



NIT: 900.194.362-8

INFORME DE GESTIÓN 2021

CORPORACIÓN ARCA
NIT 900194362-8

DIRIGIDO:

A TODOS LOS ENTES DE CONTROL Y DIRECTIVOS DE LA ENTIDAD

Febrero de 2022

ELABORADO POR:

Lina M. López Jiménez
Gerente

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca [corporacionarcacolombia](https://www.facebook.com/corporacionarcacolombia)
☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia



NIT: 900.194.362-8

INTRODUCCION

MISIÓN

VISIÓN

VALORES

OBJETO SOCIAL

INDICADORES FINANCIEROS 2021

EXPERIENCIA 2021

DESCRIPCIÓN

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL CENTRO COMERCIAL TERMINAL DEL NORTE. APOYO EN MEDIOS DIGITALES Y PIEZAS GRÁFICAS

CONTRATO N°393 REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOTA

CONVENIO N°916 2021 AUNAR ESFUERZOS PARA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA “YO NO FUEGO” PARA DESESTIMULAR EL USO DE LA PÓLVORA EN LOS MUNICIPIOS DEL VALLE DE ABURRÁ

LINEA EDUCATIVA

MISIÓN

VALORES INSTITUCIONALES

ESTRATEGIAS 2022

BREVE RESUMEN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS E IMPACTO

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS FINALES EPI Y CORPORACIÓN ARCA

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca corporacionarcacolombia
☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia

INFORME DE GESTIÓN AÑO 2021

INTRODUCCION

De acuerdo a la administración y gerencia de años anteriores, llevada por Claudia Carmona; este año la Corporación Arca perdió la calificación de ESAL; “Las Entidades Sin Ánimo de Lucro - ESAL que se encuentran relacionadas en el artículo 19 del Estatuto Tributario, son personas jurídicas legalmente constituidas cuyos aportes, utilidades o excedentes no son reembolsados, ni distribuidos bajo ninguna modalidad, ni directa o indirectamente, ni durante su existencia, ni en el momento de su disolución y liquidación, puesto que persiguen un fin social o comunitario. Los rendimientos o aportes obtenidos en una Entidad Sin Ánimo de Lucro son reinvertidos en el mejoramiento de sus procesos o en actividades que fortalecen la realización de su objeto social. Las ESAL tienen como principal fuente de ingreso los dineros recibidos por parte de personas naturales, jurídicas o entidades públicas en representación del Estado, por medio de las donaciones”¹.

Se están realizando gestiones con el apoyo del área contable, jurídica, administrativa y gerencia para aplicar nuevamente este año 2022 y recuperar la calificación y continuar en el Régimen Tributario Especial del impuesto sobre la renta y complementario.

La Corporación Arca, presenta el informe de gestión para toda la comunidad, la misma se ingresará al registro web de la DIAN de acuerdo con lo establecido en el artículo 1.2.1.5.1.3 del Decreto Único Reglamentario en Materia Tributaria - DUR No. 1625 de 2016 y que mediante el Acta No. 1, de enero 11 de 2008, registrada en Cámara de Comercio de la ciudad de Medellín para Antioquia, el 16 de enero de 2008, en el libro 1, bajo el número 88, se constituyó la entidad sin ánimo de lucro denominada **CORPORACION ARCA**, que al día de hoy lleva más de 14 años de trayectoria construyendo tejido social, trabajando por cada una de las personas que han creído y han apoyado este proyecto de reconstrucción social, que se encuentra bajo inspección, vigilancia y control de la Gobernación de Antioquia.

En el año 2021 se realizó cambio de la gerencia y la representación legal de la entidad. El 17 de agosto de 2021 se manifestó por escrito la aceptación del nombramiento al cargo de Representante Legal y Gerente General a Lina López Jiménez, el cual realizó la entidad CORPORACIÓN ARCA, mediante reunión extraordinaria de la Junta Directiva el día 17 de agosto de los corrientes. En la aceptación de este nuevo cargo, la gerente solicita realizar una auditoría para establecer de manera formal el estado en que recibe la Corporación Arca.

De acuerdo a la nueva gerencia, se considera pertinente reestructurar el direccionamiento estratégico de la Corporación Arca, brindando ajustes significativos de acuerdo, al comportamiento real de la entidad. Con el propósito de dar un norte organizacional más claro, formal y profesional.

Dentro del direccionamiento estratégico de una entidad, se encuentran; la misión, la visión y los valores.

La visión, misión y los valores de una empresa son su identidad corporativa, lo que le da coherencia, autenticidad y originalidad como marca.

¹ <https://www.dian.gov.co/impuestos/sociedades/ESAL/Paginas/default.aspx>



NIT: 900.194.362-8

Actualmente, se tiene demasiada prisa en el proceso de creación de una empresa o negocio y se pasa por alto la necesidad de definir estos 3 conceptos básicos

“La misión, visión y valores es en esencia la declaración de principios de la empresa. Es su base teórica, lo que justifica su existencia y para qué ha sido creada. La misión hace referencia a la actividad que ejerce la empresa en el mercado”.²

A continuación, se aborda la misión, visión y valores que estaban desde que se creó la Corporación Arca en el año 2008 y las propuestas por esta nueva gerencia a cargo de Lina M. López Jiménez.

MISIÓN ANTERIOR:

Nace para fortalecer el tejido social, aportar al bienestar de las comunidades vulnerables y la generación de oportunidades, a través de procesos de educación, formación, capacitación y ejecución de proyectos sociales, educativos, deportivos, culturales y económicos.

MISIÓN PROPUESTA:

Realizar proyectos de impacto económico y social con entidades público y privadas; que permitan fortalecer el tejido social, brindando bienestar y oportunidades a la población en sus diferentes contextos.

VISIÓN ANTERIOR:

En el 2030 la Corporación Arca será una entidad líder en el acompañamiento y fortalecimiento de procesos sociales y de crecimiento colectivo; en la formulación y puesta en marcha de proyectos sociales, educativos, culturales, deportivos, económicos que aporten a la superación de la pobreza absoluta, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades impactadas y en especial en la generación de oportunidades que contribuyan al desarrollo social, colectivo, crecimiento intelectual y a la empleabilidad.

VISIÓN PROPUESTA:

Ser una de las corporaciones más posicionadas y confiables en Colombia por su gestión e impacto en la calidad de vida de la población y del contexto, debido a la realización de sus diferentes Proyectos.

VALORES ANTERIORES:

Compromiso, trabajo en equipo, pasión, responsabilidad social, integridad e Innovación.

VALORES PROPUESTOS:

Innovación, calidad, compromiso, usabilidad, servicio, liderazgo, colaboración, integridad, pasión, responsabilidad

² <https://gestion.pe/economia/empresas/escribir-mision-vision-empresa-valores-exito-responsabilidad>



NIT: 900.194.362-8

OBJETO SOCIAL

El **objeto social** de la organización sin ánimo de lucro es la siguiente:

“La entidad tiene por objeto social el desarrollo social e integral de hombres y mujeres en sus diferentes etapas cronológicas, procurando una mejor calidad y nivel de vida, a través del crecimiento intelectual y del conocimiento que le permitan acceder a todos los derechos fundamentales que como ser humano se le reconocen en la ley. De igual manera se dedicará a la búsqueda de toda clase de recursos que posibiliten el crecimiento integral del ser humano, que permitan el posicionamiento, estar en todos los escenarios de la vida nacional. Así como contribuir con mejoramiento y al impulso de la gestión de las organizaciones interesadas en la promoción humana. También harán parte del objeto social la promoción de la cultura de la no violencia, a través de la reconstrucción del tejido social, mediante mecanismos que busquen la convivencia pacífica, la solidaridad, respeto, tolerancia, biodiversidad, coexistencia en la comunidad en general. Además, dentro del objeto social podrá generar planes y programas que comprometan a las entidades estatales y privadas y las ONG, tanto a nivel nacional como internacional para contribuir a la construcción de una mejor sociedad. Formular, elaborar y ejecutar proyectos sociales, económicos, deportivos, culturales, educativos, recreativos y ambientales que contribuyan al desarrollo de la comunidad objeto de la misma. La entidad podrá concienciar a la comunidad sobre la importancia del medio ambiente, fomentar alternativas de manejo de desechos, campañas preventivas, prestar servicios en general y brindar ayuda social a la comunidad objeto. Nuestro quehacer se fundamentará en la tesis integral de la tolerancia y la solidaridad, buscando la prosperidad económica, la elevación de la calidad de vida de las comunidades más desprotegidas, bienestar social en general, evitando el deterioro de los recursos naturales y posibilitando a la recuperación de los espacios ya deteriorados. En desarrollo de su objeto, la entidad cumplirá, entre otras funciones las siguientes: a) programar, dirigir, ordenar, donar, administrar, controlar y ejecutar labores, actividades y proyectos dirigidos al mejoramiento del nivel y calidad de vida de los colombianos utilizando para estas soluciones sus propios recursos financieros b) realizar las gestiones necesarias con el fin de OBTENER, CANALIZAR y ADMINISTRAR recursos de la Nación Colombiana, ONG nacionales e internacionales y entidades privadas. c) Impulsar y difundir la filosofía y prácticas de la calidad de vida de las poblaciones vulnerables a los problemas de pobreza y demás falencias típicas de su condición y buscar el mejoramiento continuo de sus situaciones.

d) contribuir a mejorar permanentemente la vivienda, los servicios de salud y educación, protección del medio ambiente y el bienestar de las comunidades.

e) Conformar un sistema con una estructura organizacional funcional, integrada por un grupo de profesionales interdisciplinarios para asesorar, promover, impulsar, acompañar y ejecutar proyectos empresariales y productivos. f) Hacer acompañamientos y asesorías a los proyectos empresariales que surjan de la comunidad, que se identifiquen con los objetivos buscados por la entidad. Actividades y tareas: a) Sensibilizar, concientizar y motivar a los altos directivos de las organizaciones de los sectores objetivos acerca de la importancia, necesidad y ventajas de introducir procesos de innovación mejoramiento en sus organizaciones, lograr su compromiso y voluntad de cambio. b) Promover y difundir la filosofía y las prácticas de la calidad, así como diversas técnicas y herramientas modernas de gestión; orientar y apoyar la iniciación y desarrollo de estos procesos. c) Ser una entidad con liderazgo, credibilidad y capacidad de convocatoria, que oriente y opine sobre decisiones que afectan los sectores objetivos, promueva investigaciones en el tema e identifique oportunidades de cooperación técnica y financiera nacional e internacional. d) Promover y apoyar el desarrollo de recursos humanos necesarios, así como, programar e iniciativas de todo género y clase cuya finalidad sea el mejoramiento de la gestión de las organizaciones comprometidas. e) Apoyar el desarrollo y

divulgación de metodologías, guías y manuales utilizados en experiencias exitosas ya aplicadas, propiciar su adaptación y montaje en otros centros de igual naturaleza, de acuerdo con la cultura, características y problemática de cada organización. f) Obtener recursos, nacionales e internacionales, de entidades privadas o sin ánimo de lucro, para la realización de proyectos de impacto social, tendientes al mejoramiento del nivel y calidad de vida de la comunidad y al crecimiento del sector económico. g) Prestar el servicio de supervisión e interventoría para garantizar la calidad y buen desarrollo de sus propios proyectos o de otros en los que se solicite su intervención. h) Canalizar y administrar sus propios recursos o aquellos que sean entregados a la entidad, a cualquier título, por la Nación u otros países, Departamentos, Municipios, ONG nacionales y/o Internacionales o el sector privado, con el fin de ejecutar los programas que se requieran para el mejoramiento del nivel y calidad de vida de las comunidades urbanas, rurales y diferentes grupos étnicos, en cuanto al cubrimiento de las necesidades básicas de los connacionales como son: Organización, Administración, Donación, ejecución y control de programas de vivienda, educación, empleo, salud, transporte urbano y rural, salubridad, ambientales, ecológicos, seguridad, reforestación, etc. i) Fomentar programas socio-empresariales, apoyando la creación de microempresas (en el campo y la ciudad), que ayuden a la comunidad a generar empleo y, consecuentemente al incremento de sus ingresos, así como al mejoramiento del nivel y calidad de vida. j) Donar, Dirigir, organizar, ejecutar y controlar programas y proyectos de otras entidades Nacionales o Internacionales, que soliciten el apoyo de la Corporación en el manejo financiero, económico o social de la aplicación de los recursos a los diferentes proyectos que se emprendan. k) intervenir como auditora de la aplicación de los recursos de las organizaciones desempeñando un trabajo interdisciplinario para el logro y culminación de los objetivos de programas. l) Realizar convenios con la nación colombiana, otros Estados y Naciones, la empresa privada, personas naturales o jurídicas y ONG nacionales e internacionales para su gestión, organización, administración y ejecución de:

1. Proyectos y programas de interés e impactos sociales, ambientales y productivos.
2. Programas de capacitación, comunicación y difusión social, fortaleciendo el desarrollo del individuo en la sociedad.
3. Programas preventivos de seguridad, higiene, salud ocupacional, que reduzcan el índice de accidentalidad y riesgos latentes en comunidades.
4. Conformación de formas organizativas de trabajo, cooperativas, empresas asociativas de trabajo (EAT), corporaciones, en donde sea necesario promover el desarrollo integral del hombre y de la comunidad beneficiada por la misma.
5. Diseño, planeación y ejecución de proyectos de vivienda en área urbana y rural que beneficien comunidades y mejoren calidad y nivel de vida.
6. Realización de proyectos y programas de medio ambiente, con la finalidad de concientizar, promover, divulgar la importancia de la biodiversidad y la aplicación tecnológica continua en esta con fines de permanencia.
7. Contratar y/o ejecutar funciones de Dirección General integral, control e interventoría en proyectos oficiales y privados, con o sin ánimo de lucro.
8. Realizar servicios de mensajería, transporte de pasajeros y de carga en zona urbana y rural o a nivel nacional, mantenimiento de vías terciarias, rurales y pavimentación.
9. Servicios de limpieza y orden de casas, empresas, hospitales, agencias.
10. Asesoramiento jurídico y contable. La entidad podrá diseñar y ejecutar proyectos de educación Formal en todos sus grados, niveles y CLEI, educación para el trabajo y el desarrollo humano, que involucren a sectores de la población que no ha tenido acceso a la educación formal o que han dejado inconclusos sus estudios; así como programas de educación superior con el lleno de los requisitos legales. Para dar cumplimiento del objeto social la entidad podrá realizar diagnósticos y elaborar planes de estudios según las necesidades concretas y con el propósito de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar en aspectos académicos o laborales con y sin sujeción al sistema de niveles y grados según lo previsto por la ley.

Todas estas actividades se encuentran enmarcadas dentro de las actividades económicas meritorias

establecidas en el artículo 359 del estatuto tributario, en nuestro registro mercantil y el Registro único tributario como son:

8530 establecimientos que combinan diferentes niveles de educación

8523 educación media técnica y de formación laboral

8551 formación académica no formal

9499 actividades de otras asociaciones ncp, **que nos permiten realizar todo tipo de intervenciones sociales desde el punto de vista educativo, social, económico y ambiental.**

PARAGRAFO: FACULTADES. La Corporación podrá, dentro del marco anterior, realizar todos los actos y contratos necesarios o convenientes para el desarrollo de su objeto, o que de una u otra manera se relacionen directamente con este, y los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones legales o convencionalmente derivados de la existencia y funcionamiento de la misma. En especial, podrá adquirir y enajenar toda clase de bienes a cualquier título, grabarlos y limitar sudominio; tenerlos o entregarlos a título precario, por recibir dinero en mutuo; asociarse con otras personas naturales o jurídicas, crear otros entes, sola o con otras instituciones, del país o del extranjero; negociar toda clase de títulos valores; aceptar o ceder créditos; renovar obligaciones; designar apoderados judiciales y extrajudiciales; transigir y comprometer los asuntos en que tengao pueda tener algún interés; aceptar donaciones, herencias o legados; recibir recursos provenientes de convenios de cooperación técnica o financiera nacional o internacional; celebrar contratos de fiducia y de administración de fondos y de bienes, así como cualesquiera de los contratos contemplados en las normas sobre ciencia y tecnología; y, en general, celebrar toda clase de actos o contratos autorizados por la ley, tales como Leasing Operacional, Leasing Financiero, Leasing Inmobiliario y Leasing Habitacional. Igualmente, la entidad podrá participar en organizaciones afines o complementarias del exterior, a título propio o en representación de Colombia con las debidas autorizaciones y promover activamente la creación y organización de las entidades autónomas que considere necesarias para la complementación de sus acciones”.

EQUIPO DE TRABAJO

La gerencia actual considera pertinente realizar cambios en la conformación de equipo de trabajo; se cambia la contadora anterior Jeny Marcela Cardona y a la asesora jurídica Luisa Suárez. En su reemplazo toman el cargo el señor Miguel Ángel Avendaño, como contador de la Corporación Arca y asesor jurídico. El cargo de asesor jurídico, es de carácter provisional, mientras se gestiona otro para el cargo en la entidad. Adicional a estos cambios, se sugiere el cambio de la rectora de la Escuela Politécnica Interactiva (EPI) Lucila Moreno, pues se requiere de una persona que sea idónea para el cargo, sea doliente del proceso y tenga disponibilidad de vinculación con la institución de tiempo completo. Este proceso está en espera del aval de la junta de socios para poder proceder con el cambio, pues los perjuicios son representativos, requiriendo cambios inmediatos para mejorar cada uno de los procesos y los servicios que ofrece la escuela; implementando calidad. El equipo de docentes de EPI que laboró en el año 2021, también fue cambiado por completo para el año 2022

A continuación, se describe la conformación del equipo base de trabajo de la Corporación Arca y de la Escuela Politécnica Interactiva (EPI) para el año 2022:

Corporación Arca:

1. Gerente: Lina M. López Jiménez
2. Contador y asesor jurídico externo: Miguel Ángel Avendaño



NIT: 900.194.362-8

3. Auxiliar administrativa: Sandra Tamayo
4. Secretaria administrativa: Andrea Arias
5. Apoyo en Proyectos: Juan Pablo Graciano

Escuela Politécnica Interactiva:

1. Rectora EPI: Lucila Moreno

Equipos docentes EPI:

1. Gabriel Ernesto Bautista Peñaloza
2. Isabel Cristina Rueda Hernández
3. Natalia Andrea Ortega Arboleda
4. Sebastián Higueta Chica

El equipo de la Corporación Arca, aumenta cuando se realizan Proyectos para entidades público y privadas, el personal entra con la modalidad de contratistas.

