PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Rionegro, Septiembre 30 del 2021

Señor (a)
Luis Ubeimar Valencia Agudelo
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **2231248**
Coordinador Académico
Gestión y Desarrollo Empresarial
Rionegro

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual
Mes Septiembre del año 2021

Referencia: No **2231248** del año 2021

Wilson Hernando Estrada Correa, identificado con la cédula de ciudadanía **No. 71222192** de Bello, en mi calidad de Contratista del SENA, en el área Gestión y Desarrollo Empresarial, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: Se fija como valor total del contrato la suma de CUARENTA MILLONES SEISCIENTOS NOVENTA MIL PESOS ($40.690.000), suma que será pagada al contratista por mensualidades vencidas de TRES MILLONES NOVECIENTOS MIL PESOS ($3.900.000). sin IVA, o proporcional a la ejecución de la correspondiente mensualidad ejecutada. Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la dirección administrativa y financiera de la Dirección General, en la cuenta de ahorros N° 01228162686 de Bancolombia, cuyo titular es el (la) contratista.

Plazo: Será hasta el 22 de diciembre de 2021.

OBJETO:
Prestar servicios personales de carácter temporal como instructor de formación titulada y/o complementaria presencial y/o no presencial, en los programas del área de gestión y desarrollo empresarial, en el centro de la Innovación, la agroindustria y la aviación.

CLÁUSULA CUARTA:

Obligación Contractual		Actividad ejecutada	Evidencias
1.	Planear las actividades de aprendizaje a orientar tomando como referencia lo establecido en el procedimiento de Desarrollo Curricular GFPI-G-012	Realizar el alistamiento para orientar formación profesional integral	▪ Programa de formación ▪ Proyecto formativo ▪ GFPI-F-018 Formato Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo ▪ GFPI-F-019 Formato Guía de Aprendizaje ▪ Lista de aprendices matriculados
2.	Participar en la programación y ejecución del proceso de inducción de aprendices de formación titulada, en el reconocimiento de aprendizajes previos y el reporte de deserción de los aprendices que no se presentan en la fase de Inducción y que hayan manifestado su deseo de no continuar en el proceso de formación	Implementación de la Guía de Inducción Creación del portafolio del aprendiz Reporte Novedad del Aprendiz - Deserción	▪ Juicios Evaluativos registradas en Sofía plus y en el LMS, plataforma Blackboard – Resultados Inducción ▪ Portafolio de evidencias LMS ▪ Plantilla Novedad del Aprendiz
3.	Ejecutar el desarrollo de las actividades de aprendizaje de acuerdo con lo establecido en la Guía de aprendizaje, y en la Guía para desarrollar los procesos formativos GFPI-G-013 y emitir los juicios evaluativos respectivos al proceso de formación.	Orientar, asesorar, acompañar y evaluar de forma permanente a los aprendices en el desarrollo de las actividades de aprendizaje (presenciales, virtuales y a distancia)	Participar en jornadas de desarrollo curricular. Planeación y alistamiento de la formación profesional integral.Impartir formación en los siguientes programas: Nº de Ficha: 2144592 Programa: Gestion Mercados Horario: 5:00 pm - 9:00 pm Municipio: Rionegro Competencia: Prototipos, Marca Resultado: Prototipos, Marca Nº de Ficha: 2045142 Programa: Gestion Mercados Horario: 2:00 pm - 5:00 pm

