El instructor deberá explicar las variables macro ambientales y micro ambientales. Usted como aprendiz observe,

escuche y tome registro de lo que más les llamó la atención. Presente ejemplos de cada factor interno y externo a través de lluvias de ideas. Puede apoyarse en la LECTURA 3_Cómo_evaluar_el_entorno.

Como aprendiz realice una investigación de las diferentes variables macro y micro que afectan la pyme elegida para su proyecto de formación. Revise y describa según el proyecto cuales son las variables más importantes que pueden afectar a las empresas. El grupo debe entregar un documento especificando cada variable. El documento deberá tener la fuente de información utilizada. Con sus respectivas citas bibliográficas según las normas APA. Socialícelo y súbalo a Teams según las indicaciones del instructor con el nombre EVIDENCIA 3_Entorno de la empresa.

ACTIVIDAD 4: Entorno de la empresa: Herramientas para diagnóstico estratégico.

Las herramientas están en clasificadas según las actividades por las cuales están atravesando una empresa.
Primera etapa de formulación estratégica consiste en la matriz PESTEL, PORTER, EFE y EFI, esta etapa se conoce como la inicial y, de entrada. Puede apoyarse en las presentaciones que se encuentran en el material de apoyo:

- PRESENTACIÓN 1 _Análisis_PESTEL
- PRESENTACION_2 Fuerzas de Porter
- PRESENTACION 3_DOFA EFI EFE

Puede ingresar al siguiente enlace https://aprendizajeactivo.com.ar/index.php?pagina=curso_estrategias_empresariales_auditoria_interna, para mayor comprensión de los conocimientos esenciales.
Para afianzar los conocimientos ´puede realizar el 2. Taller Caso de diagnóstico.

A partir de las matrices investigadas y explicadas por el instructor en clase, aplicar este conocimiento de matrices EFI, EFE, MPC, DOFA, BCG, IE, PESTEL, a su proyecto en un libro de Excel desarrollara cada una. Cargue las evidencias en Teams con el nombre EVIDENCIA 4. Matrices.

Segunda Etapa, se enfoca en general estrategias alternativas alineando los factores críticos externos e internos, esta etapa se le conoce como alineación. Las herramientas empleadas son:
DOFA, MATRIZ DE BOSTON, Matriz interna y externa.

ACTIVIDAD 5: Prueba

Según instrucciones del(a) instructor(a), resuelva la Prueba (Evaluación) o diríjase a la plataforma Teams, a la sección contenidos y en la carpeta correspondiente al RAP busque la prueba y respóndala. "EVIDENCIA 5_ PRUEBA_DIAGNOSTICO"

Descripción de la actividad: Analisis de videos
Ambiente requerido: Ambiente 15
Estrategias o técnicas didácticas activas: Investigación, observación y trabajo colaborativo
Materiales de formación: Televisor, tamblero y marcadores
Material de apoyo: Orientacion del instructor
Evidencias de aprendizaje: Matrices de marketing planteadas y formuladas, informe escrito diagnóstico actual de empresa
Instrumentos de evaluación: Pruebas de conocimientos, exposiciones, pruebas Kahoot, coevaluaciones entre aprendices
Duración de la actividad: 90 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Con su grupo de proyecto identifique que información requieren para realizar el diagnostico que les permita conocer el estado actual de la empresa del proyecto seleccionado como proyecto formativo. Programe una visita y recolecte información primaria y secundaria, puede apoyarse en el documento que se encuentra en el material de apoyo VISITA_PRIMER ACERCAMIENTO A MIPYMES.

Para este objetivo realice los siguientes pasos

- Análisis de la actividad económica de la empresa en los últimos 5 años (descripción de
- actividad económica, crecimiento de la actividad, principales empresas lideres del mercado)
- Análisis Micro ambiental y de Fuerzas internas de la empresa (matriz EFI)
- Análisis Macro ambiental (matriz PESTEL y EFE)
- Análisis de la competencia (matriz MPC)
- Matriz FODA teniendo en cuenta el marketing MIX
- Conclusión del diagnóstico
- Problemática de mercadeo encontrada
- Direccionamiento estratégico (principios corporativos, Misión, Visón, objetivos corporativos)

Una vez analizada cada situación desarrollada en la presente guía de aprendizaje, el grupo de trabajo elaborará una presentación Power Point o Canva y un informe en Word con la aplicación de Normas APA.

