PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Manizales, diciembre de 2021

Señor
José Luis Castaño Muñoz
SUPERVISOR CONTRATO No. CO1.PCCNTR.2257672
Comercio y Servicios
Manizales

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

Referencia: No. **CO1.PCCNTR.2257672** del año 2021

Clara Elena Salgado Riaño, identificada con la cédula de ciudadanía No. 41.933.735 de Armenia Quindío, en mi calidad de contratista del SENA, en Comercio y Servicios, 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: el valor total del presente contrato asciende a la suma de TREINTA Y NUEVE MILLONES DOSCIENTOS SESENTA PESOS ($39.260.000) COP incluido IVA (de conformidad con el régimen tributario a que pertenezca el contratista). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a). Un primer pago por valor de UN MILLON NOVECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS ($1.950.000) COP, incluido IVA, correspondiente al mes de febrero de 2021. b). Nueve pagos iguales correspondientes a los meses de marzo a noviembre de 2021 por valor de TRES MILLONES NOVECIENTOS MIL PESOS ($3.900.000) COP cada uno, c) un valor final por valor de DOS MILLONES DOSCIENTOS DIEZ MIL PESOS ($2.210.000) COP, incluido IVA correspondiente al mes de diciembre de 2021.

Plazo: Será hasta el 17 de diciembre de 2021.

OBJETO:
Prestación de servicios personales de carácter temporal, como instructor, por período fijo, para la ejecución de acciones de formación profesional presenciales y/o virtuales en el centro de comercio y servicios, apoyar el desarrollo de las actividades de formación, formulación de proyectos y diseño de actividades de aprendizaje en el área de gestión de mercados, actuando bajo su responsabilidad, de forma independiente con plena autonomía administrativa, técnica y ejecutiva.

CLÁUSULA (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Adelantar todas las gestiones necesarias	Orientar formación,	Aplicativo

	para la ejecución del contrato en condiciones de eficiencia y calidad, y de acuerdo a las especificaciones exigidas por el SENA.	asistencia a capacitaciones y demás actividades programadas que involucren la buena ejecución de la formación.	territorium, Sofia Plus y asistencia a capacitaciones.
2	Ejecutar el contrato con autonomía e independencia desde el punto de vista técnico y científico, sin perjuicio del cumplimiento que se debe dar al pensum y los contenidos mínimos de los programas de formación, el calendario académico, la programación de clases, las estrategias para evitar la deserción, el lugar, los fines y objetivos misionales, las normas y directrices del SENA. Para ello aplicará las herramientas pedagógicas, criterios de evaluación, adjudicación de calificaciones, entre otros aspectos que considere necesarios, conducentes y pertinentes para garantizar la transmisión de sus conocimientos y la adquisición de competencias por parte de los aprendices, coherentemente con la filosofía institucional.	Se cumple con requisitos para ejecutar el contrato.	
3	Desarrollar las actividades adicionales que como instructor se requieran para la ejecución del contrato: El contratista se compromete a ajustarse a las políticas de comunicación del SENA y aplicación de las TIC (Manejar los sitios Web oficiales, utilizar correctamente los correos electrónicos (revisarlos periódicamente y contestar requerimientos), velar por la correcta utilización de la imagen institucional, reportar al área de comunicaciones de la Regional los eventos o actividades a realizar que requieran divulgación, y participar voluntariamente en las reuniones citadas por el Centro (Procesos de inducción, Grupos Primarios, Comités de Evaluación y Seguimiento, entre otros).	Se utiliza el aplicativo Sofia Plus, plataforma Territorium y dando respuesta a correos electrónicos enviados.	Registros de aplicativo Sofia Plus, plataforma Territorium y respuesta a correos electrónicos.
4	Permanecer identificado con su carné dentro de las instalaciones del SENA y dictar las clases con el delantal u overol	Se cumple con la identificación del correspondiente carnet.	Carnet físico.

	que le hayan sido sugeridos por la Subdirección de Centro, cuando así se requiera.		
5	Promover entre sus aprendices y velar por el cumplimiento de las normas de seguridad industrial.	Generar el autocuidado en los aprendices cumpliendo con la norma de seguridad industrial que apliquen.	Se orientó a los aprendices de forma presencial y virtual el autocuidado.
6	En cumplimiento de lo dispuesto en el parágrafo 1° del artículo 23 de la ley 1150 de 2007 y del artículo 6 de la ley 1562 de 2012, el (la) CONTRATISTA deberá acreditar que se encuentra al día en el pago mensual de los aportes al sistema de seguridad social integral (salud, pensión y riesgos laborales), lo cual será un requisito para cada uno de los pagos por los servicios prestados, estos pagos se acreditan únicamente por el sistema PILA o de Planilla Asistida o el que determine el Ministerio de Trabajo, así como para la legalización del contrato acreditar su afiliación al sistema general de seguridad social integral. Igualmente acreditar encontrarse a paz y salvo en el pago de aportes o impuestos cuyo recaudo sea a favor del SENA, cuando le corresponda, como requisito previo para cada pago que se le vaya a efectuar.	Copia del pago de seguridad social del mes de noviembre de 2021 como independiente.	Comprobantes de pago correspondiente a seguridad social.
7	Efectuar y demostrar el oportuno y correcto registro de las matrículas, evaluaciones y demás novedades de los aprendices y programas de formación bajo su responsabilidad, en los aplicativos con los que cuenta el SENA para tal fin, así como diligenciar y presentar oportuna y correctamente los formatos del Sistema de Mejora Continua Institucional, de acuerdo a las 17 GTH-F-075 V.05 disposiciones normativas y Directrices internas que regulen estos aspectos. Esta obligación será requisito para el pago.	Ejecución de proyectos formativos. Emisión de juicios de evaluación. Registro de inasistencia. Se ejecutaron en ID asignadas.	Registro en el aplicativo Sofia Plus y plataforma Territorium.
8	Participar activamente, impulsar, acompañar y estimular a los aprendices en los procesos de formulación, elaboración, ejecución y seguimiento de	Ejecución de la formación como instructora en las fichas designadas.	Actividades subidas al aplicativo Territorium.

	los proyectos de aprendizaje.		
9	Podrán conformar los equipos de desarrollo curricular interdisciplinarios por programa o conjunto de programas por redes tecnológicas, para garantizar integralidad en la formulación de proyectos formativos, el diseño de actividades de aprendizaje, el diseño de talleres e ítems que alimentarán los bancos de pruebas para la selección de aprendices, entre otras.	Se participa activamente en todas las jornadas de desarrollo curricular propuestas a lo largo de la ejecución del objeto contractual, así como a las diferentes reuniones programadas por el Centro.	Listado asistencia del gestor del ID.
10	Participar en la programación y ejecución del proceso de inducción de aprendices y el reconocimiento de aprendizajes previos siempre y cuando cumpla con el objeto contractual de ejecutar acciones de formación diferentes a la inducción.	Se participa en la jornada de inducción en el ID designado.	Resultados de aprendizaje calificados en el aplicativo Sofia Plus.
11	Reportar en el sistema Sofía Plus en un plazo máximo de 3 días, todas las actividades que de acuerdo con los procesos que son de su responsabilidad, garantizando la calidad de la información y su coherencia con el proceso formativo, tales como: Registro de los juicios evaluativos; Creación de rutas y asociación de aprendices; Registro de juicios evaluativos del reconocimiento de aprendizajes previos; Comunicar al Coordinador Académico oportunamente anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información.	Generar informe de juicios evaluativos del ID, creación de ruta de aprendizaje y asociación de aprendices.	Registro en el aplicativo Sofia Plus.
12	Apoyar la programación y seguimiento de la formación por proyecto o conjunto de proyectos por redes tecnológicas que garanticen la integralidad en la ejecución del proceso de aprendizaje cuando el Coordinador Académico del centro lo designe como gestor de proyectos.	Se participa en programación del técnico designado por el Coordinador Académico.	Acta y evidencia fotográfica de las reuniones realizadas.
13	Dar cumplimiento a las disposiciones contenidas en el Decreto 0723 de 2013 “por el cual se reglamenta la afiliación obligatoria al Sistema General de Riesgos Laborales de las personas	Me encuentro vinculada a la ARL Positiva.	Copia del certificado de activo en la ARL en el primer pago.

	vinculadas a través de un contrato de formal de prestación de servicios con entidades o instituciones públicas o privadas y de los trabajadores independientes que laboren en actividades de alto riesgo", en lo que le atañe por su calidad de contratista de prestación de servicios profesionales.		
14	Contar con los elementos de protección personal necesarios para ejecutar la actividad contratada, para lo cual asumirá su costo.	Cuento con los elementos requeridos de protección para ejecutar el contrato.	
15	Informar oportunamente al SENA la ocurrencia de incidentes, accidentes de trabajo, enfermedades laborales y toda novedad derivada del contrato.	En este período no presente ninguna novedad.	
16	Participar voluntariamente en las actividades de Prevención y Promoción organizadas por el SENA, los Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo o Vigías Ocupacionales o la Administradora de Riesgos Laborales.	En este periodo no se presentaron actividades en este tema.	
17	Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST.	Cumplo con las normas previstas en SST.	
18	Promover en los aprendices ser libre pensadores, con capacidad crítica, solidarios, emprendedores asi como el aprendizaje significativo, la solución creativa de problemas, el desarrollo de estrategias para el aprendizaje autónomo, el uso de las TIC y el trabajo Colaborativo.	Se realizan recomendaciones y se brinda asesoría a los aprendices para fortalecer la competencias.	Guías de aprendizaje, vía telefónica, mensajes o por correo electrónico.
19	Generar, motivar y liderar procesos de retroalimentación colectiva e individual, que facilite el aprendizaje y evidencie logros asociados a cada una de las competencias adquiridas.	Aplicar estrategias para la formación como es la asesoría personalizada y generar rutas de aprendizaje teniendo en cuenta el ritmo de aprendizaje del aprendiz.	Guías de aprendizaje, vía telefónica, mensajes o por correo electrónico.
20	Reforzar las actividades tendientes a desarrollar competencias.	No aplica para este período.	
21	El contratista NO podrá tener simultáneamente contratos en diferentes Centros de Formación o Dependencias de la Entidad.	Solo tengo contrato con la regional Caldas SENA.	Información en Secop II.
22	Corresponderán únicamente a las del	Durante la ejecución del	Registro en el

	rol de instructor SENA de orientar formación profesional integral y participar en proyectos de investigación aplicada.	objeto contractual, se designó ID de la ejecución de la formación profesional integral y estoy en el grupo de investigación del centro.	aplicativo Sofia Plus y actividades realizadas en el aplicativo Territorium.
23	Apoyar el área de contratación en la elaboración de las fichas técnicas y requerimientos de las necesidades de la respectiva área (Elaboración de Estudios Previos, Análisis del Mercados, Pre cotizaciones, Justificaciones de las necesidades), evaluación Técnica de las Ofertas y Apoyo al seguimiento en la ejecución de los procesos de contratación, previa delegación del Coordinador del área.	No aplica para este período.	
24	Apoyar la recepción y revisión de los elementos y servicios recibidos en este centro dentro del área de competencia, previa delegación del supervisor.	No aplica para este periodo.	
25	Exámenes médicos preocupacionales. El contratista deberá hacer entrega del examen médico preocupacional al Grupo de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Dirección General y/o sus homólogos en los Centros de Formación y Direcciones Regionales de acuerdo con el profesiograma y el objeto a desarrollar y dentro de los plazos establecidos legalmente. (Decreto 723 de 2013 art. 18).	Exámenes preocupacionales realizados.	Copia de exámenes preocupacionales en el primer pago.
26	Presentar el certificado de aprobación de la inducción al Subsistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo como documento requerido para el primer pago de honorarios.	Certificado realizado en el mes de febrero de inducción al SST.	Copia de la certificación de inducción en el primer pago.
27	Asistir y realizar las actividades de capacitación presenciales o virtuales programadas por el grupo de Seguridad y Salud en el Trabajo relacionadas con el Subsistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de SIGA.	Recomendaciones enviadas al correo electrónico.	Mensaje de correo electrónico.
28	El contratista deberá ejecutar su contrato conforme al Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol “SIGA” del	Se hace uso de los formatos establecidos en el Sistema de Gestión de Calidad para cada	Registros de planeación pedagógica, guía de

	SENA el cual se encuentra documentado en la plataforma CompromISO.	uno de los procedimientos inherentes a la prestación del servicio.	aprendizaje, instrumentos de evaluación y plan de trabajo concertado.
29	En cumplimiento con lo establecido en el Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol – SIGA, el contratista debe contribuir a la eficacia del SIGA, el cumplimiento de las políticas, los objetivos y requisitos del mismo, los aspectos e impactos que generan sus actividades contractuales; así mismo debe participar en actividades de implementación y fomento de un servicio de calidad y de buenas prácticas ambientales.	Asistencia a capacitaciones y demás actividades programadas que involucren la buena ejecución de la formación.	Listado de asistencia a reuniones.
30	Realizar como contratista de prestación de servicios a través de la plataforma del SIGEP el registro, verificación y actualización de la información de su hoja de vida, contenido, monto y ejecución de sus contratos, y todo aquello que requiera este sistema.	Hoja de vida actualizada en SIGEP.	Hoja de vida actualizada en el aplicativo SIGEP.
31	Las demás contempladas en el artículo 5 de la Ley 80 de 1993 y las que se deriven directamente del objeto contractual.	No me han sido designadas otras responsabilidades.	
32	Realizar, cuando sea requerido por la entidad, la verificación y evaluación técnica o económica de las propuestas que se reciban dentro de los procesos de contratación de la entidad y que por razones de su experticia técnica e idoneidad relacionado con el objeto contractual, se requiera.	No me han designado.	
32	El contratista deberá ejecutar su contrato conforme al Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol “SIGA” del SENA el cual se encuentra documentado en la plataforma CompromISO.	Se hace uso de los formatos establecidos en el Sistema de Gestión de Calidad para cada uno de los procedimientos inherentes a la prestación del servicio.	Registros de planeación pedagógica, guía de aprendizaje, instrumentos de evaluación y plan de trabajo concertado.
33	Realizar, cuando sea requerido por la entidad, el apoyo a la supervisión de los contratos que celebre el SENA, de conformidad con la Ley 1474 de 2011, y que por razones de experticia técnica e	No me han designado.	

	idoneidad relacionado con sus actividades contractuales se requiera y velar por la aplicación del manual de supervisión del SENA vigente, para el correcto control, seguimiento y vigilancia de los contratos estatales.		

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
1.				
2.				

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, planilla y recibo de pago de aportes de salud, pensiones y ARL de la planilla seguridad social realizados No. de la planilla 1041496806 expedido por SIMPLE S.A. correspondiente al mes de noviembre.
Evidencias en ( ) folios

Cordialmente,

Firma
Clara Elena Salgado Riaño
Contratista
C.C. No. 41.933.735

Recibí a satisfacción:

Firma
José Luis Castaño Muñoz
Supervisor Contrato CO1.PCCNTR.2257672 de 2021

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: CLARA ELENA SALGADO RIAÑO

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 01/12/2021 00:00:00

FECHA FINAL: 17/12/2021 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2281896 - SERVICIOS Y OPERACIONES MICROFINANCIERAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ASESORAR CONSUMIDOR FINANCIERO DE ACUERDO CON NORMATIVA Y GUÍA TÉCNICA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. INTERPRETAR EL SENTIDO DE LA COMUNICACIÓN COMO MEDIO DE EXPRESIÓN SOCIAL, CULTURAL, LABORAL Y ARTÍSTICA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR SOLICITUDES FINANCIERAS DE ACUERDO CON TIPO DE PRODUCTO Y MANUAL TÉCNICO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL

2. CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL

4. VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RECUPERAR CARTERA DE ACUERDO CON NORMATIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2348292 - GESTIÓN DE MERCADOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESARROLLAR EL NOMBRE Y LA MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 48,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2282053 - SERVICIOS Y OPERACIONES MICROFINANCIERAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ASESORAR CONSUMIDOR FINANCIERO DE ACUERDO CON NORMATIVA Y GUÍA TÉCNICA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. INTERPRETAR EL SENTIDO DE LA COMUNICACIÓN COMO MEDIO DE EXPRESIÓN SOCIAL, CULTURAL, LABORAL Y ARTÍSTICA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR SOLICITUDES FINANCIERAS DE ACUERDO CON TIPO DE PRODUCTO Y MANUAL TÉCNICO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL

2. CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL

4. VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RECUPERAR CARTERA DE ACUERDO CON NORMATIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 72,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 136,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
01/12/2021	08/12/2021	OTROS	25,00

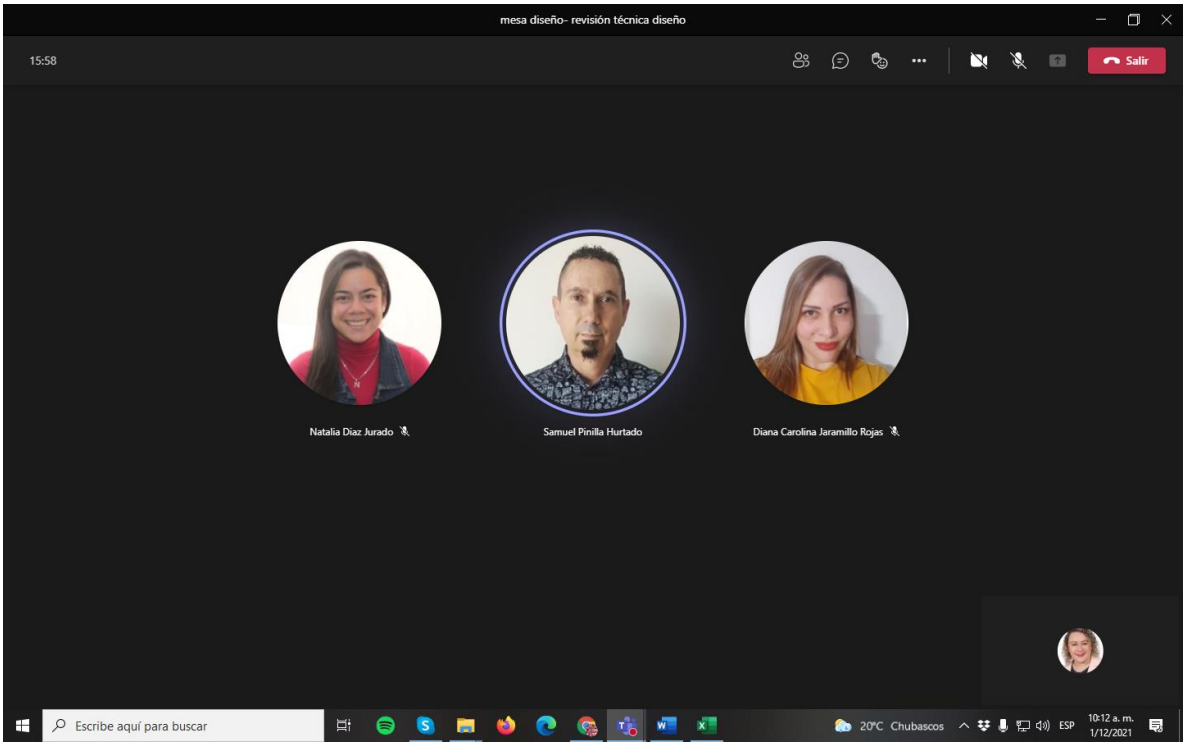
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 25,00

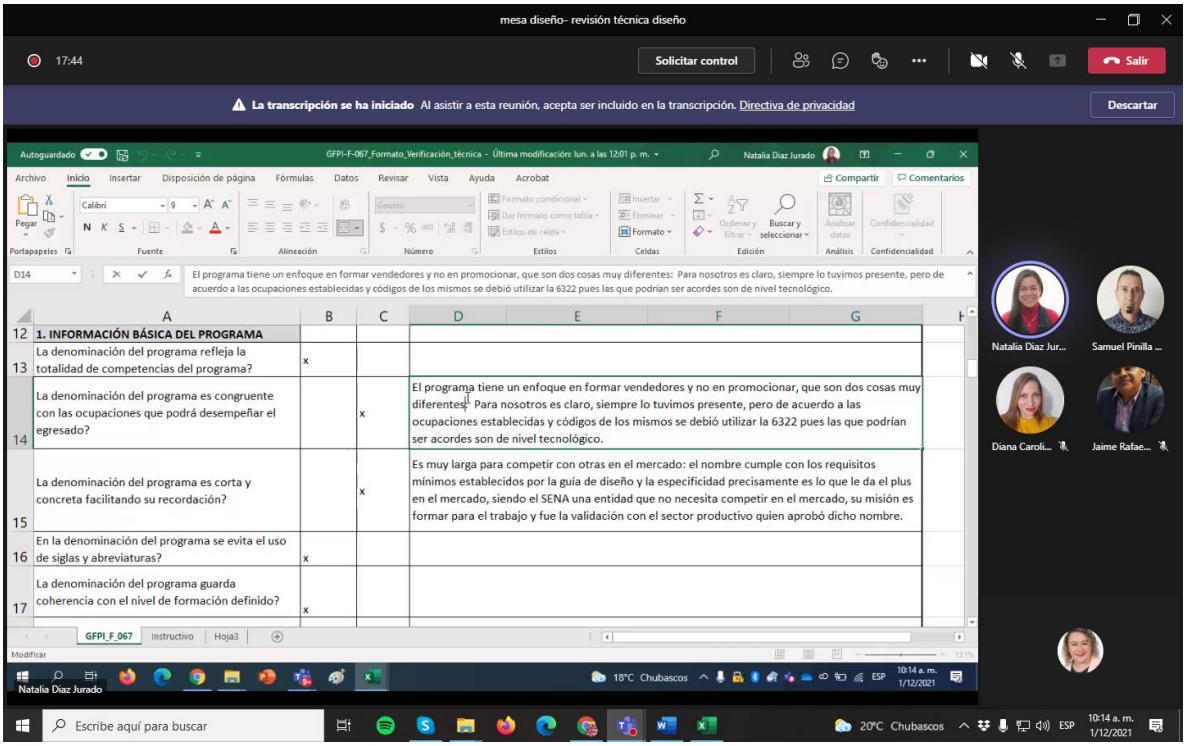
INSTRUCTOR: CLARA ELENA SALGADO RIAÑO

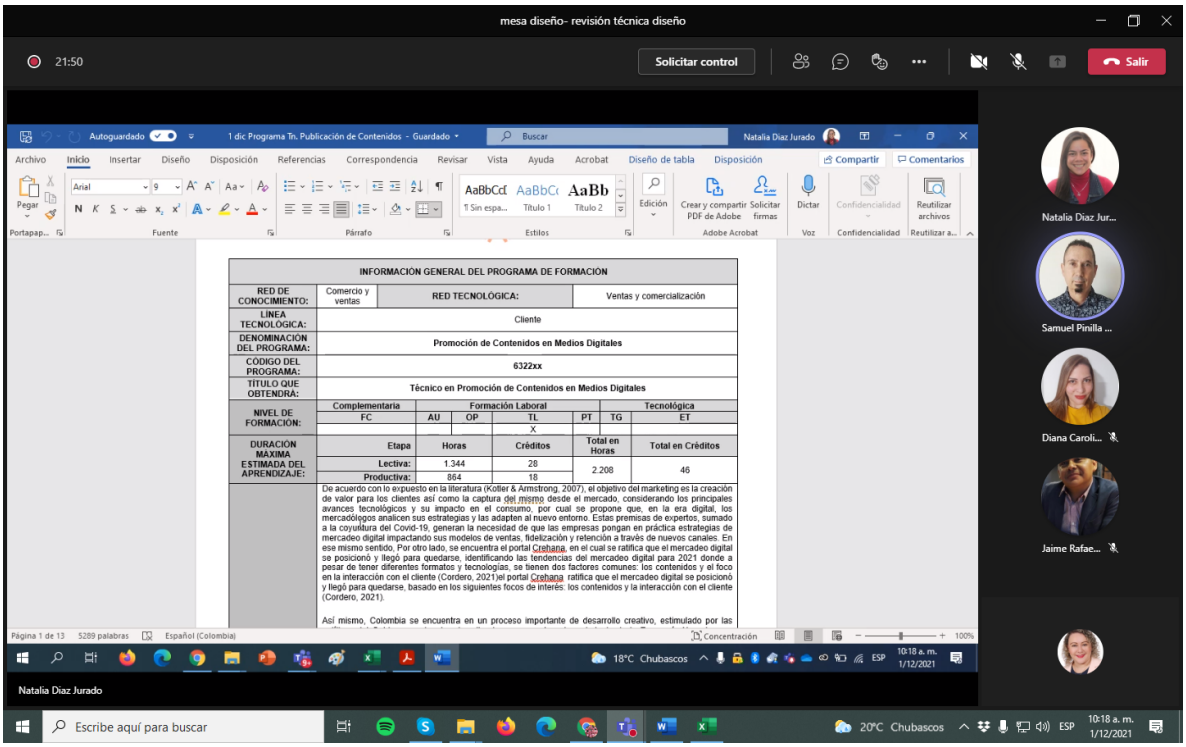
CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

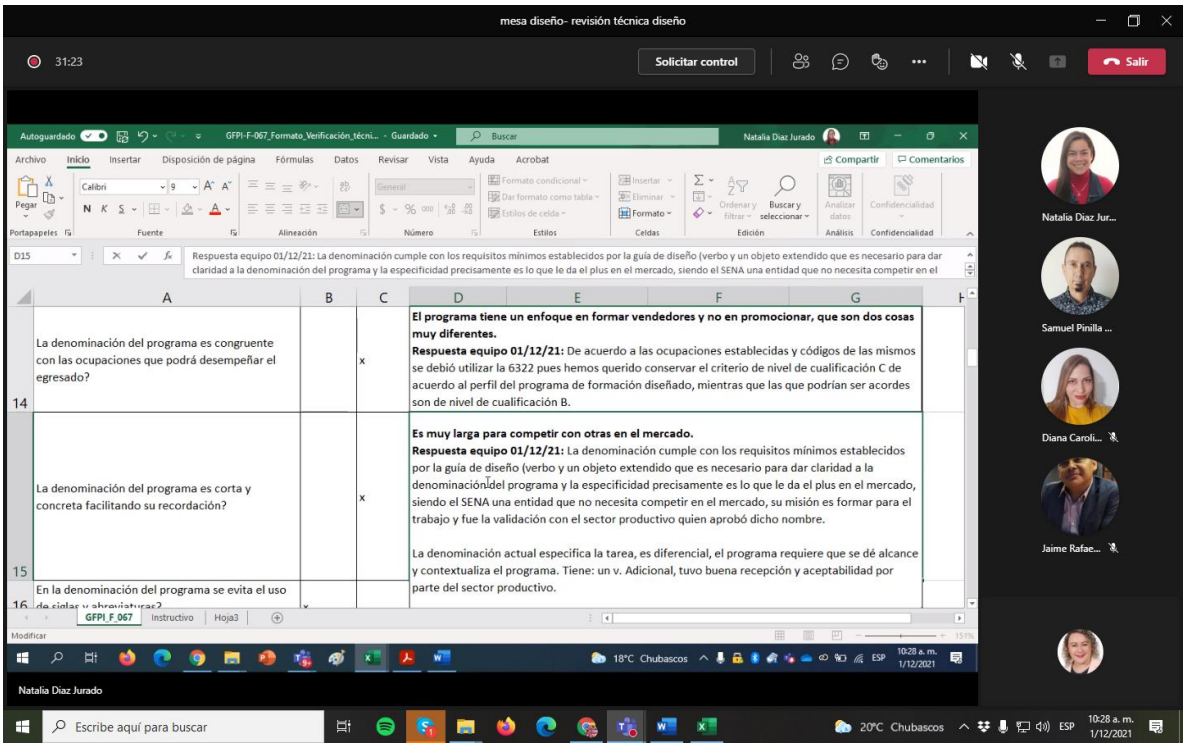
EVIDENCIAS DISEÑO CURRICULAR DICIEMBRE:

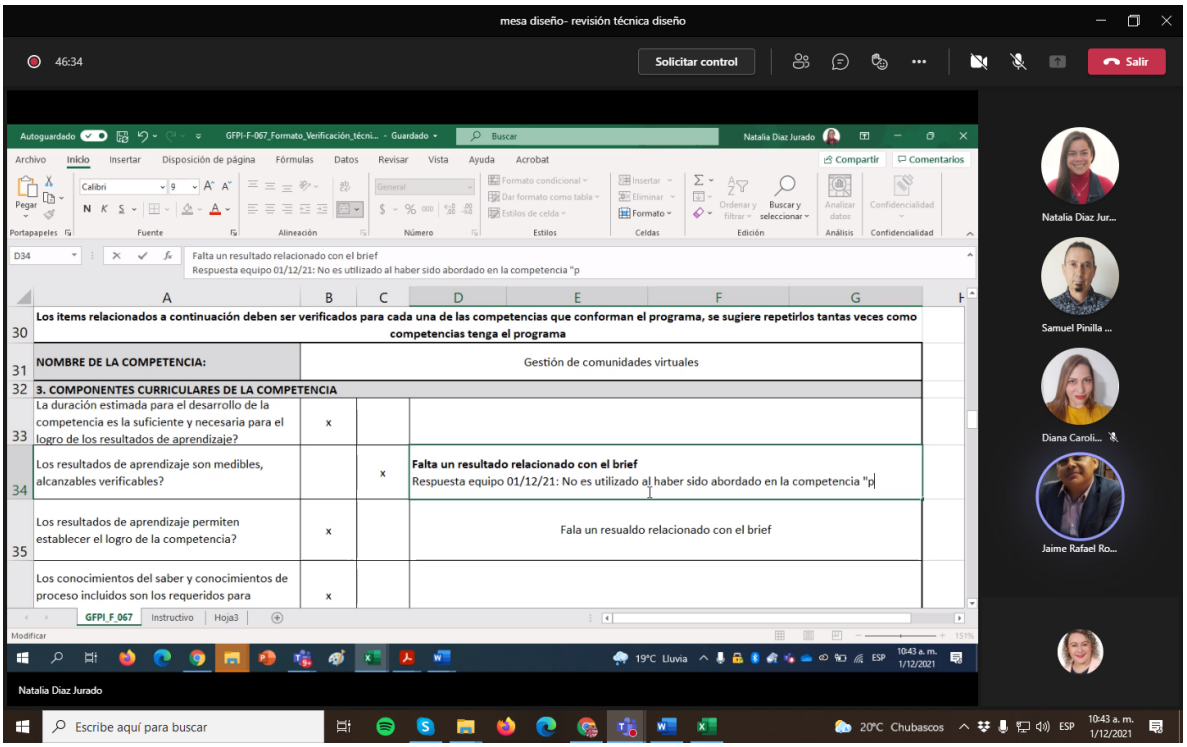
DICIEMBRE 1:

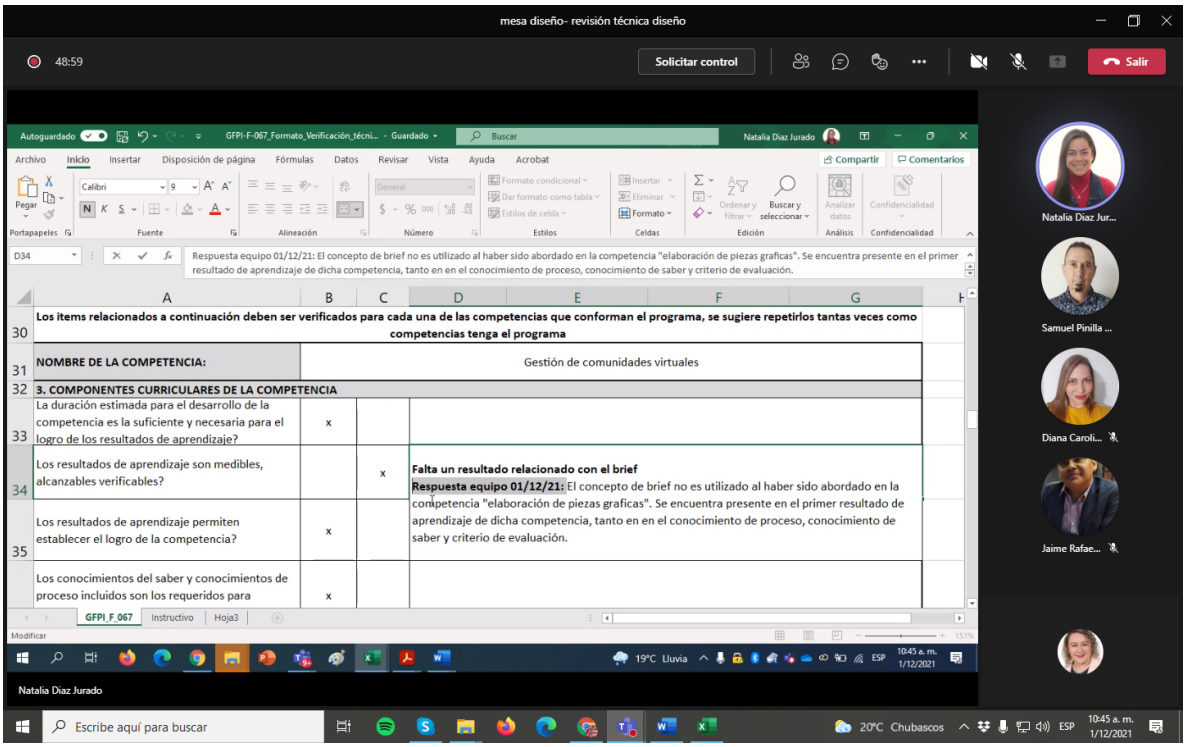


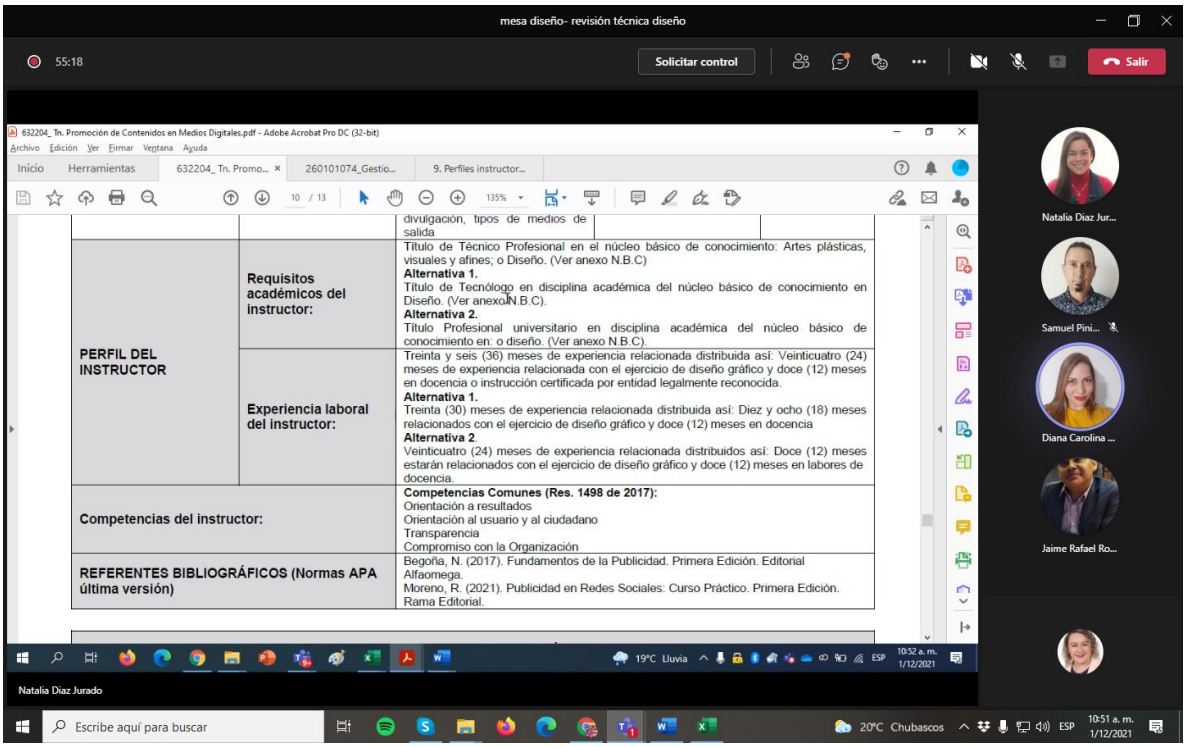



mesa diseño- revisión técnica diseño
21:50
Solicitar control
Salir
1 dic Programa Tn. Publicación de Contenidos - Guardado
Natalia Diaz Jurado
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Jaime Rafae...
INFORMACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN
RED DE CONOCIMIENTO: Comercio y ventas
RED TECNOLÓGICA: Ventas y comercialización
LÍNEA TECNOLÓGICA: Cliente
DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA: Promoción de Contenidos en Medios Digitales
CODIGO DEL PROGRAMA: 6322xx
TÍTULO QUE OBTENDRÁ: Técnico en Promoción de Contenidos en Medios Digitales
NIVEL DE FORMACIÓN: Complementaria FC; Formación Laboral AU OP TL PT TG; Tecnológica ET
DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA DEL APRENDIZAJE:
Etapa Lectiva: Horas 1.344 Créditos 28 Total en Horas 2.208 Total en Créditos 46
Etapa Productiva: Horas 864 Créditos 18
De acuerdo con lo expuesto en la literatura (Kotler & Armstrong, 2007), el objetivo del marketing es la creación de valor para los clientes así como la captura del mismo desde el mercado, considerando los principales avances tecnológicos y su impacto en el consumo, por cual se propone que, en la era digital, los mercadólogos analicen sus estrategias y las adapten al nuevo entorno. Estas premisas de expertos, sumado a la coyuntura del Covid-19, generan la necesidad de que las empresas pongan en práctica estrategias de mercadeo digital impactando sus modelos de ventas, fidelización y retención a través de nuevos canales. En ese mismo sentido, Por otro lado, se encuentra el portal Crehana, en el cual se ratifica que el mercadeo digital se posicionó y llegó para quedarse, identificando las tendencias del mercadeo digital para 2021 donde a pesar de tener diferentes formatos y tecnologías, se tienen dos factores comunes: los contenidos y el foco en la interacción con el cliente (Cordero, 2021)el portal Crehana ratifica que el mercadeo digital se posicionó y llegó para quedarse, basado en los siguientes focos de interés: los contenidos y la interacción con el cliente (Cordero, 2021).
Así mismo, Colombia se encuentra en un proceso importante de desarrollo creativo, estimulado por las
Página 1 de 13 5289 palabras Español (Colombia)
18°C Chubascos
10:18 a. m. 1/12/2021
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
ESP
10:18 a. m. 1/12/2021