INDICADORES FINANCIEROS 2021

Se presentan los estados financieros correspondientes al año 2021, aprobados mediante asamblea de socios



NIT: 900.194.362-8

ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA**CORPORACIÓN ARCA****900194362 - 8****Del 01 de Enero de 2021 a 31 de Diciembre de 2021****Valor expresado en Pesos Colombianos****Comparativo Año 2021 - 2020**

| Nombre cuenta contable | Nota | Año 2021 | Año 2020 | Variación |
|--|-----------|--------------------|-----------------------|-----------|
| Total Activo | | 684.995.964 | 956.076.798 | -0,28 |
| Activo corriente | | | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 4 | 499.853.822 | 506.659.065 | -0,01 |
| Caja | | 1.332.921 | 505.420.105 | -1,00 |
| Bancos | | 498.520.901 | 1.238.960 | 401,37 |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 5 | 17.370.773 | 282.827.364,00 | -0,94 |
| Clientes Nacionales | | 17.370.773 | 282.827.364,00 | -0,94 |
| Total activo corriente | | 517.224.595 | 789.486.429 | -0,34 |
| Activo no corriente | | | | |
| Inventarios | 6 | 110.000,00 | 0,00 | 0,00 |
| Propiedad planta y equipo | 7 | 17.661.369 | 16.590.369 | 0,06 |
| activos intangibles | 8 | 150.000.000 | 150.000.000 | 0,00 |
| Total activo no corriente | | 167.771.369 | 166.590.369 | 0,01 |
| Pasivo | | 14.371.973 | 304.925.098 | -0,95 |
| Pasivo corriente | | | | |
| Acreeedores comerciales y otras cuentas por pagar | 9 | 12.043.507 | 275.151.778 | -0,96 |
| impuestos por pagar | 10 | 1.865.330 | 28.256.196 | -0,93 |
| Otros pasivos | 11 | 0 | 0,00 | 0,00 |
| Beneficios a los Empleados | 12 | 463.136 | 1.517.124 | -0,69 |
| Total Pasivo corriente | | 14.371.973 | 0,00 | 0,00 |
| Total Pasivo no corriente | | 0 | 0,00 | 0,00 |
| Patrimonio | 13 | 670.623.991 | 651.151.700 | 0,03 |
| Aporte social | | 6.500.000 | 6.500.000 | 0,00 |
| Superavit de Capital | | 150.000.000 | 150.000.000 | 0,00 |
| Acumulados pendientes de inversión social | | 508.540.482 | 490.982.574 | 0,04 |
| Resultados de Ejercicios Anteriores | | 0 | 3.669.126 | -1,00 |
| Resultado Integral del Ejercicio | | 5.583.509 | 0 | 0,00 |
| | | 670.623.991 | 651.151.700 | |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | | 684.995.964 | 956.076.798 | -0,28 |

LINA MARIA LÓPEZ JIMENEZ
 Representante Legal
 Corporación Arca
 CC # 1.037.570.236

MIGUEL ANGEL AVENDAÑO P.
 Contador Público
 TP # 147499-T
 CC # 70.353.126

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca corporacionarcacolombia
 ☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia

ESTADO DE RESULTADOS
CORPORACIÓN ARCA

900194362 - 8

Del 01 de Enero de 2021 a 31 de Diciembre de 2021

Valor expresados en Pesos Colombianos

Comparativo Año 2021 - 2020

| Nombre | Nota | 2021 | 2020 | Variación |
|---|-----------|----------------------|----------------------|----------------|
| TOTAL INGRESOS BRUTOS | 14 | 2.036.525.718 | 1.658.611.357 | 22,78% |
| Procesos de Enseñanza EPI. Mun de Bello | | 53.228.629 | 0 | 0,00% |
| Convenio de Asociación con el Área Metropolitana | | 1.315.000.000 | 1.015.000.000 | 29,56% |
| Contrato Mun. Girardota Reactivación económica | | 599.600.000 | 0 | 0,00% |
| Donaciones | | 6.342.100 | 0 | 0,00% |
| Rendimientos Financieros | | 1.706.835 | 0 | 0,00% |
| Aprovechamiento de Recursos | | 1.800.113 | 0 | 0,00% |
| Actividades Educativas Fuera del Municipio de Bello | | 58.848.041 | 643.611.357 | 0,00% |
| Devoluciones, rebajas y descuentos | 15 | -4.695.000 | 0 | 0,00% |
| Total Ingresos Operacionales | | 2.031.830.718 | 1.654.873.939 | 22,78% |
| Costo de ventas | 16 | 1.311.318.328 | 462.734.075 | 183,38% |
| Gastos de administración | 17 | 273.717.703 | 1.047.977.132 | -73,88% |
| Gastos de ventas | 18 | 2.330.786 | 15.396.760 | -84,86% |
| Gastos financieros | 19 | 3.804.490 | 7.049.091 | -46,03% |
| Otros gastos y deducciones | 20 | 40.075.902 | 2.051.154 | 1853,82% |
| Total costos y gastos | | 1.631.247.209 | 1.535.208.212 | 6,26% |
| Costo por Inversiones efectuadas en el año | | 395.000.000 | 119.734.019 | 229,90% |
| RESULTADO INTEGRAL DEL EJERCICIO | | 5.583.509 | 3.669.126 | 52,18% |

LINA MARIA LÓPEZ JIMENEZ
 Representante Legal
 Corporación Arca
 CC # 1.037.570.236

MIGUEL ANGEL AVENDAÑO PULGARIN
 Contador Público
 TP # 147499-T
 CC # 70.353.126

ESTADO FLUJO DE EFECTIVO
Corporación Arca
 Nit: 900194362
Comparativo a 31 de diciembre de 2021- 2020

| | 2021 | 2020 |
|--|----------------------|----------------------|
| Flujos de Efectivo por Actividades de Operación | | |
| Ingresos operaciones | 2.031.830.718 | 1.654.873.939 |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 17.370.773 | 282.827.364 |
| Efectivo Pagado a Proveedores | | |
| Costo de Ventas | 1.391.318.328 | 462.374.075 |
| Beneficios a Empleados | 463.136 | 1.517.124 |
| Inventario | 110.000 | 0 |
| Total, Flujos de efectivo y equivalente por Prestación de Servicios | 3.441.092.955 | 2.401.592.502 |
| Gastos de Administración | 273.717.703 | 1.047.977.132 |
| Gastos de ventas | 2.330.786 | 15.396.760 |
| Gastos Financieros | 3.804.490 | 7.049.091 |
| Otros Gastos y Deduciones | 40.075.902 | 2.051.154 |
| Impuestos | 13.908.838 | 28.256.196 |
| Otros cobros (pagos) de efectivo | 0 | 0 |
| Total, Flujos de Efectivo y Equivalente por Actividades de Operación | 3.774.930.674 | 3.502.322.835 |
| Flujos de efectivo de actividad de inversión | | |
| Clases de cobros en efectivo por actividades de inversión | | |
| Venta de Propiedades, Planta y Equipo | 0 | 0 |
| Venta de Activos Intangibles | 0 | 0 |
| Subvenciones del gobierno | 0 | 0 |
| Clases de pagos en efectivo por actividades de inversión | | |
| Contratos Derivados (futuro, a término, opciones) | 0 | 0 |
| Compra de Propiedades, Planta y Equipo | 17.661.369 | 16.570.369 |
| Compra de Activos Intangibles | 150.000.000 | 150.000.000 |
| Otros cobros (pagos) de efectivo relativos a la actividad de inversión | 0 | 0 |
| Total, Flujos de Efectivo y Equivalente por Actividades de Inversión | 167.661.369 | 166.570.369 |
| Flujos de efectivo de actividad de financiación | | |
| Obtención de Préstamos | 0 | 0 |
| Efectivo por actividades de financiación: | | |
| Amortización o pago de Préstamos | 0 | 0 |
| Aporte Convenios de Asociación | 315.000.000 | 119.734.019 |
| Otros cobros o pagos de efectivo relacionados a la actividad de financiación | 0 | 0 |
| Total, Flujos de Efectivo y Equivalente por Actividades de Financiación | 315.000.000 | 119.734.019 |
| Aumento o Disminución Neto de Efectivo y Equivalente al Efectivo | 4.257.592.043 | 3.788.627.223 |
| Aumento o Disminución Neto de Efectivo y Equivalente al Efectivo | 4.257.592.043 | 3.788.627.223 |
| Efectivo y Equivalente al Efectivo al Inicio y al Final del Ejercicio | 499.853.822 | 506.659.065 |
| Efectivo y Equivalente al Efectivo al Finalizar el Ejercicio | 4.757.445.865 | 4.295.286.288 |
| Variación | | 6.805.243 |

LINA MARIA LÓPEZ JIMENEZ
 Representante Legal
 Corporación Arca
 CC # 1.037.570.236

MIGUEL ANGEL AVENDAÑO P.
 Contador Público
 TP # 147499-T
 CC # 70.353.126



NIT: 900.194.362-8

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

CORPORACIÓN ARCA

Nit: 900194362-8

A diciembre 31 de 2021-2020

Expresado en pesos Colombianos

| CONCEPTO | Aporte Social y Superavit de Capital | Dineros pendientes de reinversión social | Donaciones | RESULTADOS ACUMULADOS | RESULTADO DEL EJERCICIO | TOTAL |
|---------------------------------|--------------------------------------|--|------------|-----------------------|-------------------------|--------------------|
| Saldo a 31 de diciembre de 2020 | 156.500.000 | 499.853.822 | 0 | 0 | 3.669.126 | 660.022.948 |
| Saldo a 31 de diciembre de 2021 | 156.500.000 | 506.659.065 | 6.342.100 | 0 | 5.583.509 | 675.084.674 |

LINA MARIA LÓPEZ JIMENEZ

Representante Legal

Corporación Arca

CC # 1.037.570.236

MIGUEL ANGEL AVENDAÑO P.

Contador Público

TP # 147499-T

CC # 70.353.126

Los suscritos, LINA MARIA LÓPEZ JIMENEZ, y MIGUEL ANGEL AVENDAÑO PULGARIN en calidad de representante legal y Contador Público de la CORPORACIÓN ARCA, identificada con Nit 900194362 - 8

CERTIFICAN QUE:

Los estados financieros, como son el Estado de Situación Financiera, el Estado de Resultado, el estado de flujo de efectivo y el estado de cambios en el patrimonio junto con sus notas explicativas por el año terminado a diciembre 31 de 2021, fueron tomados fielmente de los libros oficiales de contabilidad de la CORPORACIÓN ARCA, los cuales fueron trabajados al amparo de la Ley 1314 de 2019 y su decreto único reglamentarios 2706 de 2012, en lo referente a las NIIF para microempresas, aplicando la técnica de manera

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca corporacionarcacolombia

☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia



NIT: 900.194.362-8

uniforme con las operaciones reportadas para el periodo inmediatamente anterior. No hay irregularidades que involucren a miembros de la sociedad que puedan tener efectos sobre los estados financieros enunciados o en sus notas explicativas de sus transacciones en el año terminado a diciembre 31 de 2021.

Los hechos económicos se han registrado, clasificado, descrito y revelado dentro de los estados financieros enunciados o en sus notas explicativas incluyendo los gravámenes y restricciones de los activos, pasivos reales y contingencias, así como también las garantías que se han dado a terceros.

No se han presentado hechos posteriores al cierre del año 2021 que requieran ajustes a los estados financieros o en sus notas explicativas. En cumplimiento de la ley 603 de 2000 declaramos que el software contable SIIGO, utilizado tiene la licencia correspondiente y cumple con las normas de derechos de autor.

LINA MARIA LÓPEZ JIMENEZ
Representante Legal
Corporación Arca
CC # 71.727.109

MIGUEL ANGEL AVENDAÑO P.
Contador Público
TP # 147499-T
CC # 70.353.126

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CON CIERRE A 31 DE DICIEMBRE DE 2021
CORPORACIÓN ARCA
NIT: 900194362 - 8

NOTA 1. Información General

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca corporacionarcacolombia
☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia



NIT: 900.194.362-8

CORPORACION ARCA. Es una entidad sin ánimo de lucro de carácter privado, fue constituida el 16 de enero de 2008 con Matrícula mercantil No 10683-21, Cámara de Comercio del municipio de Medellín para Antioquia, con una duración de la sociedad que va hasta el 27 de enero 2035 y tiene como objeto social el desarrollo social e integral de hombres, mujeres, niños, niñas y adolescentes en sus diferentes etapas cronológicas, procurando una mejor calidad y nivel de vida, a través del crecimiento intelectual que le permitan acceder a todos los derechos fundamentales que como ser humano se le reconocen en la ley. Sus recursos son destinados en la realización de actividades de salud física y mental, educación formal y no formal, la cultural, el deporte, la protección del medio ambiente y programas de desarrollo y beneficio social, siempre y cuando las mismas sean de interés general; estas actividades se realizan con recursos propios o en colaboración con otras entidades públicas o privadas o personas dedicadas al servicio de la comunidad.

Revelación plena:

Con los estados financieros de propósito general, las notas a los estados financieros y la información suplementaria anexa, se cumple el principio de revelación plena, cuyo propósito es que la empresa conozca en forma completa, aunque resumida, todo aquello que sea necesario para comprender y evaluar correctamente la situación financiera de la Corporación Arca. Igualmente, las políticas contables se enmarcan dentro de los principios, normas, técnicas y procedimientos del consejo técnico de la contaduría, en especial la orientación N°15 de octubre de 2015. de acuerdo con las Normas de Contabilidad de Información Financiera aceptadas en Colombia, fundamentadas en las Normas Internacionales de Información Financiera para las Pymes, emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés) en el año 2015; y con base en otras disposiciones legales aplicables para las entidades sin ánimo de lucro (ESAL), que pueden diferir en algunos aspectos de los establecidos por otros organismos de control del Estado Colombiano.

Los estados financieros adjuntos reflejan la situación financiera de la Corporación Arca, de conformidad con las Normas de Información Financiera para microempresas, según la Ley 1314 de 2009, Decreto 3022 de 2013, Decreto 2129 de 2014, decreto único reglamentario 2420 de 2015, aplicable para las entidades del grupo II que es a la que pertenece

Nota1.1 principales políticas y prácticas contables

Son políticas contables los principios, bases, convenciones, reglas y procedimientos específicos adoptados por Corporación Arca para el reconocimiento y medición de transacciones, sucesos o condiciones para la elaboración y presentación de los estados financieros utilizando las NIIF para Pymes.

Los estados financieros reflejan los efectos de las transacciones y otros sucesos de la Corporación Arca, agrupándolos por categorías, según sus características económicas, a los que se les llama elementos.

NOTA 2. Base de Presentación de los Estados Financieros

Período Contable: La información que se revela en los estados financieros, corresponde al periodo comprendido entre el 01 de enero de 2021 a 31 de diciembre de 2021.



NIT: 900.194.362-8

Unidad Monetaria: De acuerdo con disposiciones legales, la unidad monetaria utilizada por la CORPORACION ARCA es el peso colombiano.

Clasificación de Activos y Pasivos: Los activos y pasivos se clasifican según su destinación o su grado de realización o exigibilidad en términos de tiempo, en corrientes y no corrientes. Para tal efecto se entiende como activos o pasivos corrientes, aquellas partidas que serán realizables o exigibles en un plazo no mayor a un año, y más allá de este tiempo, se denominara no corrientes.

Importancia Relativa y Materialidad: El reconocimiento y presentación de los hechos económicos se hace de acuerdo con su importancia relativa. Un hecho económico es material cuando por su naturaleza o cuantía, su conocimiento o desconocimiento, teniendo en cuenta las circunstancias, puede alterar significativamente las decisiones económicas de los usuarios de la información. Los estados financieros desglosan los rubros específicos conforme a las normas legales o aquellos que representan el 5% o más del activo total, del activo corriente, del pasivo total, del pasivo corriente, del capital de trabajo, del patrimonio y de los ingresos, según el caso. Además, se describen montos inferiores cuando se considera que puede contribuir a una mejor interpretación de la información financiera.

2.1. Adopción de la NIIF

El estado de situación financiera y sus revelaciones se presentan con ajuste a lo establecido en el marco normativo del decreto 2706 de 2013 GRUPO 2.

NOTA 3. Políticas y prácticas contables.

Activos: Reflejan la situación de la sociedad como resultado de sus operaciones y de cuyo uso se esperan beneficios futuros, revelando los recursos obtenidos durante el periodo.

Efectivo y efectivo Equivalente: Incorpora la existencia en dinero con disponibilidad inmediata, en el transcurso normal de las operaciones de la empresa y a los depósitos realizados, tanto en cuentas corrientes como en cuentas de ahorro.

Cuentas por Cobrar: Corresponde a los derechos contractuales para recibir dinero u otros activos financieros de terceros a partir de actividades generadas, sobre las cuales debe determinarse su deterioro ante la incertidumbre de recuperación.

Propiedad Planta y equipos: Representan activos tangibles que se mantienen para su uso en el desarrollo de su objeto social. De acuerdo con la vida útil y la depreciación se realizará en línea recta, en los casos en que corresponda.

Intangibles: Atendiendo lo dispuesto en el capítulo 2 del Decreto 2706 de 2012, referente a los conceptos y principios generales, que en su numeral 2.2, las microempresas podrán utilizar de acuerdo con las circunstancias, bases de medición que estén incluidas en las NIIF o en las NIIF para PYMES, la sociedad optó por utilizar las NIIF para PYMES, para el reconocimiento de sus intangibles.

Pasivos: Agrupan las obligaciones a cargo de la microempresa originadas en desarrollo de su actividad operacional, cuya exigibilidad es inferior a un año.

Ingresos, Costos y Gastos: Todos los ingresos, costos y gastos se llevan a resultados por el sistema de causación; según el cual los hechos económicos son reconocidos en el período en el cual se realizan, independientemente de que se hayan recibido o pagado el efectivo o su equivalente.

Nota 4. Efectivo y equivalente al efectivo

Saldo en las cuentas:

Año 2021

2020

Variación

| | | Año 2021 | 2020 | Variación |
|--|----------|-------------|-------------|-----------|
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 4 | 499.853.822 | 506.659.065 | -0,01 |
| Caja | | 1.332.921 | 505.420.105 | -1,00 |
| Bancos | | 498.520.901 | 1.238.960 | 401,37 |

- **Total, Efectivo y equivalente al efectivo año 2021: \$ 499.853.822 pesos**
- **El efectivo y equivalente al efectivo del año 2020: \$ 506659.065 pesos**, dineros pendientes de ser reinvertidos en actividades sociales que beneficien a la comunidad en general, a través de convenios de asociación con entidades públicas o privadas o actividades meritorias por parte de la Corporación Arca.

Nota 5. Cuentas por cobrar: Este corresponde a valores a favor de la empresa producto del desarrollo de su actividad, de acuerdo con el objeto social de la misma y cuyo plazo de recuperación no excede los 180 días.

Detalle cuenta

Año 2021

2020

Variación

| | | Año 2021 | 2020 | Variación |
|--|----------|------------|-----------------------|-----------|
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar | 5 | 17.370.773 | 282.827.364,00 | -0,94 |
| Clientes Nacionales | | 17.370.773 | 282.827.364,00 | -0,94 |

- **Clientes Nacionales \$ 17.370.773 pesos**, hubo una disminución en las cuentas por cobrar del 94% en relación con el año 2020

Nota 6. Inventarios: es el listado ordenado, detallado y valorado de las mercancías o los servicios que presta la Corporación Arca

Detalle cuenta

Año 2021

2020

Variación

| | | Año 2021 | 2020 | Variación |
|--------------------|----------|-------------------|-------------|-----------|
| Inventarios | 6 | 110.000,00 | 0,00 | 0,00 |

Total, inventario año 2021 \$ 110.000 pesos

Impuestos Activo: Este incluye el monto de las retenciones en la fuente a título de impuesto de renta efectuadas por algunos clientes, retención industria y comercio, Auto retención de renta, como también saldos a favor en renta

Nota 7. Propiedad planta y equipo: Corresponde a maquinaria y equipos, flota y equipo de transporte y Muebles y enseres los cuales se deprecian en línea recta

Detalle cuenta

Año 2021

2020

Variación

| | | | | |
|---------------------------|---|------------|------------|------|
| Propiedad planta y equipo | 7 | 17.661.369 | 16.590.369 | 0,06 |
|---------------------------|---|------------|------------|------|

Total, propiedad planta y equipo: \$ 17.661369

La Sección 17, Propiedades planta y equipo, de las Normas de Contabilidad y de Información Financiera para pequeñas y medianas entidades aceptadas en Colombia (NCIF para pymes), contempla en el párrafo 17.1 que esta norma se aplicará a la contabilidad de las propiedades planta y equipo, así como a los Estados Financieros, en las que establece que las propiedades de inversión cuyo valor razonable no se pueda medir con fiabilidad sin costo o esfuerzo desproporcionado. Adicionalmente, en el párrafo 17.2, esta sección contempla que las propiedades planta y equipo son activos tangibles que se mantienen para ser utilizados por la Corporación en la realización de actividades meritorias o en el transcurso de sus funciones administrativas y financieras, esto implica un esfuerzo financiero, cuyo objeto social principal es destinar sus recursos y sus excedentes a la reinversión en el desarrollo de su actividad misional. Además, tiene efectos en los resultados que no generan flujos de recursos para la entidad.

