Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
63110176	FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 27/11/2020 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	96 horas
JUSTIFICACIÓN:	El SENA a través del Programa SENA Emprende Rural, propone al país el desarrollo de acciones que permitan desarrollar competencias técnicas, emprendedoras y empresariales en la población rural, fortalecer a los pequeños productores para su inserción en las cadenas productivas del campo colombiano, creando, acompañando y fortaleciendo iniciativas productivas rurales que generen ingresos, trabajo y aporten a la productividad, así como el promover la generación de excedentes orientados a la recuperación de recursos y el autoconsumo, aportando a la formalización del sector rural mediante la creación de empresas rurales, propendiendo por la creación y fortalecimiento de procesos asociativos, siendo el programa un dinamizador de la generación de empleo e ingresos en la ruralidad del país. El programa de formación Complementario FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES da respuesta a las necesidades de fortalecer los procesos de comercialización y venta de productos o servicios de la región. En los municipios no existe por parte de los empresarios y emprendedores habilidades y destrezas que permitan desafiar el mercado de hoy, por lo tanto es importante el apoyo formativo del SENA en el área de mercadeo y ventas.
REQUISITOS DE INGRESO:	Edad mínima 15 años. Población vulnerable sin límite de edad
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales, soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El Instructor - Tutor El entorno Las TIC El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101071	Negociar portafolio de acuerdo con categoría de producto o servicio

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Desarrollar la negociación
Tramitar acuerdos o contratos comerciales.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN
26010107104 DEFINIR ACTIVIDADES DE MEJORA EN EL PROCESO DE VENTA EN LA NEGOCIACIÓN, DE ACUERDO A LOS PERFILES DE LOS CLIENTES.
26010107102 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS, DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN EN UN MERCADO ESPECÍFICO.
26010107101 DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA APLICARLAS EN LA NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS PERFILES DE LOS CLIENTES.
26010107103 ANALIZAR EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTAS, LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

ENTORNO O CONTEXTO ORGANIZACIONAL: CONCEPTO, MACRO Y MICRO AMBIENTE ORGANIZACIONAL.
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO: TIPOS DE CLIENTES, SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE EMPRESAS, SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN, COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE CLIENTES REALES Y POTENCIALES, COMPORTAMIENTO DE COMPRA.
PRODUCTO O SERVICIO: DEFINICIÓN, OBJETIVOS, TIPOS, CARACTERÍSTICAS (INTRÍNSECAS, EXTRÍNSECAS) CLASIFICACIÓN (SEGÚN DURABILIDAD Y
TANGIBILIDAD) , CLASES DE BIENES, LAS MATERIAS PRIMAS Y PARTES MANUFACTURADAS.
NEGOCIACIÓN: CONCEPTO, OBJETIVOS, TÉCNICAS, CRITERIOS, POLÍTICAS, TIPOS, PREPARACIÓN, DOCUMENTACIÓN Y HABILIDADES.
PERFIL DEL CLIENTE: CONCEPTO, VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN Y SEGMENTACIÓN, ESTRUCTURA.
CONOCIMIENTO DEL MERCADO: COMPETENCIA, NUEVOS JUGADORES, CLIENTES Y PROVEEDORES.
ESTRATEGIAS DE VENTAS: CONCEPTO, OBJETIVOS Y ESTRUCTURA.
PLAN DE MERCADEO: CONCEPTO Y ESTRUCTURA.
NORMATIVIDAD LEGAL: CONCEPTO, TIPOLOGÍAS DE CONTRATOS Y ESTRUCTURA, MARCO JURÍDICO PARA LA SUSCRIPCIÓN DE CONTRATOS DE NATURALEZA COMERCIAL Y APLICABILIDAD.
CONCEPTOS BÁSICOS DE MERCHANDISING.
BENCHMARKING: CONCEPTO Y EJEMPLOS.
TÉCNICAS DE VENTAS, CIERRE DEL NEGOCIO, MOTIVACIONES PARA COMPRAR, HÁBITOS DE COMPRA, CLÍNICA DE VENTAS, FIDELIZACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE, PROMOCIÓN DEL PRODUCTO Y CONCEPTOS

PREVENTA. VENTA DEL PRODUCTO Y POSTVENTA.
PROCESO DE VENTAS: CONCEPTO, ETAPAS, APLICABILIDAD, ELABORACIÓN DE PORTAFOLIOS.
OBJECIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y APLICABILIDAD EN LAS NEGOCIACIONES.
RELACIONES PÚBLICAS: PROTOCOLO, ETIQUETA.
POLÍTICA DE VENTAS: CONCEPTO Y APLICABILIDAD.
CICLO DE SERVICIO: CONCEPTO, MOMENTOS DE VERDAD, ESTRUCTURA, IMPORTANCIA Y APLICABILIDAD.
ANÁLISIS DE DATOS: CONCEPTO, PROCESAMIENTO Y RECOLECCIÓN.
FICHA TÉCNICA Y VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.
GUIONES DE SERVICIO: CONCEPTO, APLICABILIDAD, ESTRUCTURA, IMPORTANCIA.
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN: TIPOS Y APLICABILIDAD A LA GESTIÓN CON CLIENTES
PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA Y COMPORTAMIENTO DE CONSUMIDOR.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