			Municipio: Union Competencia: Prototipos, Marca Resultado: Prototipos, Marca Nº de Ficha: 2022776 Programa: Gestion Mercados Horario: 5:00 pm - 9:00 pm Municipio: Rionegro Competencia: Prototipos, Marca Resultado: Prototipos, Marca Nº de Ficha: 2176087 Programa: Gestion Mercados Virtual Horario: 8:00 am - 9:00 pm Municipio: Virtual Competencia: Prototipos, Marca Resultado: Prototipos, Marca Nº de Ficha: 2104655 Programa: Gestion Mercados Virtual Horario: 8:00 am - 9:00 pm Municipio: Virtual Competencia: Prototipos, Marca Resultado: Prototipos, Marca
4.	Realizar Seguimiento a etapa productiva de acuerdo con cada una de las alternativas establecidas en el reglamento del aprendiz SENA	NO se ejecutan actividades porque el proceso de formación no lo requirió en este mes	▪ NO APLICA
5.	Usar y gestionar las diferentes plataformas tecnológicas institucionales de apoyo académico y administrativo relacionado con su rol, actualizando y registrando de manera veraz y oportuna cada una de las acciones que integran el proceso formativo.	Registrar en la plataforma Actividades y Material de Apoyo para la Formación profesional Integral	● Material de Apoyo ● Actividades de Aprendizaje ● Pruebas de Conocimiento

6.	Dar cumplimiento a los lineamientos establecidos en la Guía Orientación Formación ambientes virtuales de aprendizaje - GFPI-G-014 publicada en la plataforma compromISO.	Realizar el alistamiento de cada ficha según los lineamientos de GUIA AVA GFPI-G-014 Realizar la ejecución de la formación virtual según los parámetros establecidos en la GUIA AVA GFPI-G-014 Realizar el cierre de cada ficha asignada según las orientaciones establecidas en la GUIA AVA GFPI-G-014	● Reporte de Centro de calificaciones Plataforma Territorium ● Reporte de rendimiento del instructor en Plataforma Territorium
7.	Brindar apoyo técnico a los procesos de compras de bienes y servicios, acorde a su especialidad técnica, según la necesidad del Centro de Formación, elaborar solicitudes de materiales de formación necesarias para la ejecución de la formación	NO se ejecutan actividades porque el proceso de formación no lo requirió en este mes	NO APLICA
8.	Ser partícipe activo de los grupos y/o semilleros de investigación del Centro.	NO se ejecutan actividades porque el proceso de formación no lo requirió en este mes	NO APLICA
9.	La Subdirección de Centro del Centro de Formación deberá en la vigencia promover los procesos necesarios para la certificación de instructores en la norma de competencia “Orientar formación	Participar en el proceso de obtención del Certificación en la Norma de Competencia	● Certificado Norma de Competencia “Orientar formación presencial de acuerdo con procedimiento técnico y normativo”

	presencial de acuerdo con procedimiento técnico y normativo" en coordinación con el Sistema Nacional de Formación para el trabajo, con el objeto de garantizar la idoneidad del instructor, de acuerdo con lineamientos de la Dirección General.		
10.	Usar los elementos de protección personal cuando ello fuere necesario según la actividad desarrollada por el contratista y prendas de vestir adecuadas acorde a la formación objeto del contrato de acuerdo con los lineamientos institucionales.	Utilizar elementos de protección personal y/o prendas de vestir acordes a la actividad a realizar	• Elementos de protección personal

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.
Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN

Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el recibo de pago de

aportes a salud, pensiones y ARL, 51308051 expedido por Arus, correspondiente al mes de Agosto del año 2021. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " Decreto Ley Antitrámites")

Evidencias en (7) folios

Cordialmente,



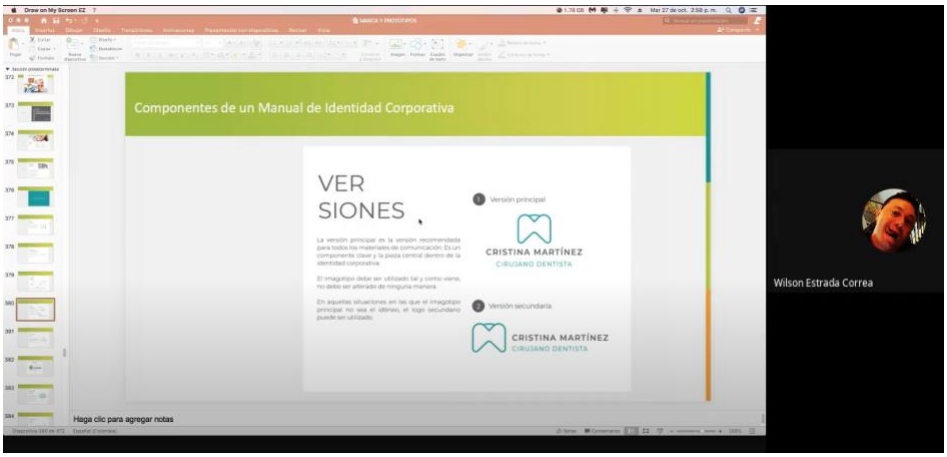
WILSON HERNANDO ESTRADA CORREA
Contratista
C.C. No. 71222192