En plenaria y en el ambiente que sugiera su instructor(a) el grupo de trabajo sustentará en un tiempo no mayor a 12 minutos las características de la empresa con la cual se desarrollará su proyecto formativo en la etapa lectiva, y a la cual se le adelantará un adecuado plan de marketing.

Entre los temas a tratar en esta sustentación se encuentra:

Razón social

Tipo de empresa y sector al cual pertenece

Misión y visión

Objeto social de la empresa

Portafolio de productos y/o servicios

Ventaja competitiva

Ventas del sector al cual pertenece la empresa

Ventas de la empresa en los últimos tres (3) años

Matriz PESTEL

Matriz DOFA

Matriz EFI y EFE

Matriz MPC

Matriz BCG



Cargue las evidencias en Teams con el nombre EVIDENCIA 5. Informe de Diagnóstico

Descripción de la actividad:

Ambiente requerido: Ambiente 15

Estrategias o técnicas didácticas activas: Investigación, observación y trabajo colaborativo

Materiales de formación: Elementos de escritura, computadores, tablero, marcadores

Material de apoyo: Orientación instructor

Evidencias de aprendizaje: Archivos excel con matrices sugeridas, informe escrito

Instrumentos de evaluación: Pruebas de conocimientos, sustentaciones, foros.

Duración de la actividad: 18 horas.

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
ANALISIS	Caracterizar el comportamiento del mercado realizando una investigación de acuerdo con objetivos organizacionales	Identificar las variables del entorno empresarial teniendo en cuenta el comportamiento del mercado	Conocimiento. Responder cuestionario sobre concepto de la estructura del mercado. (cuestionario) Producto. Informe investigativo sobre conceptualización del mercado. (lista de chequeo) Desempeño. Presentar los resultados de la investigación grupal en video. (lista de verificación)	RA1. Describe análisis situacional teniendo en cuenta tendencias del entorno relaciona las variables de mercadeo según entorno organizacional	Técnica: Cuestionario Instrumento de evaluación: Formulación de preguntas Técnica Validación de producto y desempeño Instrumento Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Amenazas: se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o bien reducir su efectividad, o incrementar los riesgos de la misma, o los recursos que se requieren para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad.

Análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas): su objetivo consiste en ayudar a una empresa a encontrar sus factores estratégicos críticos, para usarlos, una vez identificados, y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades y eliminando o reduciendo las amenazas.

Análisis externo de la empresa: Proceso que trata de ir indicando los diferentes elementos del ENTORNO (macro y microentorno) que influyen a la empresa.

Análisis interno de la empresa: Proceso para realizar el estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa.

Análisis del entorno de la empresa: Proceso por el cual se realiza la exploración de los factores, que forman el entorno en el cual actúa la empresa.

Bases de Datos: Colección de datos interrelacionados almacenados juntos sin redundancia perjudicial e innecesaria para servir a múltiples aplicaciones.

Datos: Número y hechos aislados que mantienen vínculos entre sí de acuerdo a reglas preestablecidas y que resultan difíciles de utilizar debido a su gran volumen los datos deben ser: Consistente y Depurados.

Debilidades: Son factores que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa, constituyen una amenaza para la empresa y deben, por tanto, ser controladas y superadas

Entorno de la empresa: es un conjunto de factores que rodean la empresa y que influyen en su actuación.

Fortalezas: Son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.

Fuentes de Información: Son diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento; conocer, distinguir y seleccionar las fuentes de información adecuadas para el trabajo que se está realizando es parte del proceso de investigación.

Fuentes primarias contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual. Son documentos primarios; es la que considera material de primera mano referente al objeto de estudio.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular. (**BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA).**

MARKETING. Versión para Latinoamérica. Philip Kotler y Gary Armstrong. Decimo Primera edición. Pearson Educación. México 2007.