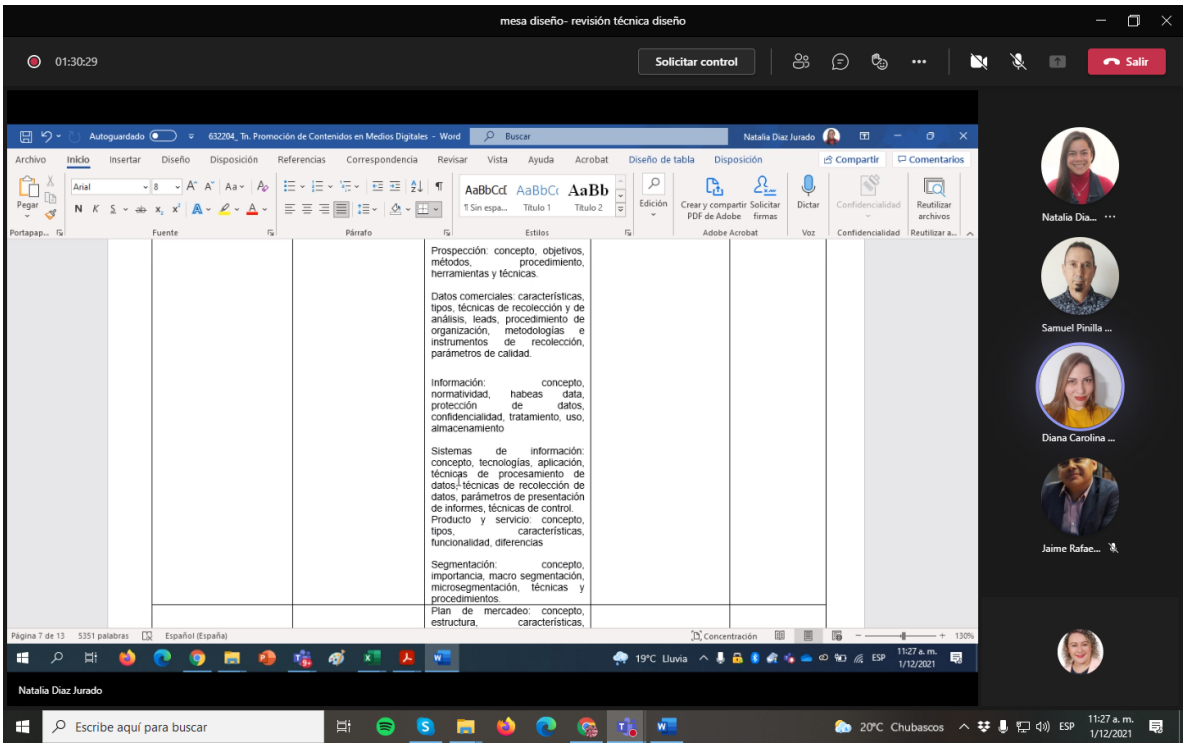

mesa diseño- revisión técnica diseño
31:23
Solicitar control
Salir
GFPI-F-067_Formato_Verificación_técni... - Guardado
Natalia Diaz Jurado
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Jaime Rafae...
D15
Respuesta equipo 01/12/21: La denominación cumple con los requisitos mínimos establecidos por la guía de diseño (verbo y un objeto extendido que es necesario para dar claridad a la denominación del programa y la especificidad precisamente es lo que le da el plus en el mercado, siendo el SENA una entidad que no necesita competir en el
A | B | C | D | E | F | G
14 | La denominación del programa es congruente con las ocupaciones que podrá desempeñar el egresado? | | x | El programa tiene un enfoque en formar vendedores y no en promocionar, que son dos cosas muy diferentes. Respuesta equipo 01/12/21: De acuerdo a las ocupaciones establecidas y códigos de las mismos se debió utilizar la 6322 pues hemos querido conservar el criterio de nivel de cualificación C de acuerdo al perfil del programa de formación diseñado, mientras que las que podrían ser acordes son de nivel de cualificación B.
15 | La denominación del programa es corta y concreta facilitando su recordación? | | x | Es muy larga para competir con otras en el mercado. Respuesta equipo 01/12/21: La denominación cumple con los requisitos mínimos establecidos por la guía de diseño (verbo y un objeto extendido que es necesario para dar claridad a la denominación del programa y la especificidad precisamente es lo que le da el plus en el mercado, siendo el SENA una entidad que no necesita competir en el mercado, su misión es formar para el trabajo y fue la validación con el sector productivo quien aprobó dicho nombre.
La denominación actual especifica la tarea, es diferencial, el programa requiere que se dé alcance y contextualiza el programa. Tiene: un v. Adicional, tuvo buena recepción y aceptabilidad por parte del sector productivo.
16 | En la denominación del programa se evita el uso de siglas y abreviaturas?
GFPI_F_067 Instructivo Hoja3
Modificar
18°C Chubascos
10:28 a. m. 1/12/2021
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
ESP
10:28 a. m. 1/12/2021


mesa diseño- revisión técnica diseño
46:34
Solicitar control
Salir
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Jaime Rafael Ro...
Falta un resultado relacionado con el brief
Respuesta equipo 01/12/21: No es utilizado al haber sido abordado en la competencia "p
Los items relacionados a continuación deben ser verificados para cada una de las competencias que conforman el programa, se sugiere repetirlos tantas veces como competencias tenga el programa
NOMBRE DE LA COMPETENCIA:
Gestión de comunidades virtuales
3. COMPONENTES CURRICULARES DE LA COMPETENCIA
La duración estimada para el desarrollo de la competencia es la suficiente y necesaria para el logro de los resultados de aprendizaje?
Los resultados de aprendizaje son medibles, alcanzables verificables?
Falta un resultado relacionado con el brief
Respuesta equipo 01/12/21: No es utilizado al haber sido abordado en la competencia "p
Los resultados de aprendizaje permiten establecer el logro de la competencia?
Fala un resualdo relacionado con el brief
Los conocimientos del saber y conocimientos de proceso incluidos son los requeridos para
GFPI_F_067
Instructivo
Hoja3
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
10:43 a. m.
1/12/2021

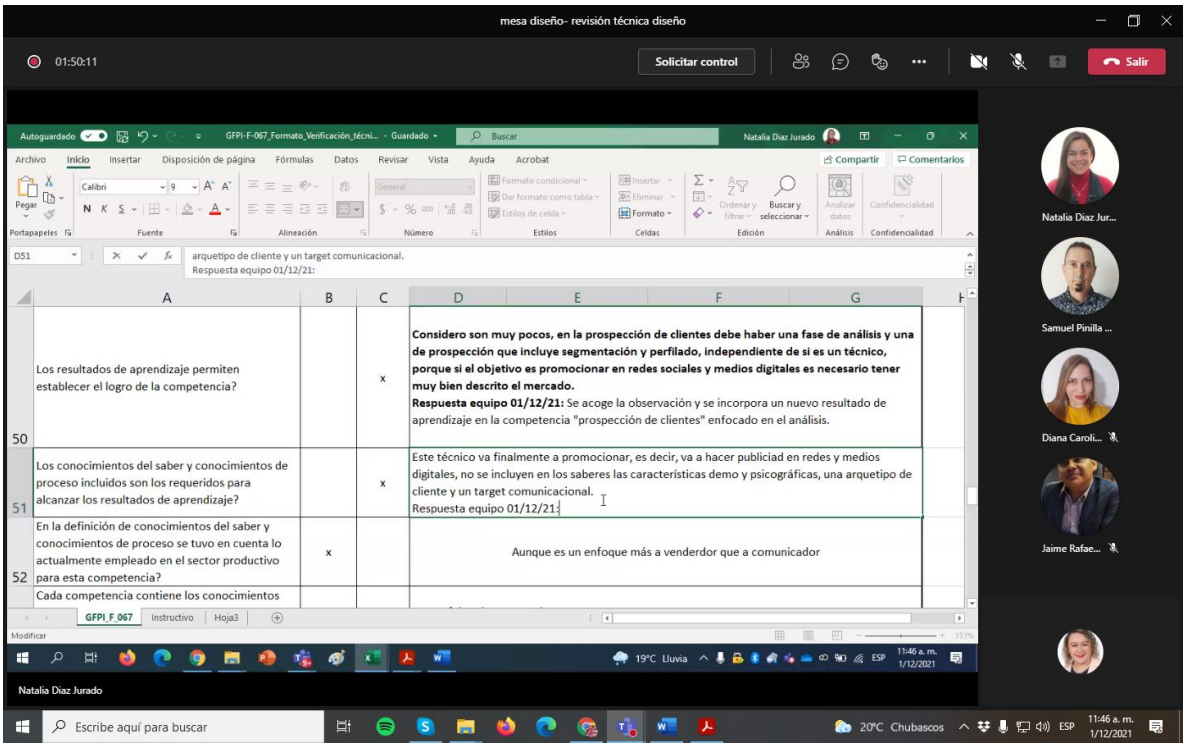

mesa diseño- revisión técnica diseño
48:59
Solicitar control
Salir
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Jaime Rafae...
Respuesta equipo 01/12/21: El concepto de brief no es utilizado al haber sido abordado en la competencia "elaboración de piezas graficas". Se encuentra presente en el primer resultado de aprendizaje de dicha competencia, tanto en en el conocimiento de proceso, conocimiento de saber y criterio de evaluación.
Los items relacionados a continuación deben ser verificados para cada una de las competencias que conforman el programa, se sugiere repetirlos tantas veces como competencias tenga el programa
NOMBRE DE LA COMPETENCIA:
Gestión de comunidades virtuales
3. COMPONENTES CURRICULARES DE LA COMPETENCIA
La duración estimada para el desarrollo de la competencia es la suficiente y necesaria para el logro de los resultados de aprendizaje?
Los resultados de aprendizaje son medibles, alcanzables verificables?
Falta un resultado relacionado con el brief
Respuesta equipo 01/12/21: El concepto de brief no es utilizado al haber sido abordado en la competencia "elaboración de piezas graficas". Se encuentra presente en el primer resultado de aprendizaje de dicha competencia, tanto en en el conocimiento de proceso, conocimiento de saber y criterio de evaluación.
Los resultados de aprendizaje permiten establecer el logro de la competencia?
Los conocimientos del saber y conocimientos de proceso incluidos son los requeridos para
GFPI_F_067
Instructivo
Hoja3
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
10:45 a. m.
1/12/2021

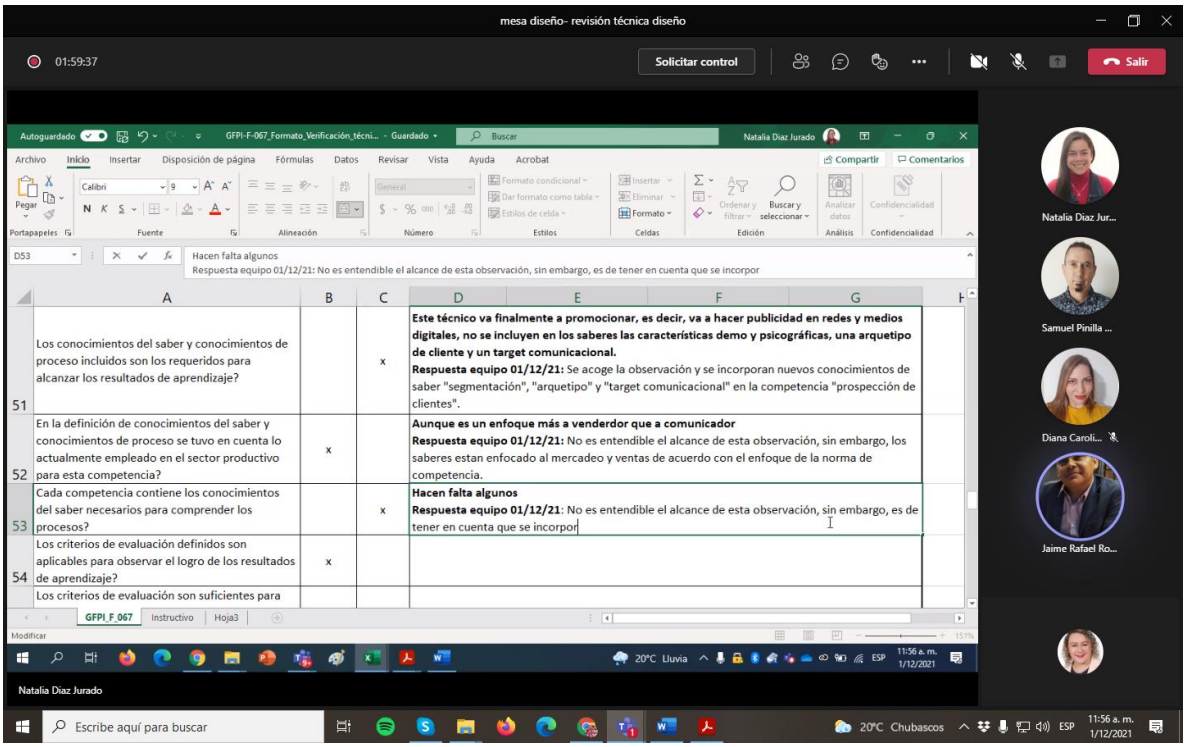


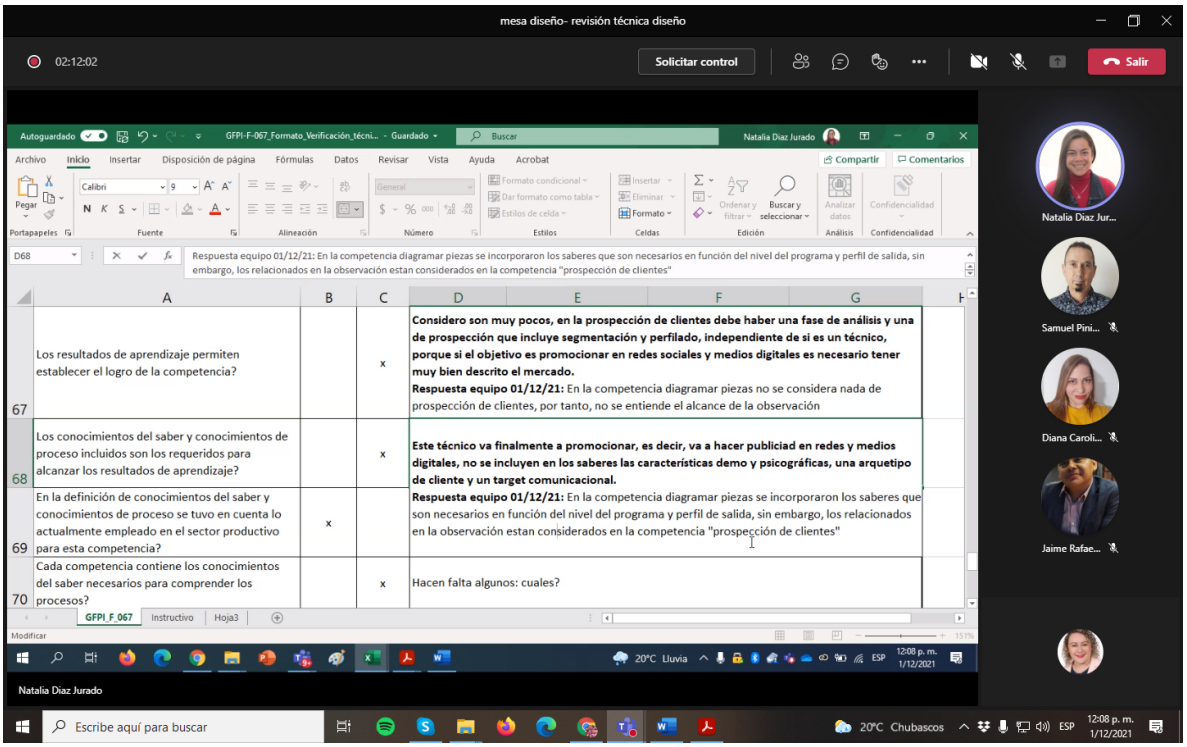
		divulgación, tipos de medios de salida
PERFIL DEL INSTRUCTOR	**Requisitos académicos del instructor:**	Título de Técnico Profesional en el núcleo básico de conocimiento: Artes plásticas, visuales y afines; o Diseño. (Ver anexo N.B.C) **Alternativa 1.** Título de Tecnólogo en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en Diseño. (Ver anexo N.B.C). **Alternativa 2.** Título Profesional universitario en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en: o diseño. (Ver anexo N.B.C).
	Experiencia laboral del instructor:	Treinta y seis (36) meses de experiencia relacionada distribuida así: Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida. **Alternativa 1.** Treinta (30) meses de experiencia relacionada distribuida así: Diez y ocho (18) meses relacionados con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en docencia **Alternativa 2**. Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada distribuidos así: Doce (12) meses estarán relacionados con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en labores de docencia.
Competencias del instructor:		**Competencias Comunes (Res. 1498 de 2017):** Orientación a resultados Orientación al usuario y al ciudadano Transparencia Compromiso con la Organización
REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS (Normas APA última versión)		Begoña, N. (2017). Fundamentos de la Publicidad. Primera Edición. Editorial Alfaomega. Moreno, R. (2021). Publicidad en Redes Sociales: Curso Práctico. Primera Edición. Rama Editorial.

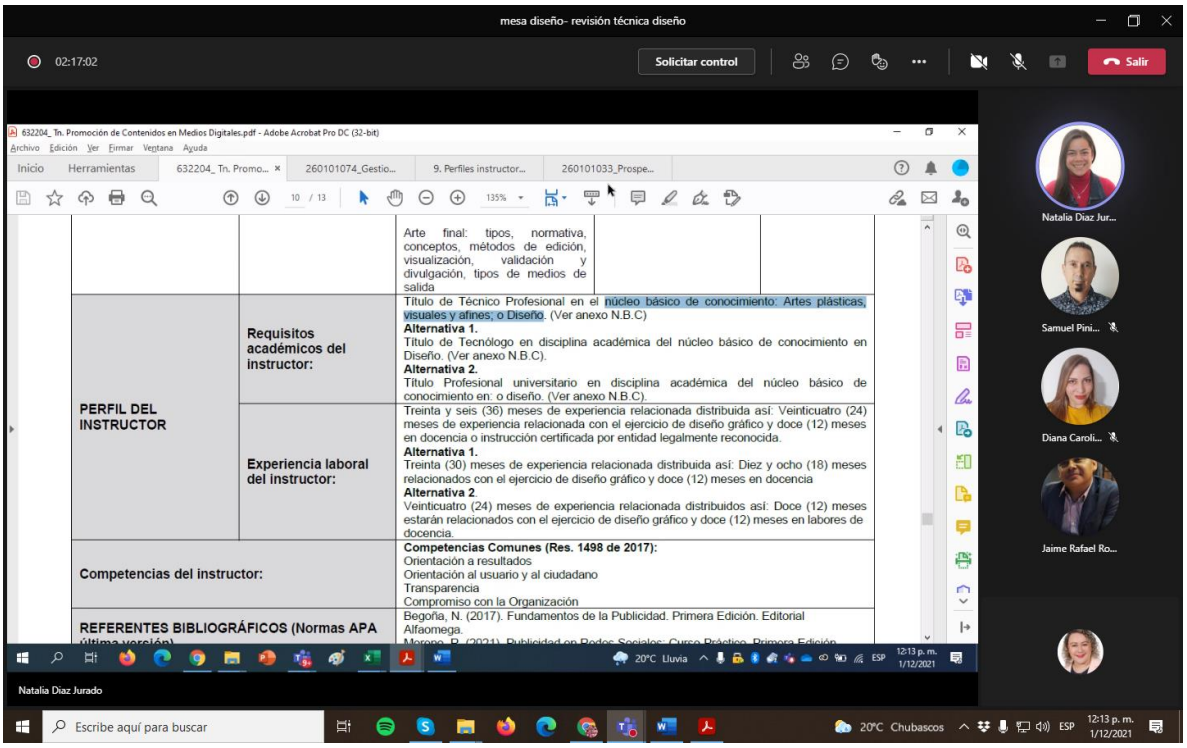


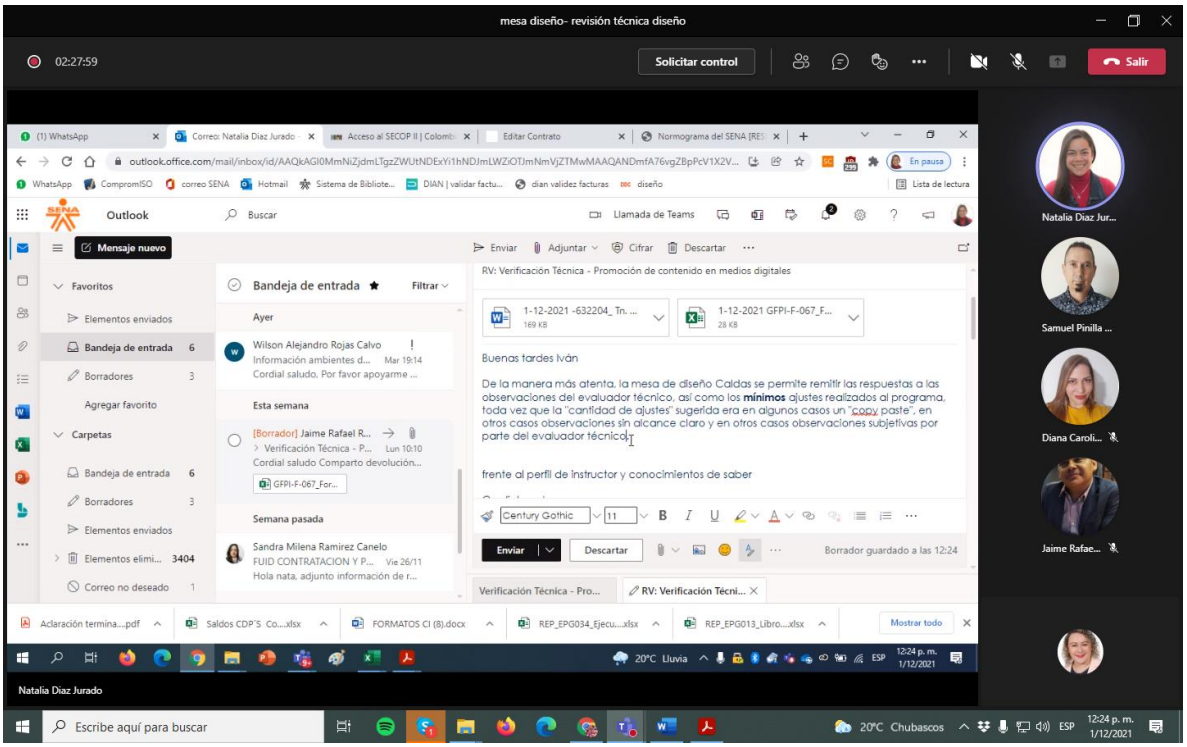
		Prospección: concepto, objetivos, métodos, procedimiento, herramientas y técnicas. Datos comerciales: características, tipos, técnicas de recolección y de análisis, leads, procedimiento de organización, metodologías e instrumentos de recolección, parámetros de calidad. Información: concepto, normatividad, habeas data, protección de datos, confidencialidad, tratamiento, uso, almacenamiento Sistemas de información: concepto, tecnologías, aplicación, técnicas de procesamiento de datos, técnicas de recolección de datos, parámetros de presentación de informes, técnicas de control. Producto y servicio: concepto, tipos, características, funcionalidad, diferencias Segmentación: concepto, importancia, macro segmentación, microsegmentación, técnicas y procedimientos.
		Plan de mercadeo: concepto, estructura, características,


mesa diseño- revisión técnica diseño
01:50:11
Solicitar control
Salir
GFPI-F-067_Formato_Verificación_técni... - Guardado
Natalia Diaz Jurado
D51
arquetipo de cliente y un target comunicacional.
Respuesta equipo 01/12/21:
Los resultados de aprendizaje permiten establecer el logro de la competencia?
Considero son muy pocos, en la prospección de clientes debe haber una fase de análisis y una de prospección que incluye segmentación y perfilado, independiente de si es un técnico, porque si el objetivo es promocionar en redes sociales y medios digitales es necesario tener muy bien descrito el mercado.
Respuesta equipo 01/12/21: Se acoge la observación y se incorpora un nuevo resultado de aprendizaje en la competencia "prospección de clientes" enfocado en el análisis.
Los conocimientos del saber y conocimientos de proceso incluidos son los requeridos para alcanzar los resultados de aprendizaje?
Este técnico va finalmente a promocionar, es decir, va a hacer publiciad en redes y medios digitales, no se incluyen en los saberes las características demo y psicográficas, una arquetipo de cliente y un target comunicacional.
Respuesta equipo 01/12/21:
En la definición de conocimientos del saber y conocimientos de proceso se tuvo en cuenta lo actualmente empleado en el sector productivo para esta competencia?
Aunque es un enfoque más a venderdor que a comunicador
Cada competencia contiene los conocimientos
GFPI_F_067
Instructivo
Hoja3
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
11:46 a. m.
1/12/2021
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Jaime Rafae...

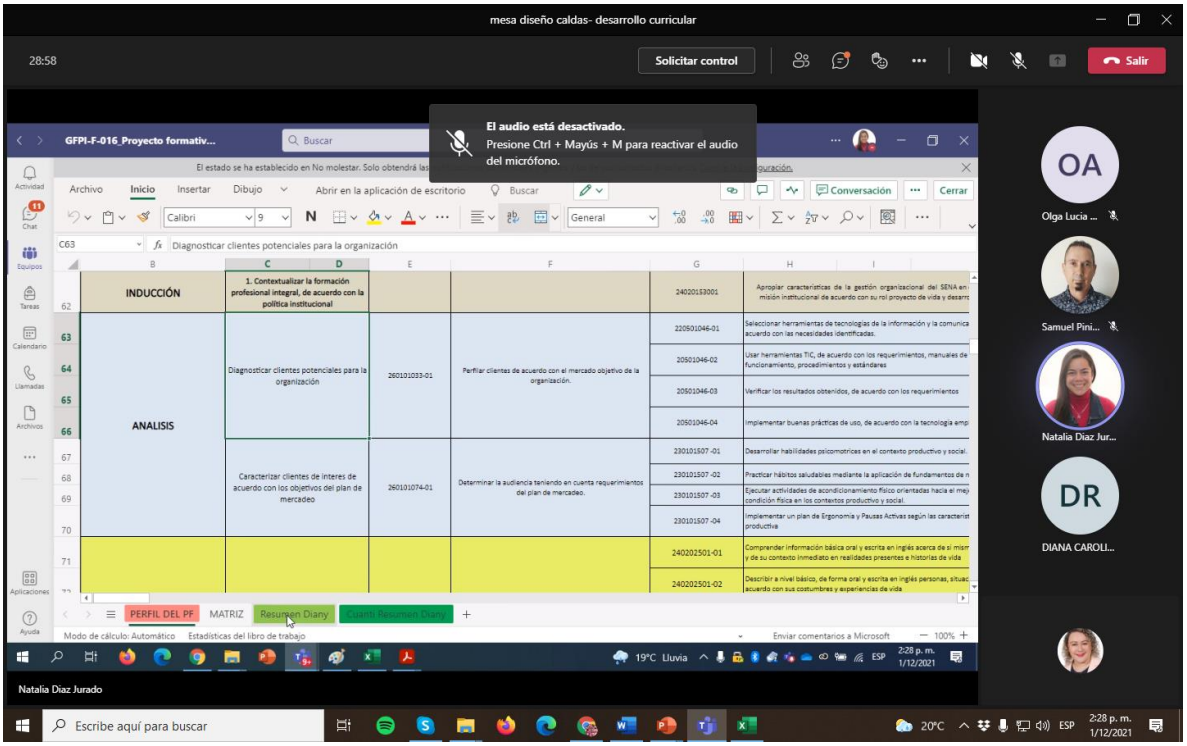

mesa diseño- revisión técnica diseño
01:59:37
Solicitar control
Salir
GFPI-F-067_Formato_Verificación_técni... - Guardado
Natalia Diaz Jurado
D53
Hacen falta algunos
Respuesta equipo 01/12/21: No es entendible el alcance de esta observación, sin embargo, es de tener en cuenta que se incorpor
Los conocimientos del saber y conocimientos de proceso incluidos son los requeridos para alcanzar los resultados de aprendizaje?
Este técnico va finalmente a promocionar, es decir, va a hacer publicidad en redes y medios digitales, no se incluyen en los saberes las características demo y psicográficas, una arquetipo de cliente y un target comunicacional.
Respuesta equipo 01/12/21: Se acoge la observación y se incorporan nuevos conocimientos de saber "segmentación", "arquetipo" y "target comunicacional" en la competencia "prospección de clientes".
En la definición de conocimientos del saber y conocimientos de proceso se tuvo en cuenta lo actualmente empleado en el sector productivo para esta competencia?
Aunque es un enfoque más a venderdor que a comunicador
Respuesta equipo 01/12/21: No es entendible el alcance de esta observación, sin embargo, los saberes estan enfocado al mercadeo y ventas de acuerdo con el enfoque de la norma de competencia.
Cada competencia contiene los conocimientos del saber necesarios para comprender los procesos?
Hacen falta algunos
Respuesta equipo 01/12/21: No es entendible el alcance de esta observación, sin embargo, es de tener en cuenta que se incorpor
Los criterios de evaluación definidos son aplicables para observar el logro de los resultados de aprendizaje?
Los criterios de evaluación son suficientes para
GFPI_F_067
Instructivo
Hoja3
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Lluvia
11:56 a. m.
1/12/2021
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Jaime Rafael Ro...

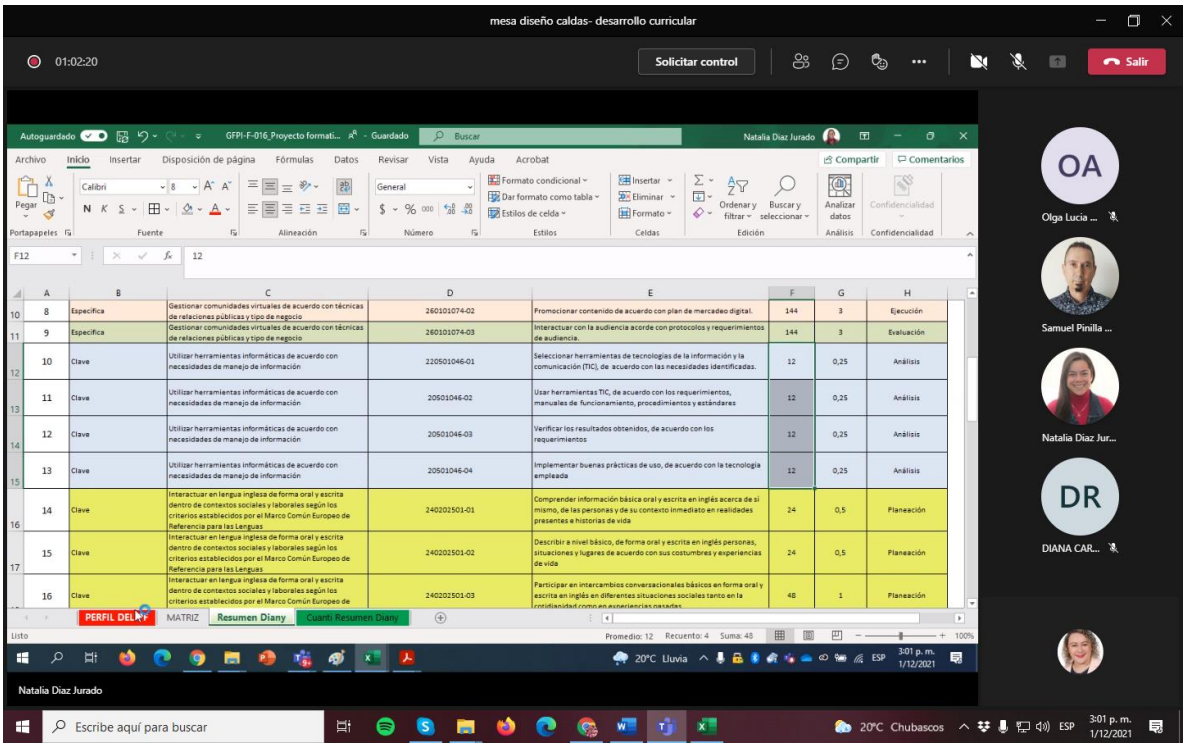

mesa diseño- revisión técnica diseño
02:12:02
Solicitar control
Salir
Natalia Diaz Jurado
Respuesta equipo 01/12/21: En la competencia diagramar piezas se incorporaron los saberes que son necesarios en función del nivel del programa y perfil de salida, sin embargo, los relacionados en la observación estan considerados en la competencia "prospección de clientes"
Los resultados de aprendizaje permiten establecer el logro de la competencia? x Considero son muy pocos, en la prospección de clientes debe haber una fase de análisis y una de prospección que incluye segmentación y perfilado, independiente de si es un técnico, porque si el objetivo es promocionar en redes sociales y medios digitales es necesario tener muy bien descrito el mercado. Respuesta equipo 01/12/21: En la competencia diagramar piezas no se considera nada de prospección de clientes, por tanto, no se entiende el alcance de la observación
Los conocimientos del saber y conocimientos de proceso incluidos son los requeridos para alcanzar los resultados de aprendizaje? x Este técnico va finalmente a promocionar, es decir, va a hacer publiciad en redes y medios digitales, no se incluyen en los saberes las características demo y psicográficas, una arquetipo de cliente y un target comunicacional.
En la definición de conocimientos del saber y conocimientos de proceso se tuvo en cuenta lo actualmente empleado en el sector productivo para esta competencia? x Respuesta equipo 01/12/21: En la competencia diagramar piezas se incorporaron los saberes que son necesarios en función del nivel del programa y perfil de salida, sin embargo, los relacionados en la observación estan considerados en la competencia "prospección de clientes"
Cada competencia contiene los conocimientos del saber necesarios para comprender los procesos? x Hacen falta algunos: cuales?
GFPI_F_067
Instructivo
Hoja3
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
12:08 p. m. 1/12/2021

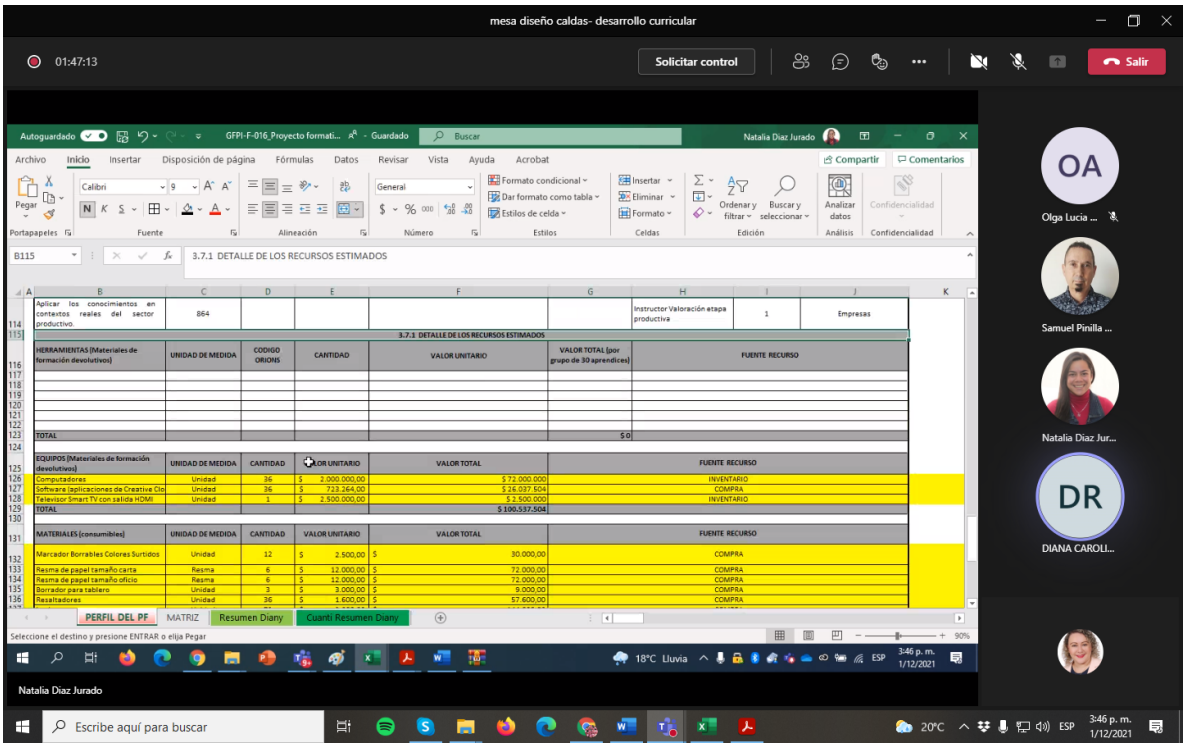

mesa diseño- revisión técnica diseño
02:17:02
Solicitar control
Salir
632204_ Tn. Promoción de Contenidos en Medios Digitales.pdf - Adobe Acrobat Pro DC (32-bit)
Arte final: tipos, normativa, conceptos, métodos de edición, visualización, validación y divulgación, tipos de medios de salida
PERFIL DEL INSTRUCTOR
Requisitos académicos del instructor: Título de Técnico Profesional en el núcleo básico de conocimiento: Artes plásticas, visuales y afines; o Diseño. (Ver anexo N.B.C) Alternativa 1. Título de Tecnólogo en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en Diseño. (Ver anexo N.B.C). Alternativa 2. Título Profesional universitario en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en: o diseño. (Ver anexo N.B.C).
Experiencia laboral del instructor: Treinta y seis (36) meses de experiencia relacionada distribuida así: Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida. Alternativa 1. Treinta (30) meses de experiencia relacionada distribuida así: Diez y ocho (18) meses relacionados con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en docencia Alternativa 2. Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada distribuidos así: Doce (12) meses estarán relacionados con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en labores de docencia.
Competencias del instructor: Competencias Comunes (Res. 1498 de 2017): Orientación a resultados Orientación al usuario y al ciudadano Transparencia Compromiso con la Organización
REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS (Normas APA última versión): Begoña, N. (2017). Fundamentos de la Publicidad. Primera Edición. Editorial Alfaomega.
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
12:13 p. m. 1/12/2021