CARACTERIZAR EL ENTORNO DE LA ORGANIZACIÓN.
IDENTIFICAR A CLIENTES POTENCIALES QUE POSEEN EL PERFIL.
ESTRUCTURAR LAS CONDICIONES Y TÉRMINOS DE LA NEGOCIACIÓN.
PREPARAR ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
ESTRUCTURAR LA ARGUMENTACIÓN FRENTE A LAS PREGUNTAS Y OBJECIONES
CONTACTAR A CLIENTES POTENCIALES QUE POSEEN EL PERFIL.
ESTABLECER LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.
APLICAR ESTRATEGIAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN.
PRESENTAR A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.
INFORMAR A LOS CLIENTES SOBRE DISPONIBILIDAD Y CONDICIONES DE ENTREGA.
MANEJAR LAS SITUACIONES EMBARAZOSAS O DE RIESGO GENERADAS DURANTE LA VENTA
DEFINIR LAS CONDICIONES DE PAGO, FORMAS DE ENTREGA, TRASLADOS, GASTOS Y COSTOS.
PLANTEAR GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA PARA LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS.
LEGALIZAR LAS CONDICIONES Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIONES.
IDENTIFICAR LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS EN EL PROCESO NEGOCIACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE.
VALIDAR LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA EL PROCESO.
ESTABLECER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN AL PROCESO DE NEGOCIACIÓN.
APLICA TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN APLICADAS AL PROCESO DE NEGOCIACIÓN.
PLANTEAR ACCIONES DE MEJORA.
REALIZAR PLAN DE MEJORA AL PROCESO DE VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CARACTERIZA E IDENTIFICA EL ENTORNO Y SEGMENTO DE LA ORGANIZACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y PERFILES DE LOS CLIENTES.
ESTRUCTURA LAS CONDICIONES Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN Y CONDICIONES DEL MERCADO.
PREPARA ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO A LOS PERFILES DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO.
PRESENTA Y ARGUMENTA A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS, TENIENDO EN CUENTA LAS HERRAMIENTAS Y DISPOSITIVOS DISPONIBLES.
INFORMA A LOS CLIENTES SOBRE DISPONIBILIDAD, CONDICIONES DE ENTREGA, GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA DE ACUERDO AL PORTAFOLIO Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.
SORTEA LAS SITUACIONES EXTRAORDINARIAS DE TIPO EMBARAZOSO O DE RIESGO, APLICANDO ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE MANEJO DE CONFLICTOS.
APLICA LAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS ASPECTOS LEGALES Y LA POLÍTICA DE LA ORGANIZACIÓN.

CIERRA LA NEGOCIACIÓN ENTRE LAS PARTES, TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. IDENTIFICA LAS FALLAS PRESENTADAS EN EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN, SEGÚN LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. SELECCIONA UNA ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN PARA EL PROBLEMA SEGÚN LAS NECESIDADES DEL MERCADO Y EL PERFIL DE LOS CLIENTES. REALIZA ACCIONES DE MEJORA A LOS PROCESOS DE VENTA, EN LOS DIFERENTES CONTEXTOS EN LOS QUE SE DESARROLLE LA NEGOCIACIÓN, APLICANDO LAS TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	ALTERNATIVA 1. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES. ALTERNATIVA 2. TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE:
Competencias mínimas	DISEÑO CURRICULAR: MARCO CONCEPTUAL, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS SEGÚN NIVELES DE FORMACIÓN, METODOLOGÍAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS, ESTRUCTURA, COMPETENCIAS, CAPACIDADES, CONOCIMIENTOS, CONFIGURACIÓN DE PERFILES DE INGRESO Y EGRESO. DESARROLLO CURRICULAR: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS SEGÚN NIVELES DE FORMACIÓN, INSTANCIAS, SECUENCIACIÓN DIDÁCTICA, ORDENAMIENTO DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS. DIDÁCTICAS DE LA FORMACIÓN: DEFINICIÓN, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS SEGÚN POBLACIÓN SUJETO, NIVELES DE FORMACIÓN Y MODALIDADES DE ATENCIÓN. TRABAJO EN EQUIPO. COMUNICACIÓN ASERTIVA. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS.
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1. TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA GESTIÓN DE MERCADOS Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA. ALTERNATIVA 2. VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA GESTIÓN DE MERCADOS

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA

Responsable del diseño	EDWIN HERNANDO MAYORGA ECHEVERRY	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA. REGIONAL TOLIMA	13/11/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	18/11/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	27/11/2020
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	27/11/2020

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
13530501	MANEJO DE LA INFORMACION EN RECORRIDOS DE OBSERVACION DE AVES PARA EL TURISMO
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 04/05/2015 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	100 horas
JUSTIFICACIÓN:	Colombia es un país megadiverso dada la gran variedad de flora y fauna que se encuentra en su territorio, siendo un factor diferenciador ya que es el país con mayor número de especies en el mundo, lo que resulta atractivo para los turistas observadores de aves como lo demuestra la tendencia de crecimiento de este producto en el mercado. Por lo anterior, las Políticas de Turismo de Naturaleza en el país han identificado la observación de aves como un producto potencial para la oferta de turismo nacional e internacional teniendo en cuenta los estándares de sostenibilidad y el Código de Ética Mundial de Turismo. Mediante la formación complementaria en Manejo de la Información en Recorridos de Observación de Aves para el Turismo se busca brindar a los aprendices elementos básicos para el conocimiento de la historia natural, la conservación e identificación de las aves, así como el fomento de las habilidades del informador turístico para este producto innovador y diferencial. El programa se diseña en alianza entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y Parques Nacionales Naturales de Colombia mediante el Convenio 039 de 2011, National Audubon Society y la Asociación para el Estudio y la Conservación de las Aves Acúaticas en Colombia - Calidris.
REQUISITOS DE INGRESO:	Carta de presentación de la comunidad Requisitos establecidos por el Centro de Formación Leer y escribir Conocimientos y/o experiencia en temas de turismo o de naturaleza.
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El instructor - Tutor El entorno

	Las TIC El trabajo colaborativo.