MARKETING. Philip Kotler y Gary Armstrong. Decimocuarta edición. Pearson Educación. México 2012.

FUNDAMENTOS DE MARKETING. William J, Stanton. Decimocuarta edición. Mc. Graw Hill.

Abascal, Fernández Elena. Grande, Esteban Idelfonso. Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial. 4 edición 4. Madrid España. Editorial: ESIC.

Arribas Urrutia, A; (2000). ¿Centralizar o descentralizar los sistemas de información en la empresa? Ámbitos, () 153-168. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800412

Araya Guzmán, S. A., & Orero Giménez, A. (2004). LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y SU INTERACCIÓN CON LA DIMENSIÓN CULTURAL DE LAS ORGANIZACIONES. Revista Ingeniería Industrial, 3(1), 5-17

Ardila-I. (2015).Promo, activación y data driven marketing ¿quién es quién en este sector en Colombia? Recuperado el 3 de junio del 2016. http://www.revistapym.com.co/destacados/promo-activaci-n-data-driven-marketing-qui-n-quin-sector-colombia

Andreu, R., J. E. Ricart, et al. (1996). Estrategia y Sistemas de Información. Madrid. España, McGraw Hill

Burbano Jorge. (2011). Presupuestos. Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos. 4 edición. Bogotá, Colombia. Editorial Mc Graw Hill Educación

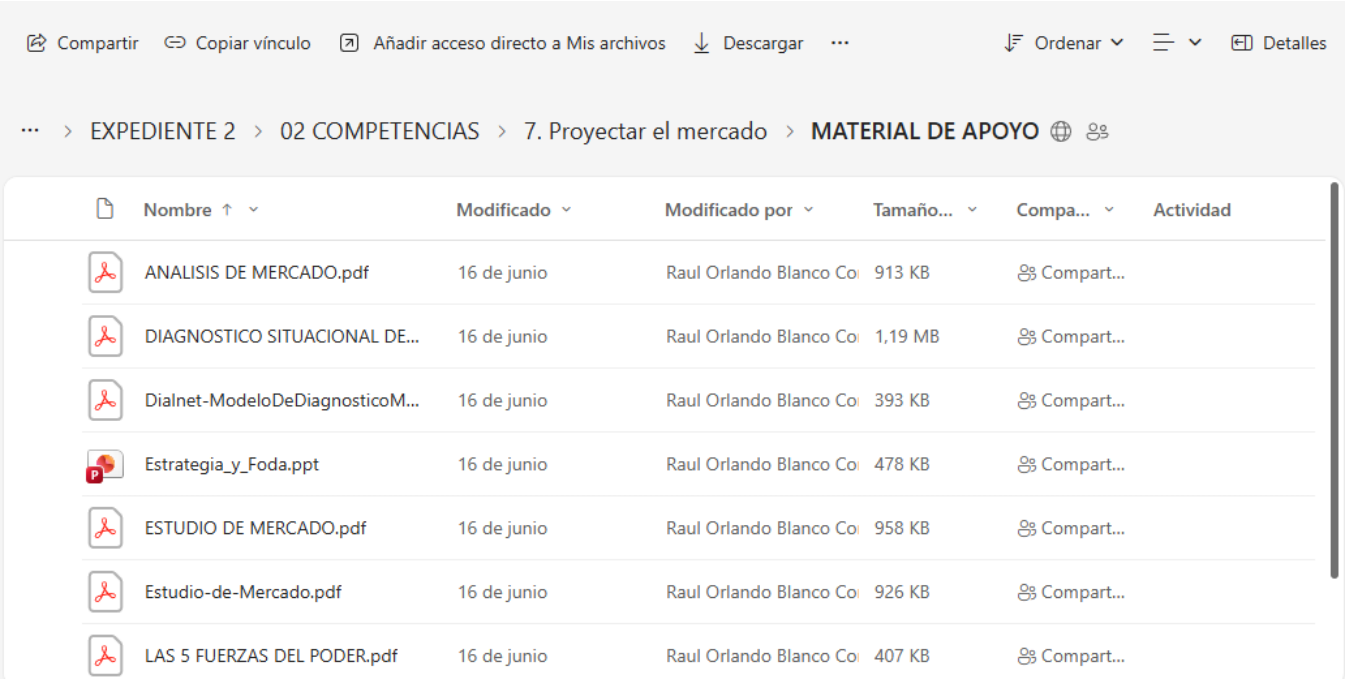
7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**RAUL ORLANDO BLANCO CONTRERAS**	**Instructor**	**CIAS**	**04/06/2026**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