Sobre las propiedades y equipos de la Corporación no existen hipotecas ni pignoraciones.

Nota 8. Intangible:

| Detalle cuenta | | Año 2021 | 2020 | |
|---------------------|---|-------------|-------------|------|
| Variación | | | | |
| activos intangibles | 8 | 150.000.000 | 150.000.000 | 0,00 |

Por concepto de Licencia Educativa: \$ 150.000.000

Los intangibles para la Corporación son activos no monetarios, que representan generalmente derechos abstractos, una patente, una licencia de uso, una franquicia, una imagen de marca que crea una relación especial con los clientes, derechos de autor, entre otros.

Nota 9. Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar

| Detalle cuenta | | Año 2021 | 2020 | |
|--|---|------------|-------------|-------|
| Variación | | | | |
| Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar | 9 | 12.043.507 | 275.151.778 | -0,96 |

Otras cuentas por pagar involucra los valores de impuestos por concepto de retenciones en la fuente y renta y complementarios

| | |
|--------------------|------------|
| Proveedores: | \$ 0.00 |
| Pasivos laborales: | \$ 463.136 |

Las cuentas comerciales por pagar se reconocen inicialmente al precio de la transacción y posteriormente se miden al costo amortizado utilizando el método de interés efectivo.

Nota 10. Pasivos por impuestos de IVA: Corresponde a los impuestos pendientes por pagar de IVA

| Detalle cuenta | | Año 2021 | 2020 | |
|---------------------|----|-----------|------------|-------|
| Variación | | | | |
| impuestos por pagar | 10 | 1.865.330 | 28.256.196 | -0,93 |

Impuestos por pagar: \$ 1.865.330

A partir del año gravable 2017, la tarifa general del impuesto sobre las ventas es del 19% según el artículo 468 del estatuto tributario, que fue modificado por el artículo 184 de la Ley 1819 de 2016 y una tarifa diferencial del 5% establecida en el artículo 568-1 del ET modificado por el artículo 185 de esta misma ley, para algunos bienes y servicios, ampliado a la venta de bienes en general, a la venta o concesión de intangibles relacionados con la propiedad industrial y a la prestación de servicios en Colombia o desde el exterior, salvo exclusiones o excepciones mencionados en los artículos 424 y 477 del estatuto tributario. A partir del año gravable 2017, los periodos de declaraciones y pagos de IVA serán bimestral y cuatrimestralmente, de conformidad con el artículo 600 Y 601 del estatuto tributario, El periodo cuatrimestral de Iva aplica para las personas naturales o jurídicas responsables de IVA que, en el año inmediatamente anterior, a 31 de diciembre hubiesen tenido ingresos menores a 92.000 Uvt y las personas naturales o jurídicas que declarar de forma bimestral son todas aquellas que hubiesen tenido ingresos superiores a este.

La Corporación por él tome de sus ingresos anuales no supera las 92 mil UVT, por lo tanto, declara de forma cuatrimestral.

Nota 11. Otros pasivos

No existen más pasivos pendientes de pago por la corporación

Nota 12. Pasivos laborales y/o Beneficio a Empleados

Los beneficios a los empleados comprenden todos los tipos de retribuciones que la entidad proporciona a los trabajadores a cambio de sus servicios, el objetivo es prescribir el tratamiento contable y la revelación de información financiera respecto de los beneficios de los empleados. Identificando los beneficios como son: a corto plazo, las bonificaciones, sueldos y seguridad social.

Salarios por pagar: \$ 463.136

Total, pasivos laborales: \$ 463.136

Nota 13. Patrimonio: Compuesto por el capital, valor de los aportes realizados por cada uno de los socios.

| | |
|---|------------------|
| Aporte social | 6.500.000 |
| Superavit de Capital | 150.000.000 |
| Acumulados pendientes de inversión social | 508.540.482 |
| Resultados de Ejercicios Anteriores | 0 |
| Resultado Integral del Ejercicio | 5.583.509 |

Total, patrimonio: \$670.623.991

Aportes Sociales.

Los instrumentos de patrimonio se miden al valor razonable del efectivo u otros recursos recibidos o por recibir, netos de los costos directos por la emisión de instrumentos de patrimonio. Si el pago se difiere y el valor del dinero en el tiempo es material, la medición inicial debe hacerse con base en el valor presente.

Superávit de Capital

Comprende el valor de las cuentas que reflejan el incremento patrimonial ocasionado por prima en colocación de acciones, cuotas o partes de interés social, las donaciones, el crédito mercantil, el know how y el **superávit** método de participación

Dineros pendientes de inversión social:

Por motivos de no haber sido incluidos como régimen tributario especial no se catalogan como excedente contable para el año 2021, los \$ 508.540.482 pesos, si no pendiente de ser invertido en las actividades meritorias del objeto social de la Corporación. de acuerdo con lo definido en el artículo 357 y 358 del Estatuto Tributario, que señalan que el excedente fiscal determinado será exento cuando se destine directa o indirectamente, en el año siguiente a aquel al cual se obtuvo, a programas que desarrollen el objeto social y la actividad meritoria de la entidad.

Resultado del Ejercicio.

| Detalle cuenta | Año 2021 | 2020 | Variación |
|--|---------------------|-----------|-----------|
| Resultados de Ejercicios Anteriores | 0 | 3.669.126 | -1,00 |
| Resultado Integral del Ejercicio | 5.583.509 | 0 | 0,00 |
| Total, resultado del ejercicio. | \$ 5.583.509 | | |

Nota 14 ingresos operaciones.:

| Detalle cuenta | Año 2021 | 2020 | Variación | |
|---|---------------|----------------------|----------------------|---------------|
| TOTAL INGRESOS BRUTOS | 14 | 2.036.525.718 | 1.658.611.357 | 22,78% |
| Procesos de Enseñanza EPI. Mun de Bello | 53.228.629 | 0 | 0,00% | |
| Convenio de Asociación con el Área Metropolitana | 1.315.000.000 | 1.015.000.000 | 29,56% | |
| Contrato Mun. Girardota Reactivación económica | 599.600.000 | 0 | 0,00% | |
| Donaciones | 6.342.100 | 0 | 0,00% | |
| Rendimientos Financieros | 1.706.835 | 0 | 0,00% | |
| Aprovechamiento de Recursos | 1.800.113 | 0 | 0,00% | |
| Otras Actividades Educativas Fuera del Municipio de Bello | 58.848.041 | 0 | 0,00% | |
| Actividades Educativas Fuera del Municipio de Bello | 0 | 643.611.357 | 0,00% | |
| Devoluciones, rebajas y descuentos | 15 | -4.695.000 | 0 | 0,00% |

Procesos de enseñanza aprendizaje

Se realizan a través de la "La Escuela Politécnica Interactiva" que es una institución educativa con licencia de funcionamiento 201500003279 de 24 de agosto de 2015, 201500004468 de 29 de octubre de 2015 y 202100006416 del 27 de diciembre de 2021 adscrita a la secretaria de educación del municipio de Bello, la cual ofrece bachillerato académico abierto y a distancia a través de CLEIS (ciclos lectivos integrados especiales), cursos, diplomados virtuales entre otros. Además, EPI Escuela Politécnica Interactiva hace parte integral de la Corporación Arca, dedicada exclusivamente a la parte formativa de las nuevas generaciones en sus diferentes niveles educativos tanto formal como no formal.

Total, ingresos por concepto de enseñanza aprendizaje: \$ 112.076.670

Convenio de Asociación con el Área Metropolitana

La Corporación Arca realizó el convenio de asociación con el área metropolitana en el cual el Área Metropolitana del Valle de Aburrá aportó \$920.000.000 de pesos y la Corporación Arca aportó \$395.000.000 de pesos, para un total de \$1,315.000.000 de pesos, para el proyecto llamado "Aunar esfuerzos para implementación de la campaña YO NO FUEGO para desestimular el uso de la pólvora en los municipios del Valle de Aburrá"

Total, Convenio de Asociación con el Área Metropolitana \$ 1,315.000.000 de pesos

Contrato con el Municipio de Girardota

Se realizó el contrato de Prestación de servicios de apoyo a la gestión para generar condiciones que permitan la reactivación económica, el desarrollo y gestión turística; así como el fortalecimiento de la cultura turística en el Municipio de Girardota Antioquia' por valor de \$ 599'600.000 de pesos

Total, Contrato con el Municipio de Girardota: \$ 599'600.000 de pesos

Donaciones

Se recibió por concepto de donaciones el valor de \$ 6.342.100 pesos

Total, donaciones: \$ 6.342.100 pesos

Rendimiento Financieros

Por concepto de Rendimientos Financieros se recibieron **\$ 1.706.835**

Nota 15: Devoluciones y descuentos:

Se realizó al área metropolitana una devolución por valor de \$ 4.695.000 por concepto de sobrante del proyecto "Aunar esfuerzos para implementación de la campaña YO NO FUEGO para desestimular el uso de la pólvora en los municipios del Valle de Aburrá"

Nota 16 Costo de venta:

| Detalle cuenta | | Año 2021 | 2020 | |
|---|----|---------------|--------------------|---------|
| Variación | | | | |
| Costo de ventas | 16 | 1.391.318.328 | 462.734.075 | 200,67% |
| Costo de venta por concepto de actividades de enseñanza y de servicio comunitario | | | \$ 1.391.318.328 | |

Total, costo de ventas: \$ 1.391.318.328

Nota 17: gastos administrativos: son los que se pueden vincular directamente con las actividades meritorias que desarrolla la Corporación como: gastos de personal, Comunicaciones, Depreciación, Honorarios, Gastos de representación, Papelería y útiles, Gastos legales entre otros

| Detalle cuenta | | Año 2021 | 2020 | |
|---------------------------------|-----------|--------------------|----------------------|----------------|
| Variación | | | | |
| Gastos de administración | 17 | 273.717.703 | 1.047.977.132 | -73,88% |

Gastos de administración: \$ 273.717.703



NIT: 900.194.362-8

Nota 18: gastos de ventas:

son todos aquellos que se generan durante una transacción comercial con los clientes

| Detalle cuenta | | Año 2021 | 2020 | |
|-------------------------|---------------------|------------------|-------------------|----------------|
| Variación | | | | |
| Gastos de ventas | 18 | 2.330.786 | 15.396.760 | -84,86% |
| Gastos de ventas | \$ 2.330.786 | | | |

Nota 19: gastos financieros: Gastos financieros compuesto por comisiones bancarios, impuestos, intereses pagados, cuotas de manejo.

| Detalle cuenta | | Año 2021 | 2020 | |
|---------------------------|-----------|------------------|------------------|----------------|
| Variación | | | | |
| Gastos financieros | 19 | 3.804.490 | 7.049.091 | -46,03% |

Total, gastos financieros: \$ 3.804.490

Nota 20: Otros gastos y deducciones

| Detalle cuenta | | Año 2021 | 2020 | |
|-----------------------------------|---------------------|-------------------|------------------|-----------------|
| Variación | | | | |
| Otros gastos y deducciones | 20 | 40.075.902 | 2.051.154 | 1853,82% |
| Otros gastos y deducciones | \$ 2.051.154 | | | |

La inversión efectuada por parte de la Corporación Arca al convenio de asociación con el área metropolitana del Valle de Aburrá fue de \$315.000.000 de pesos. Proyecto "YO NO FUEGO" enfocado al no uso de la pólvora durante las festividades decembrinas.

| | | | | |
|---|--|--------------------|--------------------|----------------|
| Costo por Inversiones efectuadas en el año | | 315.000.000 | 119.734.019 | 163,08% |
|---|--|--------------------|--------------------|----------------|

Gastos por impuesto de Renta.

Porcentaje de impuesto de renta para el año 2021 es el 31%

Nota 21: Aprobación de estados financieros:

Los estados financieros fueron aprobados por la junta directiva y autorizados para su aplicación.

LINA MARIA LÓPEZ JIMENEZ
Representante Legal
Corporación Arca

MIGUEL ANGEL AVENDAÑO PULGARIN
Contador Público
TP: 147499-T
CC # 70.353.126

EXPERIENCIA 2021

Durante el año 2021, se realizaron tres (3) contratos:

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca corporacionarcacolombia
☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia



NIT: 900.194.362-8

1. Contrato de prestación de servicios para el Centro Comercial Terminal del Norte. Apoyo en medios digitales y piezas gráficas
2. Contrato N°393 Reactivación económica de la industria turística en el municipio de Girardota
3. Convenio N°916 2021 aunar esfuerzos para implementación de la campaña “yo no fuego” para desestimular el uso de la pólvora en los municipios del valle de Aburrá

DESCRIPCIÓN

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS C. COMERCIAL TERMINAL DELNORTE.

Contrato celebrado el 1 de enero de 2021 hasta el 30 de diciembre de 2021, con el objeto de dar apoyo al centro Comercial Terminal del Norte en la administración de medios y canales digitales, como Instagram y Facebook, así como diseño de piezas gráficas para el área de mercadeo y comunicaciones.

EVIDENCIAS:

Informe de gestión de Diseño Gráfico

Por: Anderson Echeverri Arboleda

Cliente: Centro Comercial Terminal del Norte

Labor: administración de canales digitales (Facebook - Instagram)

En total fueron 342 publicaciones de las cuales se destacan algunas campañas propuestas única y exclusivamente por mí:

Sonrisa Mágica:

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca [corporacionarcacolombia](https://www.facebook.com/corporacionarcacolombia)
☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia



Este año sí:

#EsteAñoSí

ESTE AÑO SÍ AHORRO



centro comercial terminal del norte
un viaje de buenas compras

#EsteAñoSí

ESTE AÑO SÍ ME CASO



centro comercial terminal del norte
un viaje de buenas compras



ESTE AÑO SÍ

...“Vamos a cuidar a todos los que amamos extendiendo nuestros lazos hasta la comodidad de tu hogar”

Leidy - Administradora

Outlet Todo al 50% - Local 540

ESTE AÑO SÍ

...“Llenaremos de más premios y alegrías a todos nuestros clientes”

Paula Salazar - Administradora

Casino New York - Local 50

#EsteAñoSí

ESTE AÑO SÍ ENTRO AL GYM

#EsteAñoSí

ESTE AÑO SÍ EMPIEZO LA DIETA



centro comercial terminal del norte
un viaje de buenas compras

#EsteAñoSí



centro comercial terminal del norte
un viaje de buenas compras

ESTE AÑO SÍ

...“Te haremos sentir que la verdadera belleza está en tu interior”

Diana Vélez - Administradora

Terminal del Petiquera - Local 9904

Tips CC:



TIPS CC

nuestros HORARIOS

Horario Comercial

Todos los días de:

10 a.m → **7** p.m

Sin embargo nuestros accesos están abiertos las **24 horas** del día por temas de la terminal de transporte.

TIPS CC

nuestros ACCESOS

Contamos con 6 accesos

2 directos
desde la
estación
Caribe

TIPS CC

nuestros CANALES de comunicación

Nuestras redes sociales

f @terminaldelnortecc
i @terminaldelnortecc
www.terminaldelnorte.com

Super Mujer:



Semana Santa: La devoción se lleva en el corazón



Gracias Mamá

Muchas formas para decirlo.
Una manera de expresarlo.

OBRIGADO MAE THANKS MOM
DANKU MUTTI
MERCI MAMAN DANKE MUTTI
GRAZIE MAMMA

GRACIAS MAMÁ

centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras



POR NUNCA SOLTARME

centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras



POR TU AMOR Y CARÍÑO

centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras

DICHOS DE MAMÁ

“Algún día me lo va a agradecer”

centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras

DICHOS DE MAMÁ

“Usted cree que estoy [] ¿o qué?”

centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras

DICHOS DE MAMÁ

“¡A que voy y lo encuentro!”

centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras

Concurso



CONCURSO ¡Gracias Mamá!

TRES PREMIOS
Tres Ganadores

Sigue las Instrucciones

centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras

CONCURSO ¡Gracias Mamá!

Pasos para Ganar

- 1 Sigue nuestra cuenta oficial en Instagram @terminaldelnorte
- 2 Dale Like a este post
- 3 Sigue nuestra marca participante descrita en este post
- 4 Etiqueta en un comentario a mínimo 3 amigos (entre más personas etiquetes, más posibilidades de ganar)

centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras

CONCURSO ¡Gracias Mamá!

¿Cómo será la premiación?

Por medio de un aplicativo web se hará el sorteo de los 3 premios para 3 personas. Dicho sorteo tendrá lugar el día **sábado 29 de mayo del 2021** por medio de un Live en nuestra cuenta de Instagram.



centro comercial terminal del norte
un lugar de buenas compras

Piezas para vacunación



Florezcamos Unidos



Un Viaje de Amor



www.terminaldelnorte.com
 @terminaldelnortec
 /terminaldelnorte

UN VIAJE DE AMOR

centro comercial terminal del norte
 un viaje de buenas compras

FELIZ DÍA DE AMOR Y AMISTAD

www.terminaldelnorte.com
 @terminaldelnortec
 /terminaldelnorte

UN VIAJE DE AMOR

centro comercial terminal del norte
 un viaje de buenas compras

MOMENTOS DE AMOR

www.terminaldelnorte.com
 @terminaldelnortec
 /terminaldelnorte

Guarda Equipaje No. 2

GENTE LLENA DE AMOR

www.terminaldelnorte.com
 @terminaldelnortec
 /terminaldelnorte

UN VIAJE DE AMOR

centro comercial terminal del norte
 un viaje de buenas compras

GENTE LLENA DE AMOR

www.terminaldelnorte.com
 @terminaldelnortec
 /terminaldelnorte

GENTE LLENA DE AMOR

www.terminaldelnorte.com
 @terminaldelnortec
 /terminaldelnorte

UN VIAJE DE AMOR

centro comercial terminal del norte
 un viaje de buenas compras

centro comercial terminal del norte
 un viaje de buenas compras

Estamos siempre de tu lado



Aniversario



Bienvenida NAVIDAD



CELEBREMOS La Vida

COCINEROS Frito
25 CUPOS
previa inscripción
Viernes 3 de diciembre
3:00 - 4:00 p.m.
Plazoleta principal

DÍAS SIN IVA
VIERNES 3 DE DICIEMBRE

Novena de Navidad
Personajes en vivo
Novena abierta
Jueves 16 de diciembre
5:00 - 6:00 p.m.