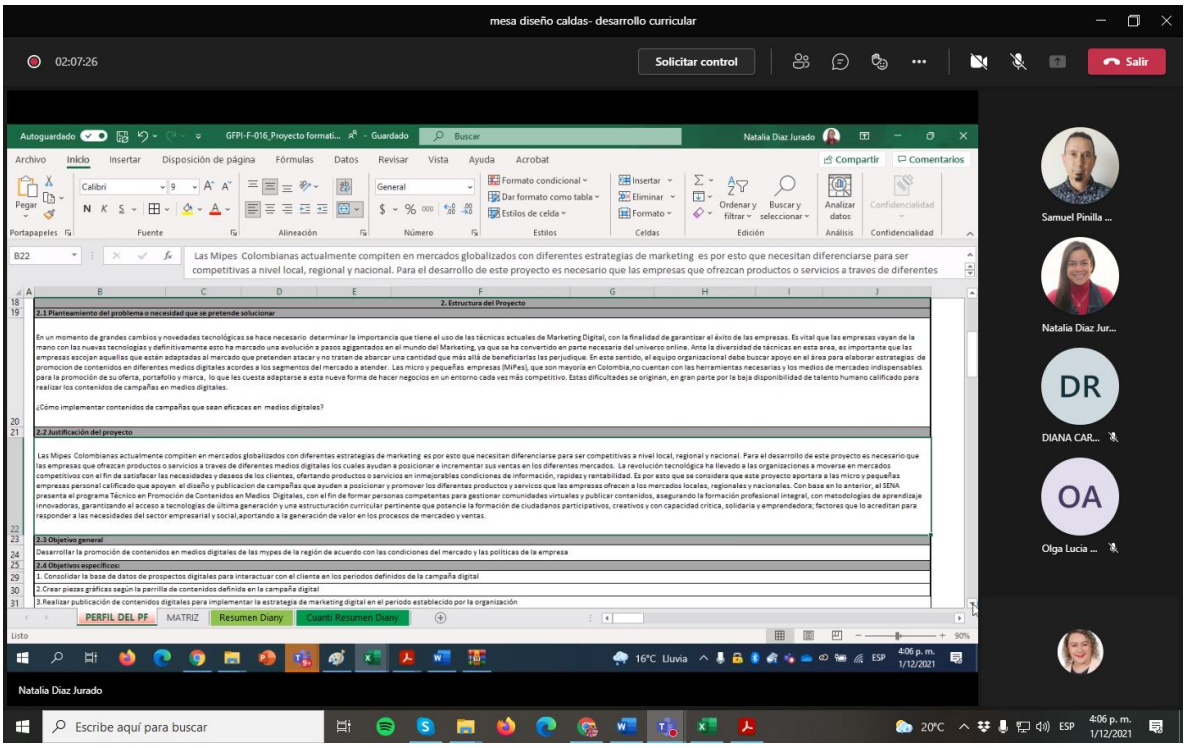

mesa diseño- revisión técnica diseño
02:27:59
Solicitar control
Salir
Outlook
Buscar
Llamada de Teams
Mensaje nuevo
Enviar
Adjuntar
Cifrar
Descartar
Favoritos
Elementos enviados
Bandeja de entrada 6
Borradores 3
Agregar favorito
Carpetas
Bandeja de entrada 6
Borradores 3
Elementos enviados
Elementos elimi... 3404
Correo no deseado 1
Bandeja de entrada
Filtrar
Ayer
Wilson Alejandro Rojas Calvo
Información ambientes d... Mar 19:14
Cordial saludo. Por favor apoyarme ...
Esta semana
[Borrador] Jaime Rafael R... Lun 10:10
Verificación Técnica - P...
Cordial saludo Comparto devolución...
GFPI-F-067_For...
Semana pasada
Sandra Milena Ramirez Canelo
FUID CONTRATACION Y P... Vie 26/11
Hola nata, adjunto información de r...
RV: Verificación Técnica - Promoción de contenido en medios digitales
1-12-2021 -632204_ Tn. ... 169 KB
1-12-2021 GFPI-F-067_F... 28 KB
Buenas tardes Iván
De la manera más atenta, la mesa de diseño Caldas se permite remitir las respuestas a las observaciones del evaluador técnico, así como los mínimos ajustes realizados al programa, toda vez que la "cantidad de ajustes" sugerida era en algunos casos un "copy paste", en otros casos observaciones sin alcance claro y en otros casos observaciones subjetivas por parte del evaluador técnico.
frente al perfil de instructor y conocimientos de saber
Century Gothic
11
Enviar
Descartar
Borrador guardado a las 12:24
Verificación Técnica - Pro...
RV: Verificación Técni...
Aclaración termina....pdf
Saldos CDP´S Co....xlsx
FORMATOS CI (8).docx
REP_EPG034_Ejecu....xlsx
REP_EPG013_Libro....xlsx
Mostrar todo
Natalia Diaz Jurado
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Jaime Rafae...
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
ESP
12:24 p. m.
1/12/2021

DICIEMBRE 1:

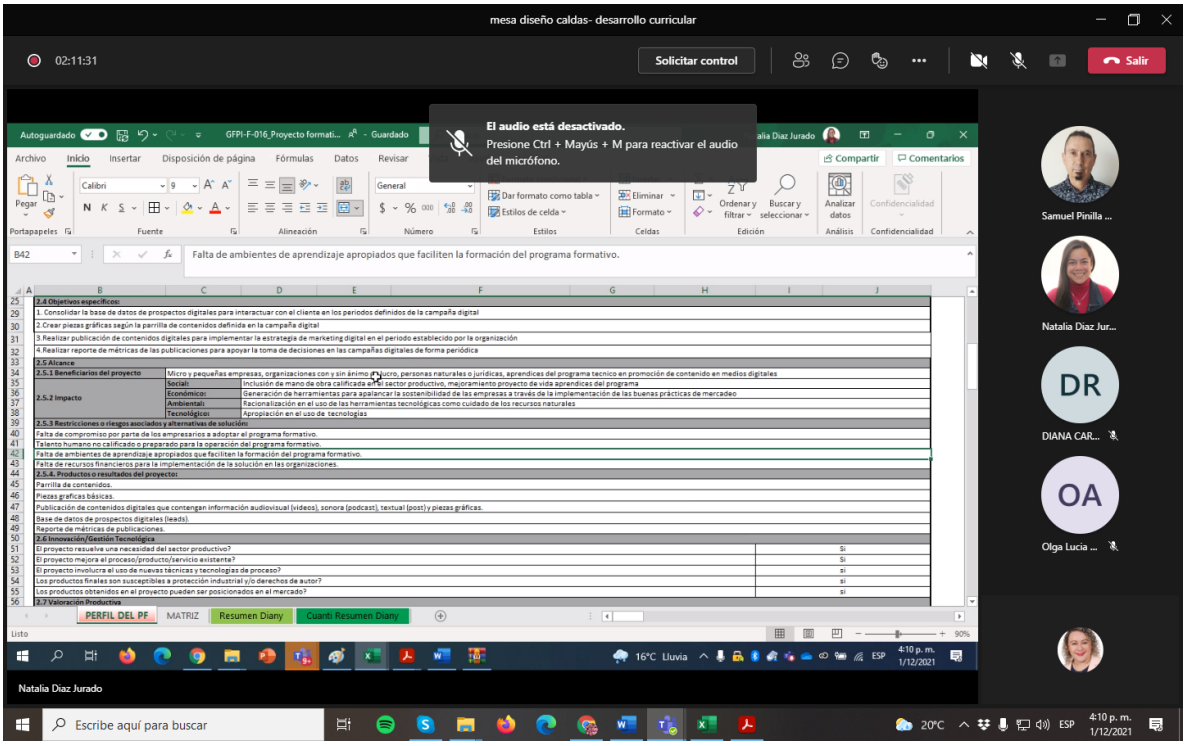

mesa diseño caldas- desarrollo curricular
28:58
Solicitar control
Salir
El audio está desactivado.
Presione Ctrl + Mayús + M para reactivar el audio del micrófono.
GFPI-F-016_Proyecto formativ...
Archivo
Inicio
Insertar
Dibujo
Abrir en la aplicación de escritorio
Buscar
Conversación
Cerrar
Calibri
9
General
C63
Diagnosticar clientes potenciales para la organización
INDUCCIÓN
1. Contextualizar la formación profesional integral, de acuerdo con la política institucional
ANALISIS
Diagnosticar clientes potenciales para la organización
260101033-01
Perfilar clientes de acuerdo con el mercado objetivo de la organización.
Caracterizar clientes de interes de acuerdo con los objetivos del plan de mercadeo
260101074-01
Determinar la audiencia teniendo en cuenta requerimientos del plan de mercadeo.
PERFIL DEL PF
MATRIZ
Resumen Diany
Cuanti Resumen Diany
Natalia Diaz Jurado
OA
Olga Lucia ...
Samuel Pini...
Natalia Diaz Jur...
DR
DIANA CAROLI...
Escribe aquí para buscar
19°C Lluvia
20°C
ESP
2:28 p. m.
1/12/2021

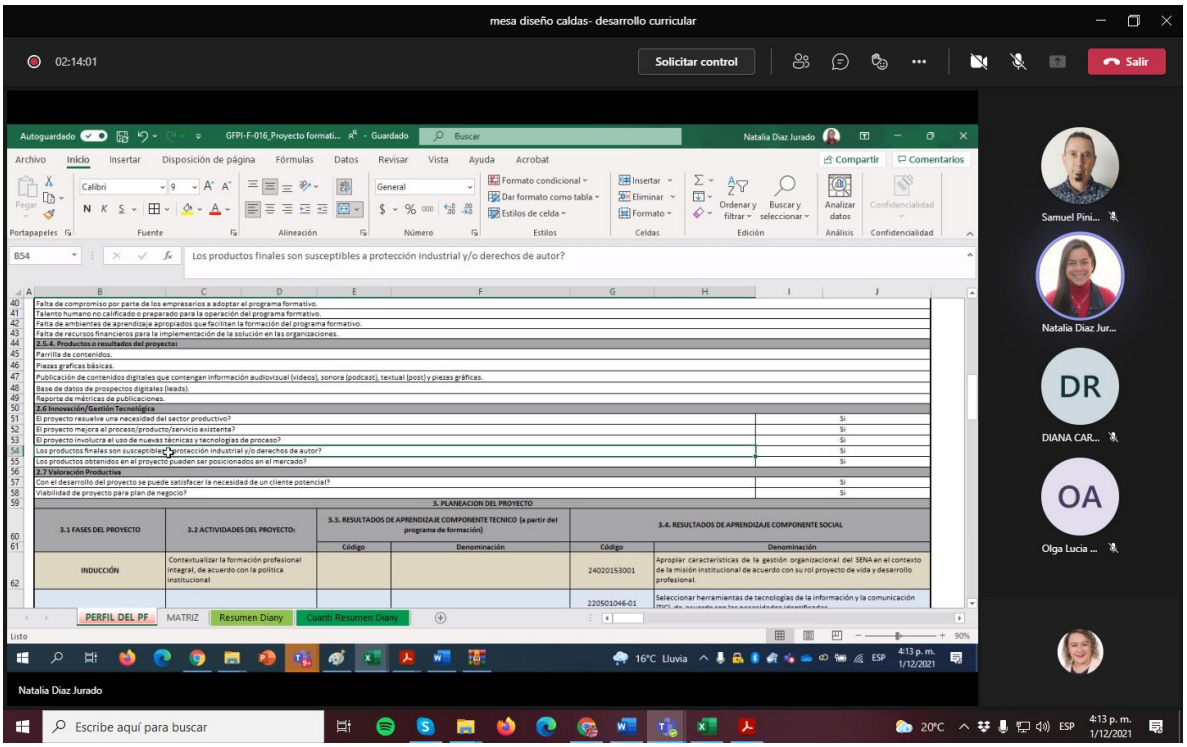

mesa diseño caldas- desarrollo curricular
01:02:20
Solicitar control
Salir
GFPI-F-016_Proyecto formati... - Guardado
Natalia Diaz Jurado
PERFIL DEL PF
MATRIZ
Resumen Diany
Cuanti Resumen Diany
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
3:01 p. m.
1/12/2021
OA
Olga Lucia ...
Samuel Pinilla ...
Natalia Diaz Jur...
DR
DIANA CAR...

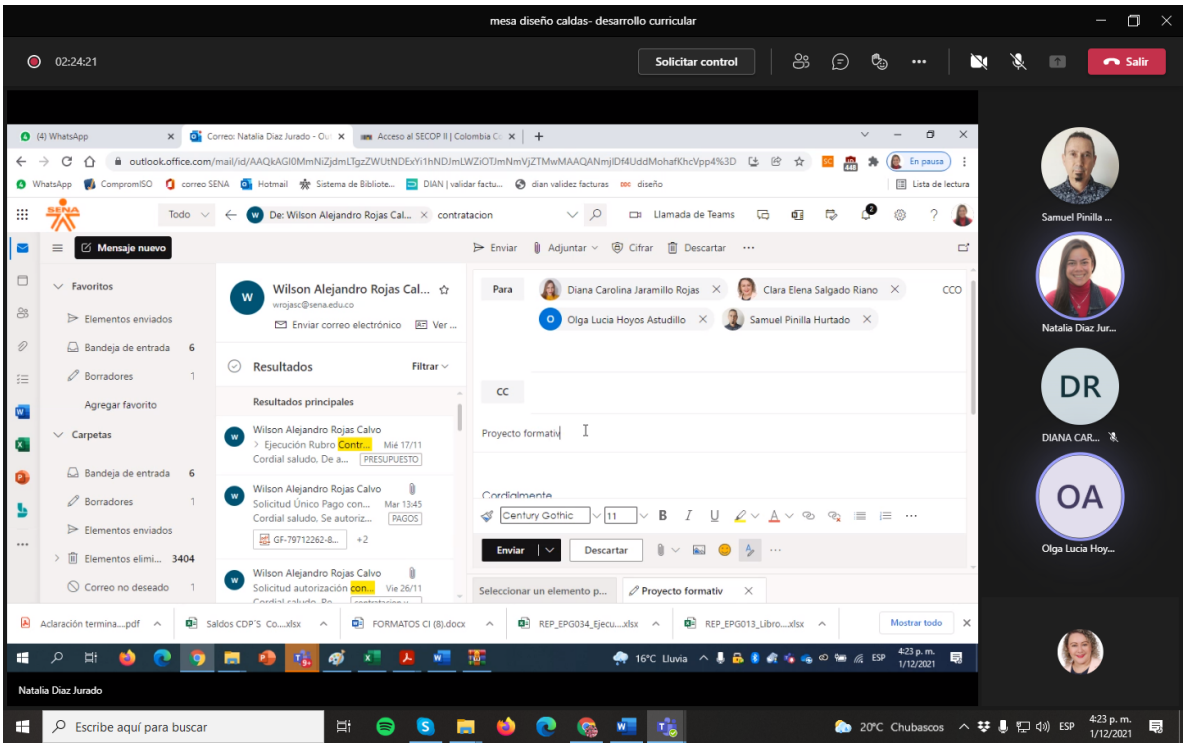

mesa diseño caldas- desarrollo curricular
01:47:13
Solicitar control
Salir
GFPI-F-016_Proyecto formati... - Guardado
Natalia Diaz Jurado
3.7.1 DETALLE DE LOS RECURSOS ESTIMADOS
PERFIL DEL PF
MATRIZ
Resumen Diany
Cuanti Resumen Diany
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
18°C Lluvia
3:46 p. m.
1/12/2021
OA
Olga Lucia ...
Samuel Pinilla ...
Natalia Diaz Jur...
DR
DIANA CAROLI...

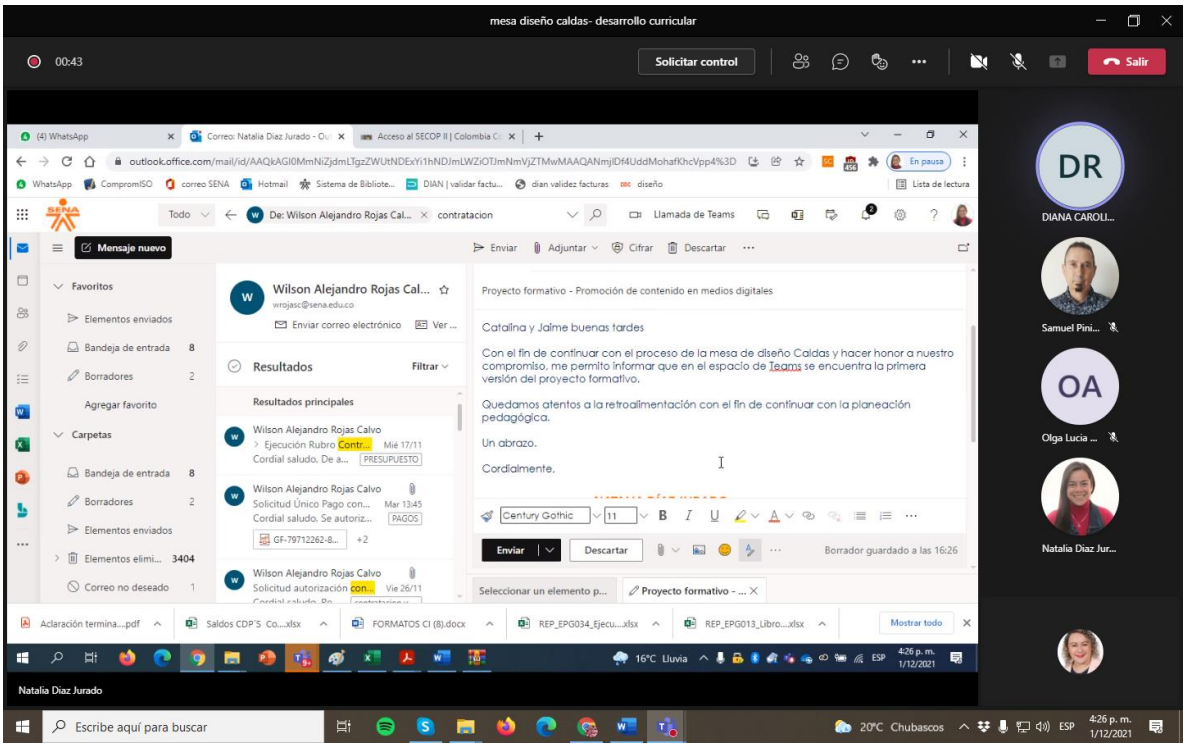

mesa diseño caldas- desarrollo curricular
02:07:26
Solicitar control
Salir
GFPI-F-016_Proyecto formati... - Guardado
Natalia Diaz Jurado
Las Mipes Colombianas actualmente compiten en mercados globalizados con diferentes estrategias de marketing es por esto que necesitan diferenciarse para ser competitivas a nivel local, regional y nacional. Para el desarrollo de este proyecto es necesario que las empresas que ofrezcan productos o servicios a traves de diferentes
2. Estructura del Proyecto
2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar
En un momento de grandes cambios y novedades tecnológicas se hace necesario determinar la importancia que tiene el uso de las técnicas actuales de Marketing Digital, con la finalidad de garantizar el éxito de las empresas. Es vital que las empresas vayan de la mano con las nuevas tecnologías y definitivamente esto ha marcado una evolución a pasos aggantados en el mundo del Marketing, ya que se ha convertido en parte necesaria del universo online. Ante la diversidad de técnicas en esta area, es importante que las empresas escojan aquellas que estén adaptadas al mercado que pretenden atacar y no traten de abarcar una cantidad que más allá de beneficiarlas las perjudique. En este sentido, el equipo organizacional debe buscar apoyo en el área para elaborar estrategias de promocion de contenidos en diferentes medios digitales acordes a los segmentos del mercado a atender. Las micro y pequeñas empresas (MIPes), que son mayoria en Colombia,no cuentan con las herramientas necesarias y los medios de mercadeo indispensables para la promoción de su oferta, portafolio y marca, lo que les cuesta adaptarse a este nueva forma de hacer negocios en un entorno cada vez más competitivo. Estas dificultades se originan, en gran parte por la baja disponibilidad de talento humano calificado para realizar los contenidos de campañas en medios digitales.
¿Cómo implementar contenidos de campañas que sean eficaces en medios digitales?
2.2 Justificación del proyecto
Las Mipes Colombianas actualmente compiten en mercados globalizados con diferentes estrategias de marketing es por esto que necesitan diferenciarse para ser competitivas a nivel local, regional y nacional. Para el desarrollo de este proyecto es necesario que las empresas que ofrezcan productos o servicios a traves de diferentes medios digitales los cuales ayudan a posicionar e incrementar sus ventas en los diferentes mercados. La revolución tecnológica ha llevado a las organizaciones a moverse en mercados competitivos con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ofertando productos o servicios en inmejorables condiciones de información, rapidez y rentabilidad. Es por esto que se considera que este proyecto aportara a las micro y pequeñas empresas personal calificado que apoyen el diseño y publicacion de campañas que ayuden a posicionar y promover los diferentes productos y servicos que las empresas ofrecen a los mercados locales, regionales y nacionales. Con base en lo anterior, el SENA presenta el programa Técnico en Promoción de Contenidos en Medios Digitales, con el fin de formar personas competentes para gestionar comunidades virtuales y publicar contenidos, asegurando la formación profesional integral, con metodologias de aprendizaje innovadoras, garantizando el acceso a tecnologias de última generación y una estructuración curricular pertinente que potencia la formación de ciudadanos participativos, creativos y con capacidad critica, solidaria y emprendedora; factores que lo acreditan para responder a las necesidades del sector empresarial y social, aportando a la generación de valor en los procesos de mercadeo y ventas.
2.3 Objetivo general
Desarrollar la promoción de contenidos en medios digitales de las mypes de la región de acuerdo con las condiciones del mercado y las políticas de la empresa
2.4 Objetivos especificos:
1. Consolidar la base de datos de prospectos digitales para interactuar con el cliente en los periodos definidos de la campaña digital
2. Crear piezas gráficas según la parrilla de contenidos definida en la campaña digital
3. Realizar publicación de contenidos digitales para implementar la estrategia de marketing digital en el periodo establecido por la organización
PERFIL DEL PF
MATRIZ
Resumen Diany
Cuanti Resumen Diany
Listo
Samuel Pinilla ...
Natalia Diaz Jur...
DIANA CAR...
Olga Lucia ...
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C
ESP
4:06 p. m.
1/12/2021

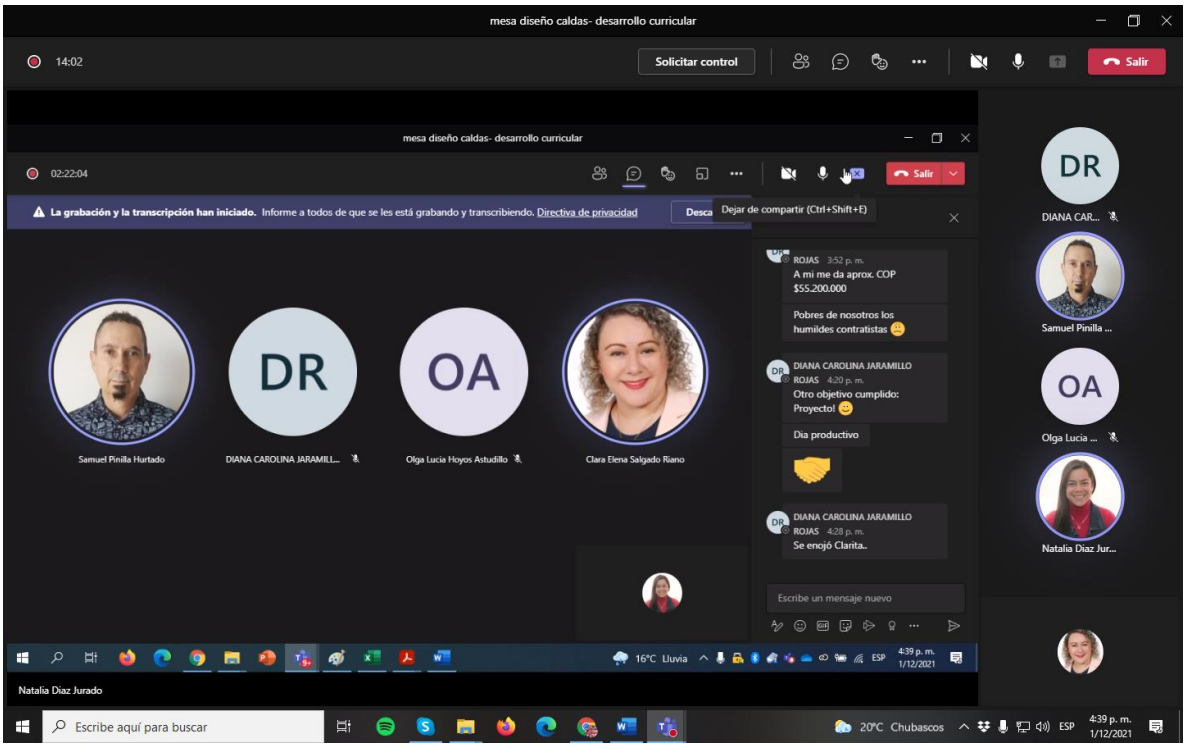
`


mesa diseño caldas- desarrollo curricular
02:11:31
Solicitar control
Salir
El audio está desactivado.
Presione Ctrl + Mayús + M para reactivar el audio del micrófono.
Falta de ambientes de aprendizaje apropiados que faciliten la formación del programa formativo.
2.4 Objetivos especificos:
1. Consolidar la base de datos de prospectos digitales para interactuar con el cliente en los periodos definidos de la campaña digital
2. Crear piezas gráficas según la parrilla de contenidos definida en la campaña digital
3. Realizar publicación de contenidos digitales para implementar la estrategia de marketing digital en el periodo establecido por la organización
4. Realizar reporte de métricas de las publicaciones para apoyar la toma de decisiones en las campañas digitales de forma periódica
2.5 Alcance
2.5.1 Beneficiarios del proyecto: Micro y pequeñas empresas, organizaciones con y sin ánimo de lucro, personas naturales o jurídicas, aprendices del programa tecnico en promoción de contenido en medios digitales
2.5.2 Impacto
Social: Inclusión de mano de obra calificada en el sector productivo, mejoramiento proyecto de vida aprendices del programa
Económico: Generación de herramientas para apalancar la sostenibilidad de las empresas a través de la implementación de las buenas prácticas de mercadeo
Ambiental: Racionalización en el uso de las herramientas tecnológicas como cuidado de los recursos naturales
Tecnológico: Apropiación en el uso de tecnologías
2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución:
Falta de compromiso por parte de los empresarios a adoptar el programa formativo.
Talento humano no calificado o preparado para la operacion del programa formativo.
Falta de ambientes de aprendizaje apropiados que faciliten la formación del programa formativo.
Falta de recursos financieros para la implementación de la solución en las organizaciones.
2.5.4. Productos o resultados del proyecto:
Parrilla de contenidos.
Piezas graficas básicas.
Publicación de contenidos digitales que contengan información audiovisual (videos), sonora (podcast), textual (post) y piezas gráficas.
Base de datos de prospectos digitales (leads).
Reporte de métricas de publicaciones.
2.6 Innovación/Gestión Tecnológica
El proyecto resuelve una necesidad del sector productivo? Si
El proyecto mejora el proceso/producto/servicio existente? Si
El proyecto involucra el uso de nuevas técnicas y tecnologías de proceso? si
Los productos finales son susceptibles a protección industrial y/o derechos de autor? si
Los productos obtenidos en el proyecto pueden ser posicionados en el mercado? si
2.7 Valoración Productiva
PERFIL DEL PF
MATRIZ
Resumen Diany
Cuanti Resumen Diany
Listo
Samuel Pinilla ...
Natalia Diaz Jur...
DIANA CAR...
Olga Lucia ...
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C
ESP
4:10 p. m.
1/12/2021

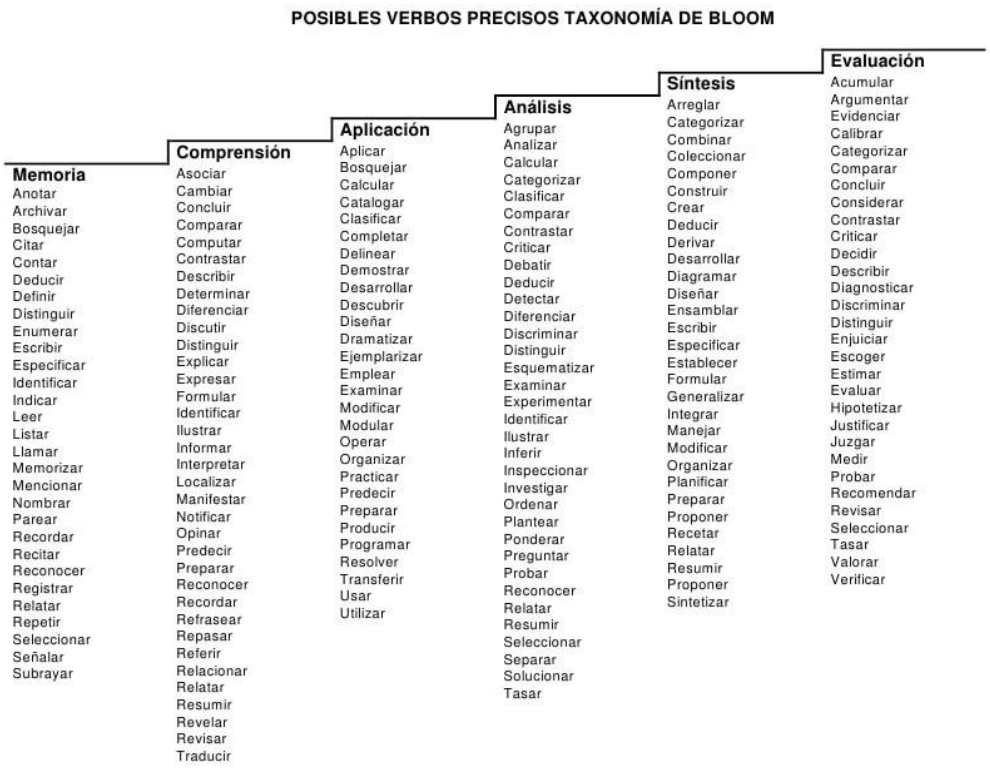

mesa diseño caldas- desarrollo curricular
02:14:01
Solicitar control
Salir
Samuel Pini...
Natalia Diaz Jur...
DIANA CAR...
Olga Lucia ...
Los productos finales son susceptibles a protección industrial y/o derechos de autor?
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
4:13 p. m.
1/12/2021


mesa diseño caldas- desarrollo curricular
02:24:21
Solicitar control
Salir
Samuel Pinilla ...
Natalia Diaz Jur...
DIANA CAR...
Olga Lucia Hoy...
Mensaje nuevo
Wilson Alejandro Rojas Cal...
Diana Carolina Jaramillo Rojas
Clara Elena Salgado Riano
Olga Lucia Hoyos Astudillo
Samuel Pinilla Hurtado
Proyecto formativ
Enviar
Descartar
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
4:23 p. m.
1/12/2021


mesa diseño caldas- desarrollo curricular
00:43
Solicitar control
Salir
Mensaje nuevo
Favoritos
Elementos enviados
Bandeja de entrada 8
Borradores 2
Agregar favorito
Carpetas
Bandeja de entrada 8
Borradores 2
Elementos enviados
Elementos elimi... 3404
Correo no deseado 1
Wilson Alejandro Rojas Cal...
wrojasc@sena.edu.co
Enviar correo electrónico
Resultados
Filtrar
Resultados principales
Wilson Alejandro Rojas Calvo
Ejecución Rubro Contr... Mié 17/11
Cordial saludo. De a... PRESUPUESTO
Wilson Alejandro Rojas Calvo
Solicitud Único Pago con... Mar 13:45
Cordial saludo. Se autoriz... PAGOS
GF-79712262-8... +2
Wilson Alejandro Rojas Calvo
Solicitud autorización con... Vie 26/11
Proyecto formativo - Promoción de contenido en medios digitales
Catalina y Jaime buenas tardes
Con el fin de continuar con el proceso de la mesa de diseño Caldas y hacer honor a nuestro compromiso, me permito informar que en el espacio de Teams se encuentra la primera versión del proyecto formativo.
Quedamos atentos a la retroalimentación con el fin de continuar con la planeación pedagógica.
Un abrazo.
Cordialmente,
Century Gothic
11
Enviar
Descartar
Borrador guardado a las 16:26
Seleccionar un elemento p...
Proyecto formativo - ...
Aclaración termina....pdf
Saldos CDP'S Co....xlsx
FORMATOS CI (8).docx
REP_EPG034_Ejecu....xlsx
REP_EPG013_Libro....xlsx
Mostrar todo
16°C Lluvia
ESP
4:26 p. m.
1/12/2021
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
DR
DIANA CAROLI...
Samuel Pini...
OA
Olga Lucia ...
Natalia Diaz Jur...


mesa diseño caldas- desarrollo curricular
14:02
Solicitar control
Salir
02:22:04
La grabación y la transcripción han iniciado. Informe a todos de que se les está grabando y transcribiendo. Directiva de privacidad
Dejar de compartir (Ctrl+Shift+E)
Samuel Pinilla Hurtado
DIANA CAROLINA JARAMILL...
Olga Lucia Hoyos Astudillo
Clara Elena Salgado Riano
ROJAS 3:52 p. m.
A mi me da aprox. COP $55.200.000
Pobres de nosotros los humildes contratistas
DIANA CAROLINA JARAMILLO ROJAS 4:20 p. m.
Otro objetivo cumplido: Proyecto!
Dia productivo
DIANA CAROLINA JARAMILLO ROJAS 4:28 p. m.
Se enojó Clarita..
Escribe un mensaje nuevo
16°C Lluvia
ESP
4:39 p. m.
1/12/2021
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
20°C Chubascos
DR
DIANA CAR...
Samuel Pinilla ...
OA
Olga Lucia ...
Natalia Diaz Jur...