MATERIAL DE APOYO



LINK
MATERIAL DE APOYO

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**	Version: 01 Febrero de 2025

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Desarrollo de procesos de mercadeo	**ID**	3411843
Proyecto formativo:	Estructuración de un plan de mercadeo para MiPymes en el área de influencia del CIAS puerto Boyacá.		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	RA1. Seleccionar el segmento de mercado de acuerdo con políticas comerciales de la organización		
Actividad de aprendizaje:	Identificar las variables del entorno empresarial teniendo en cuenta el comportamiento del mercado		
Evidencia de conocimiento:	Responder cuestionario sobre concepto de la estructura del mercado		
Criterios de evaluación: RA1. Describe análisis situacional teniendo en cuenta tendencias del entorno relaciona las variables de mercadeo según entorno organizacional			

2. Cuestionario.

a. Escriba 5 oportunidades de negocio que se le han presentado, en su vida y en la familia.
b. ¿Cuál ha sido su actitud y la de su familia frente a esas oportunidades?
c. ¿Ha perdido usted o su familia alguna vez una oportunidad de negocio? Coméntela
d. ¿Cree que todavía está a tiempo de hacer realidad esas metas que se ha trazado en su vida?
e. Mencione que ideas innovadoras se le han ocurrido en el transcurso de su vida.
f. De acuerdo con el punto anterior establezca un orden de prioridad ejemplo: necesidad, gusto,
por tendencia etc.
g. ¿Qué se debe tener en cuenta para poner en marcha una de esas ideas?
h. ¿Qué aptitudes y que actitudes debe tener un emprendedor? Enúncielos y explíquelos

3. EVALUACIÓN

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

_____ _____

Firma Aprendiz Firma Instructor

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**	Version: 01 Febrero de 2025

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Desarrollo de procesos de mercadeo	**ID**	3411843
Proyecto formativo:	Estructuración de un plan de mercadeo para MiPymes en el área de influencia del CIAS puerto Boyacá.		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	RA1. Seleccionar el segmento de mercado de acuerdo con políticas comerciales de la organización		
Actividad de aprendizaje:	Identificar las variables del entorno empresarial teniendo en cuenta el comportamiento del mercado		
Evidencia de Desempeño:	Presentar los resultados de la investigación grupal en video. (lista de verificación)		
Criterios de evaluación: RA1. Describe análisis situacional teniendo en cuenta tendencias del entorno relaciona las variables de mercadeo según entorno organizacional			

2. Lista de verificación.

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	Identifica la razón social de una empresa y su actividad			
2.	Analiza los conceptos de Visión y Misión de una empresa			
3.	Reconoce cuales son los objetivos institucionales de una empresa			
4.	Identifica cuales son las políticas institucionales de una empresa			
5	Reconoce y utiliza el Márquetin empresarial			

3. EVALUACIÓN

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

_____ _____

Firma Aprendiz Firma Instructor

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**	Version: 01 Febrero de 2025

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Desarrollo de procesos de mercadeo	**ID**	3411843
Proyecto formativo:	Estructuración de un plan de mercadeo para MiPymes en el área de influencia del CIAS puerto Boyacá.		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	RA1. Seleccionar el segmento de mercado de acuerdo con políticas comerciales de la organización		
Actividad de aprendizaje:	Identificar las variables del entorno empresarial teniendo en cuenta el comportamiento del mercado		
Evidencia de Producto:	Informe investigativo sobre conceptualización del mercado. (lista de chequeo)		
Criterios de evaluación: RA1. Describe análisis situacional teniendo en cuenta tendencias del entorno relaciona las variables de mercadeo según entorno organizacional			