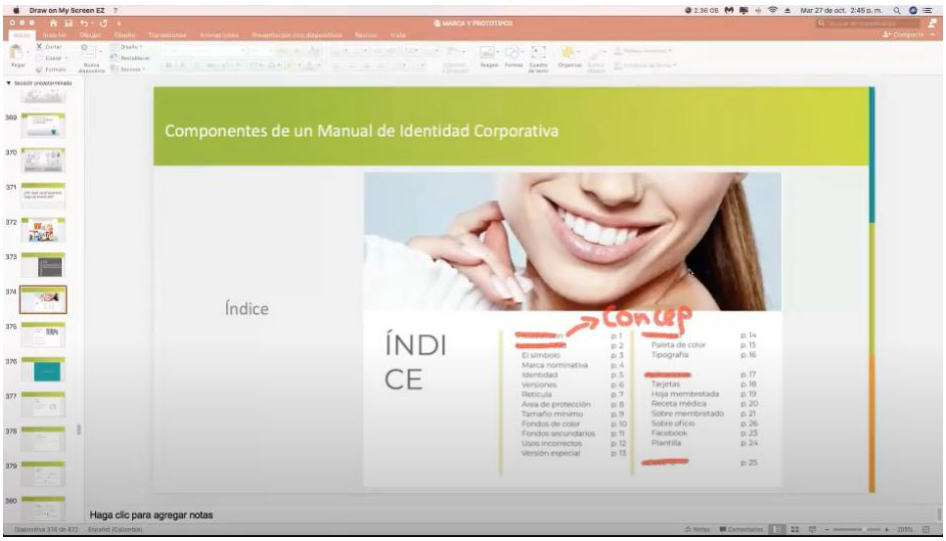
Recibí a satisfacción:

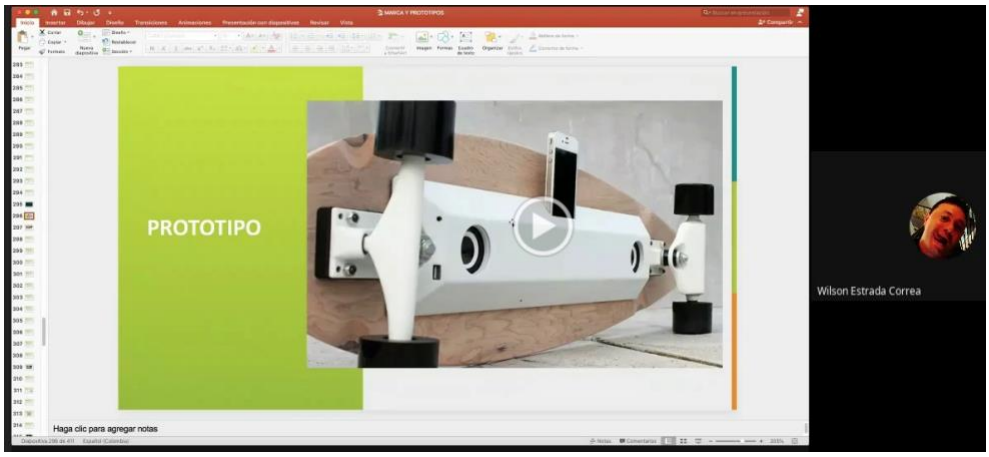
Luis Ubeimar Valencia Agudelo
Supervisor(a) Contrato 2231248 de 2021
Coordinador Académico

Evidencias aportadas al informe de ejecución contractual presentado por:
Wilson Hernando Estrada Correa