DICIEMBRE 6:



Ideas:

Cognitiva: Apropiar los conceptos generales de mercadeo utilizando las TIC como herramientas para el diagnostico

Definir los sistemas de información

Procedimental:

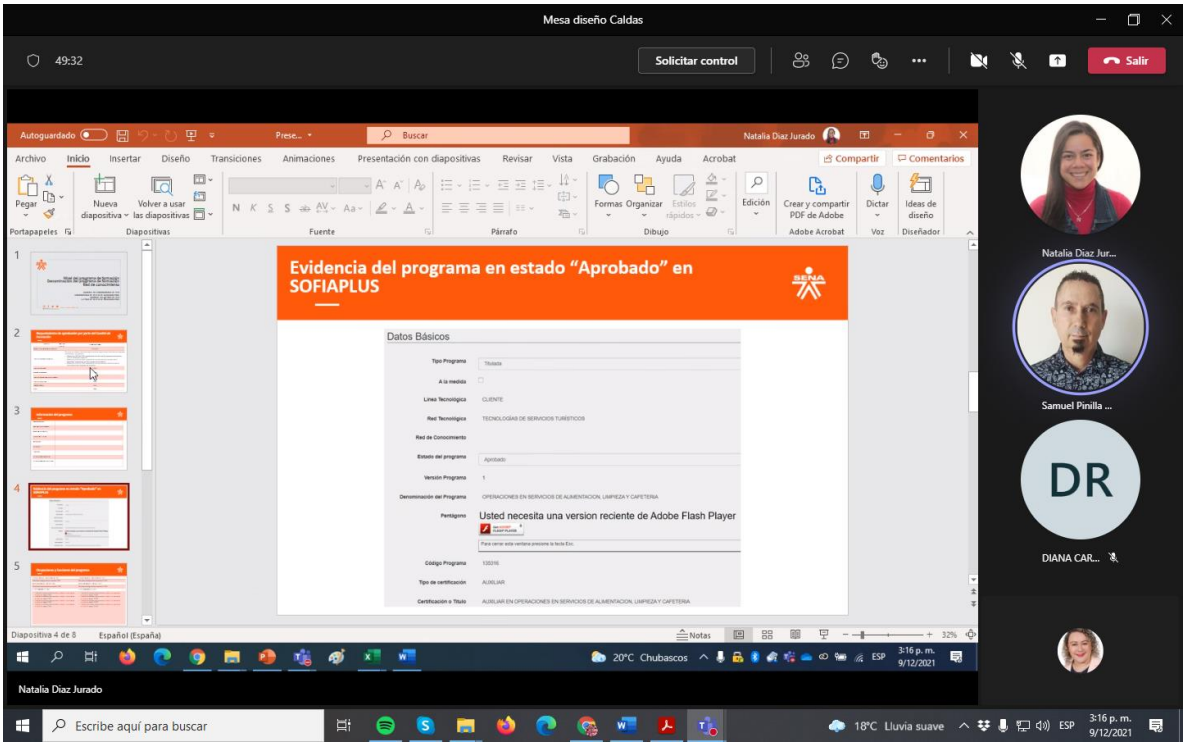
Definir clientes utilizando las TIC

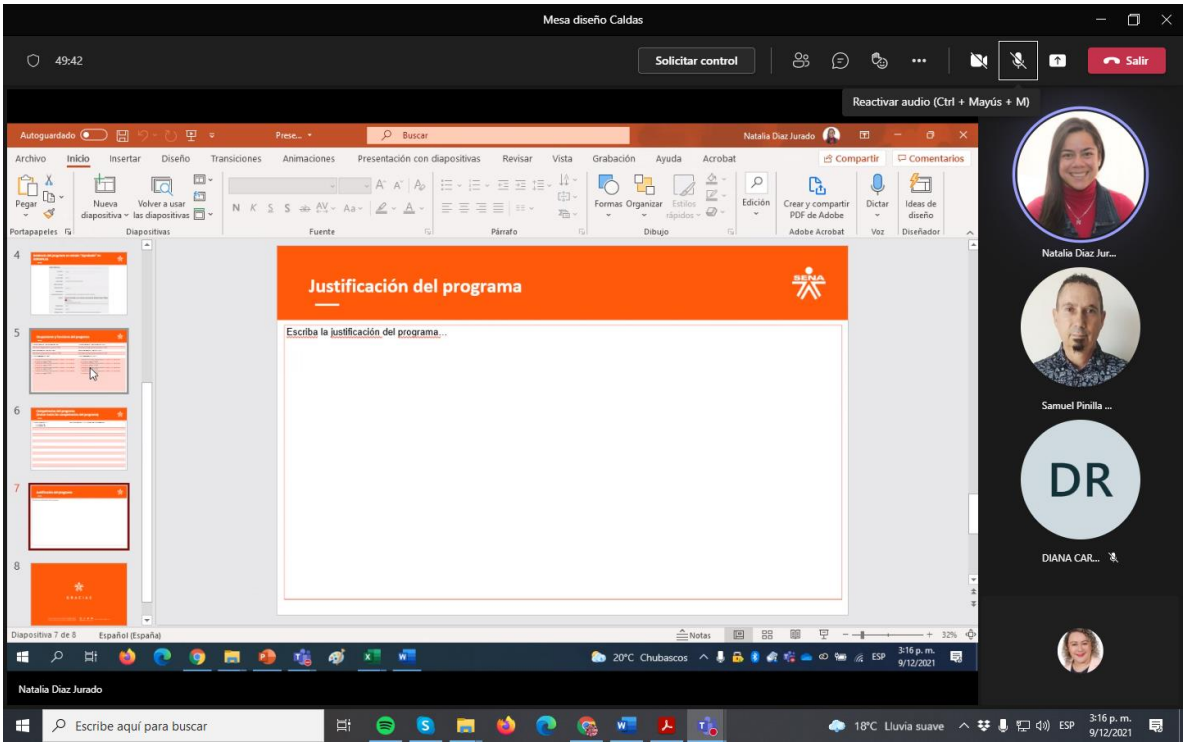
Diseñar la segmentación de clientes

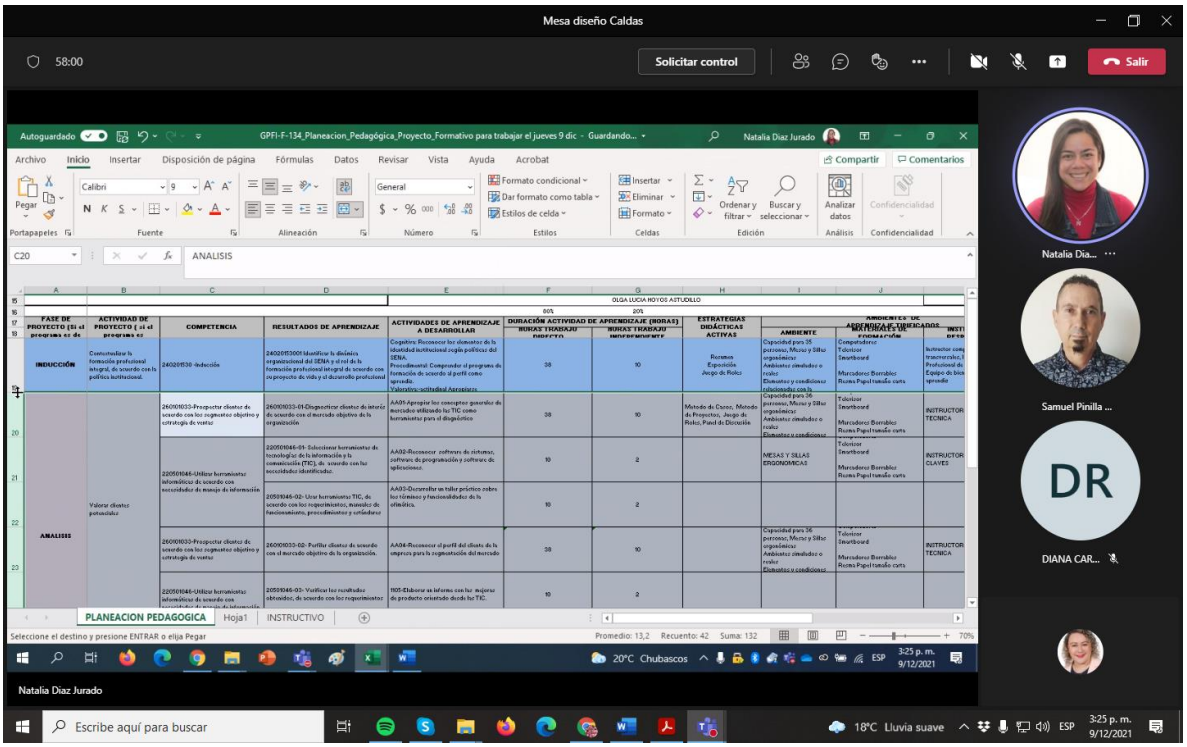
Valorativa-actitudinal:

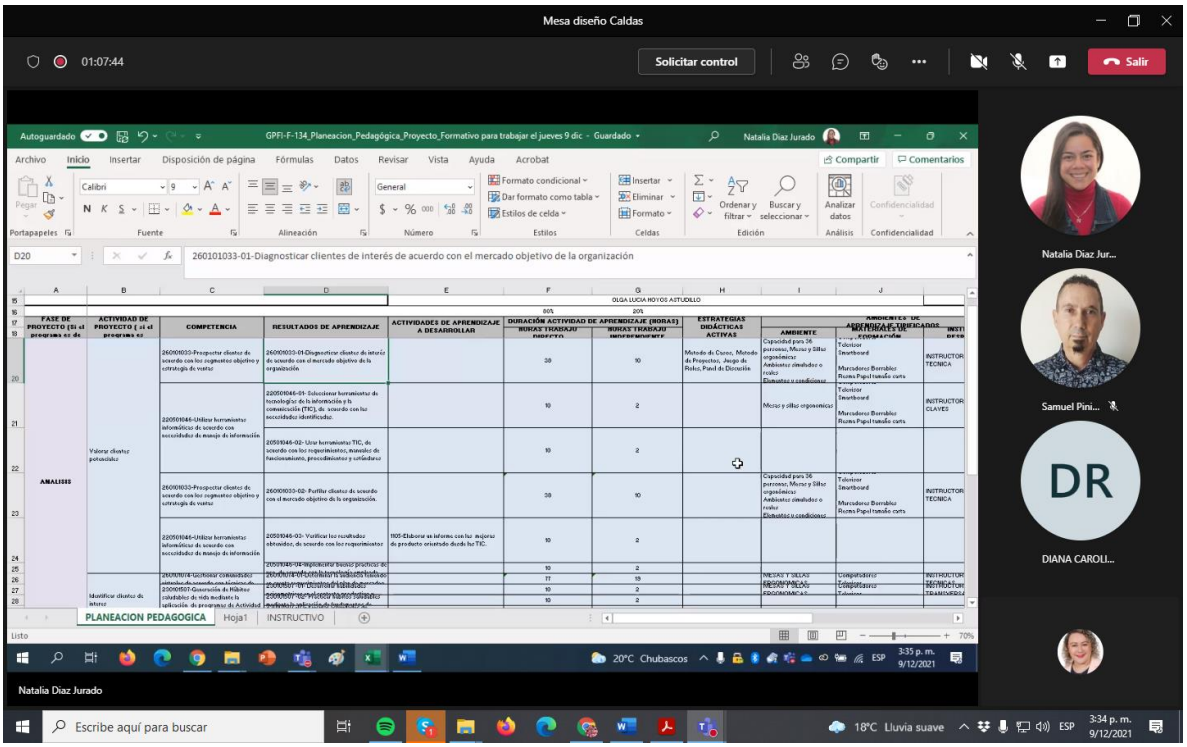
Reconocer el perfil del cliente de la empresa para la segmentación del mercado

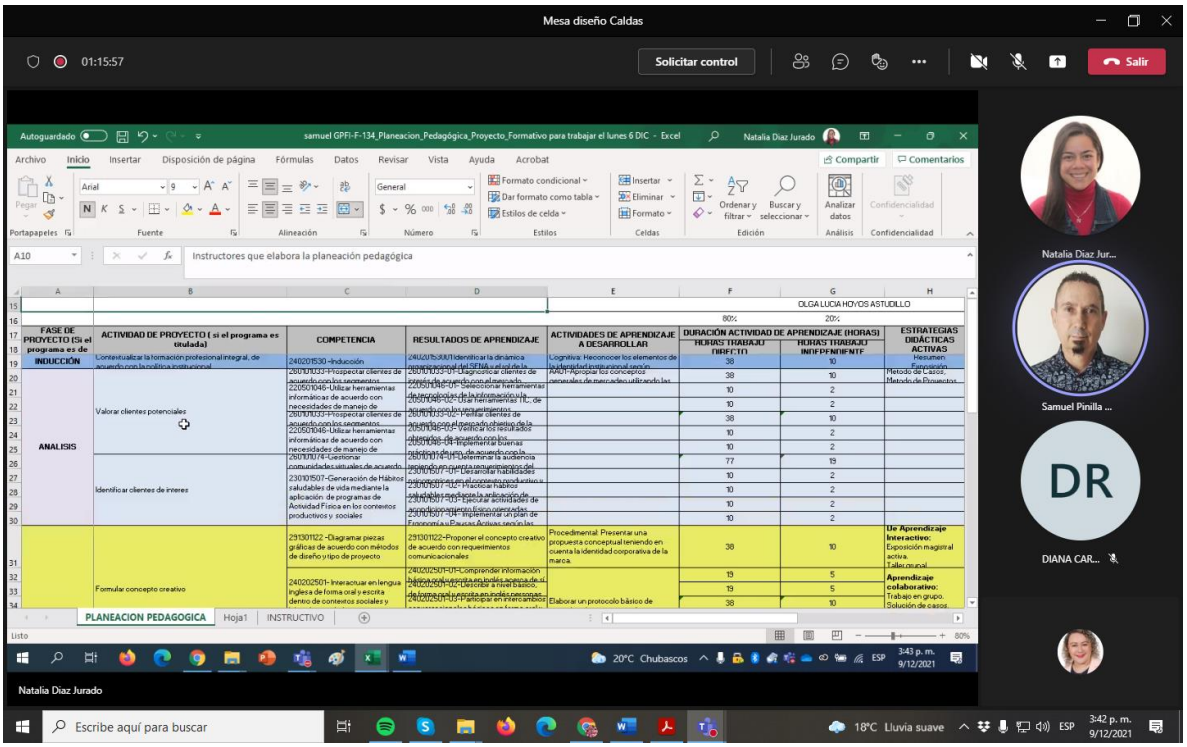
DICIEMBRE 9:

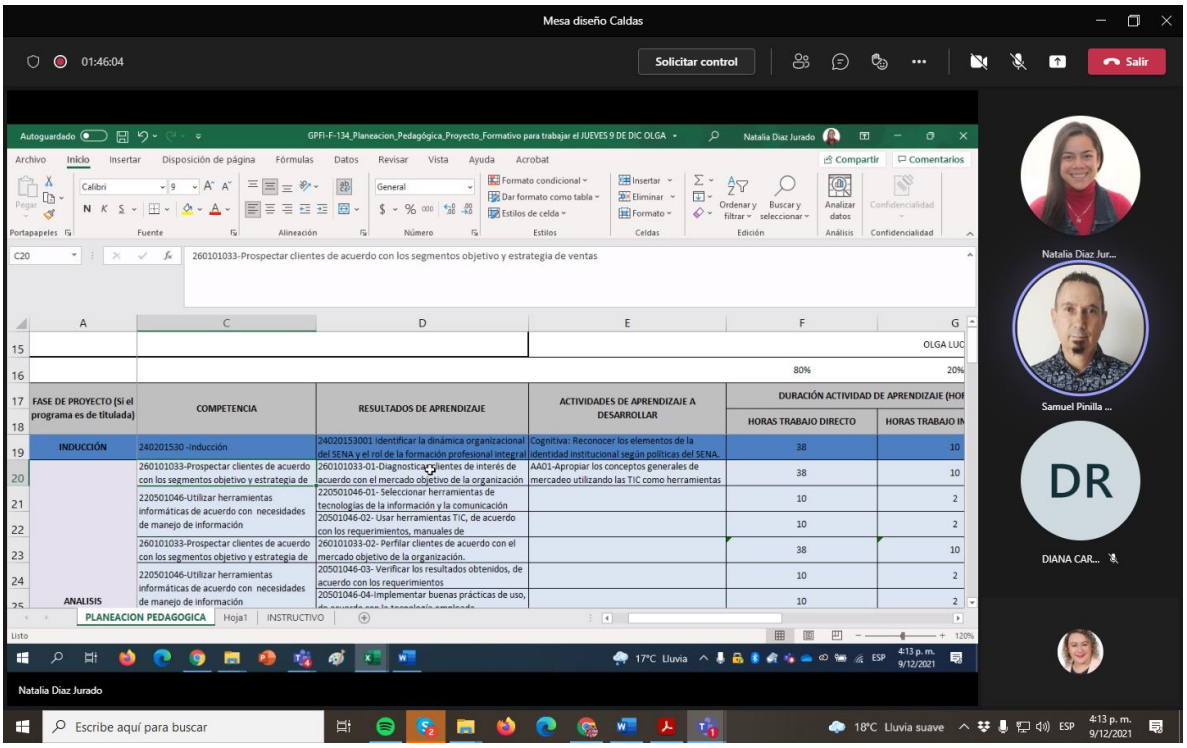

Mesa diseño Caldas
49:32
Solicitar control
Salir
Evidencia del programa en estado "Aprobado" en SOFIAPLUS
Datos Básicos
Usted necesita una version reciente de Adobe Flash Player
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
DR
DIANA CAR...
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
18°C Lluvia suave
ESP
3:16 p. m.
9/12/2021


Mesa diseño Caldas
49:42
Solicitar control
Salir
Reactivar audio (Ctrl + Mayús + M)
Justificación del programa
Escriba la justificación del programa...
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
DR
DIANA CAR...
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
18°C Lluvia suave
ESP
3:16 p. m.
9/12/2021

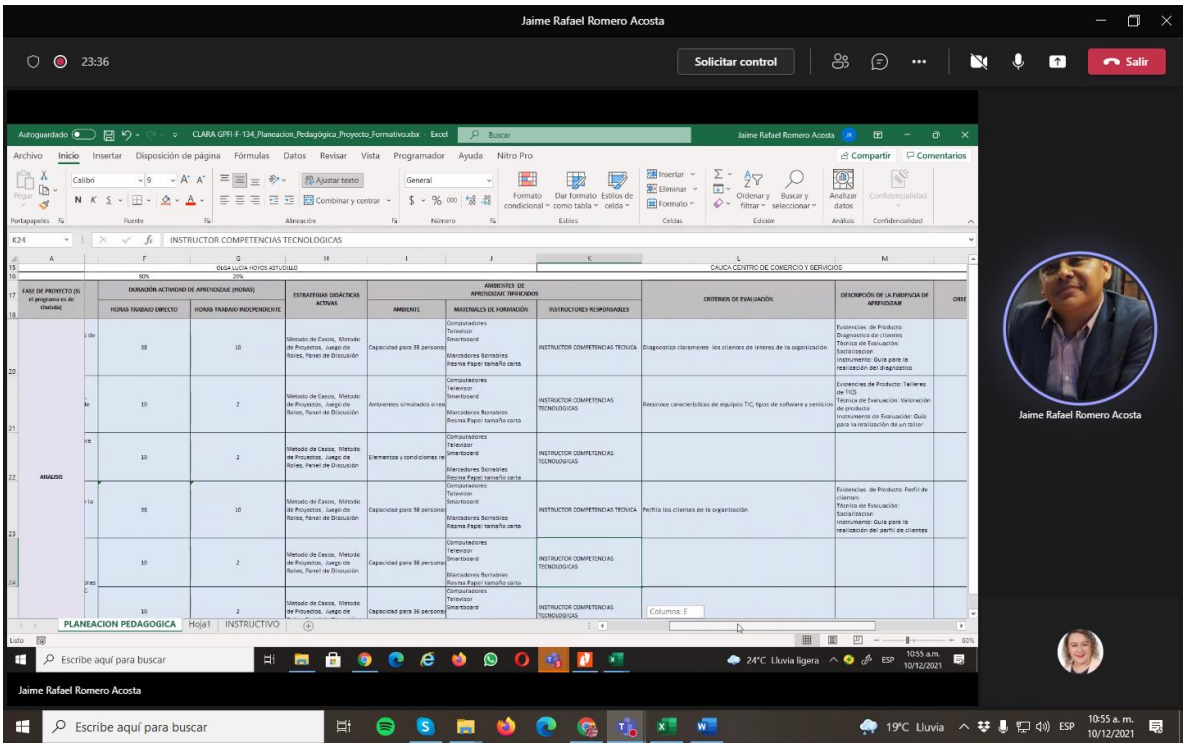

Mesa diseño Caldas
58:00
Solicitar control
Salir
GPFI-F-134_Planeacion_Pedagógica_Proyecto_Formativo para trabajar el jueves 9 dic - Guardando...
Natalia Diaz Jurado
Natalia Dia...
Samuel Pinilla ...
DR
DIANA CAR...
PLANEACION PEDAGOGICA
Hoja1
INSTRUCTIVO
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
18°C Lluvia suave
3:25 p. m.
9/12/2021


Mesa diseño Caldas
01:07:44
Solicitar control
Salir
GPFI-F-134_Planeacion_Pedagógica_Proyecto_Formativo para trabajar el jueves 9 dic - Guardado
Natalia Diaz Jurado
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pini...
DR
DIANA CAROLI...
PLANEACION PEDAGOGICA
Hoja1
INSTRUCTIVO
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
18°C Lluvia suave
3:35 p. m.
9/12/2021
3:34 p. m.
9/12/2021

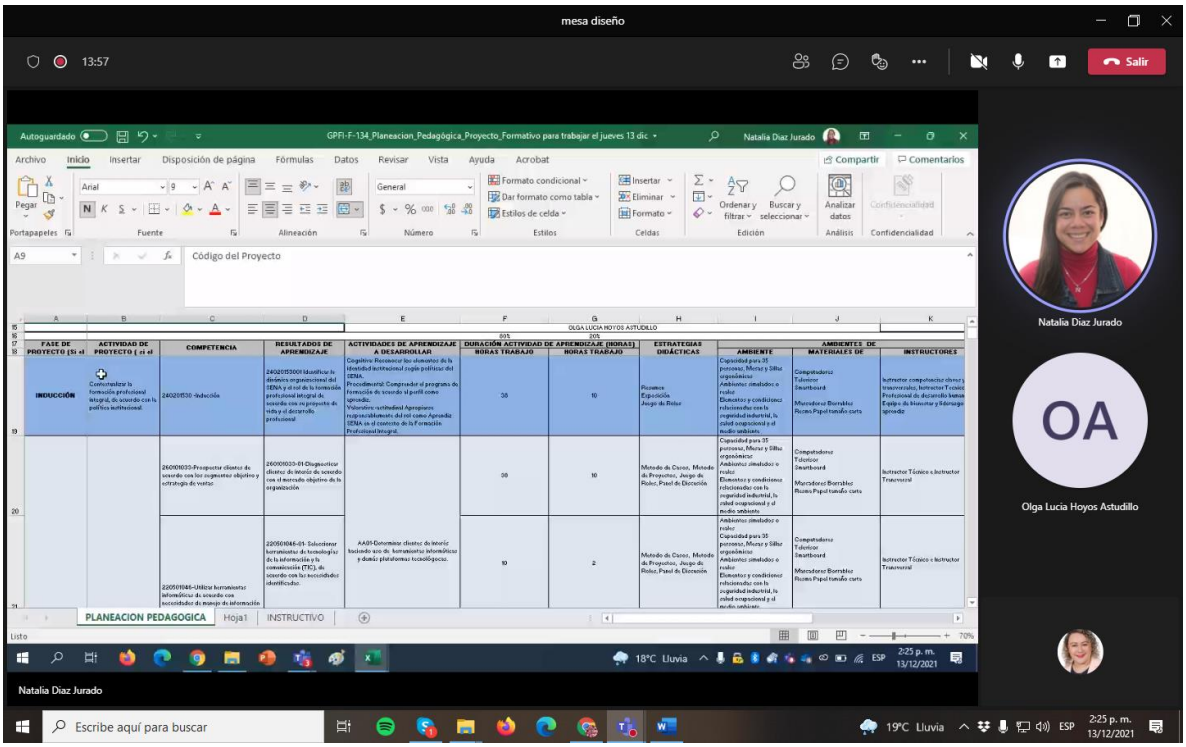


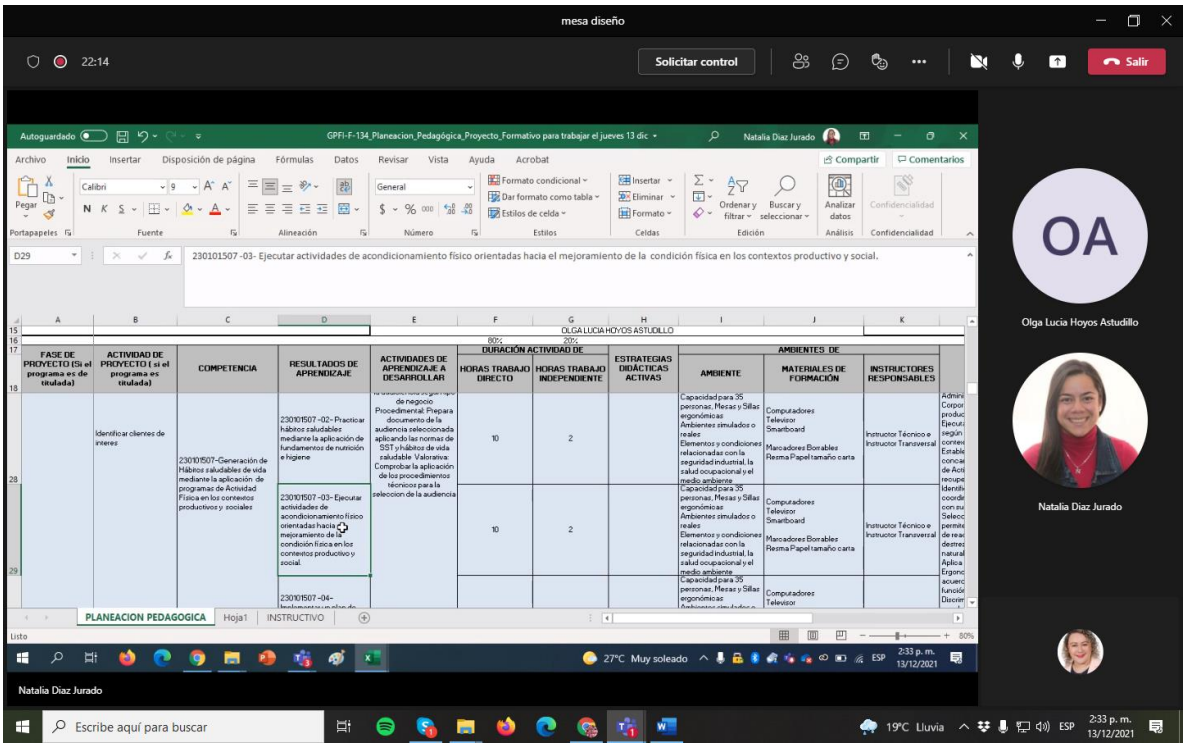


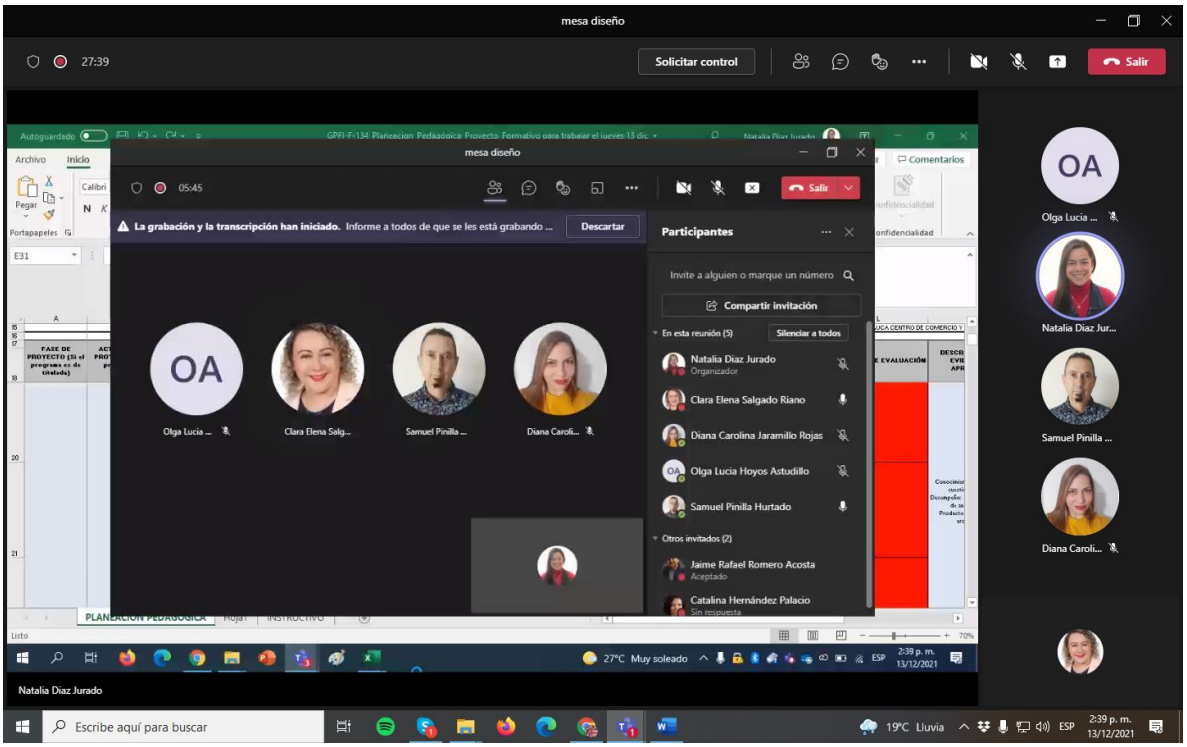
Diciembre 10:

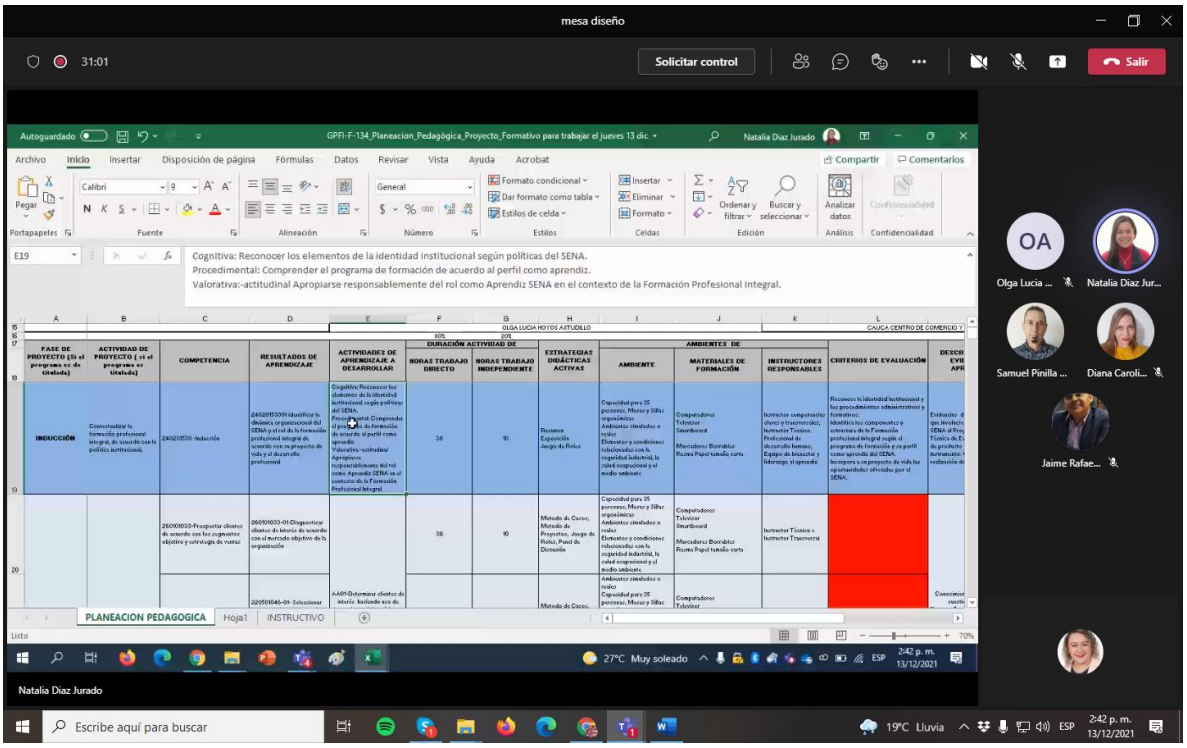


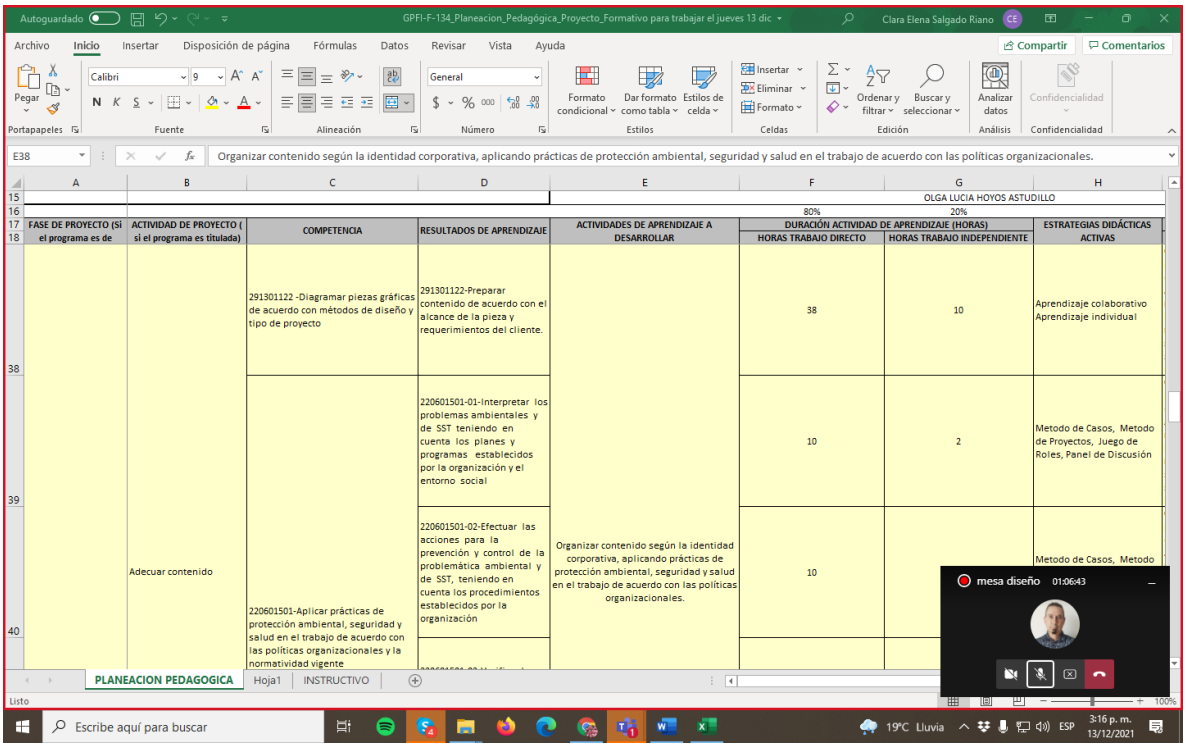
DICIEMBRE 13:

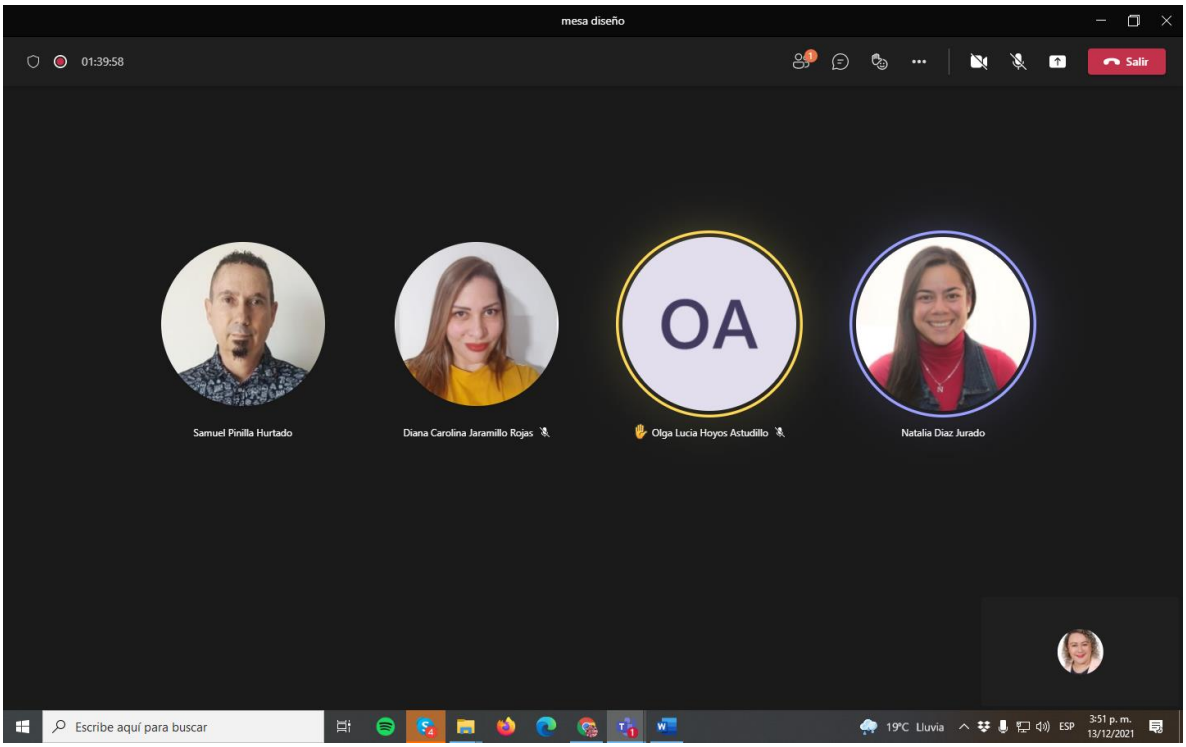


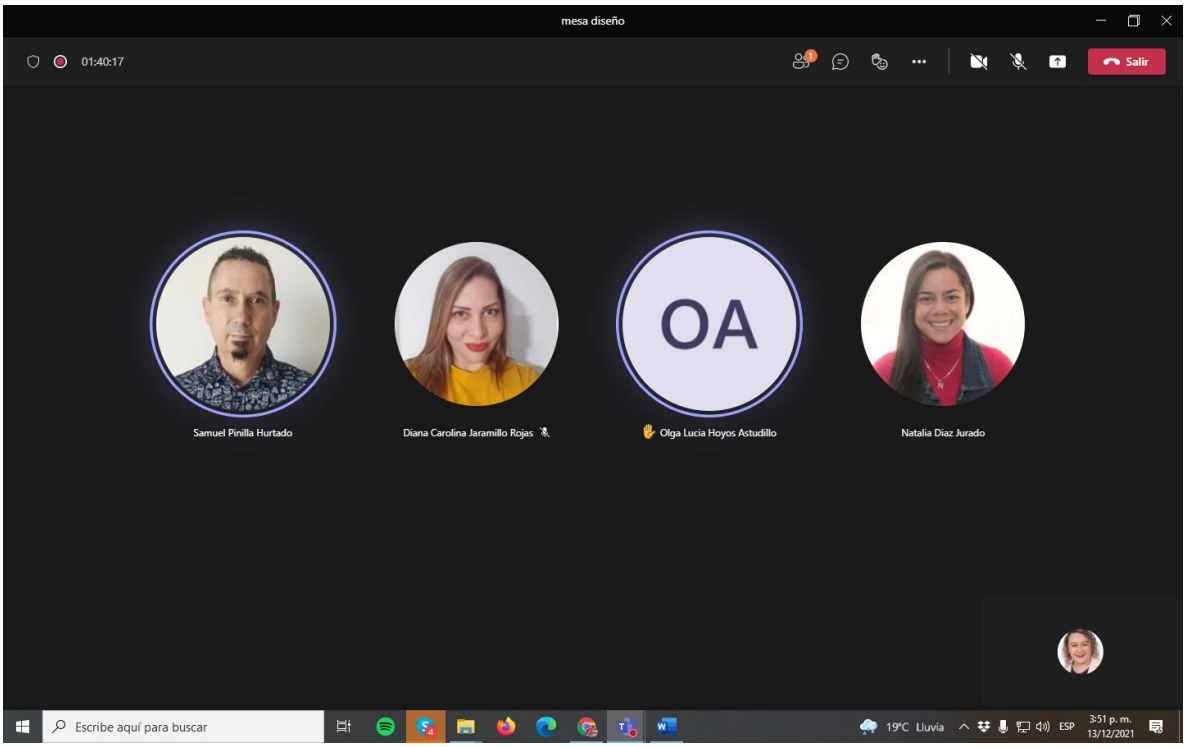

mesa diseño
22:14
Solicitar control
Salir
GPFI-F-134_Planeacion_Pedagógica_Proyecto_Formativo para trabajar el jueves 13 dic
Natalia Diaz Jurado
D29
230101507 -03- Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social.
OLGA LUCIA HOYOS ASTUDILLO
80%
20%
DURACIÓN ACTIVIDAD DE
AMBIENTES DE
FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)
ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)
COMPETENCIA
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR
HORAS TRABAJO DIRECTO
HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
AMBIENTE
MATERIALES DE FORMACIÓN
INSTRUCTORES RESPONSABLES
Identificar clientes de interes
230101507-Generación de Hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de Actividad Física en los contextos productivos y sociales
230101507-02- Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene
230101507 -03- Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social.
230101507 -04-
Procedimental: Preparar documento de la audiencia seleccionada aplicando las normas de SST y hábitos de vida saludable Valorativa: Comprobar la aplicación de los procedimientos técnicos para la seleccion de la audiencia
10
2
Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta
Instructor Técnico e Instructor Transversal
PLANEACION PEDAGOGICA
Hoja1
INSTRUCTIVO
Listo
27°C Muy soleado
ESP
2:33 p. m. 13/12/2021
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
19°C Lluvia
OA
Olga Lucia Hoyos Astudillo
Natalia Diaz Jurado


mesa diseño
27:39
Solicitar control
Salir
05:45
La grabación y la transcripción han iniciado. Informe a todos de que se les está grabando ...
Descartar
Participantes
Invite a alguien o marque un número
Compartir invitación
En esta reunión (5)
Silenciar a todos
Natalia Diaz Jurado
Organizador
Clara Elena Salgado Riano
Diana Carolina Jaramillo Rojas
Olga Lucia Hoyos Astudillo
Samuel Pinilla Hurtado
Otros invitados (2)
Jaime Rafael Romero Acosta
Aceptado
Catalina Hernández Palacio
Sin respuesta
Olga Lucia ...
Clara Elena Salg...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
E31
PLANEACION PEDAGOGICA
Hoja1
INSTRUCTIVO
Listo
27°C Muy soleado
ESP
2:39 p. m. 13/12/2021
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
19°C Lluvia


mesa diseño
31:01
Solicitar control
Salir
GPFI-F-134_Planeacion_Pedagógica_Proyecto_Formativo para trabajar el jueves 13 dic
Natalia Diaz Jurado
Cognitiva: Reconocer los elementos de la identidad institucional según políticas del SENA.
Procedimental: Comprender el programa de formación de acuerdo al perfil como aprendiz.
Valorativa:-actitudinal Apropiarse responsablemente del rol como Aprendiz SENA en el contexto de la Formación Profesional Integral.
OLGA LUCIA HOYOS ASTUDILLO
CAUCA CENTRO DE COMERCIO Y
PLANEACION PEDAGOGICA
Hoja1
INSTRUCTIVO
Listo
27°C Muy soleado
2:42 p. m.
13/12/2021
Natalia Diaz Jurado
OA
Olga Lucia ...
Natalia Diaz Jur...
Samuel Pinilla ...
Diana Caroli...
Jaime Rafae...
Escribe aquí para buscar
19°C Lluvia
ESP
2:42 p. m.
13/12/2021