2. Lista de chequeo.

1. Información general del informe
   - ☐ ¿El informe tiene título claro y relacionado con el tema?
   - ☐ ¿Incluye nombre del autor, fecha y datos de identificación?
   - ☐ ¿Presenta introducción y objetivos del informe?
2. Conceptualización del mercado
   - ☐ ¿Se define claramente el concepto de mercado?
   - ☐ ¿Se explica la importancia del mercado en el entorno empresarial?
   - ☐ ¿Se identifican los elementos que componen el mercado (oferta, demanda, precio y consumidores)?
   - ☐ ¿Se describen los tipos de mercado (local, nacional, internacional, digital, etc.)?
3. Investigación y análisis
   - ☐ ¿Se consultaron fuentes confiables y actualizadas?
   - ☐ ¿Se citan correctamente las fuentes de información?
   - ☐ ¿Se analiza el comportamiento del mercado actual?
   - ☐ ¿Se identifican tendencias y cambios del mercado?
4. Segmentación del mercado

☐ ¿Se explica qué es la segmentación de mercado?

☐ ¿Se identifican criterios de segmentación (geográfica, demográfica, psicográfica y conductual)?

☐ ¿Se analiza el mercado objetivo?

5. Oferta y demanda

☐ ¿Se explica la relación entre oferta y demanda?

☐ ¿Se identifican factores que afectan la oferta?

☐ ¿Se identifican factores que afectan la demanda?

☐ ¿Se analiza el equilibrio de mercado?

6. Consumidor y comportamiento de compra

☐ ¿Se identifica el perfil del consumidor?

☐ ¿Se analizan necesidades y deseos del consumidor?

☐ ¿Se describen hábitos de compra y tendencias de consumo?

7. Competencia y entorno de mercado

☐ ¿Se identifican competidores directos e indirectos?

☐ ¿Se analiza el posicionamiento de la competencia?

☐ ¿Se evalúan oportunidades y amenazas del mercado?

8. Conclusiones y recomendaciones

☐ ¿El informe presenta conclusiones claras?

☐ ¿Las conclusiones responden a los objetivos planteados?

☐ ¿Se incluyen recomendaciones o propuestas de mejora?

9. Presentación y estructura

☐ ¿El contenido está organizado y bien redactado?

☐ ¿Tiene coherencia y claridad en la información?

☐ ¿Cumple con normas de presentación (ortografía, formato y referencias)?

Resultado final

☐ Conceptos de mercado comprendidos

☐ Investigación sustentada con fuentes

☐ Análisis del mercado realizado

☐ Conclusiones y recomendaciones elaboradas

3. EVALUACIÓN

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**	Version: 01 Febrero de 2025

_____ _____

Firma Aprendiz Firma Instructor

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
- Código del Programa de Formación: 112005 - 101
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): Aplicación de la estrategia de gestión del talento humano basado en competencias, aplicable a empresas del area de influencia
- Fase del Proyecto (si aplica): Planeacion
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): Diseñar los procesos preseleccion, selección, vinculacion e induccion de personal teniendo en cuenta le gestion estrategica del talento humano.
- Competencia: Definir necesidades de información de la gestión del talento humano de acuerdo con los requerimientos de la organización y de las partes interesadas
- Resultados de Aprendizaje: 1. Establecer el sistema de información de la gestión del talento humano de acuerdo con la normatividad de la empresa
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 42

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, para el gestor de talento humano, definir las necesidades de información constituye una actividad fundamental para garantizar una adecuada gestión administrativa y estratégica dentro de la organización. La recopilación, análisis y utilización de información confiable permiten apoyar la toma de decisiones, optimizar los procesos relacionados con el personal y responder oportunamente a los requerimientos de la organización y de las diferentes partes interesadas.

En el desarrollo de esta competencia, el aprendiz fortalecerá sus conocimientos en la elaboración, organización y presentación de documentos empresariales propios del área de talento humano, aplicando criterios técnicos y administrativos que contribuyan al mejoramiento continuo de los procesos organizacionales.