Nº de Ficha: 2144592
Programa: Gestion Mercados



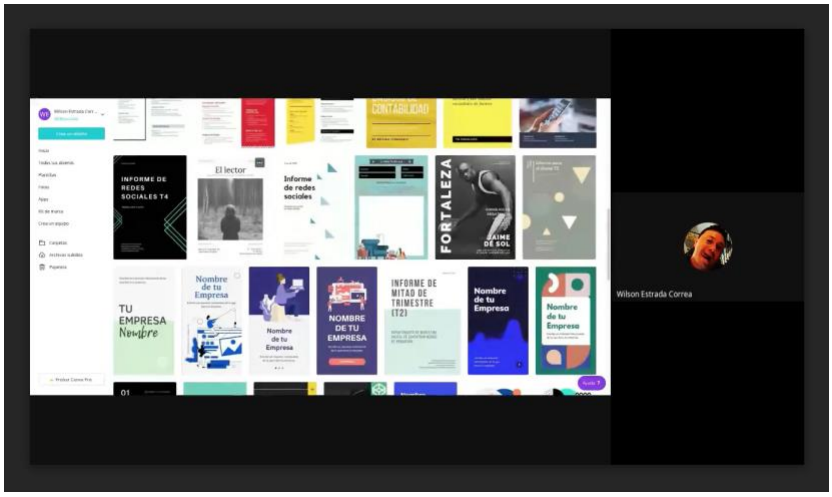


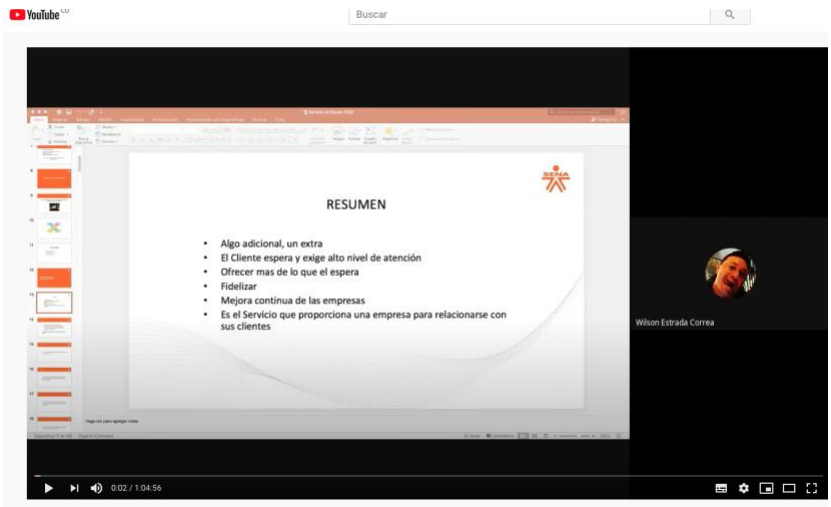


Nº de Ficha: 2144592
Programa: Gestion Mercados

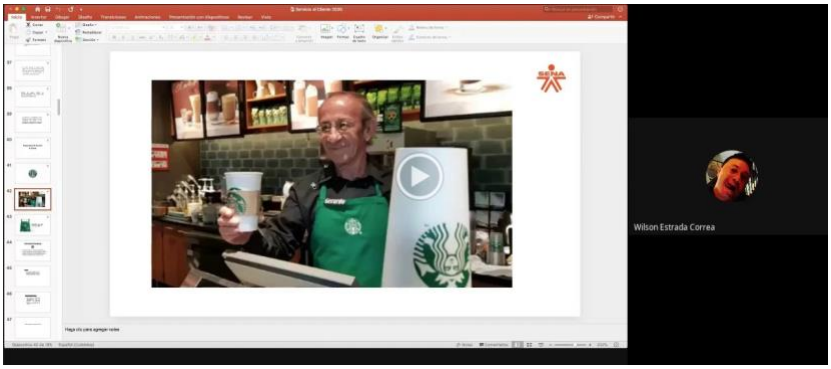
Actividad Starbucks

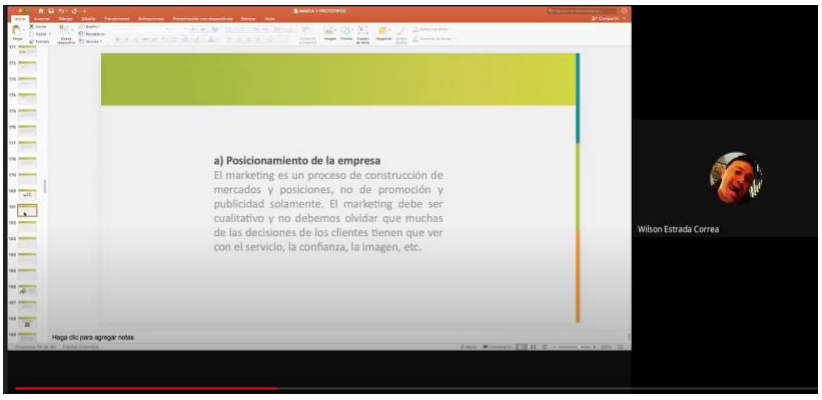
1. Los aprendices deberán leer y analizar el caso de Starbucks
2. Desarrollar un listado con las diferentes mecanismos, estrategia y planes que ha desarrollado la empresa para lograr un adecuado servicio y posicionarse en lo que es en la actualidad (6: pm)
3. Realizar una presentación por grupo colaborativo mostrando las estrategias que Starbucks implemento (Ampliar) Prox clase





Nº de Ficha: 2045142
Programa: Gestion Mercados





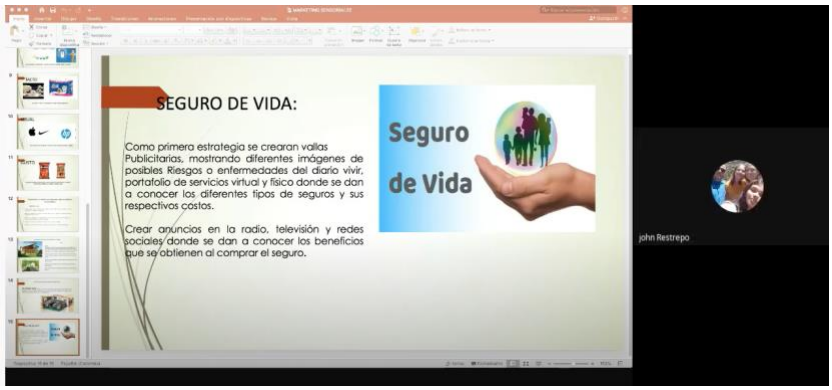
Teniendo presente el tema Marketing Sensorial, ustedes deben desarrollar lo siguiente:

1. Buscar 10 ejemplos de Marketing Sensorial real, dar una breve explicación de cada uno.
2. Definir estrategias de marketing sensorial para la empresa seleccionada en el proyecto formativo que afecten los 5 sentidos. (si no tienen por favor utilizar otra)
3. Realiza estrategias de Marketing Sensorial (5 sentidos) para la venta de:
   -Casa
   -Automovil
   -Seguro de Vida

"Cuando todo comunica El marketing sensorial apela a los sentidos con el objetivo de crear experiencias sensoriales a través de la vista, el sonido, el tacto, el gusto y el olfato. Si la comercialización y el producto o servicio brindan una experiencia agradable y que satisface sus necesidades, el éxito está asegurado"

Nº de Ficha: 2022776
Programa: Gestion Mercados





CASO DE ESTUDIO: STARBUCKS

A finales de 2002, Christine Day, vicepresidente de administración de Starbuks para USA, estaba sentada en la sala de conferencia del séptimo piso del edificio de Starbucks en Seattle y bebía su segunda taza de "toffee-nut latte". La bebida, un café con sabor a nuez acaramelada con crema batida y espolvoreado de caramelo, era la costumbre tradicional de cada tarde para Christine Day desde que se introdujo el producto a principio de año.