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260201053	Conducir usuarios en actividades de observación de aves según lo contratado

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Caracterizar las áreas para actividades de observación de aves de acuerdo con su potencial, protocolos ambientales y normatividad vigente.
Dirigir usuarios en recorridos de observación de aves según el plan de acción y protocolos establecidos.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN
1. DESCRIBIR LAS AVES DE ACUERDO CON SUS CARACTERÍSTICAS DE HISTORIA NATURAL, DIVERSIDAD, ESTADO Y ESTRATEGIAS DE CONSERVACIÓN.
4. MANEJAR VOCABULARIO EN INGLÉS TENIENDO EN CUENTA LOS REQUERIMIENTOS PARA ACTIVIDADES DE OBSERVACIÓN DE AVES.
7. PLANTEAR ACCIONES DE MEJORA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO TENIENDO EN CUENTA RESULTADOS DE VERIFICACIÓN REALIZADA.
6. VERIFICAR QUE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO SE REALICE SEGÚN PROTOCOLOS DE SEGURIDAD, NORMATIVIDAD Y CÓDIGO DE ÉTICA DEL TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES.
3. REPORTAR INFORMACIÓN DE LAS AVES IDENTIFICADAS UTILIZANDO LAS HERRAMIENTAS DISPONIBLES Y EL USO DEL IDIOMA INGLÉS, SEGÚN REQUERIMIENTOS TÉCNICOS DEL PROCESO.
2. IDENTIFICAR AUDITIVA Y/O VISUALMENTE LAS AVES APLICANDO LAS TÉCNICAS Y EQUIPOS ESTABLECIDOS.
5. PRESTAR SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN ACTIVIDADES DE OBSERVACIÓN DE AVES TENIENDO EN CUENTA EL PLAN DE TRABAJO, LAS CARACTERÍSTICAS NATURALES Y CULTURALES DEL ENTORNO, LA OFERTA DE SERVICIOS Y LAS TENDENCIAS DEL MERCADO.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

FUNDAMENTOS DE LA BIOLOGÍA Y LA HISTORIA NATURAL DE LAS AVES: EVOLUCIÓN, ANATOMÍA Y FISIOLOGÍA, REPRODUCCIÓN, MIGRACIÓN.
DIVERSIDAD Y TAXONOMÍA: CLASIFICACIÓN CIENTÍFICA, DIVERSIDAD DE LAS AVES NEOTROPICALES.
CONSERVACIÓN DE LAS AVES: HISTORIA DE LAS EXTINCIONES CAUSADAS POR EL SER HUMANO, AMENAZAS CONTRA LAS AVES, ESTADO Y ESTRATEGIAS DE CONSERVACIÓN DE LAS AVES, CONSERVACIÓN DE ESPECIES, ECOSISTEMAS, SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS, ÁREAS IMPORTANTES PARA LA CONSERVACIÓN DE LAS AVES.
IDENTIFICACIÓN DEL AVE: IDENTIFICACIÓN A NIVEL DE FAMILIA, TÉCNICAS, DIFERENCIA ENTRE RECONOCIMIENTO E IDENTIFICACIÓN, MUDA Y VARIACIONES DE PLUMAJE, AVES PEQUEÑAS CASTAÑAS Y VERDES.
-RELACIÓN DE ESPECIES LOCALES CON ESPECIES CONOCIDAS POR EL TURISTA OBSERVADOR DE AVES.
-ESPECIES DE AVES DE INTERÉS ESPECÍFICO PARA EL TURISTA DE OBSERVACIÓN DE AVES.
-CONSIDERACIONES ESPECIALES: RAPACES, PLAYEROS, AVES MARINAS, GAVIOTAS, GAVIOTINES.
-IMPORTANCIA DE LOS SONIDOS DE LAS AVES EN LA IDENTIFICACIÓN
-ESPECIES QUE DIFIEREN GRANDEMENTE EN LA VOZ
-ENDÉMICOS Y ESPECIALIDADES REGIONALES
EQUIPOS: BINOCULARES, CUIDADO Y LIMPIEZA , TELESCOPIOS, TRÍPODES, TELESCOPIOS
FOTOGRAFÍA: APLICACIÓN EN LA OBSERVACIÓN DE AVES, APLICACIONES DE GUÍAS DE CAMPO, PRONÓSTICOS DE TIEMPO, GRABACIÓN DE SONIDO, CÁMARAS, BOSQUEJOS EN EL CAMPO, REFERENCIAS EN LÍNEA.
REGISTRO DE LAS AVES: USO DE EBIRD, CONTANDO AVES EN COMUNIDAD, CONTEOS NAVIDEÑOS DE AVES, MONITOREO DE NIDOS, VOCALIZACIONES DE AVES, CENSOS DE AVES.
DESTINOS ÓPTIMOS DE OBSERVACIÓN DE AVES Y ECOTURISMO: MERCADO DEL AVITURISMO, EMPRESAS Y PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.
EL INGLÉS DEL OBSERVADOR DE AVES: NOMBRES DE LAS AVES EN INGLÉS, APLICACIONES DE PRONUNCIACIÓN, VOCABULARIO COMÚN PARA: DESCRIBIR PLUMAJE Y DETALLES DE IDENTIFICACIÓN, HÁBITAT Y LUGARES, COMPORTAMIENTOS, MIGRACIÓN, ESTADO/ABUNDANCIA Y DISTRIBUCIÓN, UBICACIÓN DE UN AVE A LOS CLIENTES.
INFORMACIÓN TURÍSTICA: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN, LOGÍSTICA, MANEJO DE GRUPOS LIDERAZGO, PROTOCOLOS, TRABAJO EN EQUIPO.
ÉTICA Y SEGURIDAD: CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL DEL TURISMO, APLICACIÓN EN EL AVITURISMO, SEGURIDAD AL TURISTA, PELIGROS POTENCIALES, SEGUROS DE RESPONSABILIDAD.
MERCADO TURÍSTICO: TENDENCIAS DEL MERCADO DE OBSERVACIÓN DE AVES
PROTOCOLOS DE SERVICIOS: CONCEPTOS, TIPOS E INTERPRETACIÓN
MEJORA CONTINUA: DEFINICIÓN DE ACCIONES PARA LA MEJORA CONTINUA