Asimismo, se busca que el aprendiz desarrolle habilidades para identificar, comparar, analizar e interpretar información relevante, reconociendo su importancia en la planeación, ejecución y evaluación de las actividade.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

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

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Las organizaciones actuales dependen cada vez más de la información para tomar decisiones oportunas y eficientes. En el área de talento humano, contar con un sistema de información adecuado permite registrar, organizar, procesar y consultar datos relacionados con los colaboradores, facilitando la gestión de los procesos administrativos y el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

- ¿Qué importancia tiene la información en la administración del talento humano?
- ¿Qué dificultades podría enfrentar una empresa si no cuenta con un sistema organizado para gestionar la información de sus colaboradores?
- ¿Cómo contribuye un sistema de información al cumplimiento de la normatividad laboral y de las políticas internas de la organización?
- ¿Qué tipo de información considera necesaria para gestionar eficientemente el talento humano dentro de una empresa?
- ¿De qué manera la tecnología puede mejorar los procesos de selección, contratación, capacitación y evaluación del personal?

A partir de sus respuestas, analice cómo el establecimiento de un sistema de información para la gestión del talento humano contribuye al fortalecimiento de los procesos organizacionales, la toma de decisiones basada en datos y el cumplimiento de la normatividad vigente de la empresa.

Ambiente requerido: Aula de 50 mts2, mesas y sillas, un tablero acrílico, conexiones eléctricas para el funcionamiento de los computadores y equipos audiovisuales.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Organizadores gráficos, exposición, mesa redonda, foro, cuadro comparativo, Juegos de roles, taller, demostración, simulación, estudio de caso.
Materiales de formación: Pliegos de papel bond, marcadores borrables de colores, borrador tablero acrílico, marcadores permanentes de colores, octavos de cartulina, cinta de enmascarar, papel bond oficio.
Material de apoyo: Lecturas
Duración de la actividad: 4 horas.

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

Actividad 1. Explorando los sistemas de información en talento humano
Objetivo: Identificar los conocimientos previos de los aprendices sobre los sistemas de información utilizados en la gestión del talento humano.

1. Observe un video o presentación relacionada con los sistemas de información en talento humano.

https://www.youtube.com/watch?v=_aKuRFMHKyY

2. Participe en una lluvia de ideas respondiendo las siguientes preguntas:

- ¿Qué es un sistema de información?
- ¿Qué información maneja el área de talento humano?
- ¿Qué herramientas tecnológicas conoce para administrar información de personal?
- ¿Cuál es la importancia de proteger los datos de los colaboradores?

3. Socialice las respuestas con el grupo y construya una definición colectiva del concepto de sistema de información para la gestión del talento humano.

Actividad 2. Diagnóstico de conocimientos previos

Objetivo: Reconocer los conocimientos y experiencias que poseen los aprendices frente a la gestión de la información del talento humano.

Responder un cuestionario diagnóstico sobre:

a) Gestión del talento humano.
b) Sistemas de información.
c) Bases de datos.
d) Manejo documental.
e) Normatividad relacionada con la protección de datos personales.



Actividad 3. Mapa conceptual

Objetivo: Identificar conceptos fundamentales relacionados con el sistema de información de talento humano.

Desarrollo:

Elabore un mapa conceptual que incluya los siguientes términos:

a) Sistema de información.
b) Talento humano.
c) Bases de datos.

d) Información laboral.
e) Seguridad de la información.
f) Protección de datos personales.
g) Normatividad empresarial.
h) Gestión documental.

Socialice el mapa conceptual con sus compañeros.

Ambiente requerido: Aula de 50 mts2, mesas y sillas, un tablero acrílico, conexiones eléctricas para el funcionamiento de los computadores y equipos audiovisuales.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Organizadores gráficos, exposición, mesa redonda, foro, cuadro comparativo, Juegos de roles, taller, demostración, simulación, estudio de caso.

Materiales de formación: Pliegos de papel bond, marcadores borrables de colores, borrador tablero acrílico, marcadores permanentes de colores, octavos de cartulina, cinta de enmascarar, papel bond oficio.

Material de apoyo: Lecturas

Duración de la actividad: 16 horas.