GPFI-F-134_Planeacion_Pedagógica_Proyecto_Formativo para trabajar el jueves 13 dic
Clara Elena Salgado Riano
Organizar contenido según la identidad corporativa, aplicando prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales.
OLGA LUCIA HOYOS ASTUDILLO
80%
20%
FASE DE PROYECTO (Si el programa es de
ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)
COMPETENCIA
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR
DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)
HORAS TRABAJO DIRECTO
HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
Adecuar contenido
291301122 -Diagramar piezas gráficas de acuerdo con métodos de diseño y tipo de proyecto
291301122-Preparar contenido de acuerdo con el alcance de la pieza y requerimientos del cliente.
38
10
Aprendizaje colaborativo Aprendizaje individual
220601501-Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente.
220601501-01-Interpretar los problemas ambientales y de SST teniendo en cuenta los planes y programas establecidos por la organización y el entorno social
10
2
Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión
220601501-02-Efectuar las acciones para la prevención y control de la problemática ambiental y de SST, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización
Organizar contenido según la identidad corporativa, aplicando prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales.
10
Metodo de Casos, Metodo
PLANEACION PEDAGOGICA
Hoja1
INSTRUCTIVO
Listo
mesa diseño 01:06:43
Escribe aquí para buscar
19°C Lluvia
ESP
3:16 p. m.
13/12/2021


mesa diseño
01:39:58
Salir
Samuel Pinilla Hurtado
Diana Carolina Jaramillo Rojas
OA
Olga Lucia Hoyos Astudillo
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
19°C Lluvia
ESP
3:51 p. m.
13/12/2021


mesa diseño
01:40:17
Salir
Samuel Pinilla Hurtado
Diana Carolina Jaramillo Rojas
OA
Olga Lucia Hoyos Astudillo
Natalia Diaz Jurado
Escribe aquí para buscar
19°C Lluvia
ESP
3:51 p. m.
13/12/2021

<table>
<tr><th colspan="8">INFORMACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN</th></tr>
<tr><td>RED DE CONOCIMIENTO:</td><td>Comercio y ventas</td><td colspan="3">RED TECNOLÓGICA:</td><td colspan="3">Ventas y comercialización</td></tr>
<tr><td>LÍNEA TECNOLÓGICA:</td><td colspan="7">Cliente</td></tr>
<tr><td>DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA:</td><td colspan="7">Promoción de Contenidos en Medios Digitales</td></tr>
<tr><td>CÓDIGO DEL PROGRAMA:</td><td colspan="7">6322</td></tr>
<tr><td>TÍTULO QUE OBTENDRÁ:</td><td colspan="7">Técnico en Promoción de Contenidos en Medios Digitales</td></tr>
<tr><td rowspan="3">NIVEL DE FORMACIÓN:</td><td colspan="2">Complementaria</td><td colspan="3">Formación Laboral</td><td colspan="2">Tecnológica</td></tr>
<tr><td colspan="2">FC</td><td>AU</td><td>OP</td><td>TL</td><td>PT</td><td>TG</td><td>ET</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="3">DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA DEL APRENDIZAJE:</td><td colspan="2">Etapa</td><td colspan="2">Horas</td><td>Créditos</td><td colspan="2">Total en Horas</td><td>Total en Créditos</td></tr>
<tr><td colspan="2">Lectiva:</td><td colspan="2">1.344</td><td>28</td><td colspan="2" rowspan="2">2.208</td><td rowspan="2">46</td></tr>
<tr><td colspan="2">Productiva:</td><td colspan="2">864</td><td>18</td></tr>
<tr><td>JUSTIFICACIÓN:</td><td colspan="7">De acuerdo con lo expuesto en la literatura (Kotler & Armstrong, 2007), el objetivo del marketing es la creación de valor para los clientes así como la captura del mismo desde el mercado, considerando los principales avances tecnológicos y su impacto en el consumo, por cual se propone que, en la era digital, los mercadólogos analicen sus estrategias y las adapten al nuevo entorno. Estas premisas de expertos, sumado a la coyuntura del Covid-19, generan la necesidad de que las empresas pongan en práctica estrategias de mercadeo digital impactando sus modelos de ventas, fidelización y retención a través de nuevos canales. En ese mismo sentido, se encuentra el portal Crehana, en el cual se ratifica que el mercadeo digital se posicionó y llegó para quedarse, identificando las tendencias del mercadeo digital para 2021 donde a pesar de tener diferentes formatos y tecnologías, se tienen dos factores comunes: los contenidos y el foco en la interacción con el cliente (Cordero, 2021)

Así mismo, Colombia se encuentra en un proceso importante de desarrollo creativo, estimulado por las políticas del Gobierno nacional, entre ellas las que apuntan al crecimiento de la Economía Naranja y se apoyan en la incorporación de tecnologías de información y comunicación, las cuales terminan fortaleciendo estrategias como el marketing digital que, finalmente, apoyan la consolidación de los resultados empresariales en ventas. De esta manera, las empresas tienen la necesidad de incorporar personal con competencias laborales que faciliten la posibilidad de producir y gestionar contenidos digitales para ser utilizados en acciones de marketing electrónico orientado a la difusión de productos, potenciando el desarrollo, aumentando el nivel de competitividad y productividad de la organización.

Derivado de lo anterior, la Clasificación Nacional de Ocupaciones para Colombia reconoce la existencia de la ocupación 6322 “Mercaderistas e Impulsadores”, que se asocia con las funciones requeridas por las empresas para gestionar sus contenidos en los canales digitales. El Observatorio Laboral Colombiano (OLO) al respecto informa que entre los años 2020 y 2021, las vacantes de la ocupación Mercaderistas e Impulsadores sumaron un total de 21.155, representando un 20,4% de participación en el mercado de ocupaciones de nivel calificado. Adicionalmente, el número de colocados, en los mismos periodos, fue de 15.388, representando una participación del 34.3% en el año 2021.

Con base en lo anterior, el SENA presenta el programa Técnico en Promoción de Contenidos en Medios Digitales, con el fin de formar personas competentes para gestionar comunidades virtuales y publicar contenidos, asegurando la formación profesional integral, con metodologías de aprendizaje innovadoras, garantizando el acceso a tecnologías de última generación y una estructuración curricular pertinente que potencie la formación de ciudadanos participativos, creativos y con capacidad crítica, solidaria y emprendedora; factores que lo acreditan para responder a las necesidades del sector empresarial y social, aportando a la generación de valor en los procesos de mercadeo y ventas.</td></tr>
</table>

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
Sector económico al que se asocia el programa (Comercio o Servicios):	Servicios
Código de la ocupación en CNO:	6322
Nombre de la Ocupación en CNO:	Mercaderista e impulsador
Denominación asociada en CNO:	Auxiliar mercadeo
Ocupación correlativa en CUOC:	52440 – vendedores a través de medios tecnológicos
PERFIL IDÓNEO DE EGRESO	
Funciones principales:	Promover la marca y el portafolio de la empresa a través de los canales digitales.
Funciones secundarias:	• Apoyar la caracterización de los clientes a través de canales digitales. • Crear y/o modificar piezas gráficas básicas. • Publicar contenidos según requerimientos del plan de comunicación. • Interactuar con audiencia en canales digitales.
Funciones complementarias:	
Principales productos del trabajo del egresado:	• Piezas graficas básicas. • Parrilla de contenidos. • Publicación de contenidos digitales que contengan información audiovisual (videos), sonora (podcast), textual (post) y piezas gráficas. • Base de datos de prospectos digitales (leads). • Reporte de métricas de publicaciones.

COMPOSICIÓN DEL PROGRAMA			
	Código y título	Horas	Créditos
Inducción	240201530 -Inducción. Identificar la dinámica organizacional del SENA y el rol de la Formación Profesional Integral de acuerdo con su proyecto de vida y el desarrollo profesional.	48	1
NSCL (Competencias específicas)	**260101033-** Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas	192	4
	291301122 - Diagramar piezas gráficas de acuerdo con métodos de diseño y tipo de proyecto	192	4
	260101074 -Gestionar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de relaciones públicas y tipo de negocio	384	8
Competencia Clave	240201524 – Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo	48	1
	240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas	192	4
	220501046 – Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con necesidades de manejo de información	48	1

Competencias Transversales	230101507 - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de Actividad Física en los contextos productivos y sociales	48	1
	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.	48	1
	220601501 - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente	48	1
	240201526 - Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz	48	1
	240201533 – Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.	48	1
Total de la Etapa Lectiva			
Etapa Productiva	999999999 - Aplicar en la resolución de problemas reales del sector productivo, los conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa de formación asumiendo estrategias y metodologías de autopublicación.	864	18
TOTAL DEL PROGRAMA		**2.208**	**46**

PERFIL PROFESIONAL		
Procedimientos/ Habilidades	**Conocimientos / Saberes**	**Competencias Sociales**
Reconocer el mercado	Marketing digital: concepto, características, técnicas, herramientas, tipos, planes, métodos y estrategias.	Integridad Sentido de pertenencia y responsabilidad.
Procesar información	Investigación: técnicas, criterios, métodos de búsqueda y procesamiento de datos.	Eficiencia y eficacia en el manejo de recursos y asignaciones.
Reconocer el mercado objetivo	Clientes: concepto, tipos, necesidades, gustos, expectativas. Segmentación: concepto, variables, importancia.	Puntualidad en sus funciones y tareas.
Elaborar piezas graficas	Mensaje publicitario: concepto, estilos, componentes y tipologías. Manual de identidad gráfica y corporativa: estructura, interpretación y aplicabilidad. Brief creativo: concepto, estructura, aplicabilidad y componentes. Diseño publicitario: concepto, tipos y estilos. Marca: concepto, objetivos, planteamiento estratégico, táctico y operativo, perfil e identidad de marca.	Cumplimiento de las políticas institucionales.
Redactar de forma técnica y comercial los textos	Comunicación escrita: teoría de gramática, de ortografía y de semántica.	
Elaborar contenidos en canales digitales	Contenidos digitales: concepto, tipos, etiquetas digitales, parrillas, calendarios, procedimientos, técnicas y protocolos, experiencias seguras.	Buenas relaciones personales. Respeto a la jerarquía y al cliente de la organización.
Entregar métricas de las estrategias de mercadeo	Métricas de contenidos web: concepto, tipos, estándares, interacción, conversión, tráfico, rebote, técnicas.	Dedicación. Capacidad para trabajo en equipo.

PROYECCIÓN DEL EGRESADO	
En lo laboral	Apoyará estrategias de mercadeo digital dentro de las organizaciones, desarrollando actividades relacionadas con la promoción de contenidos que promuevan la marca y el portafolio en canales digitales.
En lo empresarial	Aportará en el desarrollo del tejido empresarial de su región con emprendimientos y unidades productivas, soportadas en la economía naranja para agregar valor a los procesos de mercadeo y comunicación.
En el entorno social	Apoyará procesos de producción de contenidos que aporten en la transformación digital de la organización, con sentido social y de inclusión.
En la formación y aprendizaje permanente	Fortalecerá su aprendizaje de forma permanente, con disciplina para el autoaprendizaje para ampliar sus conocimientos y desarrollar nuevas competencias a lo largo de toda su vida, así

	mismo podrá continuar su proceso de formación a nivel tecnológico, profesional y de posgrado en áreas relativas al mercadeo digital.
En la innovación y desarrollo tecnológico	Interactuará permanente con los sistemas de información, proponiendo estrategias en el uso de nuevas tecnologías que aporte a la identificación de oportunidades y la solución de problemas empresariales de forma práctica e innovadora.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PERFIL DEL EGRESADO

El egresado estará en capacidad de apoyar la producción y publicación de contenidos en medios digitales acorde con las estrategias de marketing digital en el contexto de la organización, demostrando integridad en su desempeño, buenas relaciones interpersonales, así como eficiencia y ética en su proceder.

PERFIL IDÓNEO DE INGRESO

Nivel académico	Educación media		
Grado	9 GRADO		
Requiere Formación para el trabajo y desarrollo humano (SI/NO)	NO	**¿Cuál?**	
		No. Horas	
Requiere Certificación académica (SI/NO)	SI		
Requiere Experiencia Laboral (Si/No)	NO		
Edad mínima definida en la ley	14 AÑOS		
Requisitos adicionales	Ninguno		

Restricciones de ingreso soportadas en la legislación vigente: (Limitaciones físicas o cognitivas que impiden total o parcialmente el desarrollo de la formación y que estén expresamente descrita y soportadas en normas relacionadas con el desempeño ocupacional y profesional)

Considerando la legislación y normatividad Sena, el programa de formación posibilita el ingreso de personas con discapacidad. Resolución 1726/2014.

Aspectos actitudinales, motivacionales y de interés

Sus habilidades sociales le permiten interactuar con equipos de trabajo y coadyuvar en la creación de ambientes colaborativos confiables. Es una persona íntegra en su actuar y en el relacionamiento con los demás. Genera iniciativas que incluyen las tecnologías de información y comunicación en pro del mejoramiento, demuestra confianza en sí mismo, capacidad para el emprendimiento y perseverancia.

COMPETENCIAS A EVALUAR EN EL PROCESO DE INGRESO AL PROGRAMA

CLASE	TIPO	COMPETENCIA	INDICADOR	GRADO	Nivel	%
Básica	Ciencias Naturales	Desarrollo compromisos personales y sociales.	Cumplo mi función cuando trabajo en grupo y respeto las funciones de las demás personas.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Ciencias Sociales	Me aproximo al conocimiento como científico(a) social.	Recolecto y registro la información que obtengo de diferentes fuentes.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Ingles	Conversación.	Demuestro que reconozco elementos de la cultura extranjera y los relaciono con mi cultura.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Ingles	Escritura.	Edito mis escritos en clase, teniendo en cuenta reglas de ortografía, adecuación del vocabulario y estructuras gramaticales.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Ingles	Escucha.	Utilizo mi conocimiento general del mundo para comprender lo que escucho.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Ingles	Lectura.	Identifico iniciación, nudo y desenlace en una narración.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Lenguaje	Comprensión e Interpretación Textual.	Comprendo el sentido global de cada uno de los textos que leo, la intención de quien lo produce y las características del contexto en el que se produce.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Lenguaje	Ética de la Comunicación.	Valoro, entiendo y adopto los aportes de la ortografía para la comprensión y producción de textos.	Noveno	Educación Básica	3%

Básica	Lenguaje	Medios de Comunicación y otros Sistemas Simbólicos.	Diferencio los medios de comunicación masiva de acuerdo con sus características formales y conceptuales, haciendo énfasis en el código, los recursos técnicos, el manejo de la información y los potenciales mecanismos de participación de la audiencia.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Lenguaje	Producción Textual.	Tengo en cuenta reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas para la producción de un texto.	Noveno	Educación Básica	3%
Básica	Tecnología Informática	Tecnología y sociedad.	Utilizo responsablemente productos tecnológicos, valorando su pertinencia, calidad y efectos potenciales sobre mi salud y el medio ambiente.	Noveno	Educación Básica	4%
Ciudadana	Ciudadana	Convivencia y paz	Identifico y supero emociones, como el resentimiento y el odio, para poder perdonar y reconciliarme con quienes he tenido conflictos. (Competencias emocionales).	Noveno	Educación Básica	3%
Ciudadana	Ciudadana	Participación y responsabilidad democrática.	Analizo críticamente la información de los medios de comunicación. (Competencias cognitivas).	Noveno	Educación Básica	3%
Ciudadana	Ciudadana	Pluralidad, identidad y valoración de las diferencias.	Respeto propuestas éticas y políticas de diferentes culturas, grupos sociales y políticos, y comprendo que es legítimo disentir. (Competencias integradoras).	Noveno	Educación Básica	3%
Laboral	Intelectual	Creatividad.	Identifico los elementos que pueden mejorar una situación dada.	Noveno	Educación Básica	4%
Laboral	Intelectual	Solución de Problemas.	Consulto las posibles soluciones que los afectados proponen para solucionar un problema.	Noveno	Educación Básica	4%
Laboral	Intelectual	Toma de Decisiones.	Escucho la información, opinión y argumentos de otros sobre una situación.	Noveno	Educación Básica	4%
Laboral	Interpersonal	Comunicación.	Comprendo correctamente las instrucciones.	Noveno	Educación Básica	4%
Laboral	Interpersonal	Liderazgo.	Comprendo el impacto de las acciones individuales frente a la colectividad.	Noveno	Educación Básica	3%
Laboral	Interpersonal	Manejo de Conflictos.	Respeto y comprendo los puntos de vista de los otros, aunque esté en desacuerdo con ellos.	Noveno	Educación Básica	3%
Laboral	Interpersonal	Trabajo en Equipo.	Desarrollo tareas y acciones con otros (padres, pares, conocidos).	Noveno	Educación Básica	3%
Laboral	Organizacional	Publicación de la Información.	Identifico la información requerida para desarrollar una tarea o actividad.	Noveno	Educación Básica	4%
Laboral	Organizacional	Publicación de la Información.	Organizo la información recolectada utilizando procedimientos definidos.	Noveno	Educación Básica	4%
Laboral	Organizacional	Publicación de la Información.	Archivo la información de manera que se facilite su consulta posterior.	Noveno	Educación Básica	3%
Laboral	Organizacional	Publicación y Manejo de Recursos.	Selecciono los materiales que requiero para el desarrollo de una tarea o acción.	Noveno	Educación Básica	3%
Laboral	Personal	Orientación Ética.	Cumplo las normas de comportamiento definidas en un espacio dado.	Noveno	Educación Básica	3%
Laboral	Personal	Orientación Ética.	Asumo las consecuencias de mis propias acciones.	Noveno	Educación Básica	3%
Laboral	Tecnológico	Usar Herramientas Informáticas.	Identifico los recursos tecnológicos disponibles para el desarrollo de una tarea.	Noveno	Educación Básica	4%
Laboral	Tecnológico	Usar Herramientas Informáticas.	Recolecto y utilizo datos para resolver problemas tecnológicos sencillos.	Noveno	Educación Básica	4%
Laboral	Tecnológico	Usar Herramientas Informáticas.	Registro datos utilizando tablas, gráficos y diagramas y los utilizo en proyectos tecnológicos.	Noveno	Educación Básica	4%

AMBIENTE MÍNIMO GENERAL REQUERIDO EN EL PROGRAMA	**Caracterización de ambiente mínimo:** Sala de informática con computador por persona y conexión a Internet. **Ambiente Virtual de aprendizaje:** Sistema de publicación de aprendizaje (LMS), recursos educativos y biblioteca virtual. **Maquinaria y Equipo Especializado:** Equipos de cómputo con acceso a internet. Proyector O Video Beam. Televisor Smart TV con salida HDMI y memoria USB. **Software especializado:** Software especializado para la publicación de los contenidoss digitales, producción y venta en canales digitales. Herramientas de documentos de texto, hojas de cálculo, presentaciones digitales, bases de datos entre otras. **Herramientas especializadas:** Herramientas para la analítica web. Plataformas de medición de reputación online. Plataformas para la promoción de anuncios publicitarios. **Simuladores específicos del entorno:** Simuladores basados en problemas, multimedia, web interactiva, almacenamiento de conocimiento dinámico, fuentes de información que permitan el descubrimiento, retroalimentaciones. **Muebles colaborativos:** Espacios para Co-working y co-creación que motiven el trabajo colaborativo. **Tecnologías de la información y las comunicaciones:** Conexión a internet para cada equipo. **Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente:** En ambiente físico: Espacio ventilado, con fácil acceso, sillas ergonómicas, iluminación adecuada, disminución de ruido. En ambiente virtual: Espacio ventilado, con fácil acceso, sillas ergonómicas, iluminación adecuada, disminución de ruido, conexión a internet.

MATRICES DE CORRELACIÓN					
NORMA SECTORIAL DE COMPETENCIA LABORAL	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas		**CÓDIGO**	260101033	
ACTIVIDADES CLAVE DE LA NSCL	1. Caracterizar clientes 2. Estructurar propuesta comercial				
NOMBRE DE LA COMPETENCIA	Prospección de clientes				
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE	**HORAS:**	192	**CRÉDITOS:**	4	
BINA TECNOLOGICA	**CLIENTE**	75%	**TIC**	25%	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	**CONOCIMIENTOS DE PROCESO**	**CONOCIMIENTOS DE SABER**	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**	**CRÉDITOS/HORAS**	
Perfilar clientes de acuerdo con el mercado objetivo de la organización.	1. Identificar los criterios de análisis 2. Recolectar información. 3. Conocer el mercado objetivo de la empresa. 4. Definir clientes. 5. Construir perfil de clientes 6. Seleccionar clientes.	Clientes: concepto, tipos, perfil, valor, técnicas de relacionamiento, métricas, procedimiento de seguimiento, herramientas Ventas: concepto, proceso, técnicas, estrategias, plan Mercado: concepto, segmentación, estrategias, procedimiento de identificación, técnicas de selección y de evaluación, variables, proceso de implementación, y tipologías.	Utiliza criterios de análisis de acuerdo con clasificación y procedimiento técnico. Reconoce información comercial del cliente según variables de interés para la empresa. Detalla el perfil de los clientes de la empresa a partir de criterios de segmentación y plan de mercadeo.	2/96 horas	

		Prospección: concepto, objetivos, métodos, procedimiento, herramientas y técnicas. Datos comerciales: características, tipos, técnicas de recolección y de análisis, leads, procedimiento de organización, metodologías e instrumentos de recolección, parámetros de calidad. Información: concepto, normatividad, habeas data, protección de datos, confidencialidad, tratamiento, uso, almacenamiento Sistemas de información: concepto, tecnologías, aplicación, técnicas de procesamiento de datos, técnicas de recolección de datos, parámetros de presentación de informes, técnicas de control. Producto y servicio: concepto, tipos, características, funcionalidad, diferencias Segmentación: concepto, importancia, macro segmentación, microsegmentación, técnicas y procedimientos.		
Presentar propuesta comercial de acuerdo con perfil del cliente y lineamientos del plan de mercadeo.	1. Seleccionar componentes de la propuesta comercial. 2. Consolidar información comercial. 3. Elaborar documento comercial.	Plan de mercadeo: concepto, estructura, características, funcionalidad. Documentos comerciales: concepto, estructuras, tipología, alcance. Propuesta comercial: concepto, tipología, componentes, estructura. Control de la información: conceptos, herramientas, indicadores y métricas.	Valida requerimiento del cliente de acuerdo segmento y plan de mercadeo. Aplica criterios de elaboración de propuesta comercial de acuerdo con perfil del cliente y plan de mercadeo.	2/96 horas
PERFIL DEL INSTRUCTOR	**Requisitos académicos del instructor:**	**Alternativa 1.** Certificado de Técnico en el Área ocupacional 62: Ocupaciones técnicas en ventas y servicios Grupo 621 Supervisores y administradores de ventas y servicios Subgrupo 6211 Supervisores de venta o Subgrupo 6212 Administradores y supervisores de comercio al por menor o Grupo 623: Ocupaciones en ventas técnicas, compras e intermediación Subgrupo 6233 – Vendedores de ventas técnicas (Ver anexo CNO). Certificado de Técnico en el Área ocupacional 63: Ocupaciones intermedias en ventas y servicios Grupo: 631 – Representantes en ventas Subgrupo 6311: Vendedores de ventas no técnicas. (Ver anexo CNO). **Alternativa 2.** Título de Técnico Profesional en el núcleo básico de conocimiento: administración; o economía; o contaduría pública; o ingeniería administrativa y afines; o ingeniería electrónica, telecomunicaciones y afines; o ingeniería Industrial y afines; o publicidad y afines; o NBC sin clasificar (Ver anexo NBC) **Alternativa 3.** Título de Tecnólogo en el núcleo básico de conocimiento de: administración; o economía; o ingeniería Industrial y afines (Ver anexo NBC) **Alternativa 4.** Título Profesional Universitario el núcleo básico de conocimiento de: administración; o economía; o ingeniería Industrial y afines; o NBC sin clasificar (Ver anexo NBC)		

	Experiencia laboral del instructor:	**Alternativa 1.** Cuarenta y dos (42) meses de experiencia relacionada distribuida así: Treinta (30) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de ventas y Doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida **Alternativa 2**. Treinta y seis (36) meses de experiencia relacionada distribuida así: Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de ventas y doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida. **Alternativa 3.** Treinta (30) meses de experiencia relacionada distribuida así: Dieciocho (18) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de ventas y doce (12) meses en docencia. **Alternativa 4.** Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada distribuida así: Doce (12) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de ventas y doce (12) meses en docencia.
Competencias del instructor:		**Competencias Comunes (Res. 1498 de 2017):** Orientación a resultados Orientación al usuario y al ciudadano Transparencia Compromiso con la Organización
REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS (Normas APA última versión)		Álvarez, M. (2013) Cuadro de mando retail. Los indicadores clave (KPI) de los comercios altamente efectivos. Profit Editorial, Barcelona. Amor Bravo, E. (2019). El marketing y la cuarta revolución industrial. Alfaomega, ESIC Editorial. Bogotá. Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. México, D. F.: Pearson Educación de México. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2014). Marketing digital: estrategia, implementación y práctica. Pearson Educación. Limas Suárez, S. (2012). Marketing empresarial: dirección como estrategia competitiva. Bogotá: Ediciones de la U. Maldonado Pinto, J. (2013). Principios de marketing. Bogotá: Ediciones de la U. Merino Sanz, M. (2015). La investigación de mercados: claves para conocer los "insights" del consumidor. ESIC Madrid. Talaya, Águeda Esteban y Collado Molina, A. (2014). Investigación de mercados. ESIC Editorial Madrid. España. Nettleton, D. (2003). Análisis de datos comerciales. Ediciones Díaz de Santos. Madrid. Serna Gómez, H. (2011) ¿Cómo medir el valor del cliente? Panamericana. Bogotá.

MATRICES DE CORRELACIÓN			
NORMA SECTORIAL DE COMPETENCIA LABORAL	Diagramar piezas gráficas de acuerdo con métodos de diseño y tipo de proyecto	**CÓDIGO**	291301122
ACTIVIDADES CLAVE DE LA NSCL	1. Validar condiciones técnicas 2. Distribuir contenido 3. Componer maqueta		
NOMBRE DE LA COMPETENCIA	Elaboración de piezas gráficas		
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE	**HORAS:** 192	**CRÉDITOS:**	4
BINA TECNOLOGICA	**CLIENTE** 75%	**TIC**	25%

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	**CONOCIMIENTOS DE PROCESO**	**CONOCIMIENTOS DE SABER**	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**	**CRÉDITOS/HORAS**
Proponer el concepto creativo de acuerdo con requerimientos comunicacionales	1. Reconocer el público objetivo de la pieza gráfica. 2. Apropiar el alcance del brief. 3. Elaborar la ruta de trabajo. 4. Seleccionar las fuentes de información.	Técnica creativa: concepto, objetivos y planteamiento estratégico táctico y operativo Concepto creativo: concepto, funcionalidad, características, componentes, pruebas. Fuentes de información: conceptos, tipos de material, técnicas de clasificación, criterios de organización, métodos de validación, métodos de evaluación	Plantea el concepto creativo de la pieza teniendo presente el brief y el público objetivo. Bocetea la pieza gráfica de acuerdo con requerimientos comunicacionales.	1/48 horas

		de calidad, categorías de contenido Brief: concepto, tipos, estructura, métodos de elaboración, especificaciones técnicas, elementos comunicativos, parámetros técnicos Proyecto gráfico: conceptos, parámetros de elaboración, etapas, modelos de derecho de autor Pieza gráfica: concepto, características, tipos, formatos, boceto Mensaje publicitario: concepto, estilos, componentes y tipologías		
Preparar contenido de acuerdo con el alcance de la pieza y requerimientos del cliente.	1. Seleccionar las fuentes tipográficas 2. Agrupar textos 3. Encadenar textos 4. Priorizar elementos 5. Incorporar consideraciones gráficas	Teoría de la comunicación visual: teoría, tipos de texto, formatos, parámetros de lenguaje, reglas de ortografía y gramática, parámetros comunicativos Ilustración: conceptos, tipología, técnicas, parámetros geométricos, métodos de representación gráfica Tipografía: tipos de fuentes, familias estilísticas, tipos de características, clases de nomenclaturas, técnicas de aplicación, tipometría, Lettering: conceptos, características, tipos de montajes, reglas del lenguaje, principios de semiótica Carácter del mensaje: concepto, alcance y clasificación. Diseño e imagen: conceptos, técnicas de diseño gráfico, teoría y principios de diseño, técnicas de diagramación y composición, métodos de usos de recursos gráficos, métodos y técnicas de edición, tipos de elementos gráficos	Selecciona elementos de contenidos a partir del fin del mensaje y los elementos comunicacionales. Consolida el contenido de la pieza de acuerdo con requerimientos comunicacionales y técnicas de elaboración.	1/48 horas
Elaborar pieza gráfica teniendo en cuenta los lineamientos de marca, línea y finalidad del mensaje.	1. Seleccionar herramienta de diseño. 2. Demarcar formas geométricas y dimensiones. 3. Asociar elementos. 4. Orientar retículas. 5. Aplicar relación cromática. 6. Ajustar márgenes.	Comunicación digital: concepto y técnicas Herramientas de diseño: manuales de uso de software y periféricos, métodos de mantenimiento Manual de identidad gráfica y corporativa: estructura, interpretación y aplicabilidad. Estrategia de marca: concepto, objetivos, planteamiento estratégico táctico y operativo, perfil e identidad de marca.	Construye la pieza gráfica en correspondencia con el objetivo de comunicación y el manual de identidad gráfica/ corporativa. Presenta la propuesta de acuerdo con objetivo de comunicación y el manual de identidad gráfica/ corporativa.	2/96 horas

	7. Incorporar aspectos de marca. 8. Agregar *copy* e imágenes.	Teoría del color: técnicas, modelos, métodos de medición, teoría de perfiles, psicología del color, circulo cromático Arte final: tipos, normativa, conceptos, métodos de edición, visualización, validación y divulgación, tipos de medios de salida		
PERFIL DEL INSTRUCTOR	**Requisitos académicos del instructor:**	Título de Técnico Profesional en el núcleo básico de conocimiento: Artes plásticas, visuales y afines; o Diseño. (Ver anexo N.B.C) **Alternativa 1.** Título de Tecnólogo en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en Diseño. (Ver anexo N.B.C). **Alternativa 2.** Título Profesional universitario en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en: o diseño. (Ver anexo N.B.C).		
	Experiencia laboral del instructor:	Treinta y seis (36) meses de experiencia relacionada distribuida así: Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en docencia o instrucción certificada por entidad legalmente reconocida. **Alternativa 1.** Treinta (30) meses de experiencia relacionada distribuida así: Diez y ocho (18) meses relacionados con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en docencia **Alternativa 2**. Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada distribuidos así: Doce (12) meses estarán relacionados con el ejercicio de diseño gráfico y doce (12) meses en labores de docencia.		
Competencias del instructor:		**Competencias Comunes (Res. 1498 de 2017):** Orientación a resultados Orientación al usuario y al ciudadano Transparencia Compromiso con la Organización		
REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS (Normas APA última versión)		Begoña, N. (2017). Fundamentos de la Publicidad. Primera Edición. Editorial Alfaomega. Moreno, R. (2021). Publicidad en Redes Sociales: Curso Práctico. Primera Edición. Rama Editorial.		