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

COMPRENDER LA EVIDENCIA CIENTÍFICA DE LA EVOLUCIÓN DE LAS AVES.
IDENTIFICAR LAS ADAPTACIONES ANATÓMICAS, FISIOLÓGICAS, REPRODUCTIVAS Y MIGRATORIAS DE LAS AVES.
RECONOCER EL EFECTO DE LOS CAMBIOS ESTACIONALES DEL CLIMA EN LAS AVES.
ANALIZAR LOS CONCEPTOS DE ESPECIE Y SUBESPECIE.
EXPLICAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS AVES DENTRO DE DIFERENTES ÓRDENES Y FAMILIAS.
EXPLICAR LAS DIFERENTES AMENAZAS QUE PUEDEN CAUSAR LA EXTINCIÓN DE ESPECIES DE AVES.
DEFINIR ESTRATEGIAS DE CONSERVACIÓN PARA LAS AVES Y SUS HÁBITATS.
COMPARAR LAS DIFERENTES CATEGORÍAS DE MANEJO DE ÁREAS PROTEGIDAS Y DE LAS ÁREAS ESPECIFICAS PARA LA CONSERVACIÓN DE AVES.
INTERPRETAR LOS OBJETIVOS DE CONSERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LOS VALORES NATURALES Y CULTURALES A TRAVÉS DE LAS AVES.
CONOCER LA NORMATIVIDAD RELACIONADA PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES.

RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIFICACIÓN CORRECTA DE LAS AVES POR AVISTAMIENTO Y SONIDO.
IDENTIFICAR LAS FIGURAS, FORMA, TAMAÑO, POSICIÓN, COLORES, PARTES Y CANTOS DE LAS AVES.
COMPRENDER LOS CAMBIOS EN LA APARIENCIA DE LAS AVES POR LA VARIACIÓN DE PLUMAJE (EDAD, EL SEXO, LA GEOGRAFÍA Y LA MUDA).
RECONOCER LAS ESPECIES ENDÉMICAS Y OTRAS AVES DE IMPORTANCIA REGIONAL PARA TURISTAS OBSERVADORES DE AVES.
RELACIONAR ESPECIES LOCALES CON ESPECIES CONOCIDAS POR LOS TURISTAS OBSERVADORES DE AVES.
IDENTIFICAR LOS EQUIPOS PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES.
DETERMINAR LOS EQUIPOS REQUERIDOS PARA LA FOTOGRAFÍA DE AVES.
UTILIZAR APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES.
BUSCAR BASES DE DATOS EN LÍNEA DE FOTOGRAFÍAS, VÍDEOS Y GRABACIONES DE SONIDO Y LIBROS.
CONTRIBUIR CON REGISTROS A EBIRD Y OTRAS HERRAMIENTAS DISPONIBLES.
CONOCER ACERCA DE LOS CONTEOS NAVIDEÑOS DE AVES Y OTROS MÉTODOS DE CENSAR AVES.
UTILIZAR VOCABULARIO EN INGLÉS USADO EN LA ACTIVIDAD DE OBSERVACIÓN DE AVES.
ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES
IDENTIFICAR EL PERFIL DEL TURISTA DE OBSERVACIÓN DE AVES.
IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE DESTINOS ÓPTIMOS PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES.
RECONOCER ESTRATEGIAS DE PRESTADORES DE SERVICIOS PARA EL TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES.
ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS NATURALES Y CULTURALES DEL ENTORNO.
RECONOCER COMO A TRAVÉS DE LAS AVES SE CONTRIBUYE A LA CONSERVACIÓN DE VALORES NATURALES Y CULTURALES.
IDENTIFICAR LA OFERTA DE SERVICIOS DISPONIBLES EN EL DESTINO DE OBSERVACIÓN DE AVES.
IDENTIFICAR LAS EXPECTATIVAS DE LOS TURISTAS OBSERVADORES DE AVES.
RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES Y DE PRESENTACIÓN PERSONAL PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE MANEJO DE INFORMACIÓN.
PREPARAR LA INFORMACIÓN PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICAS.
BRINDAR INFORMACIÓN EN ACTIVIDADES DE OBSERVACIÓN DE AVES.
APLICAR PROTOCOLOS DE SERVICIO, MANEJO DE GRUPOS Y MANEJO DEL TIEMPO.
MANEJAR TÉCNICAS DE LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EFECTIVA.
APLICAR LA NORMATIVIDAD PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES.
APLICAR EL CÓDIGO DE ÉTICA DE TURISMO PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES.
INCORPORAR PROTOCOLOS DE SEGURIDAD EN ACTIVIDADES DE OBSERVACIÓN DE AVES.
APLICAR PROTOCOLOS DE SEGUIMIENTO A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RECONOCE LA IMPORTANCIA DE LA OBSERVACIÓN DE AVES Y EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL EN LAS ZONAS CON POTENCIAL TURÍSTICO.
IDENTIFICA LOS DIFERENTES TIPOS DE AVES, TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y TAXONOMÍA.
EXPLICA LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS AVES DE SU ENTORNO DE ACUERDO CON SU BIOLOGÍA, HISTORIA NATURAL, DIVERSIDAD Y TAXONOMÍA.
ELABORA PLAN DE TRABAJO PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES EN OBSERVACIÓN DE AVES, DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y CONSIDERANDO NORMAS DE SEGURIDAD.
IDENTIFICA POSIBLES AMENAZAS Y RIESGOS PARA LAS AVES EN UN ENTORNO ESPECÍFICO Y DETERMINADO
PROPONE ESTRATEGIAS DE CONSERVACIÓN PARA LAS AVES DE SU ENTORNO SEGÚN LAS AMENAZAS IDENTIFICADAS, ESPECIFICANDO LA RELACIÓN CON LAS ÁREAS PROTEGIDAS CUANDO SE REALICE LA ACTIVIDAD EN UNA DE ELLAS.
RECONOCE LAS CARACTERÍSTICAS DEL OBSERVADOR DE AVES, DE ACUERDO CON LAS TIPOLOGÍAS EXISTENTES
IDENTIFICA LA IMPORTANCIA DE LA OBSERVACIÓN DE AVES COMO UNA ESTRATEGIA PARA LA PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LAS ESPECIES Y EL ENTORNO NATURAL.