3.3 Actividades de apropiación:

Actividad 1. Investigación sobre los sistemas de información en talento humano

Objetivo: Comprender los conceptos, características y funciones de los sistemas de información aplicados a la gestión del talento humano.

1. Consulte fuentes bibliográficas y digitales sobre:

- Concepto de sistema de información.
- Componentes de un sistema de información.
- Sistemas de información de recursos humanos (SIRH).
- Importancia de la información para la toma de decisiones.

2. Elabore un cuadro comparativo entre un sistema manual y un sistema digital de gestión del talento humano.

3. Socialice los resultados con el grupo.

Actividad 2. Taller de normatividad aplicada a la gestión de la información

Objetivo: Identificar la normatividad relacionada con el manejo de la información del talento humano.

1. Investigue la normativa relacionada con:

- Protección de datos personales.
- Gestión documental.
- Conservación de archivos laborales.
- Seguridad y confidencialidad de la información.

2. Analice casos prácticos donde se evidencie el incumplimiento de estas normas.

3. Proponga acciones correctivas para cada caso.

Ambiente requerido: Aula de 50 mts2, mesas y sillas, un tablero acrílico, conexiones eléctricas para el funcionamiento de los computadores y equipos audiovisuales.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Organizadores gráficos, exposición, mesa redonda, foro, cuadro comparativo, Juegos de roles, taller, demostración, simulación, estudio de caso.

Materiales de formación: Pliegos de papel bond, marcadores borrables de colores, borrador tablero acrílico, marcadores permanentes de colores, octavos de cartulina, cinta de enmascarar, papel bond oficio.

Material de apoyo: Lecturas

Evidencias de aprendizaje: Cuadro comparativo

Instrumentos de evaluación: Conocimiento

Duración de la actividad: 12 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Actividad 1. Diseño de una propuesta de sistema de información para talento humano

Objetivo: Aplicar los conocimientos adquiridos mediante la estructuración de un sistema de información para la gestión del talento humano en una organización.

Desarrollo:

De manera individual o en equipos de trabajo, seleccione una empresa real o ficticia y diseñe una propuesta de sistema de información que contemple:

- Objetivo del sistema.
- Tipos de información a administrar.
- Usuarios responsables del manejo de la información.
- Procedimientos para el registro, actualización y consulta de datos.
- Medidas de seguridad y confidencialidad.
- Cumplimiento de la normatividad empresarial y legal vigente.
- Reportes e indicadores que generará el sistema.

Ambiente requerido: Aula de 50 mts2, mesas y sillas, un tablero acrílico, conexiones eléctricas para el funcionamiento de los computadores y equipos audiovisuales.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Organizadores gráficos, exposición, mesa redonda, foro, cuadro comparativo, Juegos de roles, taller, demostración, simulación, estudio de caso.

Materiales de formación: Pliegos de papel bond, marcadores borrables de colores, borrador tablero acrílico, marcadores permanentes de colores, octavos de cartulina, cinta de enmascarar, papel bond oficio.

Material de apoyo: Lecturas

Evidencias de aprendizaje: Documento técnico con la propuesta del sistema de información.

Instrumentos de evaluación: Desempeño

Duración de la actividad: 10 horas.

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Planeacion	Diseñar los procesos preseleccion, selección, vinculacion e induccion de personal teniendo en cuenta le gestion estrategica del talento humano.	Conceptualizar sobre origen y tipología de la información y sistemas de información de recursos humanos. Determinar los datos para la conformación de un banco de datos de talento humano según necesidades de información identificadas. Analizar las consecuencias e incidencias de una deficiente clasificación e identificación de la información en la organización.	Respuestas a preguntas sobre sistemas de información de recursos humanos y su tipología	aplica responsablemente plan estratégico del sistema de gestión de información del talento humano en concordancia a la misión, visión de la organización. - aplica el proceso administrativo de la organización con objetividad y responsabilidad, en la identificación de la información de la organización. - aplica con responsabilidad las políticas y normas en el manejo de la administración de la información en gestión del talento humano. - aplica responsablemente el concepto de confiabilidad en el	

				sistema de información de la gestión del talento humano. - utiliza sistemas de almacenamiento y registro de información haciendo uso diligente y racional de la tecnología disponible. - aplica los procedimientos para conformar las bases de datos manual y automatizada siguiendo los principios de confidencialidad y discreción - identifica con responsabilidad los elementos e instrucciones y ayudas del software aplicativo.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Staff: Conjunto de personas que forman un cuerpo o equipo de estudio, información o asesoramiento en una empresa u organización.