MATRICES DE CORRELACIÓN					
NORMA SECTORIAL DE COMPETENCIA LABORAL	Gestionar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de relaciones públicas y tipo de negocio		**CÓDIGO**	260101074	
ACTIVIDADES CLAVE DE LA NSCL	1. Manejar contenidos 2. Validar factores 3. Tratar publicaciones 4. Interactuar con audiencia				
NOMBRE DE LA COMPETENCIA		Gestión de comunidades virtuales			
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		**HORAS:**	384	**CRÉDITOS:**	8
BINA TECNOLOGICA		**CLIENTE**	75%	**TIC**	25%
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	**CONOCIMIENTOS DE PROCESO**	**CONOCIMIENTOS DE SABER**		**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**	**CRÉDITOS/HORAS**
Determinar la audiencia teniendo en cuenta requerimientos del plan de mercadeo.	1. Reconocer la comunidad virtual 2. Identificar medios digitales 3. Seleccionar redes sociales 4. Perfilar audiencia 5. Identificar seguidores	Comunidades virtuales: concepto, características, tipos, estrategias, creación, roles, estructura. Plan de Marketing Digital: concepto, estructura, fases e importancia Medios digitales: concepto, tipos, canales, plataformas, características		Construye audiencia a partir de necesidades del segmento de mercado. Selecciona medios digitales teniendo en cuenta requerimientos del plan de mercadeo digital.	2 /96

		Redes sociales: concepto, tipos, importancia Audiencia: concepto, clases, valoración, reacciones, interacción Seguidores: concepto, tipos y características		
Promocionar contenido de acuerdo con plan de mercadeo digital.	1. Apropiar objetivos de promoción de contenidos. 2. Seleccionar contenido a promocionar 3. Elaborar parrilla de contenidos 4. Distribuir contenidos a promocionar 5. Aplicar protocolo de netiqueta 6. Establecer storytelling 7. Cargar contenido en medios digitales 8. Disponer hashtag según publicación.	Promoción: concepto, tipos e importancia Contenido digital: concepto, tipos, post, etiquetas y hashtag Comunicación digital: concepto, técnicas, estrategias, respuestas, protocolos, lenguaje y narrativa Netiqueta: concepto y protocolos Storytelling: concepto, narrativa trasmedia, protocolos Parrilla de contenido: concepto, tipos, uso, calendarios y aplicabilidad Edición: concepto, técnicas, procedimiento y protocolos Corrección de errores: concepto y procedimiento	Utiliza medios digitales teniendo en cuenta protocolos y segmento de mercado. Promueve contenidos digitales teniendo en cuenta plan de mercadeo. Verifica contenido de acuerdo con procedimiento y plan de marketing.	3 /144
Interactuar con la audiencia acorde con protocolos y requerimientos de audiencia.	1. Determinar engagement 2. Aplicar tiempo de respuesta 3. Contestar comentarios 4. Medir interacción con la audiencia 5. Estimar cantidad de reacciones 6. Cuantificar seguidores 7. Generar reporte de métricas	Engagement: concepto, estrategias, técnicas e importancia Interacción: concepto, tiempos Reacciones: concepto, tipos Comentarios: concepto, protocolos, plantilla, mensajes Métricas (KPIs): concepto, tipos, estándares, técnicas de medición, tiempo de interacción, tasa de conversión, volumen de tráfico, número de visitas y tasa de rebote Reporte: concepto, técnica, estructura.	Registra interacción con los clientes teniendo en cuenta protocolos establecidos. Genera reporte de métricas teniendo en cuenta plan de mercadeo. Verifica la interacción con el cliente a partir de reporte de métricas.	3 /144
PERFIL DEL INSTRUCTOR	**Requisitos académicos del instructor:**	Título de Tecnólogo en el núcleo básico de conocimiento de: administración; o agronomía; o economía; o ingeniería industrial y afines; o publicidad y afines; o contaduría pública; u otras ingenierías; o Ingeniería administrativa y afines; o diseño; o NBC sin clasificar. (Ver anexo NBC) **Alternativa 1.** Título Profesional Universitario el núcleo básico de conocimiento de: administración; o economía; o ingeniería industrial y afines; o publicidad y afines; o contaduría pública; o Ingeniería administrativa y afines; o matemáticas, estadística y afines; o psicología; o NBC sin clasificar. (Ver anexo NBC)		

	Experiencia laboral del instructor:	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 1.** Veinticuatro (24) meses de experiencia relacionada distribuida así: Doce (12) meses de experiencia relacionada con el ejercicio de la Gestión de Mercados y doce (12) meses en docencia
Competencias del instructor:		**Competencias Comunes (Res. 1498 de 2017):** Orientación a resultados Orientación al usuario y al ciudadano Transparencia Compromiso con la Organización
REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS (Normas APA última versión)		Shum Xie, Y. M. (2019). Marketing digital: navegando en aguas digitales. Sumérgete conmigo. Ediciones de la U.. https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=9100 Blanchard, Olivier. (2009). El rendimiento de la inversión en los medios sociales. QUE Pubishing Colon, Geoffrey. (2016). Marketing disruptive. AMACOM Eisenberg, Jeffrey y Eisenberg, Bryan. (2017). Incluso un puesto de limonada puede hacerlo. Wizard Academy Press. Be Like Amazon. Galloway, Scott. Cartera. (2017). Los cuatro. El ADN oculto de Amazon, Apple, Facebook y Google. Gardner, Howard y Davis, Katie. (2014). La generación App. Paidós. Kawasaki, Guy. (2017). El arte de empezar 2.0. Deusto S.A. Ediciones Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan y Setiawan, Iwan. (2016). Marketing 4.0. Pasando de lo tradicional a lo digital. Waily Mathewson, James; Donatone, Frank y Fishel, Cynthia. (2010). Público, relevancia y búsqueda. Cómo captar al público de la Web con contenido relevante. IBM Press, Osterwalder, Alexander y Pigneur, W. Yves (2010). Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Osterwalder, Alexander y Pigneur, W. Yves (2014). Diseñando la propuesta de valor. Roca, Genis. (2015). Big data para directivos. Empresa Activa Rouhiainen, Lasse. (2016). 101 consejos y estrategias de Facebook. Marketing para tu empresa. Safko, Lon y Brake K, David. (2009). La Biblia de los medios sociales. Tácticas, herramientas y estrategias para alcanzar el éxito en los negocios. Wiley Sanagustín, Eva. (2016). Vender más con marketing digital. ECOE Ediciones Schmidt, Eric y Rosenberg, Jonathan. (2014). Como funciona Google. Grand Central Shih, Clara. (2009). La era de Facebook. Cómo aprovechar las redes sociales en línea para crear mejores productos, atraer nuevas audiencias y vender mucho más. Prentice Hall Direct Surdak, Christopher. (2014). Un mar de datos. Cómo la olea da de información está fomentando nuevas oportunidades de negocios. AMACOM

CONTROL DE CAMBIOS

NOMBRE COMPLETO	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	CENTRO DE FORMACIÓN	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	CARGO	FECHA DE REVISIÓN
Diana Carolina Jaramillo Rojas	43922058	Centro de Comercio /Regional Antioquia	djaramillor@sena.edu.co	3173400521	Experta temática	
Natalia Díaz Jurado	24336504	Centro de Comercio y Servicios /Regional Caldas	ndiazj@sena.edu.co	3137315699	Profesional de diseño y desarrollo curricular	
Clara Elena Salgado Riaño	41933735	Centro de Comercio y Servicios /Regional Caldas	csalgador@sena.edu.co	3232938199	Instructor gestión de mercados	
Olga Lucia Hoyos Astudillo	34547293	Centro de Comercio y Servicios /Regional Cauca	ohoyos@sena.edu.co	3113182206	Instructor gestión de mercados	

Claudia Juliana León Pinto	37546401	Centro de servicios empresariales y turísticos / Regional Santander	cleon@sena.edu.co	3165759228	Asesora metodológica de diseño	
Catalina Hernández Palacio	43973027	Centro de Comercio /Regional Antioquia	cahernandezp@sena.edu.co	3012711812	Asesora metodológica de diseño	
Jaime Rafael Romero	98658918	Centro de Comercio /Regional Antioquia	jrromero@sena.edu.co	3226329692	Asesor metodológico de diseño	
Iván Vélez Villegas	7541390	Centro de comercio y turismo /Regional Quindío	ivelezv@sena.edu.co	3116081310	Gestor sectorial red comercio y ventas	
Andrés Felipe Valencia	9860320	Dirección General	avalenciap@sena.edu.co	PBX:5461500 Ext:13122	Dinamizador de Red	

SENA	**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA** **SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN** **Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral** **PROYECTO FORMATIVO**	Versión: 02 Código: GFPI-F-016

1. Información básica del proyecto

Cód. Proyecto SOFIA:		**Cód. Programa SOFIA:**	**6322xx**	**Versión del Programa:**	**1**	**Fichas asociadas:**	

1.1 Centro de Formación:	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS	**1.2 Regional:**	**REGIONAL CALDAS**
1.3 Nombre del proyecto:	Implementación de contenidos para campañas en medios digitales para las MiPymes.		
1.4 Programa de Formación al que da respuesta:	Promoción de contenido en medios digitales		
1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):	15 meses		
1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación: (si Existe)	EQUIPO DESARROLLO CURRICULAR - RED COMERCIO Y VENTAS - SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA		
1.7 Palabras claves de búsqueda :	Marketing digital, mercados, medios digitales, publicación, cliente, piezas gráficas, comunidades virtuales		

1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:	28	**1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia**	**1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:**	**16**
			1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto	**5**
			1.9.3 Número de resultados de aprendizaje básicos que se alcanzan con el proyecto:	**7**

2. Estructura del Proyecto

2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar

En un momento de grandes cambios y novedades tecnológicas se hace necesario determinar la importancia que tiene el uso de las técnicas actuales de Marketing Digital, con la finalidad de garantizar el éxito de las empresas. Es vital que los negocios vayan de la mano con las nuevas tecnologías y definitivamente esto ha marcado una evolución a pasos agigantados en el mundo del Marketing, ya que se ha convertido en parte necesaria del universo online. Ante la diversidad de técnicas en esta area, es importante que las empresas escojan aquellas que estén adaptadas al mercado que pretenden atacar y no traten de abarcar una cantidad que más allá de beneficiarlas las perjudique. En este sentido, el equipo organizacional debe buscar apoyo en el área para elaborar estrategias de promocion de contenidos en diferentes medios digitales acordes a los segmentos del mercado a atender. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), que son mayoría en Colombia,no cuentan con las herramientas necesarias y los medios de mercadeo indispensables para la promoción de su oferta, portafolio y marca, lo que les cuesta adaptarse a esta nueva forma de hacer negocios en un entorno cada vez más competitivo. Estas dificultades se originan, en gran parte por la baja disponibilidad de talento humano calificado para realizar los contenidos de campañas en medios digitales.

¿Cómo implementar contenidos de campañas que sean eficaces en medios digitales? Olga: por favor agregar cita bibliográfica

2.2 Justificación del proyecto

Las MiPymes Colombianas actualmente compiten en mercados globalizados con diferentes estrategias de marketing, es por esto que necesitan diferenciarse para ser competitivas a nivel local, regional y nacional. Para el desarrollo de este proyecto es necesario que las empresas ofrezcan productos a traves de diferentes medios digitales los cuales ayudan a posicionar e incrementar sus ventas en los diferentes mercados. La revolución tecnológica ha llevado a las organizaciones a moverse en mercados competitivos con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ofertando productos en inmejorables condiciones de información, rapidez y rentabilidad. Es por esto que se considera que este proyecto aportará a las MiPymes personal calificado que apoyen la publicación de contenidos digitales con el fin de posicionar y promover las diferentes marcas y productos que las empresas ofrecen a los mercados locales, regionales y nacionales. Con base en lo anterior, el SENA presenta el programa Técnico en Promoción de Contenidos en Medios Digitales, con el fin de formar personas competentes para gestionar comunidades virtuales y publicar contenidos, asegurando la formación profesional integral, con metodologías de aprendizaje innovadoras, garantizando el acceso a tecnologías de última generación y una estructuración curricular pertinente que potencie la formación de ciudadanos participativos, creativos y con capacidad crítica, solidaria y emprendedora. Estos son los factores que lo acreditan para responder a las necesidades del sector empresarial y social, aportando a la generación de valor en los procesos de mercadeo y ventas.

2.3 Objetivo general

Implementar la promoción de contenidos en medios digitales de las MiPymes de la región de acuerdo con las condiciones del mercado y las políticas de la empresa.

2.4 Objetivos específicos:

1. Consolidar la base de datos de prospectos digitales para interactuar con el cliente en los periodos definidos de la campaña digital
2. Crear piezas gráficas según la parrilla de contenidos definida en la campaña digital
3. Realizar publicación de contenidos digitales para implementar la estrategia de marketing digital en el periodo establecido por la organización
4. Realizar reporte de métricas de las publicaciones para apoyar la toma de decisiones en las campañas digitales de forma periódica

2.5 Alcance

2.5.1 Beneficiarios del proyecto	Micro y pequeñas empresas, organizaciones con y sin ánimo de lucro, personas naturales o jurídicas, aprendices del programa técnico en promoción de contenido en medios digitales	
2.5.2 Impacto	**Social:**	Inclusión de mano de obra calificada en el sector productivo, mejoramiento proyecto de vida aprendices del programa
	Económico:	Generación de herramientas para apalancar la sostenibilidad de las empresas a través de la implementación de las buenas prácticas de mercadeo digital
	Ambiental:	Racionalización en el uso de las herramientas tecnológicas como cuidado de los recursos naturales
	Tecnológico:	Apropiación en el uso de tecnologías

2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución:

- Falta de compromiso por parte de los empresarios a adoptar el programa formativo.
- Talento humano no calificado o preparado para la operación del programa formativo.
- Falta de ambientes de aprendizaje apropiados que faciliten la formación del programa formativo.
- Falta de recursos financieros para la implementación de la solución en las organizaciones.

2.5.4. Productos o resultados del proyecto:

Parrilla de contenidos.	
Piezas graficas básicas.	
Publicación de contenidos digitales que contengan información audiovisual (videos), sonora (podcast), textual (post) y piezas gráficas.	
Base de datos de prospectos digitales (leads).	
Reporte de métricas de publicaciones.	
2.6 Innovación/Gestión Tecnológica	
El proyecto resuelve una necesidad del sector productivo?	Si
El proyecto mejora el proceso/producto/servicio existente?	Si
El proyecto involucra el uso de nuevas técnicas y tecnologías de proceso?	Si
Los productos finales son susceptibles a protección industrial y/o derechos de autor?	Si
Los productos obtenidos en el proyecto pueden ser posicionados en el mercado?	Si
2.7 Valoración Productiva	
Con el desarrollo del proyecto se puede satisfacer la necesidad de un cliente potencial?	Si
Viabilidad de proyecto para plan de negocio?	Si

3. PLANEACION DEL PROYECTO

3.1 FASES DEL PROYECTO	3.2 ACTIVIDADES DEL PROYECTO:	3.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE COMPONENTE TECNICO (a partir del programa de formación)		3.4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE COMPONENTE SOCIAL	
		Código	Denominación	Código	Denominación
INDUCCIÓN	Contextualizar la formación profesional integral, de acuerdo con la política institucional			24020153001	Apropiar características de la gestión organizacional del SENA en el contexto de la misión institucional de acuerdo con su rol proyecto de vida y desarrollo profesional.
ANALISIS	Valorar clientes potenciales	260101033-01	Diagnosticar clientes de interés de acuerdo con el mercado objetivo de la organización	220501046-01	Seleccionar herramientas de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), de acuerdo con las necesidades identificadas.
				20501046-02	Usar herramientas TIC, de acuerdo con los requerimientos, manuales de funcionamiento, procedimientos y estándares
		260101033-02	Perfilar clientes de acuerdo con el mercado objetivo de la organización.	20501046-03	Verificar los resultados obtenidos, de acuerdo con los requerimientos
				20501046-04	Implementar buenas prácticas de uso, de acuerdo con la tecnología empleada
	Identificar clientes de interés	260101074-01	Determinar la audiencia teniendo en cuenta requerimientos del plan de mercadeo.	230101507 -01	Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social.
				230101507 -02	Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene
				230101507 -03	Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social.
				230101507 -04	Implementar un plan de Ergonomía y Pausas Activas según las características de la función productiva
PLANEACIÓN	Formular concepto creativo	291301122-01	Proponer el concepto creativo de acuerdo con requerimientos comunicacionales	240202501-01	Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de sí mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida
				240202501-02	Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida
				240202501-03	Participar en intercambios conversacionales básicos en forma oral y escrita en inglés en diferentes situaciones sociales tanto en la cotidianidad como en experiencias pasadas
				240202501-04	Llevar a cabo acciones de mejora relacionadas con el intercambio de información básica en inglés, sobre sí mismo, otras personas, su contexto inmediato así como de experiencias pasadas
				240202501-05	Comunicarse de manera sencilla en inglés en forma oral y escrita con un visitante o colega en un contexto laboral cotidiano
				240202501-06	Poner en práctica vocabulario básico y expresiones comunes de su área ocupacional en contextos específicos de su trabajo por medio del uso de frases sencillas en forma oral y escrita
	Adecuar contenido	291301122-02	Preparar contenido de acuerdo con el alcance de la pieza y	220601501-01	Interpretar los problemas ambientales y de SST teniendo en cuenta los planes y programas establecidos por la organización y el entorno social
				220601501-02	Efectuar las acciones para la prevención y control de la problemática ambiental y de SST, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización

	Adecuar contenido	291301122-02	requerimientos del cliente.	220601501-03	Verificar las condiciones ambientales y de SST acorde con los lineamientos establecidos para el área de desempeño laboral.
				220601501-04	Reportar las condiciones y actos que afecten la protección del medio ambiente y la SST, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el contexto organizacional y social.
EJECUCIÓN	Diseñar piezas gráficas	291301122-03	Elaborar pieza gráfica teniendo en cuenta los lineamientos de marca, línea y finalidad del mensaje.	240201533-01	Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno
				240201533-02	Apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor
	Publicar contenidos digitales	260101074-02	Promocionar contenido de acuerdo con plan de mercadeo digital.	240201533-03	Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora
				240201533-04	Relacionar la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación.
		260101033-03	Presentar propuesta comercial de acuerdo con perfil del cliente y lineamientos del plan de mercadeo.	240201524-01	Interpretar el sentido de la comunicación como medio de expresión social, cultural, laboral y artística
				240201524-02	Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación
				240201524-03	Validar la importancia de los procesos comunicativos teniendo en cuenta criterios de lógica y racionalidad
				240201524-04	Aplicar acciones de mejoramiento en el desarrollo de procesos comunicativos según requerimientos del contexto
EVALUACIÓN	Verificar el impacto de los contenidos digitales	260101074-03	Interactuar con la audiencia acorde con protocolos y requerimientos de audiencia.	210201501-01	Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo
				210201501-02	Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo
				210201501-03	Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales
				210201501-04	Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza
				240201526-01	Promover mi dignidad y la del otro a partir de los principios y valores éticos como aporte en la instauración de una cultura de paz
				240201526-02	Establecer relaciones de crecimiento personal y comunitario a partir del bien común como aporte para el desarrollo social.
				240201526-03	Promover el uso racional de los recursos naturales a partir de criterios de sostenibilidad y sustentabilidad ética y normativa vigente
				240201526-04	Contribuir con el fortalecimiento de la cultura de paz a partir de la dignidad humana y las estrategias para la transformación de conflictos
PRODUCTIVA	Aplicar los conocimientos en contextos reales del sector productivo.			999999999	Aplicar en la resolución de problemas reales del sector productivo, los conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa de formación asumiendo estrategias y metodologías de autogestión

3.5 Organización del proyecto			
3.5.1 No. Instructores requeridos	14	**3.5.2 No. Aprendices sugeridos para participar en el proyecto**	**35**
3.6 Descripción del ambiente de aprendizaje requerido			

3.7 RECURSOS ESTIMADOS

		Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)	**Materiales de formación (consumibles)**	**Talento Humano (Instructores)**		**AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS**

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral PROYECTO FORMATIVO						Versión: 02 Código: GFPI-F-016	
ACTIVIDADES DEL PROYECTO	**DURACIÓN (Horas)**	**Descripción**	**Cantidad**	**Descripción**	**Cantidad**	**Especialidad**	**Cantidad**	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad porductiva) y y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente**
Contextualizar la formación profesional integral, de acuerdo con la política institucional	48	Computadores Televisor Smartboard	35 1 1	Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	2 1	Instructor competencias claves y transversales, Instructor Técnico, Profesional de desarrollo humano, Equipo de bienestar y liderazgo al aprendiz	1	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas de productos sostenibles. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
Valorar clientes potenciales	144	Computadores Televisor Smartboard	35 1 1	Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	2 1	Título Profesional Universitario el núcleo básico de conocimiento de: administración; o economía; o ingeniería Industrial y afines Tecnólogo o Profesional en áreas afines con Tecnologías de la información y la comunicación.		Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas de productos sostenibles. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
Identificar clientes de interés	144	Computadores Televisor Smartboard	35 1 1	Memoria USB Marcador Borrables Resma de papel tamaño carta Resma de papel tamaño oficio Pos it Borrador para tablero	35 2 2 2 35 1	Título Profesional Universitario el núcleo básico de conocimiento de: administración; o economía; o ingeniería Industrial y afines Título Profesional Universitario el núcleo básico de conocimiento de: Deportes, Educación Física y Recreación; o Educación física y afines; o Educación (Ver anexo N.B.C) Tarjeta profesional en los casos exigidos por la Ley.	1	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas de productos sostenibles. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente

Formular concepto creativo	240	Computadores Televisor Smartboard	35 1 1	Marcador Borrables Resma de papel tamaño carta Resma de papel tamaño oficio Borrador para tablero Gancho Clip Resaltadores Sacapunta Borrador Regla Lapiz	3 2 2 1 35 35 35 100 35 48	Título Profesional universitario en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en: o diseño Título Profesional universitario en cualquier núcleo de conocimiento, certificado mínimo en nivel B2 de acuerdo con el MCER en cada una de las cuatro (4) habilidades de dominio de lengua (Comprensión oral, Comprensión escrita, Producción oral, Producción escrita). Los exámenes de lengua admitidos deben tener una vigencia máxima de 2 años y son aquellos enlistados en la Resolución 12730 del 28 de junio de 2017 del Ministerio de Educación Nacional. No se aceptan aquellos exámenes catalogados en esta Resolución como “Clasificación (Placement)”, “Niños de 7 a 12 años (Young Learners)” y “Jóvenes (Teenagers)”.	1	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas de productos sostenibles. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
Adecuar contenido	96	Computadores Televisor Smartboard	35 1 1	Marcador Borrables Resma de papel tamaño carta Resma de papel tamaño oficio Borrador para tablero Gancho Clip Resaltadores Sacapunta Borrador Regla Lapiz	3 2 2 1 35 35 35 100 35 48	Título Profesional universitario en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en: o diseño Título de Tecnólogo en el núcleo básico de conocimiento de: Salud Pública; o Ingeniería Industrial y afines; o Ingeniería Civil y afines. Con licencia en Salud Ocupacional		Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas de productos sostenibles. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
Diseñar piezas gráficas	120	Computadores Televisor Smartboard Software (aplicaciones de Creative Cloud)	35 1 1	Marcadores Borrables Carpeta Ganchos Legajadores Cosedora Perforadora Lapicero	2 35 35 35 35	Título Profesional universitario en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento en: o diseño Título de Técnico Profesional en núcleos básicos de conocimiento de: Administración, o Contaduría Pública; o Ingeniería Administrativa y afines; o Economía.	1	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas de productos sostenibles. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente

Publicar contenidos digitales	312	Computadores Televisor Smartboard	35 1 1	Marcador Borrables Resma de papel tamaño carta Resma de papel tamaño oficio Sobre manila tamaño carta Sobre manila tamaño oficio Borrador para tablero Lapicero Fomy Papel Iris	3 2 2 35 35 1 35 35 35	Título Profesional Universitario el núcleo básico de conocimiento de: administración; o economía; o ingeniería industrial y afines; o publicidad y afines; o contaduría pública; o Ingeniería administrativa y afines; o matemáticas, estadística y afines; o psicología; o NBC sin clasificar Comunicación: Formación en Ciencias de la Comunicación, Periodismo, Lingüística, Filología, Lenguas Clásicas o Modernas, Español y Literatura. Título de Técnico Profesional en núcleos básicos de conocimiento de: Administración, o Contaduría Pública; o Ingeniería Administrativa y afines; o Economía.		Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas de productos sostenibles. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
Verificar el impacto de los contenidos digitales	240	Computadores Televisor Smartboard	35 1 1	Marcador Borrables Resma de papel tamaño carta Resma de papel tamaño oficio Sobre manila tamaño carta Sobre manila tamaño oficio Borrador para tablero Lapicero Fomy Papel Iris	3 2 2 35 35 1 35 35 35	Título Profesional Universitario el núcleo básico de conocimiento de: administración; o economía; o ingeniería industrial y afines; o publicidad y afines; o contaduría pública; o Ingeniería administrativa y afines; o matemáticas, estadística y afines; o psicología; o NBC sin clasificar Profesional universitario y Experticia en el área temática DERECHOS HUMANOS Y FUNDAMENTALES EN EL TRABAJO que impartirá en su desempeño Profesional en carreras de formación relacionadas con filosofía, o antropología, o psicología, o trabajo social, o sociología o afines	1	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas de productos sostenibles. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
Aplicar los conocimientos en contextos reales del sector productivo.	864					Instructor Valoración etapa productiva	1	Empresas

3.7.1 DETALLE DE LOS RECURSOS ESTIMADOS

HERRAMIENTAS (Materiales de formación devolutivos)	UNIDAD DE MEDIDA	CODIGO ORIONS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL (por grupo de 35 aprendices)	FUENTE RECURSO
Software (aplicaciones de Creative Cloud)	Unidad		$ 35,00	$ 723.264	$ 25.314.240	COMPRA

TOTAL				**$ 723.264**	**$ 25.314.240**	

EQUIPOS (Materiales de formación devolutivos)	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**FUENTE RECURSO**
Computadores	Unidad	35	$ 2.000.000,00	$ 70.000.000	INVENTARIO
Televisor Smart TV con salida HDMI	Unidad	1	$ 2.500.000,00	$ 2.500.000	INVENTARIO
TOTAL				**$ 72.500.000**	

MATERIALES (consumibles)	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**FUENTE RECURSO**
Marcador Borrables Colores Surtidos	Unidad	12	$ 2.500,00	$ 30.000,00	COMPRA
Resma de papel tamaño carta	Resma	6	$ 12.000,00	$ 72.000,00	COMPRA
Resma de papel tamaño oficio	Resma	6	$ 12.000,00	$ 72.000,00	COMPRA
Borrador para tablero	Unidad	3	$ 3.000,00	$ 9.000,00	COMPRA
Resaltadores	Unidad	36	$ 1.600,00	$ 57.600,00	COMPRA
Lapicero	Unidad	72	$ 2.000,00	$ 144.000,00	COMPRA
Lápiz	Cajax12	4	$ 12.000,00	$ 48.000,00	COMPRA
VALOR				**$ 432.600**	

4.RUBROS PRESUPUESTALES

	VALOR	**RUBRO PRESUPUESTAL POR EL QUE SE FINANCIARÍA EL PROYECTO**
Equipos	$ 72.500.000	COMPRA MAQUINARIA EQUIPO
Herramientas	$ 25.314.240	COMPRA MAQUINARIA EQUIPO
Talento Humano	$ 55.165.500	CONTRATACION INSTRUCTORES
Materiales de Formación	$ 432.600	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
TOTAL	**$ 153.412.340**	

5. EQUIPO QUE PARTICIPÓ EN LA FORMULACIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE	**DOC IDENTIDAD**	**ESPECIALIDAD**	**NOMBRE CENTRO**	**REGIONAL**
DIANA CAROLINA JARAMILLO ROJAS	43922058	EXPERTA TEMATICA EN MERCADEO Y VENTAS	CENTRO DE COMERCIO	ANTIOQUIA
SAMUEL PINILLA HURTADO	71660104	EXPERTO TEMATICA EN MERCADEO Y VENTAS	CENTRO DE COMERCIO	ANTIOQUIA
NATALIA DIAZ JURADO	24336504	PROFESIONAL DISEÑO Y DESARROLLO CURRICULAR	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS	CALDAS
CLARA ELENA SALGADO RIAÑO	41933735	INSTRUCTOR GESTIÓN DE MERCADOS	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS	CALDAS
OLGA LUCIA HOYOS ASTUDILLO	34547293	INSTRUCTOR GESTIÓN DE MERCADOS	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS	CAUCA
IVAN VELEZ VILLEGAS	7541390	GESTOR RED COMERCIO Y VENTAS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO	QUINDIO

GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR

Fecha de Elaboración	DICIEMBRE 6 DE 2021
nominación del Programa de Formación	PROMOCIÓN DE CONTENIDOS EN MEDIOS DIGITALES
Modalidad de Ejecución	PRESENCIAL
Código y versión del Programa	6322xx
Nombre del Proyecto	IMPLEMENTACIÓN DE CONTENIDOS PARA CAMPAÑAS EN MEDIOS DIGITALES PARA LAS MIPYMES
Código del Proyecto	

Instructores que elabora la planeación pedagógica

Nombres y Apellidos	
DIANA CAROLINA JARAMILLO ROJAS	
SAMUEL PINILLA HURTADO	
NATALIA DIAZ JURADO	
CLARA ELENA SALGADO RIAÑO	
OLGA LUCIA HOYOS ASTUDILLO	

					80%	20%				
FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	**ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)**	**COMPETENCIA**	**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**	**ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR**	**DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)**		**ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS**	**AMBIENTES DE**		
					HORAS TRABAJO DIRECTO	**HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE**		**AMBIENTE**	**MATERIALES DE FORMACIÓN**	**INSTRUCTORES RESPONSABLES**
INDUCCIÓN	Contextualizar la formación profesional integral, de acuerdo con la política institucional.	240201530 -Inducción	240201530 3001 Identificar la dinámica organizacional del SENA y el rol de la formación profesional integral de acuerdo con su proyecto de vida y el desarrollo profesional	Cognitiva: Reconocer los elementos de la identidad institucional según políticas del SENA. Procedimental: Comprender el programa de formación de acuerdo al perfil como aprendiz. Valorativa:-actitudinal Apropiarse responsablemente del rol como Aprendiz SENA en el contexto de la Formación Profesional Integral.	38	10	Resumen Exposición Juego de Roles	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor competencias claves y transversales, Instructor Tecnico, Profesional de desarrollo humano, Equipo de bienestar y liderazgo al aprendiz
	Valorar clientes potenciales	260101033-Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas	260101033-01-Diagnosticar clientes de interés de acuerdo con el mercado objetivo de la organización	AA01-Determinar clientes de interés haciendo uso de herramientas informáticas y demás plataformas tecnológocas.	38	10	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		220501046-Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con necesidades de manejo de información	220501046-01- Seleccionar herramientas de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), de acuerdo con las necesidades identificadas.		10	2	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Ambientes simulados o reales Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			20501046-02- Usar herramientas TIC, de acuerdo con los requerimientos, manuales de funcionamiento, procedimientos y estándares		10	2	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		260101033-Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas	260101033-02- Perfilar clientes de acuerdo con el mercado objetivo de la organización.	AA02-Precisar clientes de interés haciendo uso de herramientas informáticas y dempas plataforma tecnológocas.	38	10	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		220501046-Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con necesidades de	20501046-03- Verificar los resultados obtenidos, de acuerdo con los requerimientos		10	2	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal

ANALISIS		manejo de información	20501046-04-Implementar buenas prácticas de uso, de acuerdo con la tecnología empleada		10	2	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
	Identificar clientes de interes	260101074-Gestionar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de relaciones públicas y tipo de negocio	260101074-01-Determinar la audiencia teniendo en cuenta requerimientos del plan de mercadeo.	AA03-Presenta una propuesta de la audiencia seleccionada por la organización, aplicando las normas de SST y hábitos de vida saludable	77	19		Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		230101507-Generación de Hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de Actividad Física en los contextos productivos y sociales	230101507 -01- Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social.		10	2		Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			230101507 -02- Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene		10	2		Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			230101507 -03- Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social.		10	2		Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			230101507 -04- Implementar un plan de Ergonomía y Pausas Activas según las características de la función productiva		10	2		Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		291301122 -Diagramar piezas gráficas de acuerdo con métodos de diseño y tipo de proyecto	291301122-Proponer el concepto creativo de acuerdo con requerimientos comunicacionales		38	10	De Aprendizaje Interactivo: Exposición magistral activa. Taller grupal. Trabajo por grupos colaborativos. Foro. Visitas.	LMS y ambientes de Gestión Documental y/o TICs. Ambiente para el trabajo colaborativo.	Equipos de cómputo, impresora, internet, intranet, sillas, mesas, resmas, marcadores, tablero acrílico, borrador de tablero, Video Beam o Televisor.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240202501-01-Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de sí mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida		19	5				Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240202501-02-Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida		19	5				Instructor Técnico e Instructor Transversal

PLANEACIÓN	Formular concepto creativo	240202501- Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas	240202501-03-Participar en intercambios conversacionales básicos en forma oral y escrita en inglés en diferentes situaciones sociales tanto en la cotidianidad como en experiencias pasadas	**AA04-Procedimental** Presentar una propuesta conceptual teniendo en cuenta la identidad corporativa de la marca y requerimientos en lengua inglesa.	38	10	Aprendizaje colaborativo: Trabajo en grupo. Solución de casos. Aprendizaje basado en problemas. Análisis y discusión en grupos.	LMS y ambientes de Gestión Documental y Bilingüismo. Ambiente para el trabajo colaborativo.	Equipos de cómputo, impresora, internet, intranet, sillas, mesas, resmas, marcadores, tablero acrílico, borrador de tablero, Video Beam o Televisor.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240202501-04-Llevar a cabo acciones de mejora relacionadas con el intercambio de información básica en inglés, sobre sí mismo, otras personas, su contexto inmediato así como de experiencias pasadas		19	5				Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240202501-05-Comunicarse de manera sencilla en inglés en forma oral y escrita con un visitante o colega en un contexto laboral cotidiano		19	5				Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240202501-06-Poner en práctica vocabulario básico y expresiones comunes de su área ocupacional en contextos específicos de su trabajo por medio del uso de frases sencillas en forma oral y escrita		38	10				Instructor Técnico e Instructor Transversal
	Adecuar contenido	291301122 -Diagramar piezas gráficas de acuerdo con métodos de diseño y tipo de proyecto	291301122-Preparar contenido de acuerdo con el alcance de la pieza y requerimientos del cliente.	Adecuar contenido aplicando prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales.	38	10	Aprendizaje colaborativo Aprendizaje individual	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		220601501-Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente	220601501-01-Interpretar los problemas ambientales y de SST teniendo en cuenta los planes y programas establecidos por la organización y el entorno social		10	2	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			220601501-02-Efectuar las acciones para la prevención y control de la problemática ambiental y de SST, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización		10	2	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			220601501-03-Verificar las condiciones ambientales y de SST acorde con los lineamientos establecidos para el área de desempeño laboral.		10	2	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			220601501-04-Reportar las condiciones y actos que afecten la protección del medio ambiente y la SST, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el contexto organizacional y social.		10	2	Metodo de Casos, Metodo de Proyectos, Juego de Roles, Panel de Discusión	Capacidad para 35 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente	Computadores Televisor Smartboard Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	Instructor Técnico e Instructor Transversal

EJECUCIÓN	Diseñar piezas gráficas	291301122- Diagramar piezas gráficas de acuerdo con métodos de diseño y tipo de proyecto	291301122-03- Elaborar pieza gráfica teniendo en cuenta los lineamientos de marca, línea y finalidad del mensaje.	**Procedimental** Presentar una propuesta gráfica utilizando el diseño como medio para lograr el impacto visual del cliente. **Procedimental** Elaborar propuesta de idea de negocio que responda a las competencias del programa de formación.	77	19	Trabajo por grupos colaborativos: Juego de roles Análisis de casos Trabajo en grupo	Sala de computadores en línea, Software de diseño gráfico, LMS y ambientes de Gestión Documental. Ambiente para el trabajo colaborativo.	Equipos de cómputo, impresora, internet, intranet, sillas, mesas, resmas, marcadores, tablero acrílico, borrador de tablero, Video Beam o Televisor.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		240201533-Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.	240201533-01-Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno		10	2	De Autoaprendizaje: Búsqueda y análisis de información. Tareas individuales. Lecturas de documentos, artículos o libros. Búsqueda y análisis de información. Elaboración de organizadores gráficos.	Sala de computadores en línea, LMS y ambientes de Gestión Documental.	Equipos de cómputo, impresora, internet, intranet, sillas, mesas, resmas, marcadores, tablero acrílico, borrador de tablero, Video Beam o Televisor.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240201533-02-Apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor		10	2				
	Publicar contenidos digitales	260101074-Gestionar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de relaciones públicas y tipo de negocio	260101074-02- Promocionar contenido de acuerdo con plan de mercadeo digital	Procedimental: promocionar contenidos digitales con capacidad creativa teniendo en cuenta el sentido comunicaional.	116	28	Las redes semánticas. La lluvia de ideas. La construcción de gráficos, cuadros. Los juegos de roles.	Ambiente dotado de comptaudores con acceso a internet.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		260101033- Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas	260101033-03 Presentar propuesta comercial de acuerdo con perfil del cliente y lineamientos del plan de mercadeo.		77	19	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		240201533-Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.	240201533-03-Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240201533-04-Relacionar la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación.		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240201524-01-Interpretar el sentido de la comunicación como medio de expresión social, cultural, laboral y artística		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240201524-02-Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación		10	2	Las redes semánticas. La lluvia de ideas. La construcción de gráficos, cuadros. Los juegos de roles.	Ambiente dotado de comptaudores con acceso a internet.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal

		240201524-Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo	240201524-03-Validar la importancia de los procesos comunicativos teniendo en cuenta criterios de lógica y racionalidad	Procedimental: ofercer portafolio de la empresa en canales digitales a partir de protocolos de comunicación.	10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240201524-04-Aplicar acciones de mejoramiento en el desarrollo de procesos comunicativos según requerimientos del contexto		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
EVALUACIÓN	Verificar el impacto de los contenidos digitales	260101074-Gestionar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de relaciones públicas y tipo de negocio	260101074-03- Interactuar con la audiencia acorde con protocolos y requerimientos de audiencia.	Procedimental: ejecutar acciones de medición a los contenidos de acuerdo con metodologías de evaluación establecidas en el sector productivo.	116	28	Las redes semánticas. La lluvia de ideas. La construcción de gráficos, cuadros. Los juegos de roles.	Ambiente dotado de comptaudores con acceso a internet.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
		210201501-Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.	210201501-01-Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			210201501-02-Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			210201501-03-Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			210201501-04-Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal

		240201526-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz	240201526-01-Promover mi dignidad y la del otro a partir de los principios y valores éticos como aporte en la instauración de una cultura de paz		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240201526-02-Establecer relaciones de crecimiento personal y comunitario a partir del bien común como aporte para el desarrollo social.		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240201526-03-Promover el uso racional de los recursos naturales a partir de criterios de sostenibilidad y sustentabilidad ética y normativa vigente		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal
			240201526-04-Contribuir con el fortalecimiento de la cultura de paz a partir de la dignidad humana y las estrategias para la transformación de conflictos		10	2	Los juegos de simulación. Las situaciones de resolución de problemas. Las simulaciones. Los debates. Las exposiciones. Las socializaciones. Los casos de estudio.	Ambiente de aprendizaje con buena ventilación, iluminación , con capacidad para 31 personas, con sillas ergonomicas, computadores, televisor, ambientes fisicos y virtuales para el desarrollo del programa.	Resma de papel tamaño carta. Resma de papel tamaño oficio. Resaltadores. Regla. Marcadores Borrables. Borrador para tablero. Memorias USB. Carpetas. Ganchos Legajadores. Lapices. Borradores. Sacapuntas. Borrador para tablero. Perforadora. Cosedora. Clips.	Instructor Técnico e Instructor Transversal

Regional Centro de Formacion
ANTIOQUIA CENTRO DE COMERCIO
ANTIOQUIA CENTRO DE COMERCIO
CALDAS CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS
CALDAS CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS
CAUCA CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
Reconoce la identidad institucional y los procedimientos administrativos y formativos. Identifica los componentes y estructura de la Formación profesional integral según el programa de formación y su perfil como aprendiz del SENA. Incorpora a su proyecto de vida las oportunidades ofrecidas por el SENA.	Evidencias de Producto: Cartilla que involucre el rol de aprendiz SENA al Proyecto de Vida Técnica de Evaluación: Valoración de producto Instrumento: Guia para la realización de una cartilla	No Aplica
Utiliza criterios de análisis de acuerdo con clasificación y procedimiento técnico. Apropia la aplicación de técnicas de diagnóstico teniendo en cuenta la filosofía empresarial. Reconoce características de equipos TIC, tipos de software y servicios de internet, de acuerdo con la tecnología a utilizar. Elige herramientas TIC, de acuerdo con las necesidades de información y comunicación. Maneja computadores, periféricos, tabletas y equipos celulares, de acuerdo con las funcionalidades y manuales de uso. Aplica funcionalidades de sistema operativo, de acuerdo con las necesidades de administración de los recursos del equipo. Maneja procesador de texto, hoja de cálculo, software para presentaciones y software específico, de acuerdo con las funcionalidades de los programas.	Conocimiento: Presentación de cuestionario resuelto. Desempeño: Aplicación de tecnica de análisis situación Producto: Base de datos en archivo digital.	No Aplica No Aplica No Aplica
Reconoce información comercial del cliente según variables de interés para la empresa. Detalla el perfil de los clientes de la empresa a partir de criterios de segmentación y plan de mercadeo. Utiliza motores de búsqueda, programas de navegación, correo electrónico, transferencia de archivos, chat, programas de e-learning y computación en la nube, de acuerdo con las necesidades de información y comunicación. Participa en redes sociales, de acuerdo con las necesidades de comunicación. Prueba el funcionamiento de los equipos, productos o servicios obtenidos con el uso de herramientas TIC, de acuerdo con los requerimientos realizados	Conocimiento: Presentación de cuestionario resuelto. Desempeño: Resolución del estudio de casos. Producto: Base de datos en archivo digital.	No Aplica No Aplica

uso de herramientas TIC, de acuerdo con los requerimientos realizados. Aplica buenas prácticas de uso de la tecnología TIC, de acuerdo con los estándares y recomendaciones.		No Aplica
Determina claramente la audiencia de los contenidos según Plan de Mercadeo	Evidencias de Producto: Documento brief Técnica de Evaluación: Socializacion Instrumento: Guia para la realización del brief	No Aplica
Identifica los conceptos básicos de Anatomía y Fisiología. Aplica los conceptos básicos de la Miología Humana con base en el análisis del movimiento. Interpreta los fundamentos de Estilo de vida saludable, Higiene y Nutrición en los contextos productivo y social. Administra un plan de Higiene Corporal dentro del contexto productivo. Ejecuta rutinas de ejercicio físico según las necesidades de los contextos laboral y social. Establece pausas de acuerdo concargas de trabajo y tiempos de Actividad Física para una recuperación adecuada. Identifica las técnicas de coordinación motriz relacionadas con su perfil ocupacional. Selecciona técnicas que le permiten potenciarsu capacidad de reacción mental y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza de su entorno laboral. Aplica conceptos básicos de Ergonomía y Pausas Activas de acuerdo conla naturaleza de la función productiva. Discrimina ejercicios específicos para la prevención de riesgos ergonómicos según su actividad laboral. Estructura un plan de Ergonomía y pausas activas según contexto laboral.	Evidencias de Desempeño:Presentar una propuesta donde se presente la audiencia seleccionada por la organizacion, aplicando las normas de SST y hábitos de vida saludable Técnica de evaluación: Socializacion de la propuesta por grupo de trabajo Instrumento de evaluación: Guia de la propuesta a trabajar por grupo de trabajo	No Aplica No Aplica No Aplica No Aplica
Reconoce la importancia, naturaleza y características de la comunicación humana, según el contexto en el que se desarrolla. Escucha con atención y concentración, asiente y pregunta al hablante-¬oyente para retroalimentar el proceso. Establece acuerdos a partir de la diversidad de conceptos y opiniones. Interpreta mensajes y reconstruye el discurso con sus propias palabras manteniendo el sentido. Interpreta señales, signos, símbolos e íconos propios de su actividad laboral. Codifica y decodifica mensajes utilizando procesos comunicativos orales y escritos.		No Aplica No Aplica No Aplica