IDENTIFICA LA FUNCIONALIDAD Y MANEJO DE APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES EN LA OBSERVACIÓN DE AVES. IDENTIFICA LA FUNCIONALIDAD DE LOS EQUIPOS DE FOTOGRAFÍA A UTILIZAR POR LOS USUARIOS PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES. RECONOCE AUDITIVA Y VISUALMENTE LAS AVES DE SU ENTORNO MEDIANTE EL USO DE TÉCNICAS Y EQUIPOS DISPUESTOS PARA EL PROCEDIMIENTO. MANEJA HERRAMIENTAS PARA EL REPORTE DE LA INFORMACIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS AVES IDENTIFICADAS EN EL ENTORNO. UTILIZA PALABRAS EN INGLÉS APLICADAS EN ACTIVIDADES DE OBSERVACIÓN DE AVES. RECONOCE LAS CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL MERCADO. PRESENTA EL PLAN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN DE OBSERVACIÓN DE AVES TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO, OFERTA DE SERVICIOS, LOGÍSTICA, MANEJO DEL TIEMPO Y EXPECTATIVAS DEL TURISTA. UTILIZA MÉTODOS DEFINIDOS PARA EL CONTEO Y CENSO DE AVES EXPONE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA DE OBSERVACIÓN DE AVES DE ACUERDO CON EL PLAN PRESENTADO, LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN, LOS PROTOCOLOS DE SERVICIO, MANEJO DE GRUPOS Y CÓDIGO DE ÉTICA DE TURISMO PARA LA OBSERVACIÓN DE AVES. PROPONE ACCIONES DE MEJORA PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE OBSERVACIÓN DE AVES DE ACUERDO CON LA EVALUACIÓN REALIZADA.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	EQUIPO DE INSTRUCTORES INTEGRADO POR: PROFESIONAL O TECNÓLOGOS EN CIENCIAS AMBIENTALES CON CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA EN ORNITOLOGÍA. EXPERTO EN ACTIVIDADES DE TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES. PROFESIONAL O TECNÓLOGO EN LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS.
Competencias mínimas	COMPETENCIAS: CAPACIDAD PARA TRABAJAR EN EQUIPO Y ESTABLECER PROCESOS COMUNICATIVOS ASERTIVOS. MANEJAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ASOCIADAS AL ÁREA OBJETO DE LA FORMACIÓN.
Experiencia laboral y/o especialización	PROFESIONAL O TECNÓLOGOS EN CIENCIAS AMBIENTALES CON CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA EN ORNITOLOGÍA. 12 MESES DE EXPERIENCIA. EXPERTO EN ACTIVIDADES DE TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES. 12 MESES DE EXPERIENCIA. PROFESIONAL O TECNÓLOGO EN LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS. 12 MESES DE

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA

Responsable del diseño	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	24/04/2015
Responsable del diseño	LUZ MARINA ARDILA BARRAGAN	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	null. REGIONAL CAUCA	24/04/2015
Responsable del diseño	DIANA MORA	EQUIPO DISEÑO JUNTO CON EXPERTOS EXTERNOS. CLARA OSORIO - PARQUES NACIONALES NATURALES. GLORIA LENTIJO - AUDUBON.	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	30/04/2015
Responsable del diseño	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	04/05/2015
Aprobación	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO		CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	04/05/2015

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
42110158	DESARROLLO LOCAL INCLUYENTE BAJO EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 12/02/2020 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	96 horas
JUSTIFICACIÓN:	El movimiento One village, One product, en adelante OVOP, surgió en 1961 en la Villa de Oyama, localizada en una zona montañosa alejada de los centros urbanos de la prefectura de Oita Japón, como respuesta a la crisis económica que atravesaron las zonas rurales del país después de la segunda guerra mundial. A través del enfoque OVOP, Oyama y otros municipios de Oita lograron planificar su desarrollo local a partir de la participación comunitaria. Desde el año 2010, el enfoque OVOP Un Pueblo, Un Producto (por la traducción al español) se viene desarrollando en Colombia, cuyo objetivo principal ha sido fortalecer el orgullo y la identidad de las comunidades mediante productos o servicios únicos y propios, resultado del aprovechamiento de potencialidades de los recursos con los que cuentan los territorios y el trabajo y esfuerzo de los actores locales públicos y privados. Es así, que el Gobierno Colombiano a través del Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA - con el apoyo de Agencia de Cooperación Internacional del Japón JICA-, vienen desarrollando la estrategia a través de la implementación de Mi pueblo, Mi producto, Mi orgullo OVOP Colombia en doce (12) territorios del país. OVOP es un proceso pionero en Colombia, pues se basa en la recolección de lecciones aprendidas del desarrollo local en territorio colombiano, las cuales han servido de insumo para la construcción de un modelo de desarrollo local incluyente que podrá ser replicado en otras zonas del país y que buscará fortalecer la cohesión social y la autonomía económica de las comunidades para contribuir con la consecución de la paz. En este sentido, el programa de formación complementaria Planificación del Desarrollo Local a través de la participación comunitaria por medio de la metodología OVOP, surge como respuesta a la necesidad de generar procesos formativos que coadyuven a la comunidad y las entidades en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de un territorio a través de procesos participativos. Con el desarrollo de las competencias el egresado del programa tendrá las herramientas que le permitan reconocer las características de su territorio y construir una planificación participativa para el desarrollo local basado en una visión colectiva generando alternativas para el desarrollo de economías creativas y disruptivas que aumente la confianza y el orgullo de la comunidad.
REQUISITOS DE INGRESO:	Cumplir con el trámite de selección definido por el Centro de formación.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: * El instructor - Tutor * El entorno * Las TIC * El trabajo colaborativo. Por otra parte, se fortalecerá el proceso de aprendizaje a través de a la aplicación del diseño universal de aprendizaje (DUA) por medio de la motivación a aprender, reconociendo lo aprendido y relacionando lo aprendido. Se recomienda emplear el pensamiento de diseño (desing thinking) y la metodología STEAM-LEGO para la resolución de problemas en la apropiación de los resultados de aprendizaje, que el juego y la creatividad permitan la construcción de un pensamiento innovador.