Novena de Navidad
Show de Magia
Novena abierta
Viernes 17 de diciembre
5:00 - 6:00 p.m.

Feliz Año



2022
Feliz Año Nuevo

Nuestro Mayor Deseo

Desde nuestro Centro Comercial queremos desearte, amor, salud y mucha prosperidad para el año nuevo 2022.

Labor: diseño y montaje de sitio web



[Inicio](#) [Nuestras Marcas](#) [Servicios](#) [Contáctenos](#)



<https://terminaldelnorte.com>



[Inicio](#) [Nuestras Marcas](#) [Servicios](#) [Contáctenos](#)

[Todos](#) [Trámites](#) [Comidas](#) [Vestuario](#) [Belleza](#) [Oficinas](#) [Calzado](#) [Varios](#)





NIT: 900.194.362-8

Labor: campañas internas

Taller de redes sociales

Trabajaremos:

- ♥ Introducción a Instagram
- ♥ Diseño y creación de contenido
- ♥ Propuesta estratégica
- ♥ Planeación de contenido
- ♥ Conversión efectiva
- ♥ Evaluación de resultados

**Sin Costo,
¡Prevía Inscripción!**

TALLER DE REDES SOCIALES

17 de febrero

Auditorio Mariano Ospina Pérez
9:00 a.m. a 12:00 m.

100 Me gusta

Relacionado Instagram Marketing 40minutos

centro comercial terminal del norte
un viaje de buenas compras



Concurso Mujer

Mujer

"Melancólica, tierna y de seductor corazón, con garras de tigre y corazón de cordero. Alma de ángel, espíritu de guerrera"

Feliz Día

ESCANEA EL CÓDIGO Y PARTICIPA POR UN CAMBIO DE LOOK

centro comercial terminal del norte
un viaje de buenas compras

Síguenos

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca corporacionarcacolombia
☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia

Aviso de bienvenida



centro comercial
terminal del norte
un viaje de buenas compras

BIENVENIDOS

INGRESO DE VISITANTES

www.terminaldelnorte.com

@terminaldelnortec @terminaldelnorte

centro comercial
terminal del norte
un viaje de buenas compras

BIENVENIDOS

INGRESO DE VISITANTES

www.terminaldelnorte.com / @terminaldelnortec @terminaldelnorte

Amor y amistad



La fiesta de la
LLAVERÍA

Ven y disfruta de un buen tiempo
entre llaverías.

**come, ríe,
canjea, compra**

Viernes 17 sept.
Auditorio Terminales
De 1:30 a 3:30 p.m.

Logros y observaciones:

- Las publicaciones que tienen más interacción son las que incluyeron personas (bien sea empleados o visitantes).
- En Instagram las publicaciones del top 3 de este informe hacen parte de las 10 mejores posteadas por los últimos 6 meses.
- Además de las publicaciones, se tiene mucha interacción en el chat donde el agente hace preguntas acerca de viajes y horarios de la terminal.
- En su mayoría las historias de Instagram superan las 100 vistas en sus 24 horas.
- Se sostienen los 4 mil seguidores en Instagram por la última semana de diciembre.
- Se propone seguir por la línea humana de las publicaciones, tratando de incluir el personal que labora en el Centro Comercial para obtener así mayor alcance e interacción.
- También se propone comenzar a pautar para aumentar el alcance en las redes sociales.
- Todas las estadísticas pueden ser ampliadas en cada uno de los perfiles.

CONTRATO N°393 REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOTA

Tabla 1

Ficha técnica de proyecto

| | |
|-----------------------------|---|
| Nombre del proyecto | Reactivación Económica de la Industria Turística en Girardota |
| No. Contrato | 393 de 2021 |
| Contratante | Alcaldía municipal de Girardota |
| Contratista | Corporación Arca |
| Fecha de inicio | 10 de septiembre de 2021 |
| Fecha de terminación | 31 de diciembre de 2021 |
| Interventoría | Gloria Lucía Correa López |

El desarrollo del proyecto tuvo, como finalidad generar condiciones que permitan la reactivación económica, el desarrollo y gestión turística; así como el fortalecimiento de la cultura turística en el municipio de Girardota Antioquia, teniendo como objetivos orientadores, los siguientes:

1. Definir del portafolio de productos turísticos sostenibles del municipio.
2. Elaborar un plan estratégico para la promoción del destino turístico.



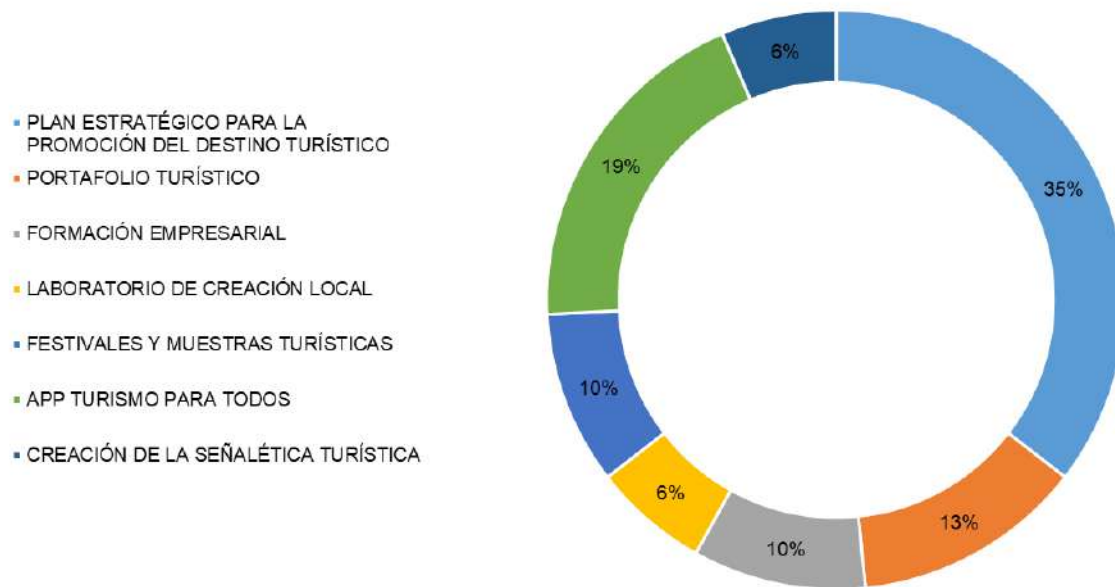
NIT: 900.194.362-8

3. Sensibilización, formación y capacitación del recurso humano para la gestión turística.
4. Orientar técnicamente y acompañar a los Hoteles, Camping de recreo, restaurantes, parqueaderos y trapiches en procesos de formación empresarial y en atención al turista para que satisfagan las expectativas que este trae.
5. Brindar orientación técnica en la utilización de plataformas digitales que sirva de soporte para la visibilidad de las empresas de turismo local.
6. Brindar a la comunidad el conocimiento de la cultura turística religiosa, de aventura y agroecológica del Municipio de Girardota.
7. Realizar actividades para aprovechar las potencialidades y características del municipio.
8. Promover y Potencializar los atractivos turísticos que posee el municipio y organizar en asocio de las secretarías pertinentes los diferentes planes de acuerdo con la clase de turismo que se da en el municipio, articulando a las rutas turísticas existentes en la región.
9. Diseñar e implementar una APP para el turismo en el municipio de Girardota

De esta manera, en el marco de este proyecto se estimaron siete (7) macro actividades, las cuales, distribuidas en el tiempo estimado para la ejecución de las mismas, dotaron de acciones puntuales que orientan el actuar de cada uno de los profesionales adscritos a este de forma ordenada y sistémica.

Figura 1

Distribución porcentual de macro actividades



Dicha distribución estuvo dada por la carga de que cada una de estas tuviera para así poder alcanzar los objetivos trazados. Con esta distribución se da vida entonces al proyecto “Reactivación Económica de la Industria Turística en Girardota”.

Tabla 2

Relación de macro actividad y actividades del proyecto

| MACRO ACTIVIDAD | ACTIVIDAD |
|---|--|
| 1. PLAN ESTRATÉGICO PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO | Recolección de información y datos |
| | Revisión y análisis documental |
| | Análisis del contexto |
| | Mapeo de actores |
| | Definición de bases para la creación del |

| | |
|-------------------------------------|--|
| | <p>plan estratégico para la promoción del destino turístico</p> <p>Estado del arte de la concepción empresarial turística del municipio de Girardota</p> <p>Talleres participativos con diferentes actores claves del turismo</p> <p>Implementación de grupos focales</p> <p>Análisis y definición de la vocación turística</p> <p>Formulación y propuesta del plan estratégico para la promoción del destino turístico del municipio de Girardota.</p> <p>Reunión ajustes, informe ejecutivo con avances, socialización</p> |
| 2. PORTAFOLIO TURÍSTICO | <p>Diseño de instrumentos para recolección de datos</p> <p>Grupos focales con actores estratégicos</p> <p>Caracterización de recursos, rutas y productos turísticos</p> <p>Diseño y elaboración de portafolio turístico</p> |
| 3. FORMACIÓN EMPRESARIAL | <p>Diplomado asesor turístico</p> <p>Diplomado ecoturismo</p> <p>Reunión ajustes, informe ejecutivo con avances, socialización</p> |
| 4. LABORATORIO DE CREACIÓN LOCAL | <p>Entrenamientos en creación de productos turísticos artesanales</p> <p>Acompañamiento a ideas de negocio y emprendimientos de productos turísticos artesanales en las etapas de ideación, incubación y aceleración.</p> |
| 5. FESTIVALES Y MUESTRAS TURÍSTICAS | <p>20 ofertas turísticas que incluyen stand, socialización-divulgación y muestra cultural</p> <p>Propuesta de 2 festivales y/o articularlos a los existentes a realizar periódicamente</p> |

| | |
|--|---|
| | Reunión ajustes, informe ejecutivo con avances, socialización |
| 6. APP TURISMO PARA TODOS | Mapa con los sitios turísticos configurados en la aplicación web |
| | Descripción de cada sitio turístico al seleccionarlo |
| | Lector QR para ampliar la información del sitio turístico |
| | Solicitudes de Google api para dibujar la ruta hasta 5000 solicitudes al mes |
| | App services con un plan anual |
| | Servidor base de datos con diez (10) (un número de solicitudes reducido al mismo tiempo y respuesta) plan anual |
| 7. CREACIÓN DE LA SEÑALÉTICA TURÍSTICA | Diseño de señalética física de la ruta turística con códigos qr en puntos estratégicos y rutas del municipio |
| | Reunión ajustes, informe ejecutivo con avances, socialización |

Se relaciona adicionalmente los productos o entregables estimados para cada macro actividad:

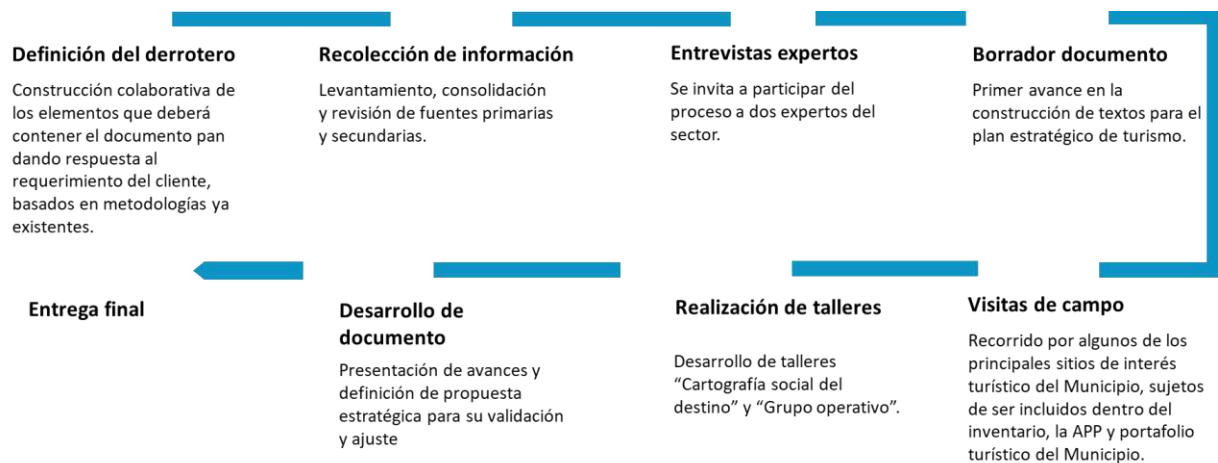
Tabla 3

Cuadro resumen de productos por macro actividad

| MACRO ACTIVIDAD | PRODUCTO |
|--|---|
| Plan estratégico para la promoción del destino turístico | Propuesta plan estratégico para la promoción del destino turístico del municipio de Girardota |
| Portafolio turístico | Portafolio turístico e inventario turístico |
| Formación empresarial | Dos (2) diplomados ejecutados |
| Laboratorio de creación local | Entrenamiento en creación de productos turísticos artesanales |
| Festivales y muestras turísticas | Dos festivales o muestras turísticas en rutas y/o espacios de alto flujo de turistas y visitantes |
| App turismo para todos | APP en funcionamiento |
| Creación de la señalética turística | Señalética física en puntos estratégicos y rutas del Municipio |

Figura 2

Proceso de estructuración del plan



Es importante resaltar que mediante taller realizado con los prestadores de servicios turísticos que hoy se articulan a la red local de turismo, liderada por la alcaldía municipal, se reconoce a partir de un ejercicio de cartografía social, actividad con la cual se buscaba sensibilizar a los participantes acerca el proceso de construcción del *Plan Estratégico para la Promoción del Destino Girardota 2021 – 2030*, el reconocimiento de las bondades del territorio a partir de la deconstrucción del mapa del Municipio y la posterior ubicación de los principales sitios de interés turístico en este mismo.

PORTAFOLIO TURÍSTICO

Como insumo fundamental para el portafolio turístico se reconoce el levantamiento del inventario de recursos y atractivos turísticos. Dando este cumplimiento a lo estipulado por la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006, en las que se denota la obligatoriedad de actualizar la información consignada en los ejercicios de inventario turístico a nivel nacional, junto con los otros insumos de formación producidos en los procesos de planificación turística.

Tabla 4

Cuadro resumen macro actividad

| | |
|------------------------|--|
| Macro actividad | Portafolio turístico |
| Objetivo | Visualizar los diferentes recursos del municipio, caracterizándolos por el tipo de turismo, su historia y el tipo de población que puede acceder a dichos recursos; además identificar las potencialidades naturales, riqueza arqueológica, patrimonio material e inmaterial que permitan posicionar el destino Girardota. |
| Producto | Portafolio e inventario turístico |

Como bien se mencionó, para la recolección de información en el municipio de Girardota se toma la metodología planteada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, la cual define tres elementos fundamentales dentro de su estructura metodológica, siendo estos:

- **Inventario:** es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales, como un conjunto de atractivos que sirven para elaborar productos turísticos de una región.
- **Recurso:** factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.
- **Atractivo:** factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos.

Desarrollo de la macro actividad

Teniendo en cuenta lo anterior, los siguientes fueron los recursos y atractivos valorados por el equipo técnico en los ejercicios en campo realizados en el municipio de Girardota, así como en la revisión de fuentes secundarias:

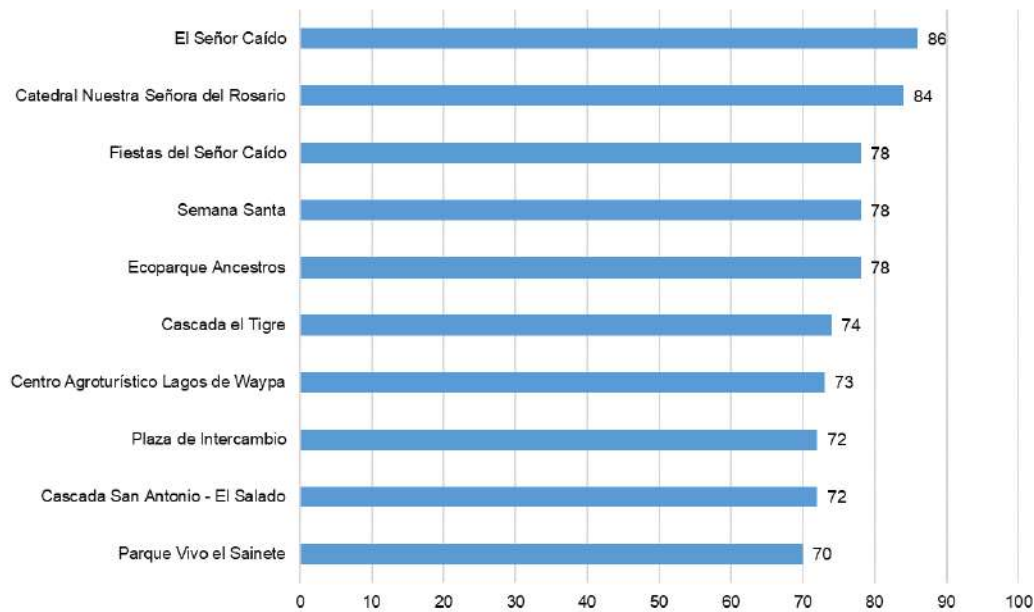
Tabla 5

Sitios priorizados para el levantamiento del inventario turístico

| TIPO DE PATROMONIO | ATRACTIVO/RECURSO |
|-------------------------------|---|
| PATRIMONIO MATERIAL | El Señor Caído |
| | Catedral Nuestra Señora del Rosario |
| | Truchera Piedras Lisas |
| | Petroglifos |
| | Parque Vivo el Sainete |
| | Parque Educativo Innova |
| | Escenarios deportivos |
| | Casa de la Cultura Pedrito Ruiz |
| | Parque Principal |
| | Club Campestre el Limonar |
| | Centro Agroturístico Lagos de Waypa |
| | Caminos ancestrales - Vereda San Andrés |
| | Plaza de Intercambio |
| | Ecoparque Ancestros |
| Trapiches paneleros | |
| RECURSOS NATIURALES | Cueva del Cura |
| | Cascada San Antonio |
| | Cascada El Salado |
| | Cascada el Tigre |
| | Alto de la Virgen |
| FESTIVIDADES Y EVENTOS | Semana Santa |
| | Mercado Agroverde |

| | |
|--|------------------------------------|
| | Fiestas del Señor Caído |
| | Día del Campesino |
| | Festival del Aire |
| | Fiestas de la Danza y el Sainete |
| | Fiesta de la Virgen de las Dolores |

Top diez de atractivos recursos turísticos



El turismo de naturaleza reconocido como “todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la flora y fauna, así como las culturas tradicionales” (Organización Mundial del Turismo, 2012), aparece como una tipología emergente en el destino que se caracteriza por tener abundancia y variedad natural, en tal sentido es importante que Girardota desarrolle y fortalezca sus propias zonas de reserva, y aquellas actividades que de este se derivan.

FORMACIÓN EMPRESARIAL

Los procesos de reactivación de la industria turística requieren en el corto plazo un recurso humano calificado para la prestación de servicios turísticos de calidad. En este sentido la población local debe

ser, en calidad de anfitriones, ese público objetivo de este tipo de intervenciones los cuales promueven la formación en nuevas áreas laborales y oficios, estimulando al mismo tiempo la generación de empleo, emprendimientos y el crecimiento y desarrollo del municipio desde una variable económico-social que aportaran elementos al mejoramiento de la calidad de vida de los girardotanos.