Conducto regular: orden secuencial que se debe seguir en una institución encargada de adelantar las diligencias o procedimientos para informar, aclarar, conciliar, decidir, estimular o corregir acciones o actitudes, comportamientos y conductas insatisfechas de las personas que conforman la institución.

Comunicación: intercambio de información para promover las metas, objetivos y actividades de una organización, así como aumentar las ganancias dentro de la empresa.

Cultura organizacional: conjunto de creencias, hábitos, valores, actitudes y tradiciones de los miembros de una empresa.

Planeación estratégica: La planificación estratégica es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos.

Control: etapa del proceso administrativo, en la cual se puede tener una información más precisa de lo que sucede, haciendo correctivos y medición a los objetivos establecidos en la organización.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Pozo, L. M. D. (2007). Gestión de la comunicación interna en las organizaciones : Casos de empresa (2a.ed.). Retrieved from https://ebookcentral-proquest-com.bdigital.sena.edu.co

Sánchez, D. M. (2015). Administración 1 (2a. ed.). Retrieved from https://ebookcentral-proquestcom. bdigital.sena.edu.co

Administración de empresas (2a. ed.). (2014). Retrieved from https://ebookcentral-proquestcom. bdigital.sena.edu.co

Sánchez, D. M. (2014). Administración 1. Retrieved from https://ebookcentral-proquestcom. bdigital.sena.edu.co

Martínez, I. (2015). Mf0982_3 administración y gestión de las comunicaciones de la dirección. Retrieved from https://ebookcentral-proquest-com.bdigital.sena.edu.co

Reinoso, Lastra, Juan Fernando, and Macías, Mario Enrique Uribe. Los indicadores de gestión y su relación con la cultura organizacional, Sello Editorial Universidad del Tolima, 2009. ProQuest

Ebook Central, https://ebookcentral-proquest-com.bdigital.sena.edu.co/lib/senavirtualsp/detail.action?docID=4909298.

Páramo, Morales, Dagoberto, et al. Cultura organizacional y estilos de dirección orientados al mercado (2a. ed.), Ecoe Ediciones, 2011. ProQuest Ebook Central, https://ebookcentral-proquestcom.
bdigital.sena.edu.co/lib/senavirtualsp/detail.action?docID=3198290.
Reinoso, L. J. F., & Uribe, M. M. E. (2009). Los indicadores d

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Raul Orlando Blanco Contreras**	**Instructor**	**Centro de la innovación agroindustria y de servicios CIAS**	**22 swe junipo de 2026**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

MATERIAL DE APOYO



LINK

2. NATERIAL DE APOYO

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**	Version: 01 Febrero de 2025

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Desarrollo de procesos de mercadeo	**ID**	3491877
Proyecto formativo:	Estructuración de un plan de mercadeo para MiPymes en el área de influencia del CIAS puerto Boyacá.		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	Establecer el sistema de información de la gestión del talento humano de acuerdo con la normatividad de la empresa .		
Actividad de aprendizaje:	Conceptualizar sobre origen y tipología de la información y sistemas de información de recursos humanos.		
Evidencia de Conocimiento	Responder un cuestionario diagnóstico		
Criterios de evaluación: RA1. Describe análisis situacional teniendo en cuenta tendencias del entorno relaciona las variables de mercadeo según entorno organizacional			

2. Lista de verificación.

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	Identifica la razón social de una empresa y su actividad			
2.	Analiza los conceptos de Visión y Misión de una empresa			
3.	Reconoce cuales son los objetivos institucionales de una empresa			
4.	Identifica cuales son las políticas institucionales de una empresa			
5	Reconoce y utiliza el Márquetin empresarial			

3. EVALUACIÓN

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

_____ _____

Firma Aprendiz Firma Instructor