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
210001011	DIRECCIONAR PLANES DE GESTIÓN SEGÚN MARCO Y MODELO ESTRATÉGICO

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Determinar modelo de gestión
Establecer el plan

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN
04 GESTIONAR PROCESOS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL TERRITORIO TENIENDO EN CUENTA EL SUEÑO COLECTIVO Y EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
03 DEFINIR EL MODELO DE NEGOCIO COLECTIVO DE ACUERDO CON EL PRODUCTO Y EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
01 DEFINIR EL SUEÑO COLECTIVO DEL TERRITORIO A PARTIR DE LA CARACTERIZACIÓN DE RECURSOS, EL NIVEL DE REPRESENTATIVIDAD Y EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.

02 SELECCIONAR "MI PRODUCTO" CON BASE EN LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO, LA EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LOS PRODUCTOS POTENCIALES EN EL DESARROLLO LOCAL Y EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RA 1
ENFOQUE ONE VILLAGE, ONE PRODUCT: ANTECEDENTES, CARACTERÍSTICAS, FUNDAMENTOS, PRINCIPIOS.
ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO: ANTECEDENTES, LINEAMIENTOS, FASES.
DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO: CONCEPTO, IMPORTANCIA, CARACTERÍSTICA, FACTORES QUE LO IMPULSAN, PRINCIPIOS DE ACCIÓN (CONFIANZA Y ORGULLO), PRINCIPIOS DE LA INCLUSIÓN SOCIAL, AUTOGESTIÓN, PARTICIPACIÓN BAJO EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
FUENTES DE INFORMACIÓN: DEFINICIÓN, TIPOS, CRITERIOS DE USO, HERRAMIENTAS DE LEVANTAMIENTO.
DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA DEL TERRITORIO: CONCEPTO, LÍMITES GEOGRÁFICOS, IDENTIDAD LOCAL, ACTORES, COMPETENCIA DE LOS ACTORES.
CONTEXTO ECONÓMICO: CONCEPTO, ELEMENTOS.
RECURSOS PARA EL DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO (TESOROS LOCALES): CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS, BUENAS PRÁCTICAS, CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LA REPRESENTATIVIDAD.
REPRESENTATIVIDAD SOCIO-CULTURAL DE LOS RECURSOS: CONCEPTO, CRITERIOS DE VALORACIÓN DE IDENTIDAD, DIVERSIFICACIÓN, INCLUSIÓN SOCIAL.
SUEÑO COLECTIVO: DEFINICIÓN BAJO EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES, BACKCASTING.

RA 2
ECONOMÍA SANA: DESIGUALDAD, DISTRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS, PRODUCTOS COMUNITARIOS, EFECTO ECONÓMICO MÚLTIPLE.
DINÁMICA ECONÓMICA LOCAL: INFORMACIÓN SOCIO ECONÓMICA DEL MUNICIPIO, TASA DE OFICIOS
RECURSOS Y PRODUCTOS: CONCEPTOS, CARACTERISTICAS, CREACIÓN DE VALOR, CRITERIOS DE VALORACIÓN Y SELECCIÓN.
MI PRODUCTO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS.
CADENA DE VALOR: CONCEPTO, COMPONENTES, ESTRUCTURA, CONCEPTO DE VALOR AGREGADO DESDE EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IMPACTO DE LOS PRODUCTOS: TIPOLOGÍA, CRITERIOS Y METODOLOGÍA DE MEDICIÓN.

RA 3
MISIÓN: CONCEPTO, ELEMENTOS.
COMPETENCIA FUNDAMENTAL: CONCEPTO, CONDICIONES.
VISIÓN: CONCEPTO, ELEMENTOS.
MODELO DE NEGOCIO PICTO: CONCEPTO, NEGOCIO COLECTIVO, PROTOTIPOS.
PROPUESTA DE VALOR: CONCEPTO, ELEMENTOS DEL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
SEGMENTO DE MERCADO: CONCEPTO, TIPOS DE SEGMENTACIÓN.
CANALES DE DISTRIBUCIÓN: CONCEPTO, FUNCIONES, FASES, TIPOS, CARACTERÍSTICAS.
MARCA: CONCEPTO, ELEMENTOS, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE MARCA DE PRODUCTO, MARCA TERRITORIAL.
PLAN DE GESTIÓN A MEDIANO PLAZO: CONCEPTO, IMPORTANCIA, ELEMENTOS.