Tabla 6

Cuadro resumen macro actividad

| | |
|------------------------|--|
| Macro actividad | Formación empresarial |
| Objetivo | Capacitar personal del municipio para impulsar el desarrollo turístico y aprovechar los atractivos con que cuenta el territorio, transfiriendo conocimientos y herramientas para la gestión del destino turístico, el manejo de turistas y visitantes, y el desarrollo de experiencias turísticas de valor agregado. |
| Producto | Dos (2) diplomados ejecutados |

Desarrollo de la macro actividad

Con una duración de 120 horas, abierto al público, para estudiantes de 9º en adelante, jóvenes, mujeres cabeza de hogar y comunidad en general interesados en promover el turismo en su municipio, o desempeñarse como asesor turístico; se estructuraron dos diplomados dentro de la macro actividad formación empresarial, en el marco del proyecto *Reactivación Económica de la Industria Turística en Girardota*.

Estos, a su vez, tuvieron objetivos que soportan y proyectaran el proceso formativo de manera tal que los impactos esperados fueran alcanzables y mediables en el tiempo.

Figura 3

Objetivos diplomados



Objetivo

Informador Turístico

Capacitar a los interesados para impulsar el desarrollo turístico aprovechando los atractivos con que cuentan los territorios como destinos turísticos. Entregándoles conocimientos y herramientas para un buen tratamiento a turistas y visitantes; y a su vez generar empleo y aportar a la dinamización de la economía local.

Ecoturismo

Capacitar a los interesados a partir de la conceptualización y manejo de herramientas y técnicas necesarias para el fortalecimiento y puesta en marcha de proyectos con vocación ecoturística, diseñando productos que contribuyan al desarrollo de la comunidad y a la preservación del medio ambiente.

A continuación, se describen los alcances y aspectos general de cada uno de los diplomados. Teniendo entonces que, el Informador turístico es una figura profesional, atractiva y con gran posibilidad de desarrollo profesional, dedicada a la atención de las oficinas de turismo, creación de productos y servicios turísticos. El curso incorpora actividades motivadoras, relacionadas con los intereses y el entorno de los alumnos, partiendo del reconocimiento de las bondades y vocaciones propias del entorno en el cual se desarrolle este y siempre velando por la conservación del patrimonio natural y cultural, así como la articulación y busca de beneficios por todos los actores relacionados en la cadena productiva del turismo desde la promoción y difusión de la información del destino.

Tabla 7

Contenido temático diplomado en "Informador turístico"

Contenido

| Curso #1: Introducción al turismo | |
|--|----------|
| Conceptos, contexto y realidades del turismo | 14 horas |
| Análisis del territorio como destino - vocación turística (teórico-práctico) | 16 horas |
| Curso #2: Orientación y servicio al cliente | |
| Servicio al cliente | 8 horas |
| Etiqueta y protocolo | 8 horas |
| Análisis de la oferta turística | 8 horas |
| Principios de guianza turística especializada (teórico-práctico) | 16 horas |
| Curso #3: Inglés básico (50 horas (teórico-práctica)) | |



Por su parte, el diplomado en ecoturismo responde al creciente interés por disfrutar de actividades de recreación al aire libre ha facilitado el desarrollo de nuevos tipos de turismo basados en el aprovechamiento del medio natural, principalmente en zonas que aún conservan su patrimonio paisajístico y que se localizan lejos de las zonas urbanas o en parques ecológicos protegidos por el gobierno o la sociedad civil.

Este curso permite articular experiencias, casos de éxito y buenas prácticas replicables, para que los empresarios y profesionales de turismo promuevan el desarrollo de actividades de mínimo impacto en el quehacer de sus negocios u otro tipo de intervenciones. La construcción participativa de las potencialidades y vocaciones de los territorios son el punto de partida para poder consolidar apuestas locales que puedan ser comercializadas de manera responsable y en coherencia con los recursos presentes en el entorno sin generar alteraciones al medio ambiente.

Tabla 8

Contenido temático diplomado en "Ecoturismo"

Contenido

| Curso #1: Ecoturismo y territorio | |
|---|----------|
| Conceptos, normativa y contexto del ecoturismo | 10 horas |
| Gestión sostenible de recursos | 10 horas |
| Territorio y espacialidad turística | 10 horas |
| Análisis e interpretación del sistema turístico (teórico-práctico) | 20 horas |
| Curso #2: Gestión ambiental de empresas turísticas | |
| Ecología, biodiversidad e impacto ambiental de las empresas turísticas | 10 horas |
| Cambio climático y turismo | 10 horas |
| Gestión ambiental de empresas turísticas | 15 horas |
| Calidad del servicio y certificación NTS-TS turismo sostenible (teórico-práctico) | 15 horas |



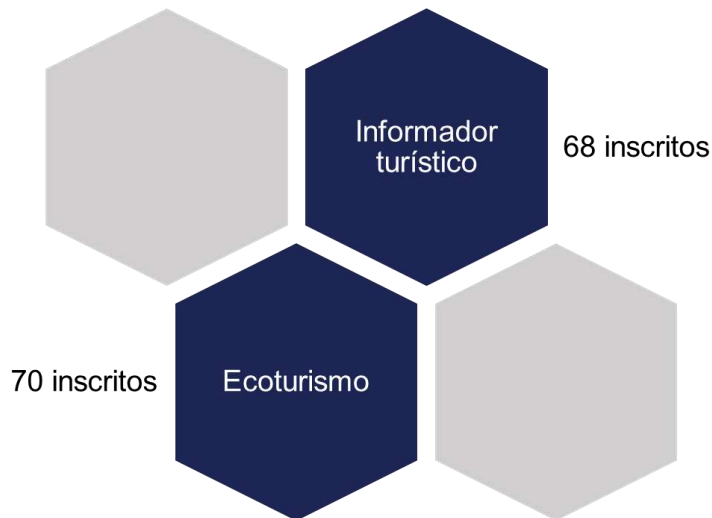
www.epiformacion.com   @epiformacion
Tel: 557 48 84

La difusión y convocatoria para el proceso de inscripción tuvo lugar en varios espacios, eventos y medios³ para lograr los objetivos propuestos en términos de inscripción de alumnos a este proceso formativo. A la fecha se tiene entonces que:

³ Feria de emprendimiento, laboratorio de creación local, red local de turismo, emisora municipal, página web Corporación Arca, entre otros.

Figura 4

Consolidado de inscritos formación empresarial



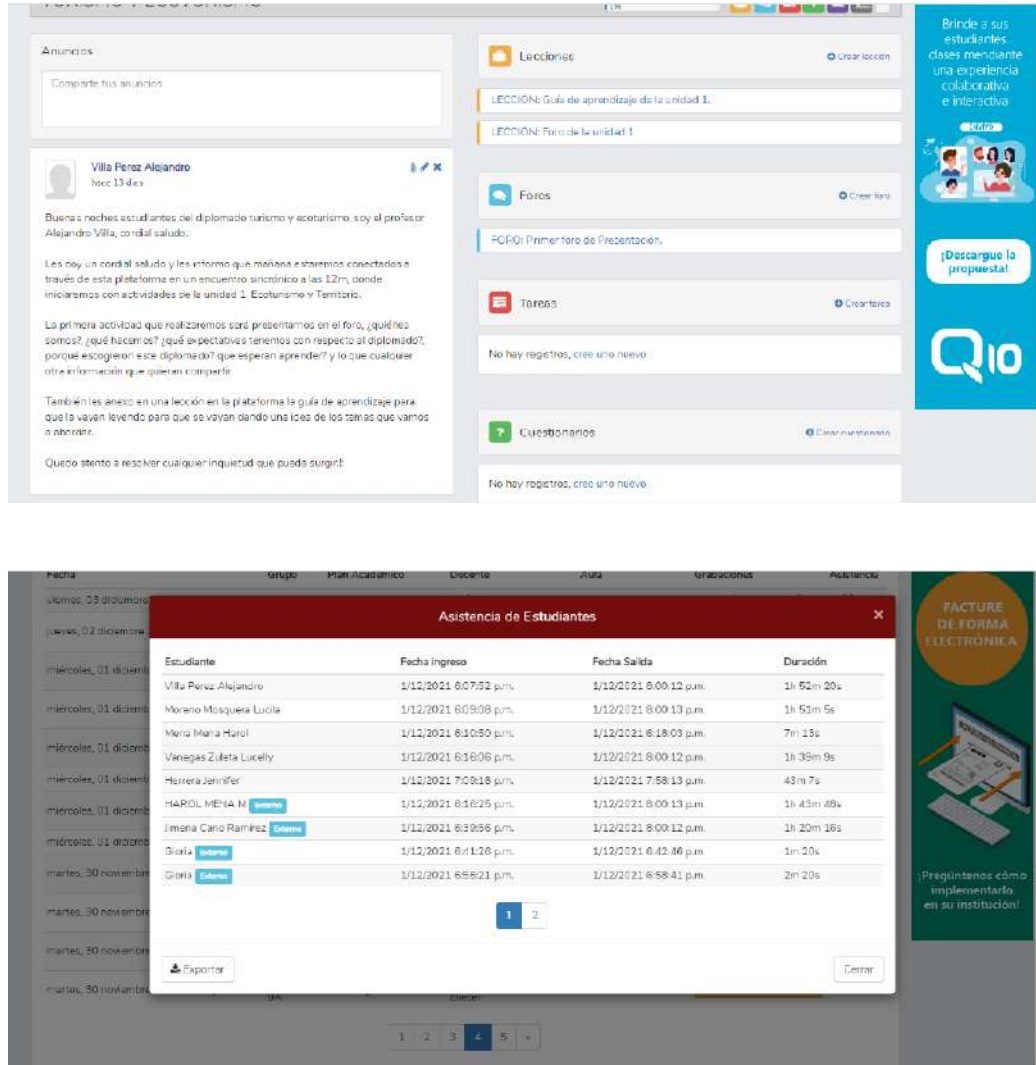
Para la promoción de los diplomados se realizaron varias actividades tales como:

1. Se captaron en la 1era Feria Empresarial organizada por el Municipio de Girardota en convenio con la Corporación Arca
2. Mediante la página web de la Escuela Politécnica Interactiva y Corporación Arca
3. A Través de los medios radiales de la Alcaldía de Girardota y Girardota TV
4. Base de datos compartida por el Municipio, de la Red empresarial.

El tiempo académico trabajado se cumplieron con las 120 horas. En el cierre, se contó con un conversatorio con expertos de turismo y la certificación a los participantes.

Figura 5

Evidencias del desarrollo de diplomados



Se inicia el proceso con cuarenta y cuatro (44) participantes captados en la *Feria Empresarial* (77,2% en turismo y ecoturismo, y 22,8% en informador turístico) a los cuales se les creó usuario y contraseña y se les envió el video tutorial para ingresar a la plataforma, de los cuales solo en turismo y ecoturismo de forma sincrónica ingresaron ocho (8) estudiantes y asincrónica dos (2),

Se publicó en la página web www.epiformacion.com un banner y publicidad de ambos diplomados, se publicitaron de forma radial por medio de la Alcaldía y Girardota tv. Luego, desde la Alcaldía de



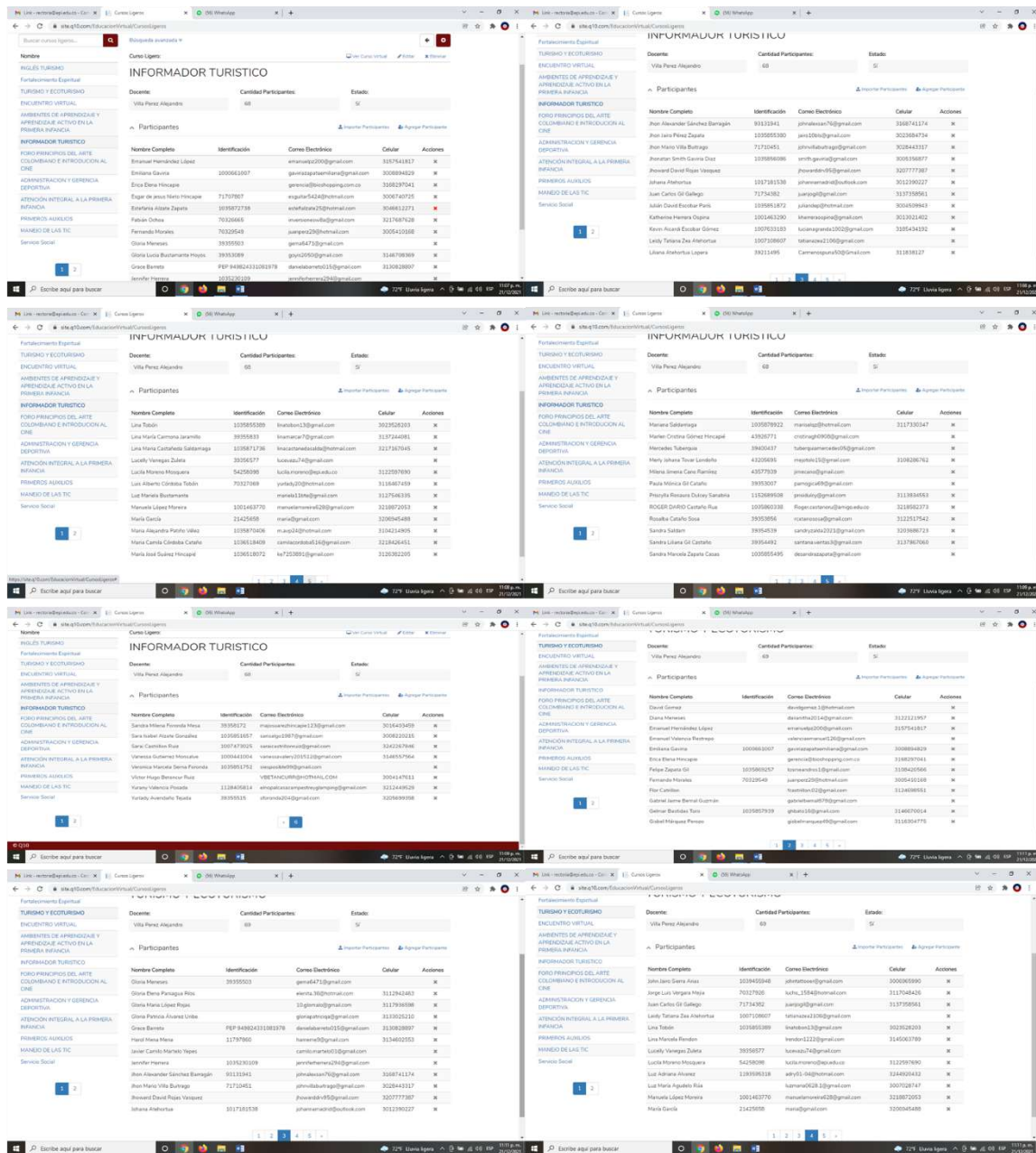
NIT: 900.194.362-8

Girardota se comparte base de datos en turismo y ecoturismo veintiocho (28) participantes más y se captan siete (7) más externos de Girardota, completando un grupo de sesenta y nueve (69) inscritos, y en informador turístico treinta y ocho (38) más.

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca [corporacionarcacolombia](https://www.facebook.com/corporacionarcacolombia)
☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia

Figura 6
Evidencias proceso de inscripción



Se plantea la alternativa para que las personas que ya están inscritas y no culminaron el diplomado, así como nuevos interesados, accedan al proceso formativo de manera asincrónica los diplomados,

dejando para ello abierta la plataforma y los contenidos hasta el mes de febrero para todos aquellos que lo quieran realizar, reforzándose el proceso de convocatoria vía página web y redes sociales de la institución, y certificándose a quienes cumplan con los mínimos estipulados por el docente en términos de actividades y otras tareas asignadas dentro de la estructura de los diplomados

En la realización de los diplomados se contó con un docente experto en el área de turismo, Jesús Alejandro Villa, se desarrollaron por medio de la plataforma Q10 de forma sincrónica en el cual se trabajó con un horario estipulado en conjunto con los participantes en los diplomados, con el fin de no cruzar horarios laborales con los diplomados, y organizado en la plataforma misma, mediado por la colaboración y cooperación entre los participantes con el tutor como guía, y de forma asincrónica, en la cual los participantes pudieron interactuar con el docente mediante lecciones, foros, tareas y evaluaciones. Quien, a manera de conclusiones, otorga las siguientes apreciaciones sobre el proceso:

Desde la experiencia como docente de dichos diplomados, se realizaron las guías de desarrollo curricular, las presentaciones en power point como apoyo didáctico a la formación y el material de apoyo como documentos y videos. Todo esto subido a la plataforma Q10.

Desde la primera sesión de la clase se crearon grupos de WhatsApp con ambos grupos para ser más eficientes en brindar información de lo que fuera pasando en los diplomados, así como para resolver las posibles dudas de los estudiantes de una manera más rápida y eficiente.

Se debe rescatar que hubo personas muy comprometidas durante todo el desarrollo de las clases y las diferentes actividades, siempre estuvieron presentes en casi todas las sesiones. Los participantes siempre me manifestaron estar muy contentos con los diplomados ya que era un esfuerzo que se planteaba desde la administración municipal para contribuir con el desarrollo económico de los habitantes del municipio, específicamente las personas relacionadas con las diferentes actividades turísticas en diversos niveles.

El 28 de diciembre se llevó a cabo la ceremonia para la entrega de certificados a participantes que finalizaron la totalidad de sus productos asociados a los diplomados impartidos. Al encuentro asistió el secretario de planeación y desarrollo urbano.

Figura 7

Evidencia fotográfica del evento



1. LABORATORIO DE CREACIÓN LOCAL

El *Laboratorio de Creación Local* ofrece acompañamiento grupal para el desarrollo de proyectos productivos e ideas de negocio. Esta iniciativa pretendía fortalecer las capacidades de innovación y competitividad turística en el destino turístico Girardota, a fin de convertirse en el eje articulador de la oferta local por medio del desarrollo de productos turísticos diferenciales, que propendan por el mejoramiento de la calidad de vida de los girardotanos, asimismo la promoción de procesos de desarrollo que contribuyan con la sostenibilidad social y económica.

Tabla 9

Cuadro resumen macro actividad

| | |
|------------------------|---|
| Macro actividad | Laboratorio de creación local |
| Objetivo | Potencializar ideas de negocio y emprendimientos locales que incluyan la historia del municipio y del territorio en productos locales, como uno de los bienes simbólicos más valorados por los turistas, los cuales sirven como apoyo al sostenimiento de la historia y el patrimonio del territorio y generan identidad cultural y sirven como medio de difusión para impulsar el turismo del municipio. |
| Producto | Acompañamiento a ideas de negocio y emprendimientos de productos turísticos artesanales en las etapas de ideación, incubación y aceleración. |

Desarrollo de la macro actividad

Los procesos de convocatoria se inician de la mano con la Alcaldía Municipal, logrando cobertura en varios frentes como lo son la red local de turismo, Mercados agroverdes, red de mujeres emprendedoras y estudiantes de grados 10° y 11°.

Con la realización de este *Laboratorio de Creación Local*, el día 11 de noviembre, se rompe los esquemas tradicionales, siendo la metodología transferida bastante interesante, toda vez que cambia el paradigma del acompañamiento tradicional a los emprendedores.

Cumpléndose con lo estipulado dentro de la metodología, se tuvo para este día la siguiente agenda de trabajo con los asistentes/participantes:

9:00 a.m. Saludo de bienvenida por parte de los representantes de la alcaldía municipal.