Utiliza íconos, símbolos, señales, planos, esquemas y flujogramas según requerimiento. Gráfica la información con contenidos semánticos. Utiliza la información según el propósito establecido. Apropia un método para leer comprensiva e interpretativamente. Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto y el contenido. Usa el léxico con precisión y propiedad en los procesos de comunicación relacionados con el área de desempeño laboral. Aplica las técnicas para la comunicación verbal y no verbal según requerimientos establecidos. Redacta textos con cohesión y coherencia siguiendo pautas de progresión temática. Emplea en la elaboración de textos estructuras textuales básicas. Produce textos explicativos, instructivos, descriptivos según especificaciones. Selecciona el tipo de texto de acuerdo con sus intereses y necesidades de conocimiento. Emplea para la producción de textos normatividad vigente. Identifica los diferentes tipos de textos teniendo en cuenta su intencionalidad.	Evidencia de desempeño: screen shot de las publicaciones de las diferentes piezas gráficas. Evidencia de conocimiento: prueba escrita en LMS. Evidencia de producto: propuesta conceptual.	No Aplica
		No Aplica
		No Aplica
		No Aplica
Selecciona elementos de contenidos a partir del fin del mensaje y los elementos comunicacionales. Consolida el contenido de la pieza de acuerdo con requerimientos comunicacionales y técnicas de elaboración. Contextualiza el entorno ambiental y de la seguridad y salud en el trabajo según la normatividad vigente. Analiza la problemática ambiental, peligros y riesgos de las personas en su desempeño laboral según marco normativo. Interpreta los planes y programas de gestión ambiental y de SST según las condiciones de su ambiente laboral. Identifica los procedimientos de control operacional, ambiental y de seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con la política de la organización. Aplica técnicas y procedimientos de control para el manejo ambiental y prevención de enfermedades laborales y accidentes de trabajo teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por la organización. Actúa frente a los incidentes ambientales y de seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con lo establecido en el plan de emergencias. Identifica los mecanismos de control y seguimiento a las condiciones ambientales y del SST, para el monitoreo de las buenas prácticas ambientales según las condiciones y actos seguros de su entorno laboral. Aplica técnicas y procedimientos para el control de las condiciones ambientales y de SST según política de la organización y el contexto de su desempeño laboral. Prepara los reportes de actos y condiciones que afectan el desempeño ambiental y de la SST según objetivo del informe y lineamientos de la organización.	Conocimiento: Asociación de conceptos. Desempeño: Argumentación del caso expuesto. Producto: Pieza gráfica en archivo digital.	No Aplica
		No Aplica
		No Aplica
		No Aplica
		No Aplica

Reconoce la importancia, naturaleza y características de la comunicación humana, según el contexto en el que se desarrolla. Escucha con atención y concentración, asiente y pregunta al hablante-¬oyente para retroalimentar el proceso. Establece acuerdos a partir de la diversidad de conceptos y opiniones. Interpreta mensajes y reconstruye el discurso con sus propias palabras manteniendo el sentido. Interpreta señales, signos, símbolos e íconos propios de su actividad laboral. Codifica y decodifica mensajes utilizando procesos comunicativos orales y escritos. Utiliza íconos, símbolos, señales, planos, esquemas y flujogramas según requerimiento. Gráfica la información con contenidos semánticos. Utiliza la información según el propósito establecido. Apropia un método para leer comprensiva e interpretativamente. Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto y el contenido. Usa el léxico con precisión y propiedad en los procesos de comunicación relacionados con el área de desempeño laboral. Aplica las técnicas para la comunicación verbal y no verbal según requerimientos	Evidencia de desempeño: screen shot de propuesta gráfica. Evidencia de conocimiento: prueba escrita en LMS. Evidencia de producto: propuesta de piezas gráficas.	No Aplica
		No Aplica
		No Aplica
Utiliza medios digitales teniendo en cuenta protocolos y segmento de mercado. Promueve contenidos digitales teniendo en cuenta plan de mercadeo. Verifica contenido de acuerdo con procedimiento y plan de marketing.	Evidencia de producto: Screen shot de publicaciones en al menos tres redes sociales. Evidencia de conocimiento: prueba escrita en plataforma LMS	No Aplica
Apropia el concepto de creatividad e innovación según solución de desafíos. Aplica la capacidad creativa e innovadora teniendo en cuenta los desafíos emprendedores. Sustenta el plan de acción teniendo en cuenta los elementos de una estrategia emprendedora		No Aplica
Identifica los elementos de la negociación de acuerdo con los intereses propios y del otro. Asocia las técnicas de negociación teniendo en cuenta los ámbitos personales, sociales y profesionales.		No Aplica
Reconoce la importancia, naturaleza y característica de la comunicación humana, según el contexto en l que se desarrolla. Escucha con atención y concentración, asiente y pregunta al hablante-oyente para retroalimentar el proceso. Establece acuerdos a partir de la diversidad de conceptos y opiniones. Interpreta mensajes y reconstruye el discurso con sus propias palabras.		No Aplica
Interpreta señales, signos, símbolos e íconos propios de su actividad laboral. Codifica y decodifica mensajes utilizando procesos comunicativos orales y escritos. Utiliza íconos, símbolos, señales, planos, esquemas y flujogramas según requerimiento. Gráfica la información con contenidos semánticos.		No Aplica
Valida requerimiento del cliente de acuerdo segmento y plan de mercadeo. Aplica criterios de elaboración de propuesta comercial de acuerdo con perfil del cliente y plan de mercadeo.		No Aplica

Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto y el contenido. Usa el léxico con precisión y propiedad en los procesos de comunicación relacionados con el área de desempeño laboral. Aplica las técnicas para la comunicación verbal y no verbal según requerimientos establecidos. Redacta textos con cohesión y coherencia siguiendo pautas de progresión temática. Emplea en la elaboración de textos estructuras textuales básicas.	Evidencia de desempeño: screen shot de publicaciòn de portafolio de la empresa en una red social Evidencia de conocimiento: prueba escrita en plataforma LMS	No Aplica
Selecciona el tipo de texto de acuerdo con sus intereses y necesidades de conocimiento. Emplea para la producción de textos normatividad vigente. Identifica los diferentes tipos de textos teniendo en cuenta su intencionalidad		No Aplica
Registra interacción con los clientes teniendo en cuenta protocolos establecidos. Genera reporte de métricas teniendo en cuenta plan de mercadeo. Verifica la interacción con el cliente a partir de reporte de métricas.	Evidencia de desempeño: Screenshot de comunicaciòn con audencia en al menos tres redes sociales	No Aplica
Compara las condiciones del trabajo, en el devenir histórico de la humanidad de acuerdo con los derechos humanos y fundamentales en el trabajo. Argumenta los momentos relevantes del devenir histórico de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo en la línea del tiempo.		No Aplica
Selecciona los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral aplicando la normativa.		No Aplica
Analiza situaciones que repercuten en ejercicio de los derechos fundamentales en el trabajo, desarrollando habilidades de comunicación según técnicas y protocolos. Elabora documentos relacionados con las obligaciones económicas, sociales y de bienestar derivadas de las acciones laborales de acuerdo con la normativa. Evalúa los resultados de la aplicación de los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral acorde con la normativa. Propone estrategias de solución de conflictos y negociación de acuerdo con la normativa.		No Aplica
Justifica la importancia de los derechos de los pueblos y de la solidaridad en el ejercicio de la ciudadanía laboral de acuerdo con la normativa. Relaciona, de los derechos de los pueblos y de la solidaridad, la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores de desarrollo humano. Propone acciones de defensa relacionadas con la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores del desarrollo humano.		No Aplica

Define su proyecto de vida de acuerdo a los criterios de Dignidad, de Respeto, Creencias, Ecología y Cultura. Reconoce su valor y el valor del otro de acuerdo a los principios de dignidad y construcción cultural y autonomía Define su proyecto de vida con base en criterios axiológicos y culturales y hábitos de convivencia		No Aplica
Define su proyecto de vida con base en criterios axiológicos y culturales y hábitos de convivencia Utiliza herramientas que permiten la comunicación asertiva en diferentes entornos teniendo en cuenta la pedagogía para la paz Construye relaciones interpersonales a partir del enfoque diferencial y la promoción de una cultura de paz Cambia actitudes frente a su comportamiento con base en la dignidad, aportando a la cultura de paz		No Aplica
Reconoce hitos históricos de violencia y paz como aporte a la construcción de una cultura de paz Modifica actitudes comportamentales a partir de la resolución pacífica de conflictos		No Aplica
Aplica acciones de prevención de acciones violentas con base en estrategias de comunicación asertiva Evidencia respeto por el bien común, la alteridad y el diálogo con el otro con base en principios axiológico		No Aplica

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 5

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 1		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS		Código: 1239683		
Fase del proyecto: Planeación				
Actividad de Proyecto: Definir las características del producto y/o servicio	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA9: Diseñar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente. AA10: Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta.	Ambiente de formación ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.	MATERIALES DE FORMACIÓN DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Resultados de Aprendizaje: 26010101401. Definir las especificaciones del producto o servicio de acuerdo con los resultados del estudio de factibilidad y el mercado definido. 26010101403. Desarrollar el nombre y la marca del producto o servicio teniendo en cuenta sus características y los resultados de la investigación.	**Competencia:** 260101014. Diseñar prototipos de productos y/o servicios, qué satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes y cumplan la normatividad legal vigente	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS).	**N/A**	**N/A**
Resultados de Aprendizaje:	**Competencia:**			

26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.	260101003 Implementar las acciones de penetración del producto o servicio en el mercado de acuerdo con la rentabilidad y estrategias de mercadeo.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.	**Competencia:** 240201501 Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.			
Duración de la guía: 240 horas				

2. INTRODUCCIÓN

Avanzando en el proceso formativo se continúa con el desarrollo de la Actividad de Proyecto 5 "***Definir las características del producto y/o servicio",*** en ella se revisa la conceptualización de producto identificando tipos y características, usos y aplicaciones, aportando elementos relacionados con la creación de nuevas propuestas que satisfagan necesidades, gustos y deseos como resultado de la investigación en mercados que continuamente deben realizar las empresas.

El tiempo asignado para el desarrollo de esta actividad de proyecto es de 240 horas y en ella se realizarán dos actividades de aprendizaje, así: la primera actividad de aprendizaje ***"Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente***", en esta temática se abordan temas como el **Diseño de prototipos de productos o servicios** en relación con aspectos para el diseño, construcción, pruebas y métodos para su evaluación; la **Construcción y desarrollo de la marca** como elemento diferenciador y herramienta para la fidelización de los consumidores teniendo en cuenta las **Especificaciones del producto o servicio** para su desarrollo y posicionamiento; el desarrollo del **Estudio de mercado y el estudio técnico** como herramientas de viabilidad para su comercialización. Es importante que se conozcan los términos y expresiones adecuadas para determinar las características de los productos (**Product features**) en aras de establecer una comunicación efectiva en idioma inglés.

La segunda actividad de aprendizaje "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta"***; una vez identificado el producto o servicio, el análisis se centra en cada una de las fases del **Ciclo de vida del producto o servicio**, observando el comportamiento de las ventas de los bienes o servicios a través de su período de permanencia en el mercado, definiendo y aplicando **Estrategias de mercadeo,** donde se establezcan acciones y se destinen recursos que permitan sortear situaciones en cada uno de los momentos presentados a lo largo del ciclo de vida del producto o servicio.

Se explicarán los **Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio,** a fin de poder identificar posibles desviaciones que impidan el cumplimiento de los objetivos; y la **Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida**, como herramienta de seguimiento y control de las variables más representativas, como por ejemplo, el nivel de ventas, participación de la competencia, utilidades, entre otras.

Con la realización de la actividad de proyecto 5, el aprendiz en formación apropiará contenidos para desarrollo de competencias referidas a la elaboración de fichas técnicas de productos, creación de marca, diseño del ciclo de vida de producto o servicio, lineamientos para el diseño del plan de monitoreo y planeación del mismo.

¡Adelante!

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Antes de realizar las lecturas propuestas para el desarrollo de las actividades, y de acuerdo a los temas propuestos para esta guía de aprendizaje como son: el diseño de prototipos, la marca y las características de los ciclos de vida de producto o servicios. Como actividad de reflexión inicial es importante que el aprendiz se responda a sí mismo y mediante un proceso de análisis a los siguientes cuestionamientos:

- ¿Es la marca un elemento diferenciador a la hora de adquirir un producto? ¿Por qué?
- ¿Las características intrínsecas y extrínsecas de un producto o servicio son importantes al momento de definir su compra?
- ¿En qué radica la importancia de contar con un prototipo? ¿Qué le puede ocurrir a una compañía si no compromete su procedimiento de mercadeo con el previo diseño de un prototipo?
- ¿Se pueden presentar desviaciones en algunas de las fases del ciclo de vida del producto o servicio? ¿Por qué?

La anterior reflexión permitirá al aprendiz identificar componentes que contribuyen a la construcción de su producto y servicio, permitiendo incorporarle elementos diferenciadores frente a los productos o servicios de la competencia.

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

Teniendo en cuenta los interrogantes planteados en las actividades de reflexión inicial, el aprendiz deberá profundizar en temas que le direccionarán sobre la definición de especificaciones tanto para un producto como para un servicio, teniendo como pauta a seguir los resultados arrojados por el estudio de factibilidad y el mercado seleccionado; temas explicativos para el desarrollo de la marca según características establecidas como fruto de la investigación a realizar y, por último, la valoración del ciclo de vida de acuerdo a particularidades del consumidor y variables del mercado.

Para alcanzar los objetivos de contextualización, entorno a los conocimientos de estudio requeridos, se hace necesario desarrollar la Actividad de Aprendizaje (AA9): ***"Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente***"

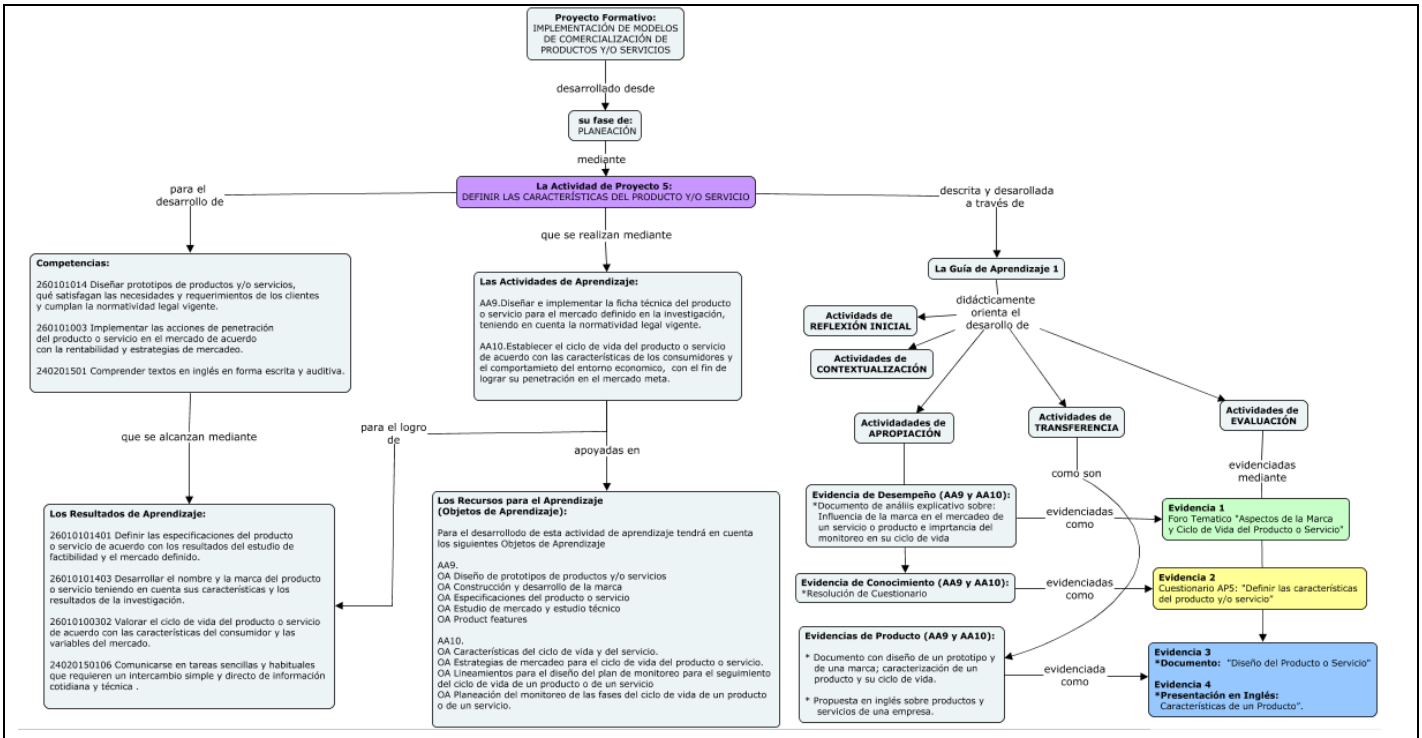
Con el estudio de los contenidos propuestos, el aprendiz estará en capacidad de estructurar un prototipo ya sea para un producto o para un servicio y, de abordar la construcción y desarrollo de la marca que les corresponde. Los procedimientos a seguir son expuestos en los materiales de estudio. Es importante que se exploren otras herramientas y se profundice sobre este tema. Los Materiales de Formación propuestos para el desarrollo de la actividad, son los siguientes:

- Diseño de prototipos de productos y/o servicios
- Construcción y desarrollo de la marca
- Especificaciones del producto o servicio
- Estudio de mercado y estudio técnico
- Product features

La propuesta temática que enfoca contenidos sobre el ciclo de vida de un producto o servicio, sus estrategias de mercadeo y el diseño de un plan de monitoreo con aplicación a cada una de esas fases, es desarrollado mediante la Actividad de Aprendizaje (AA10): "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta".*** Estos contenidos son los siguientes:

- Características del ciclo de vida y del servicio.
- Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio.
- Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio.
- Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio.

Para un mejor entendimiento por parte del aprendiz quien cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su **Fase II Planeación**, correspondiente a la Actividad de Proyecto 5: ***"Definir las características del producto y/o servicio"***; se hace necesario que estudie y comprenda el **esquema de contenidos de la guía** presentado a continuación, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar, frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **240 horas**, las cuales incluyen tiempo de **trabajo independiente** que debe dedicar el aprendiz para su desarrollo, representado en un 80%; y el tiempo de **acompañamiento directo del instructor** equivalente al 20%.

Relación horaria Actividad de Proyecto en consideración de las evidencias a desarrollar.

Descripción	Peso %	Intensidad Horaria	Evidencia 1 (Foro)	Evidencia 2 (Cuestionario)	Evidencia 3 (Producto)	Evidencia 4 (Producto)	Subtotales
			25%	20%	35%	20%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	192	48	38,4	67,2	38,4	192
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	48	12	9,6	16.8	9,6	48
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	**100%**	**240**	60	48	84	48	240

Conceptos:

- **Trabajo Independiente del Aprendiz:** Corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor.
- **Trabajo de acompañamiento directo del Instructor:** Corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de estas actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (Materiales de Formación, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará retroalimentación oportuna sobre sus resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad; todo esto, circunscrito al concepto de mejoramiento continuo, con el ánimo de añadir valor agregado a la actividad de proyecto encargada de caracterizar el comportamiento del mercado, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Sesión en línea Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un Sesión en línea con el grupo de aprendices donde explicará(n) el objetivo de la Actividad de Proyecto, las actividades de aprendizaje a realizar y las evidencias solicitadas, los criterios de evaluación con que se evaluarán, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias, etc. El encuentro debe realizarse antes del envío de evidencias y publicar su grabación en Sesiones en línea / Grabaciones sesiones en línea, indicando en el nombre de la secuencia la fecha del encuentro, y al interior de la publicación el detalle de los temas tratados y los documentos soporte utilizados en la sesión, por ejemplo: diapositivas, documentos, artículos, videos, entre otros.

Relación de Actividades de Aprendizaje en consideración de los Resultados de Aprendizaje y las Evidencias a desarrollar.

A continuación se observa la interrelación entre actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje abordados desde las evidencias que se desarrollarán, las cuales fueron diseñadas para el logro de aprendizajes de forma integral dando respuesta a las actividades de proyecto como elemento integrador del proceso formativo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Foro) AP05-EV01-Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"	Evidencia 2 (Cuestionario) AP05-EV02-Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio"	Evidencia 3 (Producto) AP02-EV03-: "Diseño del Producto o Servicio".	Evidencia 4 (Producto)AP05-EV04 – "Presentación en Inglés: Características de un Producto"
AA9: Diseñar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente.	26010101401 Definir las especificaciones del producto o servicio de acuerdo con los resultados del estudio de factibilidad y el mercado definido.	X	X	X	
	26010101403 Desarrollar el nombre y la marca del producto o servicio teniendo en cuenta sus características y los resultados de la investigación.	X		X	
	26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.				
	24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.				X
AA10: Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta.	26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.	X	X		
	24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.				X

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son fundamentales para establecer y realizar el planteamiento del problema, necesidad u oportunidad del proyecto de formación.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje es importante que usted como aprendiz:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes Materiales de Formación y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construya todas las evidencias requeridas y aplique el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publique las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación recibirá la retroalimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

Para el desarrollo de **la novena y décima actividad de aprendizaje,** se proporcionan en plataforma LMS una serie de Materiales de Formación (OA), que el aprendiz debe leer, comprender y asimilar, toda vez, que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para la caracterización del comportamiento de un mercado.

Ahora proceda con la lectura y análisis de los siguientes materiales de estudio:

Materiales de formación de la Actividad de Aprendizaje 9

- Diseño de prototipos de productos y/o servicios
- Construcción y desarrollo de la marca
- Especificaciones del producto o servicio
- Estudio de mercado y estudio técnico
- Product features

Materiales de formación de la Actividad de Aprendizaje 10

- Características del ciclo de vida y del servicio
- Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio
- Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio
- Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio

En cada objeto de aprendizaje (OA), usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de realimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, podrá descargar el PDF general y el Objeto de Aprendizaje a su computador para la revisión de material de estudio cuantas veces desee.

A continuación se presenta de forma general los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA9) denominada: ***Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente".*** Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **Diseño de prototipos de productos y/o servicios:** Este objeto de aprendizaje da a conocer los elementos a tener cuenta para el diseño del prototipo, tanto del producto como del servicio a desarrollar dentro del proyecto formativo. Para lo cual se definen los siguientes pasos:

    - **Diseño preliminar del producto o servicio**: Establece los elementos principales a tener en cuenta al momento del diseño preliminar del producto o servicio. Explica los efectos al aplicar las estrategias de competitividad en el desarrollo de bienes y servicios, como son: incremento de la productividad, incremento de los precios, reducción del riesgo e incremento de la cuota de mercado.

    - **Construcción del Prototipo**: Precisa aspectos necesarios para diseñar un prototipo y su proceso. Da a conocer el tipo de pruebas y análisis a los cuales son sometidos, sus conceptos de diferenciación, describe la etapa de la elaboración del boceto final del producto, los métodos para construcción de nuevos productos, la cultura de pertinencia de los prototipos en las empresas y, por último, define el proceso de estructuración de los prototipos de servicios.

- **Product Features:** El tema desarrollado por este objeto de aprendizaje enfatiza las características del producto, explicando la importancia de concebir una presentación en donde se dé a conocer el motivo de su creación, los componentes que lo estructuran y los beneficios que le aportan al consumidor. Uno de los principales objetivos al determinar los componentes de un producto, tiene que ver con la definición de las características a involucrar como valor añadido para el usuario final, así como, hacer entender el alcance del producto a todos los actores involucrados en su procesamiento y mercadeo.

- **Construcción y Desarrollo de la Marca**: Da a conocer la contextualización de la marca y su importancia frente la incidencia en el éxito de una empresa o institución de mercado. Dentro de la temática a abordar presenta temas de su evolución, tipos de marca, elementos constitutivos, proceso de construcción, estrategias claves para el éxito, posicionamiento en la WEB y aspectos normativos legales que rigen las marcas en Colombia.

- **Especificaciones del Producto o Servicio**: Aborda temas referentes al conocimiento e identificación de las principales características que definen un producto o servicio; esto con el propósito de establecer los objetivos de marketing y la planificación de las estrategias para su logro.

Los subtemas incluidos dentro la temática de estudio son:

- **Tipos de Productos:** Define su clasificación de acuerdo a características, atributos y gustos del consumidor.
- **Ciclo de Vida del Producto:** Contextualiza las fases que intervienen, definiendo características y elementos en cada una de ellas.
- **Características intrínsecas de un producto o servicio:** Explica los elementos físicos propios de los productos, como son: color, forma, olor y tamaño.
- **Características extrínsecas de un producto o servicio:** Define elementos como marca, precio, calidad y seguridad.

- **Estudio de Mercado y Estudio Técnico:** Brinda lineamientos para realizar el estudio de mercado y el estudio técnico de un proyecto, con el fin de establecer el horizonte de un proyecto o plan de negocios. Dentro de la temática de estudio de mercados se abordan los siguientes temas: importancia, usos y pasos. Para el caso del estudio técnico se analiza la contextualización, su importancia y componentes.

Los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA10): "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta. ",*** son los siguientes:

- **Características del Ciclo de Vida del Producto del Servicio:** El propósito fundamental de este objeto de aprendizaje es que el aprendiz pueda tomar decisiones para el diseño de estrategias competitivas, mediante el conocimiento de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio, reconociendo sus implicaciones. El estudio de este ciclo genera una planeación y un pronóstico, los cuales permiten minimizar riesgos y aprovechar las oportunidades a futuro, referenciando su acción desde la introducción hasta el declive del producto o del servicio. Dentro de los temas que se abordan en este OA tenemos:

  - **Fundamentos del ciclo de vida:** Se presenta una definición y los beneficios del ciclo de vida del producto.
  - **Fases del Ciclo de Vida de un Producto:** Identifica las cuatro fases del ciclo de vida del producto, definiéndolas, caracterizándolas y clasificándolas.
  - **Fases del Ciclo de Vida de un Servicio**: Permite identificar las cuatro fases del ciclo de vida del servicio, exponiéndolo, caracterizándolo y clasificándolo.

- **Estrategias de Mercadeo para el Ciclo de Vida del Producto o Servicio**: Orienta el diseño e implementación de estrategias para el cumplimiento de los objetivos en el ciclo de vida del producto o servicios, junto con las variables internas y externas de cada una de ellas.

- **Lineamientos para el Diseño del Plan de Monitoreo para el Seguimiento del Ciclo de Vida de un Producto o de un Servicio:** Explica el plan de monitoreo como herramienta para el seguimiento y control de procesos

y actividades; el objetivo de aprendizaje es el de brindar directrices para su construcción, definición y aplicación en el ciclo de vida del producto o servicio.

- **Planeación del Monitoreo de las Fases del Ciclo de Vida de un Producto o de un Servicio**: Describe la planeación y ejecución del monitoreo al ciclo de vida del producto, con el fin de identificar las posibles desviaciones que pueden presentarse en cada una de sus fases. En el desarrollo de la temática planteada se presentan los factores que pueden ser aplicados en cualquiera de las fases y finaliza presentando las diferentes técnicas de monitoreo para el seguimiento al ciclo de vida del producto o servicio.

Evidencia 1 (De Desempeño)
AP05-EV01- Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"; para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes a Diseño de prototipos de productos y/o servicios; Construcción y desarrollo de la marca; Especificaciones del producto o servicio; Características del ciclo de vida y del servicio; Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio. Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, deberá ingresar al Foro temático y dar respuesta a los siguientes interrogantes:

Aspectos de la Marca en cada una de sus fases

- ¿Cree usted que los consumidores están dispuestos a pagar más por productos o servicios que tengan una marca reconocida? ¿Por qué motivo lo hacen?

- ¿Qué aspectos técnicos, legales y de mercado tendría en cuenta a la hora de construir la marca para su proyecto y patentarla?

- ¿Cuál es la mejor forma de posicionar con éxito una marca en la web?

Ciclo de Vida del Producto o Servicio

- ¿Cuáles serían las técnicas de color, de diseño, y normas de composición de texto que utilizaría para diseñar la marca de su producto o servicio?

- ¿Qué aspectos tendría en cuenta a la hora de monitorear el ciclo de vida del producto o servicio? ¿Qué instrumento emplearía para efectuar dicho proceso?

- ¿Cuál es la importancia de los indicadores de desempeño de la industria para hacer seguimiento al ciclo de vida del producto o servicio? Enuncie y argumente los más apropiados para el producto o servicio de su proyecto formativo.

Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe apoyarse en investigaciones para profundizar sobre los temas propuestos, en la participación deberá justificar su respuesta a las preguntas realizadas y efectuar un comentario a

la participación de otros aprendices; de esta actividad se evaluará el análisis y la interpretación. . El instructor deberá dar repuesta mediante la aplicación de la rúbrica tigre, propiciando que se genere un ambiente de debate e intercambio de conocimientos y criterios.

Sesión en línea Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia se realizará Sesión en línea (videoconferencia), el cual será citado por el(los) instructor(es) a cargo, mediante el cual se darán a conocer las pautas para la correcta interpretación de la evidencia a realizar, aclaración de dudas y explicación de la temática abordada.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV01"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Forma de entrega:

Para el desarrollo y/o entrega de la evidencia, diríjase a: **Fase Planeación / Actividad de proyecto 5. Definir las características del producto y/o servicio / AP05-EV01- Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio".**

El instructor deberá dar repuesta mediante la aplicación de la rúbrica tigre, propiciando que se genere un ambiente de debate e intercambio de conocimientos y criterios.

Evidencia 2 (De Conocimiento)

AP05-EV02- Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio". Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Materiales de Formación dispuestos en plataforma, para las Actividades de Aprendizaje 9 y 10; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos aplicados al proceso de diseño del producto o servicio, la construcción y desarrollo de la marca y las características del ciclo de vida.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV02"**

Forma de entrega:

Para el desarrollo y/o entrega de la evidencia, diríjase a: **Fase Planeación / Actividad de proyecto 5. Definir las características del producto y/o servicio / AP05-EV02- Cuestionario AP05. "Definir las características del producto y/o servicio".**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En este momento, usted como aprendiz, ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos más representativos que le permiten reconocer la importancia del diseño e implementación de fichas técnicas acorde con la normatividad que le aplica al producto o servicio objeto de promoción y comercialización, de igual se han revisado los aspectos que intervienen en el ciclo de vida de un producto o servicio, teniendo en cuenta el comportamiento del económico respecto de los consumidores y sus características diferenciadoras, a fin de comprender la necesidad de implementar estrategias que permitan una adecuada penetración del producto en el mercado que lo reviste.

De otro lado, con la revisión de contenidos igualmente se reconoce la importancia de comprender adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma inglés necesarios para las actividades de mercadeo como del manejo de un segundo idioma en su desempeño laboral, especialmente para comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.

Evidencia 3 (De Producto)

AP05-EV03: "Diseño del Producto o Servicio". De acuerdo a las indicaciones del instructor sobre el desarrollo de la Actividad d Proyecto 5 **"**Definir las características del producto y/o servicio" y las actividades de aprendizaje AA9. Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente y AA10.Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta. El aprendiz elaborará un documento donde aplique conocimientos y competencias adquiridas; además de conceptos en los temas relacionados a: Diseño prototipos, Diseño de la marca, Especificaciones o características del producto o servicio y la aplicación del ciclo de vida del producto o servicio.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Sesión en línea Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia, es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen los encuentros sincrónicos suficientes con los aprendices, específicamente para: describir la evidencia, brindar orientación y resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV03"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP0-EV03"**
- Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

Forma de entrega:
Para el desarrollo y/o entrega de la evidencia, diríjase a: **Fase Planeación / Actividad de proyecto 5. Definir las características del producto y/o servicio / AP05-EV03- "Diseño del Producto o Servicio".**

Evidencia 4 (De producto)
AP05-EV04 – "Presentación en Inglés: Características de un Producto". El aprendiz elaborará una presentación en idioma inglés donde muestre las características de un producto o servicio, junto con las opiniones de los clientes. La presentación del documento podrá hacerse en Power Point o en el formato de su preferencia.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV04"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP05-EV04"**

Forma de entrega:
Para el desarrollo y/o entrega de la evidencia, diríjase a: **Fase Planeación / Actividad de proyecto 5. Definir las características del producto y/o servicio / AP05-EV04- "Presentación en inglés: Características de un Producto".**

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño: **AP05-EV01- Foro: "**Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"	Reporta los resultados de los análisis de los productos estudiados teniendo en cuenta el estudio del ciclo de vida de productos y servicios. Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado**.**	Foro Temático: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV01"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Evidencias de Conocimiento: **AP05-EV02-** Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio"	Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado.	Enlace LMS – Prueba de Conocimiento Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP05-EV02"**
Evidencias de Producto: **AP02-EV03:** "Diseño del Producto o Servicio**".**	Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV03"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP0-EV03"** Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**
Evidencias de Producto: **AP05-EV04-** Presentación en inglés: "Características de un Producto"	Estructura adecuadamente una opinión sobre un tema conocido de su especialidad.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV04"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP05-EV04"**

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Definir las características del producto y/o servicio	240	NA	NA	**Materiales de Formación Actividad de Aprendizaje 9** • Diseño de prototipos de productos y/o servicios • Construcción y desarrollo de la marca • Especificaciones del producto o servicio • Estudio de mercado y estudio técnico • Product features **Materiales de Formación Actividad de Aprendizaje 10** • Características del ciclo de vida y del servicio • Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio • Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio • Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio	9	Mercados Idiomas	2	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS) accedido a través de la plataforma SENA SOFIA PLUS.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Actitud: evaluación que hace una persona de una idea o un objeto.

Análisis de ventas: estudio de las cifras devenías con objeto de revisar, mejorar o corregir una situación de mercadeo. La información de ventas se disgrega en sus componentes individuales y se examinan en lo tocante a su relación con otros factores que operan dentro de la mezcla de mercadeo.

Aranceles: publicaciones que indican las tasas de envío de diferentes productos. También se refieren a los impuestos asignados a bienes de importación.

Bienes de consumo: productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo de venta.

Compañía: empresa o sociedad mercantil: una compañía de seguros; una compañía de productos químicos.

Consumidor: persona que compra productos de consumo. En mercadeo se aplica a todo comprador.

Demanda total: la demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Distribución física: proceso por el que los bienes se transfieren del fabricante, pasando por varios intermediarios, hasta llegar al cliente, que incluye funciones tales como envíos, control de inventario en almacenes, procesamiento de pedidos y servicio a la clientela.

Distribuidor: comerciante mayorista que adquiere y se hace cargo de la distribución de productos a los detallistas.

Estímulo: cualquier acontecimiento que un individuo sea capaz de percibir o sentir.

Estrategia: arte de dirigir operaciones. Arte, traza para dirigir un asunto.

Idea: se denomina idea a una experiencia mental que relaciona elementos, descubre causas de situaciones o crea a una nueva posibilidad de acción. Las ideas son parte de la capacidad de abstracción del hombre, un rasgo de la inteligencia que les separa del resto de los animales.

Instrumento: elemento o herramienta de apoyo para una actividad.

Investigación de Mercados: proceso para buscar información acerca de consumidores, el entorno de las organizaciones, las necesidades de bienes o servicios para tomar decisiones relacionadas con el mercado.

Investigación: de acuerdo con las definiciones que presenta la Real Academia Española (RAE) sobre la palabra investigar (vocablo que tiene su origen en el latín investigare), este verbo se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.

Investigación: se hace referencia a la indagación de información para buscar solución a una posible situación problémica.

Logística inversa: acciones tendientes a proteger el medio ambiente, a través del re uso, re manufacturación o reutilización de productos.

Logística: concepto amplio aplicado a todas las fases de distribución de los productos, incluyendo todos los eslabones de la cadena distribución, requeridos para hacer llegar el producto hasta el cliente final. La logística (término de origen militar) se encarga de optimizar fletes, asegurarse que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga, manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

Mayoreo: proceso que consiste en comprar las existencias de un fabricante, almacenarlas, venderlas y enviarlas ya sea a usuarios industriales o a establecimientos al menudeo, dependiendo del tipo de productos.

Mercadeo: proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales **(AMERICAN MARKETING ASOCIATION, 2016).**

Mercado: todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercado: todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercadotecnia: American Marketing Association (AMA), la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.

Necesidades: condiciones insatisfechas o de carencias.

Nichos de mercado: en mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Proyecto: término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un

determinado objetivo.

Prueba de mercado: proceso por el que se prueba un producto nuevo en una región limitada que se considera representativa del mercado general. La información de cada prueba se extrapola y proyecta al mercado completo para fines de planeación.

Servicio: cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.

Sistemático: que sigue o se ajusta a un sistema o conjunto de elementos ordenados: una investigación sistemática es siempre más fiable.

Tendencias: curso o direccionamiento que toman diferentes mercados

Utilidad: valor que posee un bien o servicio para la persona que lo compran.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Bernal, P. (2009). *Que es prototipo de productos y/o servicios*. Recuperado el 17 de septiembre de 2012, de http://gerentesyemprendedores2009.blogspot.com/2009/03/que-esprototipo-de-productos-o.html

Barba, E. (1993). *La Excelencia en el proceso de desarrollo de nuevos productos*. Barcelona: Ed. EADA Gestión, p. 116 – 125.

Miranda, F. (2000). *La gestión del proceso de diseño y desarrollo de productos*. Recuperado el 17 de septiembre 2012, de http://www.ciberconta.unizar.es/LECCION/desapro/100.HTM.