RA 4
OBJETIVOS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
PLANEACIÓN BAJO EL MÉTODO BACKCASTING: CONCEPTO, ELEMENTOS DIFERENCIALES, COMPONENTES Y PASOS, PLAN DE ACCIÓN.
PARTICIPACIÓN E INCLUSIÓN SOCIAL: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS, MECANISMOS.
COMPETITIVIDAD: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, MECANISMOS.
MECANISMOS DE GESTIÓN: CONCEPTO, RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL Y COMUNITARIA, COGESTIÓN,

AUTOGESTIÓN, ALIADOS ESTRATÉGICOS, NIVELES DE COMPETENCIA.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA 1
ANALIZAR LA IMPORTANCIA DE LOS ANTECEDENTES DEL ENFOQUE ONE VILLAGE, ONE PRODUCT
IDENTIFICAR LOS PRINCIPIOS DEL ENFOQUE ONE VILLAGE, ONE PRODUCT.
ARGUMENTAR LA IMPORTANCIA DE LOS ANTECEDENTES DEL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR LOS LINEAMIENTOS DEL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
DIFERENCIAR LOS ELEMENTOS DE LOS ENFOQUES ONE VILLAGE, ONE PRODUCT Y MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
RECONOCER EL TERRITORIO COMO PARTE IMPORTANTE DEL DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO.
RECONOCER LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO, LA PARTICIPACIÓN Y LA AUTOGESTIÓN.
IDENTIFICAR FUENTES DE INFORMACIÓN.
LEVANTAR INFORMACIÓN DE LOS RECURSOS SELECCIONADOS.
RECONOCER LA DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA DEL TERRITORIO.
IDENTIFICAR EL CONTEXTO ECONÓMICO DE LOS RECURSOS EN EL TERRITORIO.
RECONOCER TIPOS DE RECURSOS.
LISTAR LOS RECURSOS DISPONIBLES EN EL TERRITORIO.
UBICAR GEOGRÁFICA Y ESPACIALMENTE LOS RECURSOS LOCALES.
ESTABLECER REPRESENTATIVIDAD DE LOS RECURSOS LOCALES.
ESTABLECER LA TEMPORALIDAD DE LOS RECURSOS DEL TERRITORIO.
ENCONTRAR LA REPRESENTATIVIDAD SOCIOCULTURAL DE LOS RECURSOS EN EL TERRITORIO.
RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DEL SUEÑO COLECTIVO.
ANALIZAR LOS COMPONENTES DEL SUEÑO COLECTIVO.
ELABORAR PROPUESTA DE SUEÑO COLECTIVO.

RA 2
CONTEXTUALIZAR LOS CONCEPTOS DE ECONOMÍA SANA DESDE EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
ANALIZAR LA DINÁMICA ECONÓMICA DEL TERRITORIO.
DIFERENCIAR LAS CARACTERÍSTICAS DE RECURSO Y PRODUCTO.
IDENTIFICAR LA IMPORTANCIA DE LA GENERACIÓN DE VALOR EN LOS RECURSOS LOCALES.
IDENTIFICAR LOS COMPONENTES DE LA CADENA DE VALOR PARA EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR EL IMPACTO DE UN PRODUCTO POTENCIAL EN LA ECONOMÍA DE UN TERRITORIO DESDE EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
RELACIONAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS POTENCIALES CON LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO.
VALORAR LA PERTINENCIA DE PRODUCTOS POTENCIALES PARA EL LOGRO DEL DESARROLLO LOCAL DEL TERRITORIO.

RA 3
COMPRENDER LA IMPORTANCIA DE LA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DESDE EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
DEFINIR LA MISIÓN DEL NEGOCIO COLECTIVO.
DESCRIBIR LA COMPETENCIA FUNDAMENTAL DEL NEGOCIO.

DESCRIBIR LA IMPORTANCIA DE ESTRUCTURAR UN MODELO DE NEGOCIO COLECTIVO.
RECONOCER LOS PROTOTIPOS DE MODELO DE NEGOCIO PARA PRODUCTOS MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DEL MODELO DE NEGOCIO DE LA METODOLOGÍA PICTO.
DESCRIBIR LA PROPUESTA DE VALOR DE MI PRODUCTO.
DESCRIBIR LOS SEGMENTOS DE MERCADO DE MI PRODUCTO.
DESCRIBIR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE MI PRODUCTO.
ESTRUCTURAR UN MODELO DE NEGOCIO CON LA METODOLOGÍA PICTO PARA LA GESTIÓN DE MI PRODUCTO.
DIFERENCIAR EL CONCEPTO DE MARCA Y MARCA TERRITORIAL.
RECONOCER LA MANERA EN QUE LA MARCA TERRITORIAL POTENCIALIZA EL MODELO DE NEGOCIO.
DESCRIBIR EL CONCEPTO DE MARCA DE PRODUCTO EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR LA IMPORTANCIA DEL PLAN DE GESTIÓN A MEDIANO PLAZO.

RA 4
RELACIONAR LAS CARACTERÍSTICAS DE UN OBJETIVO CON LAS DEL SUEÑO COLECTIVO.
RECONOCER LOS ELEMENTOS DIFERENCIALES DEL BACKCASTING.
IDENTIFICAR LOS PASOS DE LA PLANEACIÓN BAJO EL MÉTODO BACKCASTING.
IDENTIFICAR MECANISMOS DE INCLUSIÓN SOCIAL, PARTICIPACIÓN Y COMPETITIVIDAD.
COMPARAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN SOCIAL.
VALIDAR LA PERTINENCIA DE LOS MECANISMOS DE INCLUSIÓN SOCIAL, PARTICIPACIÓN Y COMPETITIVIDAD PARA EL DESARROLLO LOCAL EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
ESCOGER MECANISMOS DE INCLUSIÓN SOCIAL, PARTICIPACIÓN Y COMPETITIVIDAD PARA EL DESARROLLO LOCAL EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR ACCIONES QUE PROMUEVAN EN LA COMUNIDAD LA COGESTIÓN Y LA AUTOGESTIÓN.
VALORAR LA PERTINENCIA DE LAS ACCIONES DE LA COGESTIÓN Y LA AUTOGESTIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO
ESCOGER ACCIONES DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
IDENTIFICAR LOS ALIADOS ESTRATÉGICOS DEL TERRITORIO PARA EL DESARROLLO LOCAL.
VALORAR EL NIVEL DE COMPETENCIA DE LOS ALIADOS ESTRATÉGICOS DEL TERRITORIO PARA EL DESARROLLO LOCAL.
CORRELACIONAR LAS ACCIONES DE GESTIÓN CON EL NIVEL DE COMPETENCIA DEL ALIADO.
ACORDAR RESPONSABILIDADES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACCIONES DE GESTIÓN PREVISTAS.
ESTIMAR RECURSOS Y TIEMPOS DE LAS ACCIONES DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1
CLASIFICA LOS RECURSOS DEL TERRITORIO DE ACUERDO CON CRITERIOS DEL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
CARACTERIZA EL TERRITORIO CON BASE EN SUS RECURSOS Y EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
SELECCIONA LOS RECURSOS PARA EL DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO A PARTIR DEL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO Y LA REPRESENTATIVIDAD EN EL TERRITORIO.
ESTRUCTURA EL SUEÑO COLECTIVO SEGÚN CARACTERÍSTICAS DEL TERRITORIO Y LOS RECURSOS SELECCIONADOS.