9:15 a.m. Taller 1: “De la ideación a la acción”

10:00 a.m. Taller 2: “Mentalidad emprendedora”

10:45 a.m. Receso y refrigerio

11:00 a.m. Taller 3: “Liderazgo colectivo”

11:45 a.m. Taller 4: “Marketing y plan de mercado”

12:30 p.m. Clausura

Realizado en el auditorio principal de la Casa de la Cultura *Pedrito Ruiz*, en el municipio de Girardota. El laboratorio contó con la participación de treinta y dos (32) emprendedores (as), cuyas iniciativas no solo responden a la industria turística, sino que como hecho de transversalización de la misma se busca integrar otros sectores económicos u oficios al producto turístico local, logrando un sinergia y ejercicios de cocreación que desde las capacidades individuales sumen al ecosistema emprendedor girardotano y a la misma industria turística local.

Figura 8

Evidencia fotográfica del evento



Como ejercicio práctico dentro del *Laboratorio de creación local* se desarrolló junto con los participantes un ejercicio diagnóstico con el fin de identificar posibles brechas o debilidades dentro del esquema emprendedor del Municipio, y así, poder optimizar futuros escenarios y espacios de intervención profesional bajo esquemas de acompañamiento colectivo e individual que permitan fortalecer a este grupo de emprendedores y ampliar el espectro a un mayor número de unidades productivas y/o ideas de negocio locales.

En este sentido, las preguntas realizadas a los emprendedores (as) estuvieron enmarcadas en cinco (5) áreas funcionales, las cuales, dentro de sus unidades productivas siempre deben estar presentes y sujetas a mejora continua para así poder llegar a la consolidación y debido funcionamiento de sus emprendimientos.

Con los resultados obtenidos se busca entonces, en primera instancia, generar una consciencia empresarial y una visión holística de los negocios por parte de los emprendedores (as), todo con el ánimo de mostrar escenarios de mejora y fortalecimiento de los mismos. De esta manera, cada empresario obtuvo, a partir de dicho análisis, una serie de resultados cuantitativos que al ser consolidados develan los puntos fuertes y débiles en el desarrollo de empresarial de cada uno, orientándolos a qué tipo de procesos e intervenciones deben realizar internamente y cuáles son esos temas en los cuales deben asesorarse ya sea por un experto consultor, institución u otros mecanismos de intervención.

Encuesta de satisfacción

Con el objeto de mantener activos procesos de evaluación y mejoramiento, se ha trazado como tarea monitorear la percepción que tuvieron los participantes del *Laboratorio de creación local* sobre las charlas que recibe como fruto de las actividades organizadas para este espacio, esto con el fin de hacer posible el mejoramiento continuo de la misión planteada para este tipo de ejercicios.

El objetivo de la encuesta era medir la satisfacción con respecto a los temas abordados, con el fin de identificar aspectos positivos y no positivos, que permitan tomar decisiones para orientar y determinar el impacto del proceso del laboratorio.

Finalizado el encuentro, y teniendo el número total de los participantes, se decide realizar una encuesta de satisfacción por vía correo electrónico, así como por mensajes en WhatsApp y llamadas telefónicas a las personas que participaron del laboratorio de creación local.

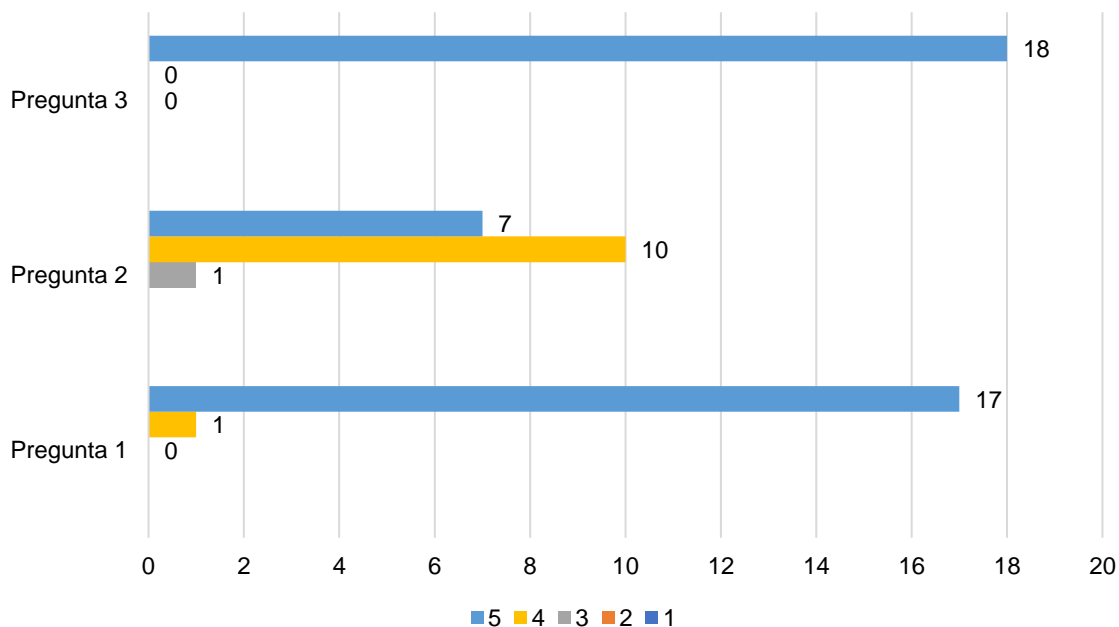
Dicha encuesta estuvo compuesta por tres preguntas cortas y puntuales con el fin de que la encuesta recogiera información puntual y pudiera ser respondida por los participantes de manera ágil y rápida.

1. ¿Los temas expuestos durante el foro le resultaron útiles?
2. ¿Los contenidos fueron expuestos de manera clara?
3. ¿Recomendaría este tipo de eventos a más personas?

A modo de conclusión, en la siguiente grafica se puede observar que casi el 98% de las encuestadas quedaron satisfechas con el *Laboratorio de creación local* y los temas que en él se dieron, que les gustaría seguir participando de estos encuentros más dinámicos porque así es mucho más fácil entender, y sacar adelante sus ideas de negocio y/o emprendimientos.

Figura 9

Percepción sobre temas impartidos



La propuesta desarrollada logra mejorar las habilidades y crea una solución al problema identificado. Se estima que, si un gran porcentaje utiliza estas metodologías, se ecosistema emprendedor más preparado y con mayor acceso a oportunidades dentro de los diferentes sectores económicos. Dado esto, se puede inferir que mejorar las habilidades es un punto fundamental para el buen desempeño de su empresa, lo que también provoca que los índices de mortalidad empresarial del país disminuyan.

Cabe resaltar que esta no es la solución completa al problema, pero genera un mayor nivel de competitividad y preparación. De igual manera, los laboratorios de creación no son solo diseñados con un enfoque empresarial, sino que esta estrategia también puede con el fin de preparar a otros públicos y así aumentar el impacto y alcance de esta metodología.

NOTA: Todo el proceso de construcción metodológica y resultados del ejercicio práctico se entrega en el informe “LABORATORIO DE CREACIÓN LOCAL_VF_DICIEMBRE”.

2. FESTIVALES Y MUESTRAS TURÍSTICAS

Las ferias tienen una especial relevancia en el mercado comercial, ya que proporcionan muchas ventajas a sus expositores:

- Son una vía perfecta para entrar en contacto con su público objetivo
- El contacto con los clientes es directo y personalizado
- Los asistentes a las ferias son personas ya interesadas y están habitualmente dispuestos a ver ofertas y comprar

Tanto es así, que muchas empresas, organizaciones o instituciones realizan un gran porcentaje de sus ventas anuales solamente en **ferias**. Es por ello que el apoyo a estas iniciativas en el orden local, para el caso del municipio de Girardota, se convierte en un eslabón fundamental en el proceso de reactivación económica.

Tabla 10*Cuadro resumen macro actividad*

| | |
|------------------------|---|
| Macro actividad | Festivales y muestras turísticas |
| Objetivo | Captar turistas, locales, nacionales e internacionales, posicionar la marca del municipio y atraer diferentes públicos y agencias turísticas del Valle de Aburrá, para consolidar y expandir el portafolio turístico del municipio. |
| Producto | Dos festivales o muestras turísticas en rutas y/o espacios de alto flujo de turistas y visitantes. |

Desarrollo de la macro actividad

Como parte del proceso de reactivación económica de los municipios del Valle de Aburrá, se realiza con el apoyo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá la *Feria de emprendimiento y Empleabilidad de Girardota*, en la cual más de setenta (70) empresarios nuevos y consolidados tuvieron la oportunidad de promocionar sus productos y servicios de sectores como la marroquinería, los textiles, las artesanías, la gastronomía, entre otros.

La *Feria de Emprendimiento y Empleabilidad* fue una oportunidad para visibilizar el talento local y para que los ciudadanos se vinculen a la reactivación económica a través de las compras locales.

Dicho evento permitió a pequeños empresarios y artesanos residentes del municipio de Girardota exhibir sus productos y fortalecer diversos procesos de desarrollo económico al interior del municipio, dicho evento se planeó en conjunto con la funcionarios de la administración local con el fin de que las propuestas e ideas planteadas sean lo más eficaces posibles al tener en cuenta las necesidades de los emprendedores que harían parte de la feria con el fin de brindar soluciones y ayudas para satisfacer dichas necesidades.

Participaron 70 emprendedores pertenecientes a diversos sectores productivos, lo que hizo que la feria de emprendimiento tuviera una gran acogida por parte de la población en general ya que brindaba una gran variedad de productos que podrían resultar interesantes o necesarios para su uso cotidiano o consumo inmediato.

Figura 10

Evidencia fotográfica - Feria empresarial y empleabilidad



La segunda feria o muestra, fue el concurso *¿A qué sabe Girardota?* En su etapa 4^a. Este concurso tuvo como objetivo el estimular la creatividad de los participantes para el diseño y presentación de recetas innovadoras, de cocineros y chef locales.

Contando este con un premio para el ganador de cinco millones de pesos en efectivo, una publicación en los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la Alcaldía de Girardota para promocionar el plato ganador y una placa como insignia del plato ganador.

Dicho evento tuvo un impacto positivo al interior del territorio ya que sirve como un espacio donde diferentes establecimientos comerciales dedicados a la venta de alimentos y bebidas mostraran sus productos al público participante del evento que fue convocado con el apoyo de la alcaldía municipal, lo que sirve como otro esfuerzo a resaltar por parte de las entidades públicas para apoyar los diferentes procesos de desarrollo económico en el municipio.

⁴ Final del concurso, entrega de resultados y premiación.

Figura 11

Evidencia fotográfica – Concurso ¿A qué sabe Girardota?



3. APP TURISMO PARA TODOS

El sector turismo se traslada a la tecnología digital, cada vez son más los turistas que se unen a experiencias guiadas por App, con información detallada de cada territorio, información de comercio, patrimonio, y diferentes ofertas que le permitan elegir planes o lugares que se adecuen a sus gustos y su presupuesto, la aplicación web con inicio de sesión configurará los sitios turísticos, las descripciones por sitio, selección de iconos para cada sitio turístico y la información relacionada a cada sitio turístico que se mostrará al leer el código QR.

Tabla 11

Cuadro resumen macro actividad

| | |
|------------------------|--|
| Macro actividad | App Turismo para todos |
| Objetivo | Integrar la oferta de turismo religioso, naturaleza y gastronómico, así como la oferta de alojamiento y otra complementaria, en una aplicación móvil amigable y de fácil uso para la navegación, que vincule y asegure una buena experiencia para los usuarios. |
| Producto | <p>Aplicación móvil con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mapa con los sitios turísticos configurados en la aplicación web • Descripción de cada sitio turístico al seleccionarlo • Lector QR para ampliar la información del sitio turístico • Solicitudes de Google api para dibujar la ruta hasta 5000 solicitudes al mes • App services con un plan anual • Servidor base de datos con DTU (10) (un número de solicitudes reducido al mismo tiempo y respuesta) plan anual |

Desarrollo de la macro actividad

La iniciativa de crear un aplicativo para dispositivos móviles permitirá al municipio de Girardota tener una plataforma donde los diferentes visitantes, viajeros y turistas que decidieran visitar el municipio, a su vez es una herramienta de promoción y propaganda del municipio de Girardota como destino turístico del valle del aburrá norte, siendo abastecida y actualizada constantemente por los mismos funcionarios públicos con la información obtenida de diferentes ejercicios y comunicaciones que se hagan con los diferentes operadores turísticos del municipio, con soporte técnico gratuito por un año, esta App “Girardota Turística” promete ser una herramienta digital al servicio de la comunidad con el fin de afianzar el destino turístico del municipio y mostrar la importancia de ejercicios como este para el desarrollo económico y social de la región.

En cuanto a la información correspondiente a las rutas de senderismo, inicialmente se recibe un formato en Excel con fichas técnicas de cada ruta estipulada por el equipo de esta entidad,

información sumamente importante para el proceso de la aplicación, información que fue complementada con otras rutas brindadas por guías expertos de la región que nutrieron aún más la información que reposa en la aplicación para móviles.

El equipo desarrollador, entrega una plataforma back end para la aplicación, plataforma desde la cual se maneja la información que contiene la aplicación, la cual estará sujeta a cambios en un futuro con el fin de que la app pueda ser actualizada y nutrida por los miembros del equipo encargado de realizar dicha actualización periódica desde la administración local. La información que compone la App es;

- Información general y específica (nombres, fotos, descripciones, horarios y ubicación) de ocho parroquias e iglesias ubicadas al interior del municipio.
- Información general y trazados de nueve rutas de senderismo y turismo de aventura ubicadas al interior del municipio.
- Información general, fotos, horarios y menús de once restaurantes y establecimientos gastronómicos ubicados al interior del municipio.
- Portafolio turístico que contiene “Los diez Imperdibles de Girardota” con información de cada uno y videos que muestran el atractivo turístico de todos los sitios.

NOTA: la app “Girardota Turística” cuenta con soporte para dos idiomas (español e inglés) con el fin de brindar facilidades a los turistas internacionales que llegan al municipio

Figura 12

Plataforma para procesos de back end de la aplicación

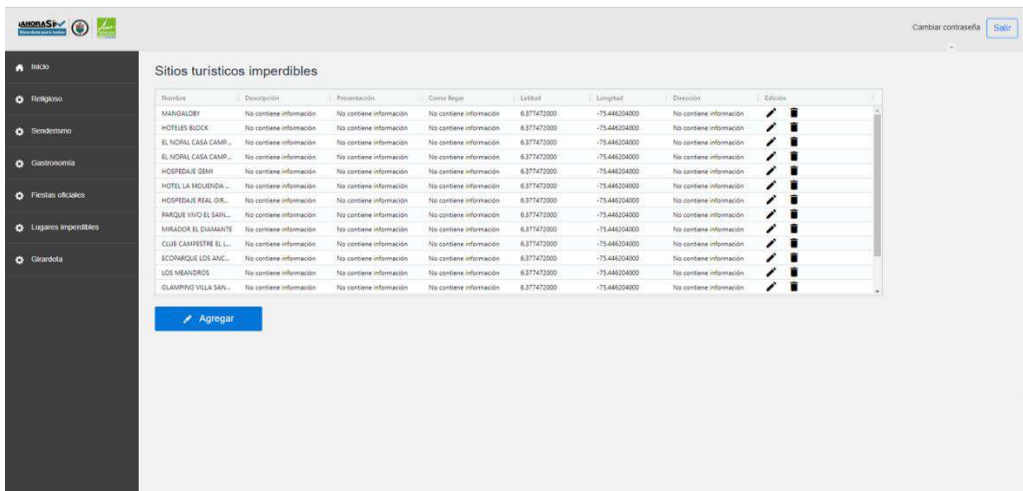
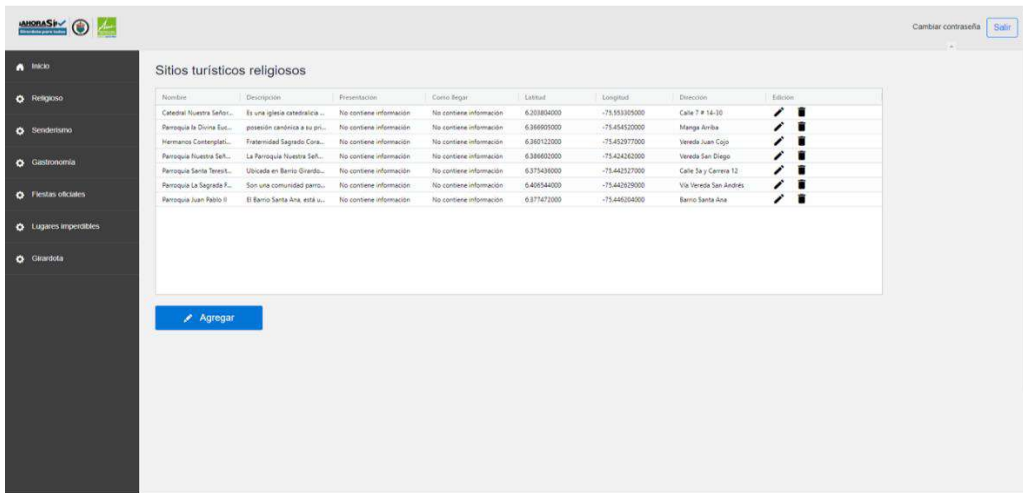
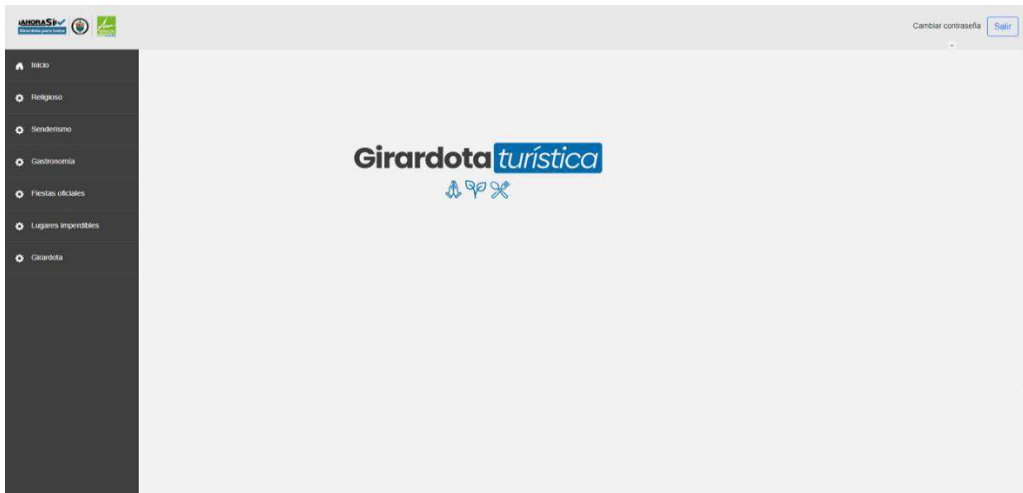
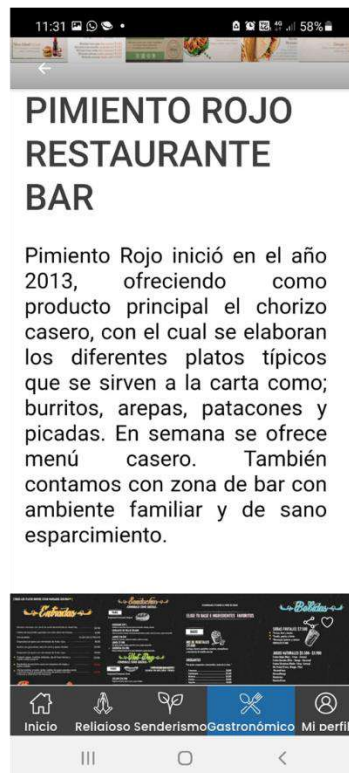
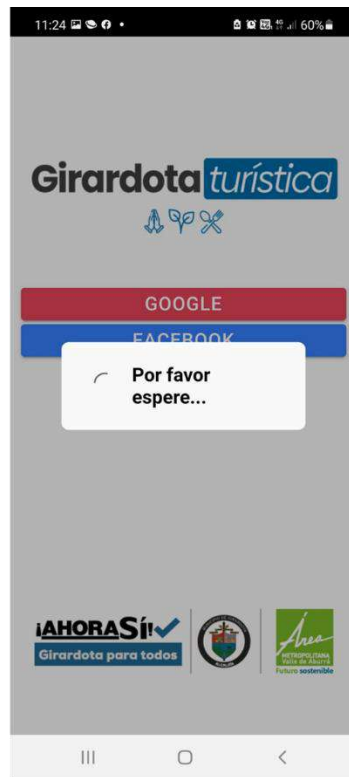
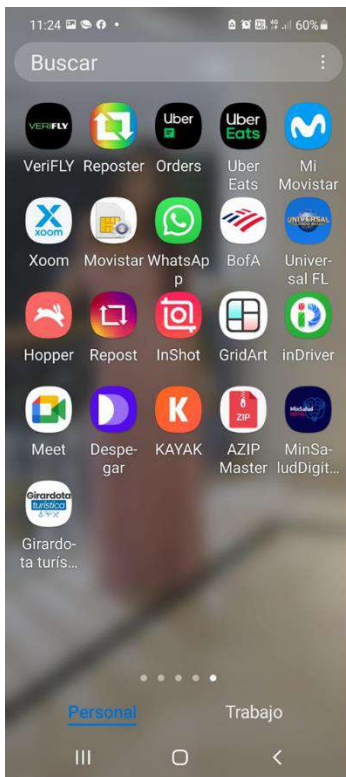


Figura 13

App – Front end



4. CREACIÓN DE LA SEÑALÉTICA TURÍSTICA

Al darse tanta importancia a nivel mundial al turismo, este ha adquirido en la gran mayoría de países con vocación turística el mejoramiento de la infraestructura turística, basados en el diseño e implementación de señalización aplicada, dando como resultado el mejoramiento competitivo de los destinos turísticos.