Mientras esperaba a sus colegas, Christine comenzó a reflexionar sobre la reciente performance de la empresa. Mientras otros negocios se tambaleaban desde la recesión posterior al 11 de Setiembre, Starbucks disfrutaba su undécimo año consecutivo de crecimiento del 5%, que hizo que su fundador y presidente Howard Schultz declarara: "Pienso que hemos demostrado que estamos en presencia de un producto a prueba de recesion".

Christine Day, no obstante, no era tan optimista. En parte porque la reciente investigación de mercado de Starbucks reveló algunos hallazgos no esperados. "Nosotros siempre hemos estado orgullosos en nuestro servicio al cliente", dijo Christine Day, "Pero de acuerdo a los datos, no siempre conocemos las expectativas de ellos en el área de satisfacción del consumidor".

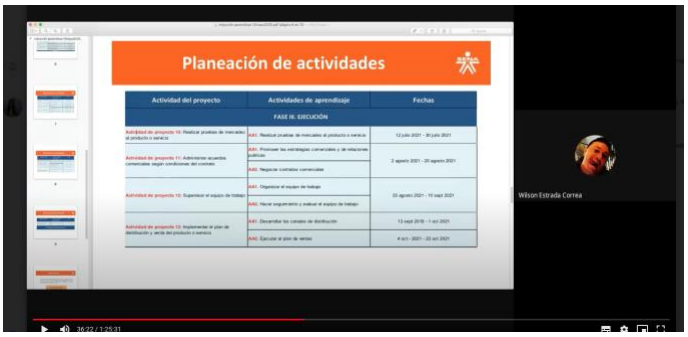
Como resultado de esta preocupación, Day y sus asociados han diseñado un plan para invertir u$s 40 millones anualmente en las 4500 tiendas de la empresa que implicaría adicionar 20 horas de trabajo por semana por tienda, con la idea de mejorar la velocidad del servicio y así incrementar la satisfacción del consumidor.

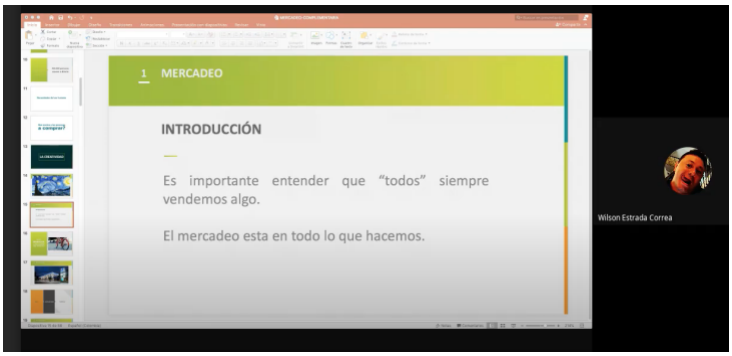
En dos días, Day estaba obligada a hacerle una recomendación final a Shultz y al CEO de Starbucks, Orin Smith sobre la posibilidad de implementar el plan de inversión. Day, preparándose para la reunión con Schultz y Smith, consultó con uno de sus asociados: "La verdadera cuestión es si realmente creemos lo que nuestros clientes nos dicen acerca de que el servicio al cliente es excelente, y si entregamos esa excelencia, cuál será el impacto en nuestras ventas y utilidades?

Historia de la empresa

Nº de Ficha: 2176087
Programa: Gestion Mercados Virtual


FUNDAMENTACIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE
RESUMEN
Algo adicional, un extra
El Cliente espera y exige alto nivel de atención
Ofrecer mas de lo que el espera
Fidelizar
Mejora continua de las empresas
Es el Servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes


Planeación de actividades
Actividad del proyecto
Actividades de aprendizaje
Fechas
FASE III. EJECUCIÓN
Wilson Estrada Correa


1 MERCADEO
INTRODUCCIÓN
Es importante entender que "todos" siempre vendemos algo.
El mercadeo esta en todo lo que hacemos.
Wilson Estrada Correa

Nº de Ficha: 2104655
Programa: Gestion Mercados Virtual