RA 2
ESTRUCTURA LA CADENA DE VALOR DE CADA PRODUCTO POTENCIAL EN EL TERRITORIO TENIENDO EN CUENTA EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.

SUSTENTA LA SELECCIÓN DEL PRODUCTO CON BASE EN SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO Y LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO.
CLASIFICA LOS PRODUCTOS

RA 3
ESTABLECE LA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DEL NEGOCIO COLECTIVO CON BASE EN EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
CONSTRUYE PROPUESTA DE VALOR DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MI PRODUCTO Y LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO.
DEFINE SEGMENTO DE MERCADO PARA EL NEGOCIO A PARTIR DE LA PROPUESTA DE VALOR Y LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO CON ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
SELECCIONA CANALES DE DISTRIBUCIÓN SEGÚN LA FUNCIÓN FRENTE AL SEGMENTO DEFINIDO Y LA PROPUESTA DE VALOR.
PRESENTA EL MODELO DE NEGOCIO COLECTIVO DE ACUERDO CON EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
PRESENTA LA MARCA DE MI PRODUCTO TENIENDO CUENTA LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO.

RA 4
PROPONE MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN COMUNITARIA DE ACUERDO CON EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
PROPONE MECANISMOS DE COMPETITIVIDAD QUE PERMITAN ALCANZAR EL SUEÑO COLECTIVO DE ACUERDO CON EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.
ESTRUCTURA EL PLAN DE ACCIÓN QUE PERMITAN ALCANZAR EL SUEÑO COLECTIVO DE ACUERDO CON LOS COMPONENTES Y EL ENFOQUE MI PUEBLO, MI PRODUCTO, MI ORGULLO.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	ALTERNATIVA 1: PROFESIONAL EN CUALQUIER CAMPO DEL CONOCIMIENTO CON CERTIFICACIÓN ORIENTACIÓN EN LA METODOLOGÍA ONE VILLAGE ONE PRODUCT - OVOP COLOMBIA ALTERNATIVA 2: TECNÓLOGO EN CUALQUIER CAMPO DEL CONOCIMIENTO CON CERTIFICACIÓN ORIENTACIÓN EN LA METODOLOGÍA ONE VILLAGE ONE PRODUCT - OVOP
Competencias mínimas	FORMULAR, EJECUTAR Y EVALUAR PROYECTOS PRODUCTIVOS. TRABAJAR EN EQUIPO ESTABLECER PROCESOS COMUNICATIVOS ASERTIVOS MANEJAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ASOCIADAS AL ÁREA OBJETO DE LA FORMACIÓN.
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1: DEMOSTRAR VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA DE LOS CUALES DIECIOCHO (18) ESTARÁN RELACIONADOS CON LA ORIENTACIÓN DE PROCESOS DE EMPRENDIMIENTO, PREFERIBLEMENTE COMUNITARIO Y SEIS (6) EN LA ORIENTACIÓN DE PROCESOS DE FORMACIÓN. ADICIONALMENTE, CERTIFICAR CURSOS DE FORMACIÓN EN PEDAGOGÍA DE MÍNIMO 40 HORAS O PRESENTAR CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIA LABORAL VIGENTE EN ORIENTACIÓN DE PROCESOS FORMATIVOS PRESENCIALES. ALTERNATIVA 2: DEMOSTRAR CUARENTA Y OCHO (48) MESES DE EXPERIENCIA DE LOS CUALES CUARENTA (40) ESTARÁN RELACIONADOS CON LA ORIENTACIÓN DE PROCESOS DE EMPRENDIMIENTO, PREFERIBLEMENTE COMUNITARIO Y OCHO (8) EN LA ORIENTACIÓN DE PROCESOS DE FORMACIÓN. ADICIONALMENTE, CERTIFICAR CURSOS DE FORMACIÓN EN

VIGENTE EN ORIENTACIÓN DE PROCESOS FORMATIVOS PRESENCIALES.

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	ZEZE AMAYA PEREA	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	27/11/2019
Responsable del diseño	MARTHA ISABEL RINCON BAEZ	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO NACIONAL DE HOTELERIA, TURISMO Y ALIMENTOS. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	10/12/2019
Responsable del diseño	RAFAEL AUGUSTO FERNANDEZ	INSTRUCTOR TÉCNICO	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	10/12/2019
Responsable del diseño	MARIBEL LUCIA JIMENEZ	VERIFICACIÓN TÉCNICA	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL CAUCA	10/12/2019
Responsable del diseño	JESUS DAVID IGUARAN PINEDO	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA. REGIONAL MAGDALENA	10/12/2019
Responsable del diseño	BELKIS ROSMILD MOLANO	VERIFICACIÓN METODOLÓGICA	CENTRO DE TECNOLOGÍA DE LA MANUFACTURA AVANZADA.. REGIONAL ANTIOQUIA	16/01/2020
Responsable del diseño	JESUS DAVID IGUARAN PINEDO	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA. REGIONAL MAGDALENA	12/02/2020

Aprobación	JESUS DAVID IGUARAN PINEDO		CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA. REGIONAL MAGDALENA	17/01/2020