Se ha conocido que la señalética turística es una herramienta, tanto de gestión del espacio, como de comercialización del turismo, por lo que es fundamental demarcarla en función de los principales centros o sitios de interés turística con los que cuenta el Municipio, al mismo tiempo que, se deben establecer parámetros para dicha señalética, de acuerdo con el plan de comunicación establecidos por la administración municipal, ya que guarda aspectos como color, nombres, forma y material del cual fue producido la señalética.

Tabla 12

Cuadro resumen macro actividad

| | |
|------------------------|--|
| Macro actividad | Creación de la señalética turística |
| Objetivo | Permitir al turística experimentar y moverse dentro del territorio por medio de la descripción y ubicación de puntos y rutas turísticas que contienen información importante que posibilita una mayor permanencia en el destino, y al mismo tiempo guiar a los visitantes a la diferente oferta existente turística en el municipio. |
| Producto | Señalética física en puntos estratégicos y rutas del Municipio |

Desarrollo de la macro actividad

Como parte del proceso de levantamiento de información del inventario turístico, se define una estrategia para viabilizar y articular varias macro actividades dentro del proyecto, de allí entonces que se postulan los *Sitios turísticos imperdibles* del Municipio como parteaguas para el diseño y producción, en este caso de la señalética turística.



NIT: 900.194.362-8

Se realizan diferentes diseños y propuestas graficas con el fin de que cada una de las diferentes estructuras montadas (señalizaciones) reflejen el atractivo turístico y sirvan como referentes y guías eficaces para los diferentes visitantes y turistas que llegan al municipio en busca de actividades como lo es el senderismo y las diferentes fiestas municipales o eventos esporádicos y otras actividades recreativas.

Las diferentes señaléticas se instalan en sitios estratégicos del municipio con el apoyo de la secretaría de planeación que facilita los permisos y ayuda a ubicar cuales son los puntos clave para que dichas señalizaciones sean visualizadas por el mayor número de personas, por lo que se espera que el número de visitantes crezca paulatinamente en el municipio.

Figura 14

Diseño señalética V4 – 22 de diciembre



¡Eres Bienvenido!

Calle 7 #114 - 30
Parque Central

Construida en el año de 1922, es templo de adoración y devoción al Señor **Cadavés Girardota**.

Built in 1922, it is temple of worship and devotion to the **Fallen Lord of Girardota**.

CATEDRAL

NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



¡Eres Bienvenido!

Vereda San Andrés, Km 1

Propuesta sostenible de desarrollo turístico desde la vereda San Andrés.

Sustainable tourism development proposal from the village of San Andrés.

PARQUE

VIVO EL SAINETE



¡Eres Bienvenido!

Vereda el Palmar, Km 19

Ofrece una experiencia integral en turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura.

Offer a comprehensive experience in rural tourism, ecotourism, and adventure trip.

ECOPARQUE

ANCESTROS



¡Eres Bienvenido!

Vereda el Cano

Atractivo natural alimentado por la quebrada el Solado, tiene 130 mts de caída de aguas.

Natural attraction fed by the El Solado creek, it has 130 meters of waterfall.

CASCADA

DE SAN ANTONIO



¡Eres Bienvenido!

Vereda el Cano

Esta cascada se alimenta de la quebrada que lleva su mismo nombre.

This waterfall is fed by the creek that carries its own name.

CASCADA

EL SALADO



¡Eres Bienvenido!

Vereda Juan Cojo

Esta cascada se alimenta de la quebrada que lleva su mismo nombre.

This waterfall is fed by the creek that carries its own name.

CASCADA

EL TIGRE



¡Eres Bienvenido!

Km +3, vereda Bello Bannoo

Un espacio para el encuentro y descanso de familias, parejas y amigos.

A space for meeting and rest for families, couples and friends.

TRUCHERAS

PIEDRAS LISAS



¡Eres Bienvenido!

Calle 88 #115 - 10

Desde el año 2010 con más de 88 puestos de venta que dan vida a este hermoso lugar.

Since 2010 there are more than 88 stalls that give life to this beautiful place.

PLAZA

DE INTERCAMBIO COMERCIAL

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Tabla 13

Estado de avances por macro actividad

| MACRO ACTIVIDAD | PROCENTAJE DE AVANCE | FECHA DE ENTREGA |
|--|----------------------|------------------|
| Plan estratégico para la promoción del destino turístico | 100% | 23 de diciembre |
| Portafolio turístico | 100% | 23 de diciembre |
| Formación empresaria | 100% | 30 de diciembre |
| Laboratorio de creación local | 100% | 23 de diciembre |
| Festivales y muestras turísticas | 100% | 23 de diciembre |
| App turismo para todos | 100% | 30 de diciembre |
| Creación de la señalética turística | 100% | 30 de diciembre |

A continuación, se relaciona en hipervínculos entregables del Proyecto, como portafolio, videos del portafolio y APP

Portafolio turístico:

[..\Proyecto Girardota 2021\Brochure y App\BrochureTuristico\(v1\).pdf](..\Proyecto Girardota 2021\Brochure y App\BrochureTuristico(v1).pdf)

Video del portafolio turístico:

<..\Proyecto Girardota 2021\Brochure y App\sendgb-kzI2q5LMWEp.zip>

APP:

<..\Proyecto Girardota 2021\Brochure y App\AppPrototipoReligioso.pptx>



NIT: 900.194.362-8

CONVENIO N°916 2021 AUNAR ESFUERZOS PARA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA “YO NO FUEGO” PARA DESESTIMULAR EL USO DE LA PÓLVORA EN LOS MUNICIPIOS DEL VALLE DE ABURRÁ

El objeto del convenio con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá es:
“AUNAR ESFUERZOS PARA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA “YO NO FUEGO” PARA DESESTIMULAR EL USO DE LA PÓLVORA EN LOS MUNICIPIOS DEL VALLE DE ABURRÁ”.

Alcance del convenio:

El desarrollo del objeto del convenio de asociación comprende lo siguiente: El Programa tiene como objetivo la comunidad en general del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, en especial la población con énfasis en los niños, niñas y adolescentes, siendo esta la más vulnerable por el uso indebido de la pólvora pirotécnica. Se utilizará una metodología de aprendizaje a través de la lúdica, la cultura, y la recreación, se desarrollará mediante los siguientes componentes:

Componente Transversal Objetivo:

Definir el equipo de apoyo transversal y los recursos e insumos necesarios para el desarrollo de las actividades de la campaña. Actividades Creación de equipo de apoyo transversal Definición necesidades e insumos para el desarrollo del objeto contractual

Componente 1. Planeación y lanzamiento de la Campaña Objetivo:

Articular acciones para la creación de la estrategia participativa e inclusiva de impacto metropolitano y presentar a la comunidad la campaña “Yo no fuego” que se realizará en los 10 municipios del Valle de Aburrá. Actividades

1. Formulación de la estrategia
2. Diseño de la campaña 2021: Realizar Infografías, Videos, boletines informativos, volantes, Stand para centros comerciales, jingle, pendones, cuñas radiales, promos.
3. Creación del personaje símbolo de la campaña 2021
4. Diez (10) eventos centrales de la campaña (1 por municipio).

Componente 2. Fase Escolar Objetivo:

Propiciar la movilización de la población estudiantil del Valle de Aburrá en torno a la prevención del uso de la pólvora. Actividades

1. Creación de guiones y presentación del personaje representativos de la campaña.
2. Realización de evento por institución.
3. Performance con personajes propios de la campaña.
4. Actividades de sensibilización con fauna silvestre y doméstica
5. Actividades motivacionales: se hará una actividad motivacional durante una jornada para un grupo de estudiantes por institución educativa en el Parque de las Aguas.

Componente 3. Fase Ciudadanía y Territorio Objetivo:

Generar en los habitantes del Valle de Aburrá procesos de sensibilización frente al uso de la pólvora,

www.corpoarca.com

secretaria@corpoarca.com @corporacionarca corporacionarcacolombia
☎ 557 48 84 📍 Circular 4 #73 - 37 Medellín / Calle 24a #50a - 129 Bello - Antioquia



NIT: 900.194.362-8

para generar conciencia y apoyo a la campaña. Actividades Trueques Navideños – Tomas en el espacio público Realización de eventos de sensibilización con personajes de la campaña en los 10 municipios del Valle de Aburrá. Entrega de souvenirs (cascabeles tradicionales). Interacción con transeúntes – Notas en las que dejen mensajes de cómo podemos cambiar la pólvora por la tradición de la navidad.

Componente 4. Fase virtual Objetivo:

Ejecutar una estrategia digital que genere información que acerque a la ciudadanía a la campaña. Desarrollar una estrategia digital con acciones de marketing con validadores, el cronograma de “Trueques navideños” y compartan sus mensajes de acciones negativas que quieren cambiar. El micrositio tendrá un espacio interactivo en el que los ciudadanos dejarán sus datos y un mensaje. Actividades Producir piezas audiovisuales en torno a la prevención de la pólvora, como testimonios de personas que se han quemado y tutoriales sobre costumbres navideñas. Realizar vox pop que recojan las opiniones de la ciudadanía sobre el uso de la pólvora.

Componente 5. Actividad artística itinerante Objetivo:

Sensibilizar a la comunidad del Área Metropolitana del Valle de Aburra, sobre los daños ocasionados a la salud de los animales silvestres y domésticos generados por uso la pólvora pirotécnica. Actividades.

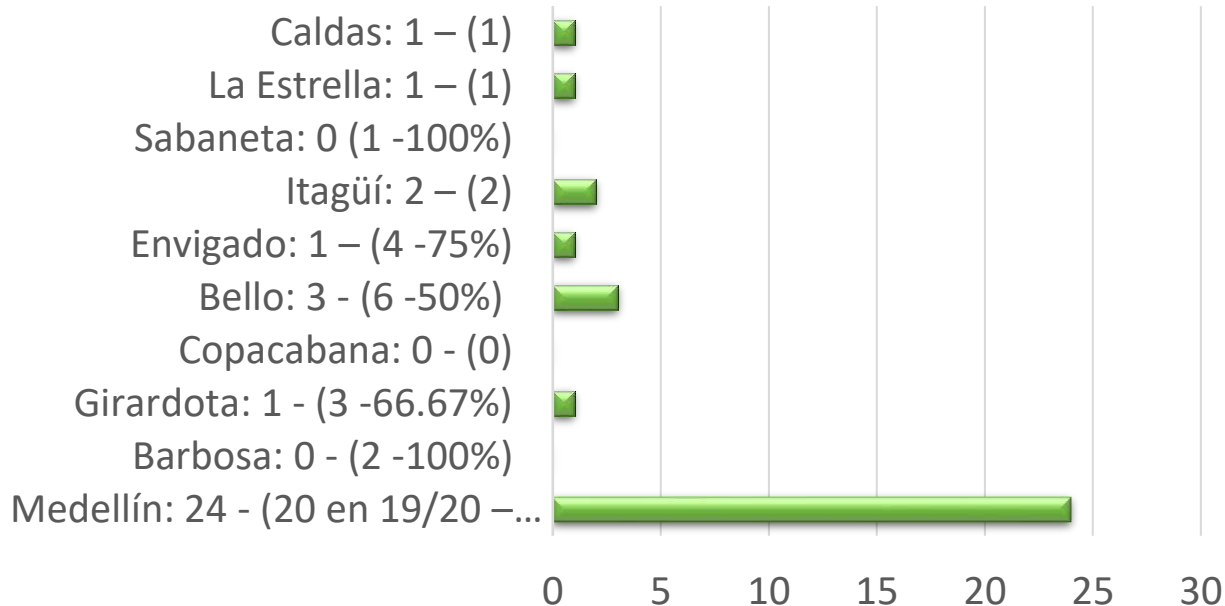
1. Presentación de actividad artística de forma itinerante en los 10 municipios del Valle de Aburrá
2. Entrega de cascabeles durante el desarrollo de la campaña como acción sensibilización y mitigación a la alborada.

LOGROS:

La campaña Yo Fuego logró sensibilizar a la población del Área Metropolitana sobre los efectos adversos de la pólvora a través de los componentes planteados en el convenio de Asociación con la Corporación Arca.

En el año 2020-2021 se reportaron las siguientes cifras de quemados por pólvora, lo que refleja la necesidad se continuar trabajando en pro de lograr que los habitantes del Área Metropolitana digan ¡Yo No Fuego!

QUEMADOS PÓLVORA 2020-2021



Desde el inicio de la campaña y hasta el día de hoy se han realizado las siguientes acciones desde cada uno de los componentes:

Planeación y lanzamiento de la Campaña

Actividades:

- **Creación del documento técnico con la formulación de la estrategia de la campaña.**

EVIDENCIAS: https://drive.google.com/drive/folders/186HYM_te-HPQ6J4nPca-i4q0nOoXXesi?usp=sharing

- **Formulación de la imagen de la campaña:**

Se realizó el nuevo key visual de la campaña para el presente año, el cual incluye la nueva imagen de la campaña, la producción de piezas digitales para las redes sociales propias, para las del Área Metropolitana, para cada uno de los municipios que han participado en la campaña y los centros comerciales. Así mismo, se realizaron diseños y producción para la cabina sensorial que hace parte de la activación en centros comerciales, diseño y producción del carro que hace parte de la activación de caravanas en los municipios, diseño del backing que se lleva a los trueques navideños, diseño y producción de los murales. También se realizaron nuevos diseños para uniformes del equipo de baile, camisetas para el equipo logístico, tapabocas y gorras.

EVIDENCIAS: <https://drive.google.com/drive/folders/1yV5YqLidJc4SXX1nPlmabpPiRKLDBe6Q?usp=sharing>

• Diseño del plan de comunicaciones.

Para llevar a cabo la estrategia de Comunicaciones se formuló inicialmente un plan de comunicaciones

(https://drive.google.com/drive/folders/1lr937EY5FyoJPW8Vn301YpOjP85_Rk0M?usp=sharing) y se llevaron a cabo las siguientes acciones:

1. Activación de las redes sociales de Yo No Fuego; Instagram, Facebook, TikTok y Youtube, donde diariamente se publican las actividades realizadas como los trueques, caravanas y visitas a centros comerciales.

2. Se realizó pauta digital en Facebook y Youtube con el video de la canción oficial de Yo No Fuego. Gracias a esta pauta, logramos llegar a 2.695 personas en Facebook, según informes entregados por la plataforma.



Inicio Eventos Información Vídeos Fotos P

INSTAGRAM.COM
Yo no fuego (@yonofuego) • Instagram
photos and videos Más información

41 1 comentario 25 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

126.450 personas alcanzadas > Promocionar de nuevo

| Publicación promocionada | |
|--|----------------------------------|
| Finaliza el 27 ene. 2022 | Personas alcanzadas 2.695 |
| Importe gastado: \$ 9.305 | Clics en el enlace 214 |
| Promocionado por Laura Roldán Herná... | |

Transparencia de la página

Facebook muestra información para que entiendas mejor la finalidad

En Instagram realizamos pauta digital de un carrusel informativo el día previo a la alborada.



En Youtube logramos llegar a 12.640 visualizaciones gracias a la pauta realizada. Link del video:

<https://www.youtube.com/watch?v=YCVhtKopPtU>

- Realizamos tomas de fotografía y video de cada actividad realizada, y por cada actividad realizamos un video resumen.
- Evidencias: <https://drive.google.com/drive/folders/1B2RpLfcqID3Ptsdp-ir2zXsK2dHu6r2a?usp=sharing>

- Diseño de la cartilla informativa para las instituciones educativas. <https://drive.google.com/file/d/1dfRkoziSHZ1JzJLldxyCG8Dh0RulM1AN/view?usp=sharing>

5. Realización de boletín informativo el cual se publicó en la página web del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

<https://www.metropol.gov.co/Paginas/Noticias/el-area-metropolitana-empezo-campana-para-prevenir-uso-de-la-polvora.aspx>

6. Garantizar la publicación de las piezas digitales y videos en las redes sociales del Área Metropolitana del Valle de Aburrá



7. Publicación de noticias de la campaña en diferentes medios de comunicación como Teleantioquia, Antioquia Informa, Telemedellín, entre otros.

<https://www.teleantioquia.co/etiquetas/yo-no-fuego/>

<https://antioquiainforma.com/yo-no-fuego/>

<https://telemedellin.tv/yo-no-fuego-campana-de-prevencion-para-el-uso-de-la-polvora/419742/>

<https://ifmnoticias.com/campana-yo-no-fuego-en-el-area-metropolitana-del-valle-de-aburra/>

- **Fase escolar**

Objetivo: propiciar la movilización de la población estudiantil del Valle de Aburrá en torno a la prevención del uso de la pólvora.

Asistencia a 19 Instituciones Educativas de los municipios del Valle de Aburrá donde se realizaron 36 eventos y se impactaron en total 11.115 personas. Allí los niños, niñas, jóvenes, docentes y directivos disfrutaron de un sketch teatral con los personajes propios de la campaña, los bailarines realizaron los bailes propuestos para el concurso en redes y se invita a participar de este, se proyectan en la pantalla videos de sensibilización y se disfruta de un rato de esparcimiento y recreación mientras se da el mensaje sobre los efectos nocivos de la pólvora y se entregan los souvenirs: cascabeles y manillas.

En 29 eventos se realizó streaming con la intención de que los estudiantes que se encuentran en virtualidad puedan acceder a la información que se está entregando y pueda vivir la experiencia del evento de manera virtual.

- Personal de la campaña asistente al evento: 10 logísticos- 5 actores- 7 bailarines- 1 gestora-coordinadora de la campaña-encargado de la pantalla y el sonido-presentador.
- Insumos utilizados: Tarima- pantalla-sonido-souvenirs (manillas-cascabeles)-carpa-Decoración sketch teatral- vestuario actores-video de sensibilización-cámara para transmisión.

I.E María Auxiliadora

Municipio: sabaneta

Fecha: 20/10/2021

Horarios: 6:30 a.m. A 8:30 a.m. y 9:00 a.m. A 11:30 a.m.

Personas impactadas: 600

Registro fotográfico:





I.E Manuel Jose Caicedo

Municipio: Barbosa

Fecha: 21/10/2021

Horarios: 9:30 A 12:00 a.m y 12 p.m A 2:30 p.m

Personas impactadas: 720

Registro fotográfico





I.E ALBERTO DIAZ

Municipio: Bello

Fecha: 22/10/2021

Horarios: 9:30 a.m. A 12:00 a.m. y 1:00 p.m A 3:30 p.m.

Personas impactadas: 640

Registro fotográfico:





I.E Centenario

Municipio: Bello

Fecha: 26/10/2021

Horarios: 9:30 A 12:00 a.m y 1:00 pm A 3:30 p.m

Personas impactadas: 820

Registro fotográfico:





I.E Fontidueño

Municipio: Bello

Fecha: 27/10/2021

Horarios: 9:00 a.m A 11:30 a.m y 1:00 pm A 3:30 p.m

Personas impactadas: 1120

Registro fotográfico:





I.E Emiliano García
Municipio: Girardota
Fecha: 29/10/2021
Horarios: 9:30 A 12:00 a.m y 1:00 pm A 3:30 p.m
Personas impactadas: 1160
Registro fotográfico:





I.E La asunción

Municipio: Copacabana

Fecha: 17/11/2021

Horarios: 9:00 A 11:30 a.m y 12:00 pm A 2:30 p.m

Personas impactadas: 540

Registro fotográfico





I.E Atanasio girardot
Municipio: Bello
Fecha: 18/11/2021
Horarios: 9:30 A 12:00 a.m y 1:00 pm A 3:30 p.m
Personas impactadas: 300
Registro fotográfico





I.E Cincuentenario de fabricato

Municipio: Bello

Fecha: 19/11/2021

Horarios: 9:30 A 12:00 a.m y 3:00 pm A 5:30 p.m

Personas impactadas: 350

Registro fotográfico





I.E Las granjas
Municipio: Copacabana
Fecha: 25/11/2021
Horarios: 9:30 A 12:00 a.m
Personas impactadas: 300
Registro fotográfico





Como soporte se cuenta con registro fotográfico, videos y bitácora.
EVIDENCIAS: https://drive.google.com/drive/folders/1Q0IDjdjXf65UB_JJclHbF_0w8QGpQvnC?usp=sharing

- Adicional se han enviado a los correos electrónicos de directivos, docentes y estudiantes la cartilla digital como insumo para conocer a fondo como la pólvora afecta los cinco sentidos. Como soporte se cuenta con pantallazos del envío de los correos electrónicos a los directivos y estudiantes.

EVIDENCIAS: <https://drive.google.com/drive/folders/10txXu6j6mmB714vDmhKjIMiCqf2PQJb0?usp=sharing>.

- Grabación, edición, entrega y publicación de piezas audiovisuales en torno a la prevención de la pólvora.

En los videos hemos contado con la presencia de expertos de: El centro de bienestar animal la perla y el parque de la conservación. Además testimonios de personas quemadas con pólvora.

EVIDENCIAS:

https://drive.google.com/drive/folders/1a6Jm0ihaRHd9IPJClTFMVbutOSWW9S_m?usp=sharing

- **FASE CIUDADANIA Y TERRITORIO**

- **Realización de eventos centrales en los municipios**

➤ **Actividades realizadas:** Presentación artística de baile-Lanzamiento del concurso de baile yo

no fuego-Entrega de souvenirs (manillas y cascabeles)- espacio de recreación con los transeúntes- Entrega del mensaje de prevención de uso de la pólvora.

- Insumos utilizados: Tarima- pantalla-sonido-souvenirs (manillas-cascabeles)-dos carpas-vestuario personajes de la campaña-video de sensibilización
- Público objetivo: Transeúntes y ciudadanos de los municipios donde se realiza el evento.
- Personal de la campaña asistente: 3 logísticos- 5 personajes de la campaña- 7 bailarines- 4 gestoras- coordinadora de la campaña-encargado de la pantalla y el sonido-presentador

BARBOSA

Fecha: 31 octubre 2021

Personas impactadas:800 personas

Registro Fotográfico



GIRARDOTA
FECHA 29 noviembre 2021
PERSONAS IMPACTADAS 500
REGISTRO FOTOGRÁFICO



COPACABANA
FECHA 12 Diciembre 2021
PERSONAS IMPACTADAS 780
REGISTRO FOTOGRÁFICO



Como soporte se cuenta con registro fotográfico, bitácora y videos.
EVIDENCIAS: <https://drive.google.com/drive/folders/1sJCY0mYy9EPyw8xJXNMXz3ee5jVpCJKq?usp=sharing>

- **Actividad artística Itinerante**

Objetivo: Sensibilizar a la comunidad del Área Metropolitana del Valle de Aburra, sobre los daños ocasionados a la salud de los animales silvestres y domésticos generados por uso la pólvora pirotécnica.

➤ Actividad realizada: Recorrido por los barrios de cada municipio en el carro valla de la campaña en compañía de bailarines, gestoras y personajes.

MUNICIPIO DE CALDAS
FECHA 27 NOVIEMBRE 2021
REGISTRO FOTOGRÁFICO



MUNICIPIO DE ENVIGADO
FECHA 27 NOVIEMBRE 2021
REGISTRO FOTOGRÁFICO



MUNICIPIO DE COPACABANA

FECHA 2 DICIEMBRE 2021
REGISTRO FOTOGRÁFICO



LINEA EDUCATIVA

La **I.E ESCUELA POLITÉCNICA INTERACTIVA**, es una entidad sin ánimo de lucro, donde sus procesos educativos se articulan en el ser, en el saber, en la diferenciación en los entornos y en el contexto que dan significado para la construcción de un entorno mejor y por ende de un país mejor propiciado por la Escuela Politécnica Interactiva con el propósito de lograr una formación integral del educando, contribuir al desarrollo físico, psicológico, social, y por supuesto adelantar proyectos para el desarrollo de los derechos humanos, ubicarlos en el contexto y entorno Académico, Familiar, Global que estén en el propósito de contribuir a los planes y soluciones individuales, Familiares, Sociales. La Escuela Politécnica Interactiva, es una sociedad organizada donde se consolida la urgencia y necesidad propuesta por sus socios, y las grandes necesidades de la comunidad antioqueña, principalmente, en las zonas más necesitadas del departamento.

La Escuela Politécnica Interactiva, acorde a sus propuestas orientadoras de la institución y a los postulados del Plan Nacional Decenal de Educación 2016-2026, diseña y plantea programas, cursos y eventos especiales para lograr los propósitos educativos, bajo los principios de que sea innovadora, incluyente, de construcción colectiva y regional, que plantee los fundamentos necesarios para que Colombia tenga más y mejores oportunidades de desarrollo y más en este momento único de Colombia, donde se está poniendo fin al conflicto armado y es un cambio necesario para el país, que trae consigo nuevos desafíos, como, por ejemplo, fortalecer la convivencia, el respeto por las diferencias y el perdón, y construir una economía en el postconflicto que genere igualdad de oportunidades para todos, equidad e inclusión. Todo eso es posible a través de planeación, integralidad y sostenibilidad para la convivencia ciudadana.

La prestación del Servicio Educativo con Calidad, Eficiencia, Eficacia y Equidad consolida a éste para responder a las exigencias locales y la globalización permitiendo el ingreso a la Sociedad del Conocimiento, elevando la calidad de vida de los estudiantes y consolidando el sistema político y democrático, por lo tanto, en este entorno ocurre que:

Se reconoce la educación y el trabajo como un derecho de los seres humanos, lo cual asegura su desarrollo personal y colectivo, y por lo tanto contribuye a la obtención de un sistema de vida que consolide la Comunidad Educativa.

Se propone a que la comunidad educativa ingrese a la sociedad del conocimiento para que desde allí participe y mejore la construcción de su visión del mundo, de la ESCUELA y de país, ubicándose en un espacio de libertad, justicia e igualdad.

Se afianzan los valores del estudiante a través del mejoramiento continuo y al potencializar los valores culturales, cívicos, ambientales, éticos, y científicos.

Alcanzar que la educación sirva para el establecimiento de la democracia, participación ciudadana y construcción de la convivencia pacífica.

Sensibilizar a jóvenes y estudiantes que reconozcan que el conocimiento científico y tecnológico se puede lograr y permite contribuir al desarrollo y competitividad, Institucional, al desarrollo sostenible y a la preservación del ambiente tanto local como globalmente.

Sensibilizar a la Comunidad Educativa sobre discriminación social, sin importar raza, credo o ideología donde la voz del otro sea respetada pero criticada con argumentos válidos.

Vivenciar y facilitar saberes específicos para darle significado a una sana Convivencia, a la Academia y a las oportunidades de quienes conforman el conglomerado social de la Comunidad Educativa.

En la Escuela Politécnica Interactiva de Bello, los saberes trascienden a oportunidades de los sujetos, transformando la escuela y percibiéndola con posibilidades; es una escuela nueva, una institución partiendo de las necesidades, oportunidades e intereses, complementándose sustancialmente con las diferentes corrientes pedagógicas tomando de cada una de ellas lo mejor en la relación maestro – alumno – maestro – comunidad – entornos.

Identidad Institucional.

| | |
|---|--|
| Nombre: | Escuela Politécnica Interactiva |
| Resolución | 201500003279 y 2015200004468 Secretaría de Educación del municipio de Bello |
| Aprobación: Básica secundaria y Media Académica (10º y 11º) | 201500003279 y 2015200004468 Secretaría de Educación del municipio de Bello |
| Naturaleza: | Privado |
| Carácter | Mixto |
| Grados que ofrece | 6º, 7º, 8º, 9º, 10º, 11º |
| Dirección Administrativa Principal: | Calle 24 A 50ª 129 Cabañitas Bello |
| PBX: | 5574884 3014818070 |
| Nit: | 900194362-8 |
| DANE: | 305088020770 |
| Código ICFES | 711440 |
| Página web | www.epi.edu.co , www.epiformacion.com |
| Correo electrónico | secretaria.academica@epi.edu.co ; rectoria@epi.edu.co |
| Calendario | A |
| Rector | Lucila Moreno Mosquera |
| Secretaria Académica | Andrea Arias |

VISIÓN

Ser una Institución Educativa reconocida a mediano plazo a nivel Nacional e Internacional por llevar acciones educativas que generen desarrollos constructivos y significativos en el Ser, mediando los procesos educativos por los medios de comunicación modernos, orientados al desarrollo pedagógico Constructivo, Significativo

MISIÓN

Cumplir con la función social de Educar y formar constructiva, afectiva, sistémica y significativamente acorde a las necesidades e intereses de las colectividades y Contribuir al desarrollo corporal,



NIT: 900.194.362-8

psicológico, social y afectivo a adolescentes en extra edad, y personas la edad adulta con Proyectos, Formación y Educación en la modalidad Virtual.

PRINCIPIOS

En El Ser

- Desarrollar el potencial físico, intelectual, social y espiritual, creando armonía en cada Ser, desde su propia identidad de manera integral.
- Propender por que los Actores de los procesos educativos sean autónomos, solidarios, creativos, alegres, comunicativos, colaboradores y responsables.

En El Saber

- Favorecer el desarrollo de una personalidad rica, madura y solidaria, para el aprendizaje, la investigación y la adquisición de hábitos: la curiosidad natural y el deseo de aprender.

En El Hacer

Prestar especial atención al trabajo en equipo, al desarrollo de estrategias personales y a la Motivación

VALORES INSTITUCIONALES

DISCIPLINA VOLUNTAD RESPONSABILIDAD

CIENCIA JUSTICIA LIBERTAD IGUALDAD

ESTRATEGIAS 2021

Las estrategias planteadas y que se implementaran para el mejoramiento continuo de la I.E de acuerdo al área de gestión son:

| AREA DE GESTION | ESTRATEGIA | TIEMPO |
|-----------------------------------|--|-------------------|
| Gestión Directiva | <ul style="list-style-type: none"> ● Campaña de reconocimiento de la Escuela a nivel nacional ● Fortalecimiento de redes y otros canales ● Implementar el buzón de sugerencias ● Optimización y mejoramiento de la plataforma educativa ● Implementar callcenter ● Planeación de reuniones aleatorias virtuales ● Invitar profesionales externos para capacitaciones y mejoramiento de competencias | Enero a Noviembre |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Gestionar convenios educativos a nivel Nacional, departamental y municipal | |
| Gestión Académica | <ul style="list-style-type: none"> ● Realización de actividades culturales y académicas novedosas transversales que apuntan a la formación integral y genere motivación: Día del idioma, concurso de talentos, feria del conocimiento ● Implementar proyectos obligatorios ● Fortalecer la preparación para las pruebas SABER 11 desde cada área, y otras actividades como preicfes y simulacros | Enero a Noviembre |
| Gestión administrativa-financiera | <ul style="list-style-type: none"> ● Apoyo en medidas jurídicas para la recuperación de cartera ● Crear el comité social | Enero a Noviembre |

| | | |
|-------------------|--|-------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Creación del manual de bienvenida • Creación de una revista o mural digital • Contratar personal idóneo en el área de mercadeo | |
| Gestión Comunidad | <ul style="list-style-type: none"> • Extender la participación de padres de familia y estudiantes en todas las actividades Institucionales • Realización de actividades culturales que involucren a todos los miembros de la familia | Enero a Noviembre |

BREVE RESUMEN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS E IMPACTO

A través del proceso de mejoramiento continuo la Escuela politécnica Interactiva, cambio de plataforma, pasando de Canvas Free, a Q10, debido a que esta plataforma (Q10) es más amigable, de más fácil acceso y ofrece más servicios que los implementados por la plataforma que la Escuela tiene de Canvas.

Se ha mejorado en las comunicaciones internas, en los aspectos pedagógicos, procurando día a día contar con personal idóneo.

Se mejoró la presentación de medios y canales digitales como las páginas web, fan pages, Instagram de la Escuela y de la Corporación.

Se viene estructurando todas las instancias democráticas de la institución, así como los diferentes consejos y gobierno corporativo.

Se ha establecido contacto con otras instituciones especializadas en educación con el fin de contar con ellos como aliados estratégicos, o realizar sinergias de beneficio común.

La Escuela Politécnica Interactiva, requiere de cambio de rectora de carácter urgente, pues no se han realizado los cambios pertinentes que solicita inspección y vigilancia solicitados en varias visitas y reuniones en proceso durante los dos años anteriores.

Adicional a esto, inspección y vigilancia cambio la metodología de EPI por la metodología a distancia presencial, semipresencial o abierta y a distancia.

En el hipervínculo se puede ver el documento recibido el 3 de enero de 2022 en Inspección y vigilancia de Secretaría de Educación del municipio de Bello:

[Notificación Inspección y Vigilancia Secretaria de Educacion Bello 01032022.pdf](#)

Se sugiere realizar ajustes significativos y mejoras en el PMI (Plan de Mejoramiento Institucional), PEI (Plan de Estudios Institucional) y en todo el direccionamiento estratégico de la institución educativa.

Se cambio todo el personal docente para el año 2022, de acuerdo a que cumplan con el carácter de licenciados, normalistas o profesionales universitarios

Desde la gerencia se ha brindado apoyo a cada uno de los procesos de EPI, pues se le otorgó a la rectora acuerdos de compromisos y mejora los cuales no cumplió.

Se adjuntan el documento firmado entre ambas partes, por medio del cual se le comunico en Diciembre sobre el estado de EPI y el compromiso que requiere de su parte.

Se relaciona en hipervínculo los acuerdos y compromisos que la Rectora Lucila Moreno acepto y firmó, y aun así no cumplió.

[Compromisos Rectora EPI Lucila Moreno \(1\).pdf](#)

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS FINALES EPI Y CORPORACIÓN ARCA

- Tanto la Escuela Politécnica Interactiva, como la corporación Arca, carecen de formalización de procesos internos, por lo cual se sugiere; la estandarización de los procesos internos para que tengan una mejor estructura y forma de trabajar, optimizando los procesos y dando funciones específicas al personal de trabajo, lo cual mejora los resultados de cada área impacta significativamente en el ambiente laboral y la calidad de trabajo
- Se sugiere realizar un manual de funciones, así cada empleado sabrá que funciones le pertenecen en su área y en cuales debe dar apoyo transversal, reflejándose en el alcance laboral dentro de la entidad
- Se debe crear un manual de funciones para la entidad, que abarque a la Corporación Arca y a EPI, para dar a conocer los deberes y derechos del personal de trabajo interno y externo. Esto da claridad a las personas sobre la manera de desenvolverse en la entidad, mejorando la calidad de vida y dignificando el trabajo.
- Es prudente, al momento de gestionar empleados para que trabajen en la entidad, cumplan con el perfil idóneo para desempeñar el cargo delegado, de este modo; se verán resultados óptimos en el desempeño de las funciones, impactando directamente en la calidad del ejercicio en general de la Corporación y de la Escuela Politécnica Interactiva.

- Es necesario realizar los contratos del personal de trabajo desde el inicio de sus funciones con la entidad, así, como solicitar y archivar física y digitalmente sus documentos, como cedula, RUT, hoja de vida laboral, certificados de estudios, seguridad social, antecedente judicial. Así, tanto la entidad realiza un proceso que es necesario legalmente en el momento de contratación para ambas partes empleado y empleador, como sabe a qué personal está contratando.
- Se debe realizar un organigrama institucional, en el que se proyecte la estructura y jerarquía organizacional para dar un norte claro, sobre cómo está conformada.
- La Escuela Politécnica Interactiva, tiene varios procesos sin diligenciar, es de carácter urgente una reestructuración de EPI; donde se formalicen sus procesos, se implemente y redefina el Plan de Estudios Institucional (PEI), el Plan de Mejoramiento Institucional (PMI), las mallas curriculares, capacitación a alumnos y docentes sobre uso de la plataforma Q10, manual de convivencia, formato de planeación, guías de los docentes, planillas de notas para el seguimiento, el observador de cada estudiante. Para darle un carácter formal y de calidad a nivel interno y externo.

Atentamente.



Lina M. López Jiménez
Gerente y Representante Legal
Corporación Arca