Cruz, R., & Martínez, C. (s.f.). *Estrategias competitivas dinámicas.*

Customer Care Associates. (s.f). *Estrategias del servicio*.

Galicia, L. (2010). *Estadística y Marketing*.

Maurera, C. (s,f). *Aplicabilidad de la investigación de mercados*.

Muñiz, R. (2010). *Concepto del ciclo de vida del producto. Marketing en el Siglo XXI (3ª Ed).* Recuperado de http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-ciclo-de-vida-del-producto-36.

Muñiz, R. (2010). *Política internacional de producto*. Marketing en el Siglo XXI (3ª Ed). Recuperado de http://www.marketing-xxi.com/politica-internacional-de-producto-152.htm

Santesmases, M. (2009). *Fundamentos de Marketing. España*: Pirámide. Itil. (s.f). El ciclo de vida de los servicios.

Thomson Business. (2009). *Ciclo de vida en el mercado*. Recuperado el 2 de abril 2012, de http://www.dynamicbusinessplan.com/ciclo-de-vida-en-el-mercado/

Kotler, P., y Amstrong, G. (2010). *Principios de Marketing.* México: Pearson Education.

Kotler, P., y Keller, K. (2012). *Producto. Dirección de Marketing*. México: Pearson Education.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADO POR)

Nombre	Cargo	Centro de Formación	Fecha
Raúl Fabián Cadena Vidal	Líder Expertos Temáticos	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	Julio de 2016
John Ricardo Peñuela Vásquez	Expertos Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Julio César Salgado	Experto Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Marina Medina Aguirre	Experta Temática	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Ismari Herrera Jeréz	Experto Competencias de Idioma Inglés	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Jorge Enrique Figueroa Chaparro	Experto Competencia Transversal- Ética y Emprendimiento	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Dary Palomino González	Experto Competencia Transversal- Ambiental	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experto Competencia Transversal- Salud Ocupacional	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	
Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	

El empleo es de todos

Mintrabajo

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADOS ID 2348292

BIENVENIDOS!

SENA

CRONOGRAMA

FASES DEL PROYECTO	ACTIVIDADES DEL PROYECTO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	INICIA	FINALIZA	COMPETENCIAS QUE DESARROLLARA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	EVIDENCIAS	INSTRUCTOR
PLANEACIÓN	Definir las características del producto y/o servicio PROYECTO 5 240 horas	Diseñar la Ficha Técnica del producto y/o servicio 130 horas	NOVIEMB 12 DE 2021	NOVIEMB 30 DE 2021	Implementar las acciones de penetración del producto o servicio en el mercado de acuerdo con la rentabilidad y estrategias de mercadeo.	26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.	Evidencia 5.1.1. Foro Aspectos de la marca y ciclo de vida del producto o servicio. Evidencia 5.1.2. Cuestionario ciclo de vida de produco o servicio	CLARA ELENA SALGADO
					Diseñar prototipos de productos y/o servicios, que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes y cumplan la normatividad legal vigente.	26010101401 Definir las especificaciones del producto o servicio de acuerdo con los resultados del estudio de factibilidad y el mercado definido.		CLARA ELENA SALGADO

Actividad de Proyecto 5: “Definir las características del producto y/o servicio”

Evidencia 1 (De Desempeño)

AP05-EV01- Foro: “Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio”; para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes a Diseño de prototipos de productos y/o servicios; Construcción y desarrollo de la marca; Especificaciones del producto o servicio; Características del ciclo de vida y del servicio; Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio. Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, deberá ingresar al Foro temático y dar respuesta a los siguientes interrogantes:

Aspectos de la Marca en cada una de sus fases

- ¿Cree usted que los consumidores están dispuestos a pagar más por productos o servicios que tengan una marca reconocida? ¿Por qué motivo lo hacen?

- ¿Qué aspectos técnicos, legales y de mercado tendría en cuenta a la hora de construir la marca para su proyecto y patentarla?

- ¿Cuál es la mejor forma de posicionar con éxito una marca en la web?

Actividad de Proyecto 5: “Definir las características del producto y/o servicio”

Ciclo de Vida del Producto o Servicio

- ¿Cuáles serían las técnicas de color, de diseño, y normas de composición de texto que utilizaría para diseñar la marca de su producto o servicio?

- ¿Qué aspectos tendría en cuenta a la hora de monitorear el ciclo de vida del producto o servicio? ¿Qué instrumento emplearía para efectuar dicho proceso?

- ¿Cuál es la importancia de los indicadores de desempeño de la industria para hacer seguimiento al ciclo de vida del producto o servicio? Enuncie y argumente los más apropiados para el producto o servicio de su proyecto formativo.

La marca en cada una de sus fases

Definición técnica: La marca es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una empresa y los diferencia de los de la competencia.

La marca identifica al producto o servicio que se ofrece en el mercado y permite que los consumidores lo reconozcan. Así, por ejemplo, las bebidas gaseosas de Coca-Cola son ampliamente reconocidas por los consumidores quienes las buscan y las diferencian de otros productos muy similares.



La marca en cada una de sus fases



Valor de marca

Cabe destacar que la marca tiene un valor en sí misma y este valor no necesariamente tiene que ver con las características propias del producto (calidad, ingredientes o segmento al que se enfoca, entre otras).

La marca suele ser una idealización del producto o servicio, una idea que se quiere instalar en la mente del consumidor de modo que relacione ciertos deseos o atributos con una empresa en particular. Así, por ejemplo, se busca asociar Apple a calidad, innovación, libertad, cierto status social, etc.

La marca en cada una de sus fases

Logo y otros componentes de la marca

La marca de una empresa no es igual a su logo. Este último es solo un elemento que la constituye junto con frases, iconografía, tono y otros elementos distintivos. Además, esta va más allá de una representación visual o sonora, se trata de un concepto, una idea que identifica a una empresa u organización.

El nombre de la marca es uno de sus elementos esenciales y muchas veces se le trata como si fueran lo mismo. Los nombres se presentan en una gran variedad de estilos, a continuación presentamos algunos de ellos:

Sigla: Se trata de un nombre formado por letras. Ejemplo: IBM.
Descriptivo: Es un nombre que describe o da alguna señal acerca de la función del producto. Ejemplo: Natural Foods.
Nombres de fundadores: Se utiliza el nombre de las personas que iniciaron o crearon el negocio. Ejemplo: Disney.



La marca en cada una de sus fases

En la actualidad las marcas se han posicionado como grandes corporaciones sin límites ni restricciones, entregan contenido que ignora las normas éticas de la sociedad, fallando de esa manera en el principio básico del mercadeo: entregar contenido que satisfaga una necesidad y que respete a su vez a los consumidores y a la sociedad por igual.

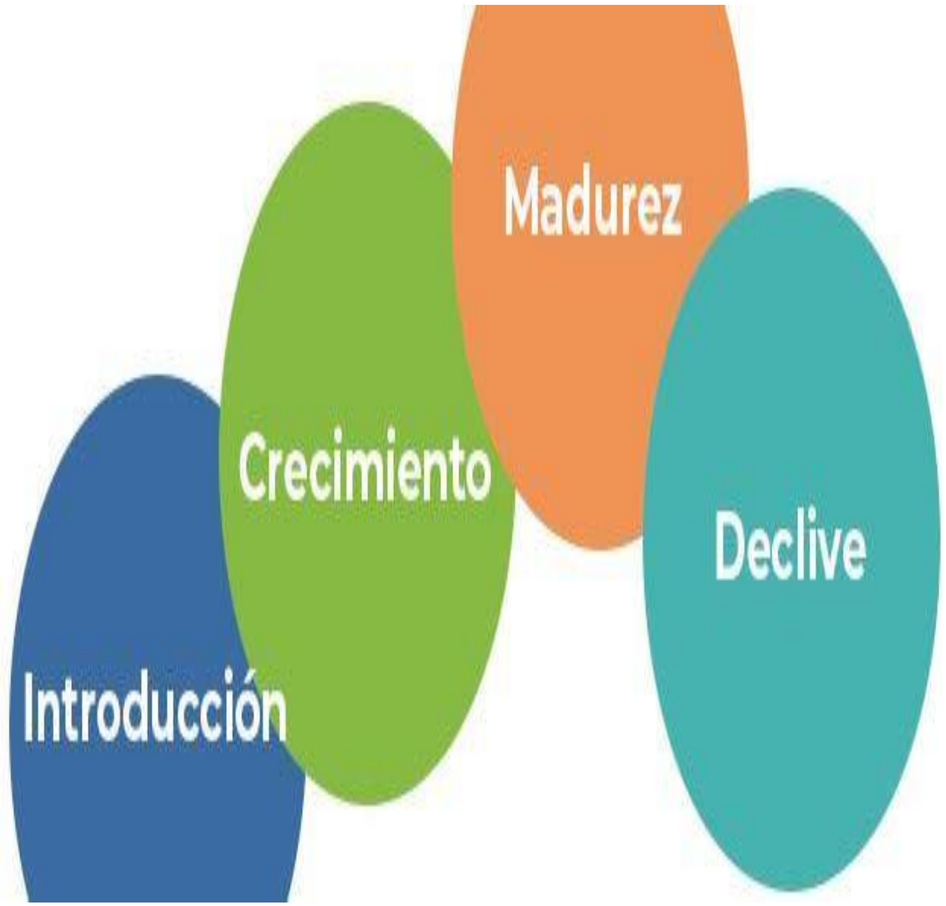
Las empresas deben innovar y adaptarse a los nuevos cambios, ellas deben modificar sus comportamientos egoístas y ajustarse a la nueva realidad del consumidor. Recordemos que una empresa no puede prosperar si sus prácticas son cuestionables, así como tampoco el no asegurar normas éticas en toda su organización.

Video: Qué es la identidad de marca y cuáles son sus componentes | Conceptos básicos de diseño gráfico: **https://www.youtube.com/watch?v=tquJKXFPY3M**



Ciclo de Vida del Producto o Servicio

El ciclo de vida de un producto o servicio comprende cuatro etapas a través de las cuales un producto pasa de su introducción al mercado a la salida de este. Se trata de un modelo teórico de administración de empresas, que las empresas utilizan para los análisis internos y que puede servir de base para la planificación de medidas de marketing.



Ciclo de Vida del Producto o Servicio

Análisis del ciclo de vida del producto: objetivos y razones

En principio, un análisis del ciclo de vida de un producto o servicio puede llevarse a cabo para todos los tipos de productos; las diferencias surgen principalmente en relación con la duración total y la importancia de cada una de las fases. En un análisis del ciclo de vida de un producto o servicio, se recogen datos de todas las etapas del ciclo de vida. Estos datos pueden evaluarse de manera a aumentar la probabilidad de éxito de un producto que se comercialice en el futuro. Así pues, se espera alcanzar los siguientes objetivos:

•**Previsión de la tendencia de ventas**: El análisis del ciclo muestra claramente en qué fase el producto fue capaz de generar cuántas ventas. Esto a su vez permite hacer previsiones concretas de la tendencia de ventas futura.
•**Optimización de la planificación de la producción**: La planificación del tipo de producto que se va a lanzar al mercado, en qué cantidad y cuándo también se puede optimizar mediante un análisis del ciclo de vida del producto.
•**Determinación de medidas**: Los resultados de un análisis del ciclo de vida de un producto también pueden utilizarse como base para la adopción de decisiones relativas a medidas de marketing concretas, por ejemplo, con respecto a la adquisición de clientes.

Ciclo de Vida del Producto o Servicio

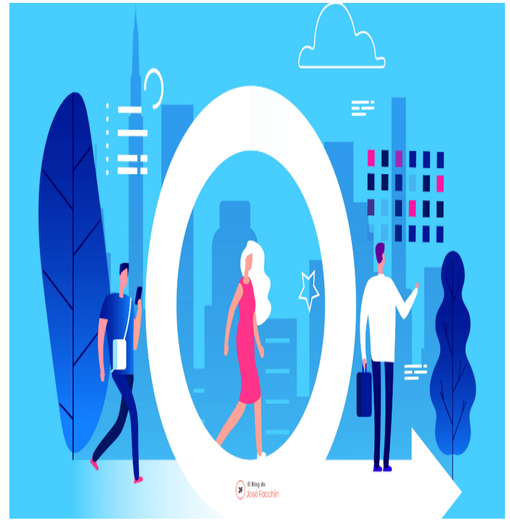


Ciclo de Vida del Producto o Servicio

Etapas del ciclo de vida del producto o servicio:

Introducción

Esta etapa se produce justo después del **desarrollo del producto** y se caracteriza por un lento comienzo de las ventas. Esto se debe al tiempo que tarda en ser conocido por los consumidores. Los beneficios son entonces bajos o incluso negativos porque es necesario asignar un gran presupuesto a las acciones de marketing y comunicación. En efecto, para aumentar la notoriedad de su oferta y conquistar a sus primeros clientes, es indispensable realizar intensas ofertas promocionales y campañas publicitarias.



Ciclo de Vida del Producto o Servicio



Crecimiento

Se refiere al período de **aceleración de las ventas** que permite el retorno de las inversiones realizadas anteriormente. Es también durante esta **fase de crecimiento** que la competencia se hace evidente. Por lo tanto, es conveniente adaptar la técnica de adquisición de cuota de mercado y el marketing mix para mejorar el producto y conquistar nuevos segmentos de clientes. El crecimiento es la etapa más estratégica del ciclo de vida porque es en este punto donde una empresa puede realmente destacarse de la competencia a través de su imagen de marca, sus relaciones con los clientes o su posicionamiento.

Ciclo de Vida del Producto o Servicio

Madurez

Esta es la etapa en la que la demanda y los beneficios son mayores. La **tasa de utilización del producto** está en su máximo. Pero es también en esta fase que la competencia es más intensa.

Para diferenciarse en este entorno competitivo, es fundamental invertir en publicidad y analizar la satisfacción del cliente para maximizarla y así retrasar la fase de declive. La empresa debe destacar su posición distintiva de otros actores.

Declive

Esta etapa llega al **final del ciclo de vida del producto** y resulta en una disminución significativa de las ventas o un estancamiento a un nivel muy bajo. Una empresa que se enfrenta a un declive en su oferta de productos tiene dos opciones:

•Impulsar su comunicación y marketing para tratar de aumentar las ventas.

•Retirar la mercancía de la venta y crear una nueva gama más acorde con las expectativas del cliente.

La disminución se debe en general a los cambios en los gustos y prácticas de los consumidores, pero también a las nuevas tendencias y a la llegada de productos de sustitución.



Ciclo de Vida del Producto o Servicio

Ejemplo del ciclo de vida de un producto: “Tamagotchi”

Etapa del ciclo de vida del producto	Evolución del “Tamagotchi”
Introducción	El Tamagotchi fue lanzado a mediados de los 90 por la empresa japonesa Bandai. Inicialmente sólo está disponible y se comercializa en Japón.
Crecimiento	En Europa y los EE. UU., se venden las importaciones del juguete, y los primeros plagios y productos competidores se ofrecen allí. El producto se convierte en un culto y las ventas aumentan rápida y fuertemente.
Madurez	Los competidores ofrecen productos similares con una mayor gama de funciones. Sin embargo, el Tamagotchi es capaz de prevalecer contra los ahora numerosos productos de la competencia.
Declive	Bandai decide reposicionarse y desarrolla varias nuevas versiones del Tamagotchi en los años siguientes. Los cambios afectan tanto a la apariencia como a las funciones del juguete.

"Los que están suficientemente locos para pensar que pueden cambiar el mundo, son los que lo hacen"

Steve Jobs

G R A C I A S

CLARA ELENA SALGADO RIAÑO
INSTRUCTORA

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

El empleo es de todos

Mintrabajo

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADOS ID 2348292

BIENVENIDOS!

SENA

CRONOGRAMA

PLANEACIÓN	Definir las características del producto y/o servicio PROYECTO 5 240 horas	Establecer el ciclo de vida del producto y/o servicio	DICIEMBRE 01 DE 2021	DICIEMBRE 15 DE 2021	Diseñar prototipos de productos y/o servicios, que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes y cumplan la normatividad legal vigente.	26010101403 Desarrollar el nombre y la marca del producto o servicio teniendo en cuenta sus características y los resultados de la investigación.	Evidencia 5.2.1. Ficha técnica y elaboración del prototipo del producto o servicio. Evidencia 5.2.2. Desarrollo de marca y fases ciclo de vida del producto o servicio. Evidencia 5.2.3. Monitoreo del ciclo de vida del producto o	CLARA ELENA SALGADO
					Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva	24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica	Evidencia 5.2.4. Presentación en Inglés "Características de un Producto"	MARTA OSORIO

Actividad de Proyecto 5: “Definir las características del producto y/o servicio”

EVIDENCIA

Diseño del Producto o Servicio

Fase 1. Elaboración de la ficha técnica del producto o servicio

Fase 2. Elaboración del prototipo del producto o servicio



Fase 3. Creación y Desarrollo de la Marca

Fase 4: Caracterización de las fases del ciclo de vida de su producto o servicio

Diseño del producto y/o servicio

Fase 1. Elaboración de la ficha técnica del producto o servicio

Ficha Técnica de la Presentación del Producto

Nombre del Producto	
Marca	
Características Técnicas y Organolépticas del producto	Composición
	Apariencia y Olor
	Empaque
	Etiqueta
	Envase
	Embalaje
	Dimensiones
Presentación	
Cantidad	
Vida útil	
Información Adicional	

Ficha Técnica de la Presentación del Servicio

Nombre del Producto
Características del Servicio
Tipo de Servicio
Reglamentación del Servicio
Denominación del Servicio
Ubicación
Modo de Uso

Diseño del producto y/o servicio

NOMBRE DEL PRODUCTO	**ELABORACION DE LECHE CONDENSADA**	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Es un producto alimenticio elaborado a partir de leche a la que se la ha evaporado agua y agregado azúcar, lo que resulta es un producto espeso. Se puede usar como acompañante para postres ya sea en gelatina, helados y/o galletas o pasa bocas.	
LUGAR DE ELABORACION	Producto elaborado en la planta de lácteos ubicada en el centro agropecuario la granja Sena – espinal. Kilometro 5 vía Espinal – Ibagué. temperatura promedio 30°c y a.s.n.m 450 metros Teléfono de contacto: 2709600 ext. 84669	
COMPOSICION NUTRICIONAL	Carbohidratos	56 gramos
	Proteína	8 Gramos
	Lípidos-Grasa	9.30 gramos
	Agua	25.90 gramos
	Calorías por 150 g	333
PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES	Envase de vidrio de 100 gramos	
	Envase de vidrio de 125 gramos	
	Envase de vidrio de 200 gramos	
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS Dulce de color cremoso; textura espesa acuosa; sabor dulce concentrado y aroma agradable.		
REQUISITOS MINIMOS Y NORMATIVIDAD	Resolución numero 02310 de 1986 (24 de Febrero de 1986)	
	Decreto 616 del 2006	

CENTRO AGROPECUARIO "LA GRANJA" SENA - ESPINAL	**FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO**		PROGRAMA BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA BPM
			F. T. BPM
Preparado por: LUIS FELIPE ARROYAVE	**Aprobado por:** HARRISON MORENO PEÑA	**Fecha:** Abril de 2010	**Versión:** 2010

TIPO DE CONSERVACION	Medio Ambiente	Conservación a temperatura ambiente.
	Refrigeración	
	Congelación	
CONSIDERACIONES PARA EL ALMACENAMIENTO	Se debe almacenar en un lugar fresco, seco y ventilado a temperatura ambiente.	
FORMULACION	**MATERIA PRIMA/INSUMO**	**PORCENTAJE**
	Leche entera	Base de calculo
	Azúcar	12 al 16 %
	Bicarbonato	0,1 %

Diseño del producto y/o servicio

Fase 2. Elaboración del prototipo del producto o servicio



a. Precise los gustos y necesidades de los clientes.

b. Defina plenamente lo que se diseñará (materiales, técnicas, entre otros).

c. Construya su prototipo a partir de un boceto

d. Realice pruebas de mercado. (Describa los aspectos evaluados)

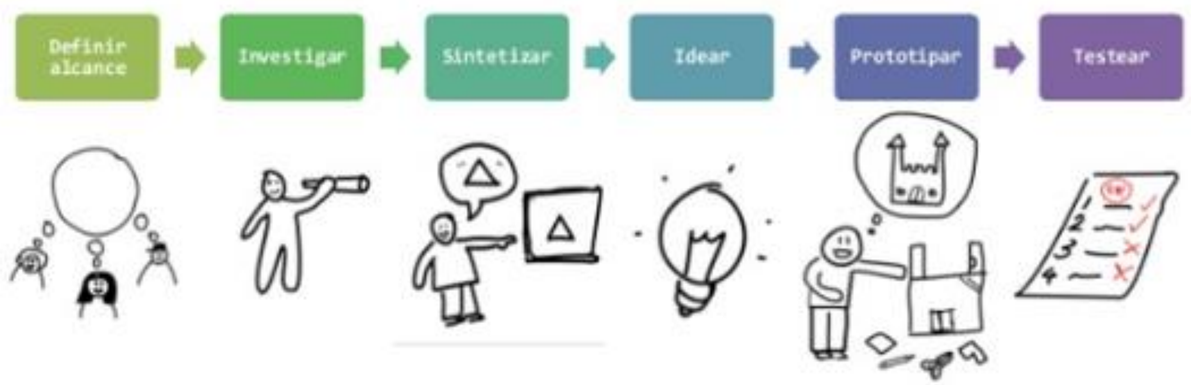
e. Elabore el boceto final del prototipo: incorpore las novedades al diseño definitivo. Es decir, corrijan los posibles errores y dé por finalizado el prototipo (listo para la producción). (Incluya la imagen del prototipo final del producto o la descripción del servicio).

Diseño del producto y/o servicio

Construcción del prototipo

La construcción del prototipo no es un proceso fácil. Este puede basarse en diversos aspectos, tales como la elaboración manual de productos (prototipos) que tengan una aproximación al producto final. Cuando se elaboran automóviles, por ejemplo, es normal que se realice una copia en arcilla del modelo propuesto.

En el sector de servicios, los prototipos comprenden un sólo punto donde se hace la comprobación del servicio en su uso real, es decir, se modifica cuantas veces sea necesario con la finalidad de satisfacer mejor las necesidades del consumidor. En el momento en el que se aprueba definitivamente el diseño, se puede dar en franquicia o desarrollarlo a gran escala.



Diseño del producto y/o servicio

Fase 3. Creación y Desarrollo de la Marca

Una marca es una categoría de signo distintivo o idea que los consumidores guardan en su mente y que identifica los productos o servicios que las empresas ofrecen en el mercado. Para efectos legales, es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de un signo para la identificación de un producto o servicio en el mercado (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012).



Diseño del producto y/o servicio

Fase 4: Caracterización de las fases del ciclo de vida de su producto o servicio

Revise el material de estudio "Características del ciclo de vida del producto y del servicio", identifique y analice cada una de las fases del ciclo de vida del producto o servicio del proyecto formativo elegido.

CUADRO RESUMEN

Un cuadro resumen es una herramienta de representación del conocimiento o de información, en la cual, de manera abreviada, se expresan conceptos, características, interpretaciones, ejemplos y todos aquellos elementos que permiten clarificar y dar a conocer determinado tema o temas; es decir, se esquematiza la información pertinente a uno o varios ejes temáticos.

Diseño del producto y/o servicio

Definición

El ciclo de vida es una herramienta del marketing que permite identificar la evolución de las ventas de un producto o de un servicio durante su permanencia en el mercado, partiendo de cada una de las fases del producto: introducción, crecimiento, madurez, y declinación; o en el caso de un servicio: estrategia de servicio, diseño del servicio, transición del servicio, operación del servicio y mejora continua del servicio.

Beneficios

- Mejoramiento del desempeño ambiental y tecnológico de procesos, a partir de la medición del impacto ambiental
- Reducción de costos
- Optimización de recursos
- Mejores resultados financieros
- Mayor competitividad

Diseño del producto y/o servicio

Fases del ciclo de vida de un producto



Fases del ciclo de vida de un servicio



Diseño del producto y/o servicio

FACTORES / FASES		CARACTERISTICAS	ESTRATEGIAS	RESPONSABLES	RECURSOS
FASE 1	ESTRATEGIA DEL SERVICIO	-clientes fieles a empresas de la competencia	idelizacion de la clientela lograda solo por un buen servic	Gerencia comercial	Inversion de Capital
		-Poca mano de obra calificada	Capacitar el personal constantemente	Equipo de ventas	Promocion constante
		-bajas utilidades	Fijar precios adecuados	Direccion de planeacion	capacitacion general
		Altos costos de publicidad	Publicidad de alta penetracion		
		-inversion tecnica para la compra de equipos y repuestos			
		-sobre oferte de centro de servicios no especializados			
FASE 2	DISEÑO DEL SERVICIO	Diseño de procesos y standares	Contar con personas capacitadas en el area fianaciera	Area Financiera	Publicidad Acertiva
		diseño financiero	Proyectar costos y gastos anticipados	Area Comercial	Personal Comprometido y capacitado con su labor
		Diseño de estrategia comercial	Penetracion en el mercado		
		Diseño de estrategia de permanencia en el mercado	Permanente conatacto con el mercado real		
		Diseño de captacion y fidelizacion			
FASE 3	TRANSICION DEL SERVICIO	Servicio de calidad	Colaboradores oportunos honestos y confiables	Area Financiera	Actualizacion y diseño de sofware
		presencia en todos los sectores de la ciudad	Publicidad cambiante y constante	Area Comercial	Inversion en publicidad
		Aumento de costos	Valor agregado al sevicio y a la experiencia	Gerencia	estrategias de vinculacion
		Promocion dirijida al publico real			
		Recuperacion de la inversion			
		Alta demanda del servicio			
FASE 4	OPERACIÓN DEL SERVICIO	Organización dentro de la empresa	Selección de personal especializado en esta area	Area de recursos humano	Monitoreo de las activiades del personal
		Funciones claras para cada colaborador	Organigrama	Area Comercial	Sofware de calificacion de desempeño
		Rentabilidad estable	Fijacion de Gastos y Rentabilidad		Sofware contable
		Reduccion de la competencia			
		Se implemetan las sugerencias y los comentarios			
FASE 5	MEJORA DEL SERVICIO	Canalizacion de las sujerencias de los clientes	Nuevos servicios en el portafolio	Area Comercial	Capacitacion constante
		Disminuir los costos por cliente	Rotacion de personal	Area Financiera	Charlas motivacionales
		Aumento de la competencia	Mejoras estructurales y de diseño en el sitio del proyecto		
		Disminucion de las ventas	Mantener la fidelizacion de los clientes		
		Adaptacion a las nuevas y crecientes necesidades			


La prueba definitiva de
un ejecutivo de cuenta
final es su capacidad
para escribir un buen
plan de mercadeo.
Morris Hite
literato

G R A C I A S

CLARA ELENA SALGADO RIAÑO
INSTRUCTORA

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** Técnico laboral en servicios y operaciones microfinancieras.
- **Código del programa de formación:** 133302.
- **Nombre y número del módulo:** Módulo 3: Recuperar cartera

- **Competencias:**

Técnica:

210301097	Recuperación de cartera.

Transversal:

240201529	Empleo de elementos de cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con los contextos productivos, social y personal.

Claves:

240201524	Desarrollo de procesos de comunicación oral y escritos en forma eficaz y efectiva, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
240202501	Interacción en lengua inglesa de forma oral y escrita en contextos sociales y laborales.

- **Resultados de aprendizaje a alcanzar:**

Técnico:

210301097-01	Organizar las actividades de cobranza de acuerdo con políticas de la entidad y guía técnica.
210301097-02	Establecer acuerdos de pago conforme a capacidad de pago y política institucional.
210301097-03	Contrastar el recaudo con el plan de pagos conforme a las políticas institucionales y base de datos.

Transversal:

240201529-01	Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
240201529-02	Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.
240201529-03	Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.
240201529-04	Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.

Claves:

240201524-01	Interpretar el sentido de la comunicación como medio de expresión social, cultural, laboral y artística.
240201524-02	Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación.
240201524-03	Validar la importancia de los procesos comunicativos, teniendo en cuenta criterios de lógica y racionalidad.
240201524-04	Aplicar acciones de mejoramiento en el desarrollo de procesos comunicativos, según requerimientos del contexto.

- **Duración de la guía:** 288
  - Técnicas: 192
  - Transversal: 48
  - Claves: 48

2. PRESENTACIÓN

Los sistemas financieros mantienen su presencia en la sociedad, con el objetivo de arreglar la solvencia de las organizaciones, las cuales experimentan cambios en sus modelos de negocio, debido a los cambios políticos, ambientales, tecnológicos, entre otros. La permanencia de las organizaciones, según su naturaleza, depende de las decisiones estratégicas, tácticas y operativas de sus miembros donde, en ocasiones, recurren a las instituciones del sistema financiero, para desarrollar algunas estrategias y poder ser productivas y competitivas.

Por todo lo anterior, la presente guía de formación surge con la intención de desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes en los aprendices, para la gestión de cobranzas y cartera. Una actividad a simple vista incómoda, pero un proceso que puede resultar exitoso cuando la entidad financiera procede, a partir de estrategias y fidelización del cliente. Gestionar este proceso de forma correcta, requiere de manera indispensable en las entidades financieras y microempresas, quedar claro que la cartera y la cobranza no es un tema solo del prestador del servicio; es una hoja de vida del microempresario que sale a competir en un mercado en el que necesita credibilidad.

En este sentido, la guía de formación está estructurada a partir de una secuencia de seis (6) actividades técnicas de aprendizaje y sus respectivos talleres, que suman en total nueve (9), los cuales contribuyen a obtener los siguientes resultados de aprendizaje: 1. Organizar las actividades de cobranza de acuerdo con políticas de la entidad y guía técnica; 2. Establecer acuerdos de pago conforme a la capacidad de pago y política institucional y 3. Contrastar el recaudo con el plan de pagos, conforme con las políticas institucionales y base de datos.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

El tiempo total para el desarrollo de esta guía es de 12 semanas durante las cuales desarrollará actividades relacionadas, tanto con el alcance de los resultados de aprendizaje de las competencias técnicas, como de las competencias básicas y transversales; la siguiente es la propuesta para la organización en el desarrollo de estas actividades:

Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
	Evidencias											
210301097-Recuperar cartera de acuerdo con normativa	Informe:solución de casos GA5-210301097-ATA1-EV01. Informe "categorizar la cartera". GA5-210301097-ATA1-EV02.		Ensayo solución de casos. GA5-210301097-ATA2-EV01.	Mapa conceptual-GA5-210301097-ATA3-EV01. Ensayo solución de los casos. GA5-210301097-ATA3-EV02.			Video-GA5-210301097-ATA4-EV01.			Resumen-GA5-210301097-ATA5-EV01.		Mapa de procesos GA5-210301097-ATA6-EV01. Tablero de control (Excel-Padlet)-GA5-210301097-ATA6-EV02.
240201529-Emplear elementos de cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con los contextos productivos, social y personal.							Matriz DOFA-GA5-240201529-AA1-EV01.	Modelo CANVAS del emprendimiento. GA5-240201529-AA2-EV01.		Modelo financiero. GA5-240201529-AA3-EV01.		
240201524 - Desarrollar procesos de comunicación oral y escritos en forma eficaz y efectiva, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.			Video. La comunicación como expresión humana. GA5-240201524-AA1-EV01.		Informe. Creación de contenidos comunicativos. GA5-240201524-AA2-EV01.							

3.1. Actividades técnicas de aprendizaje de la competencia: recuperación de cartera

Una vez realizada esta exploración, por los elementos del curso, verifique el material de formación dispuesto en el componente formativo **recuperar la cartera** y, posteriormente, revise los contenidos expuestos en cada uno de los talleres, correspondientes a las actividades técnicas de aprendizaje ATA.

3.1.1. Actividad técnica de aprendizaje GA5-210301097-ATA1

Clasificar las obligaciones, teniendo en cuenta la prioridad de cobranza institucional.

Duración: 42 horas

Durante esta primera actividad técnica de aprendizaje (ATA), se da inicio a la guía de formación N°5. Usted deberá desarrollar los talleres propuestos en cada ATA.

- **Taller administración de cartera**

  El propósito de este taller es el de comprender la terminología y los procesos realizados en la administración y recuperación de cartera. A partir de unas reflexiones orientadas, videos y estudios de caso, usted podrá fortalecer sus competencias con relación a la administración de cartera. Le sugerimos revisar el anexo **GA5-ATA1-Taller01**, el cual tiene lecturas y videos que lo guiaran hacia la apropiación de conocimientos.

  Evidencia:

  Informe: solución de casos GA5-210301097-ATA1-EV01

  Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** informe con la solución de casos.
  - **Formato:** PDF.
  - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **Informe: solución de casos GA5-210301097-ATA1-EV01.**

- **Taller clasificación de las obligaciones objeto de cobranza**

  Clasificar las obligaciones de los clientes, teniendo en cuenta las diferentes etapas de gestión de cobranzas manejadas por la entidad, es el objetivo del presente taller, el cual está respaldado por recursos de aprendizaje tales como videos, imágenes y textos seleccionados. Le sugerimos, para más información, revisar el anexo: **GA5-ATA1-Taller02.**

  Evidencia:

  Informe "categorizar la cartera" GA5-210301097-ATA1-EV02

  Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** informe "categorizar la cartera".
  - **Formato:** PDF.
  - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **Informe "categorizar la cartera" GA5-210301097-ATA1-EV02.**

3.1.2. Actividad técnica de aprendizaje GA5-210301097-ATA2

Preparar la información del cliente, teniendo en cuenta los lineamientos de cobranza institucional.

Duración: 18 horas

- **Taller análisis de información del cliente en mora**

  El tercer taller de la guía de formación, le permitirá preparar la información del cliente en mora, teniendo en cuenta los expedientes y políticas institucionales para un proceso de cobranza más exitoso. Se desarrollarán evidencias que permitirán comprender la importancia de preparar la información del cliente en mora, antes de contactarlo, verificando así en el expediente, la existencia de la documentación presentada al momento de solicitar el crédito, e identificar posibles elementos que ayuden a realizar una cobranza efectiva. Para revisar lo concerniente a los detalles de este taller, se encuentra el anexo **GA5-ATA2-Taller01.**

  Evidencia:

  Ensayo solución de caso GA5-210301097-ATA2-EV01

  Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** ensayo solución de caso.
  - **Formato:** PDF.
  - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **Ensayo solución de caso GA5-210301097-ATA2-EV01.**

3.1.3. Actividad técnica de aprendizaje GA5-210301097-ATA3

Contactar al cliente teniendo en cuenta la normatividad y políticas de cobro institucionales.

Duración: 36 horas

- **Taller comprender Ley del Consumidor Financiero y Ley Habeas Data**

  Este taller tiene como finalidad, que el aprendiz comprenda el marco normativo de la Ley 1328 de 2009, sobre el Régimen de Protección al Consumidor Financiero y la Ley estatutaria 1266 de 2008, reglamentada parcialmente por el Decreto 1081 del 2015, la cual regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial y de servicios. Para tal finalidad, debe revisar el anexo **GA5-ATA3-Taller01.**

  Evidencia:

  Mapa conceptual GA5-210301097-ATA3-EV01

  Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** mapa conceptual.
  - **Formato:** PDF.
  - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **Mapa conceptual GA5-210301097-ATA3-EV01.**

- **Taller estrategias de recuperación de cartera y medios de comunicación organizacional**

  La finalidad del presente taller es la de obtener información para llevar a cabo la gestión de cobro de los créditos de cartera al día y vencida, en sus diferentes etapas, utilizando los distintos canales de comunicación organizacionales, y todo esto en el marco de las etapas y técnicas de cobranza. Para más información, ver el anexo **GA5-ATA3 -Taller02** para comprender las orientaciones diseñadas.

  Evidencia:

  Ensayo solución de los casos GA5-210301097-ATA3-EV02

  Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** ensayo solución de los casos.
  - **Formato:** PDF.
  - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **Ensayo solución de los casos GA5-210301097-ATA3-EV02.**

3.1.4. Actividad técnica de aprendizaje GA5-210301097-ATA4

Convertir objeciones en acuerdos de pago, según política organizacional.

Duración: 30 horas

- **Taller Manejo de objeciones**

  Conocer las barreras y los obstáculos que dispone un deudor para no pagar la deuda, o evitar la negociación y comprender los casos que forman parte de su vida personal, y no tienen nada que ver con la deuda adquirida con la entidad financiera. En consecuencia, se espera que el aprendiz identifique, en la cobranza, el manejo de objeciones, permitiendo ver estos planteamientos como oportunidades para poder ofrecer alternativas que se ajusten al tipo de deudor y de acuerdo con las políticas de la institución. Para desarrollar las orientaciones propuestas por el instructor, revisar el anexo: **GA5-ATA4-Taller01.**

  Evidencia:

  Video GA5-210301097-ATA4-EV01

  Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** video.
  - **Formato:** mp4.
  - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **Video GA5-210301097-ATA4-EV01.**

3.1.5. Actividad técnica de aprendizaje GA5-210301097-ATA5

Establecer acuerdos de pago con fechas establecidas, según políticas de normalización y lineamientos institucionales.

Duración: 24 horas

- **Taller proyecciones de pago, acuerdos de pago y políticas de normalización**

  Este taller tiene como finalidad que el aprendiz entienda la importancia de concretar voluntariamente un acuerdo de pago, mediante las proyecciones de pago, diligenciando correctamente el documento respectivo cuando el cliente se encuentre en mora, de acuerdo con las políticas de normalización. Para revisar lo concerniente a los detalles de este taller, se encuentra el anexo **GA5-ATA5-Taller01**.

Evidencia:

Resumen GA5-210301097-ATA5-EV01

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** resumen.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **Resumen GA5-210301097-ATA5-EV01.**

3.1.6. Actividad técnica de aprendizaje GA5-210301097-ATA6

Obtener información acerca de los procesos y procedimientos del recaudo de cartera, para la realización de informes y la evaluación de la gestión de cobranzas según políticas institucionales y normativa.

Duración: 42 horas

- **Taller procesos y procedimientos para recaudo de cartera - informe de cobranzas**

Dentro del taller se presentarán evidencias que justifican el proceso realizado en el recaudo de cartera; en consecuencia, el objetivo del presente taller es sustentar los procesos que debe seguir para el recaudo de cartera, incluyendo los informes del asesor de cobranzas. Para identificar los detalles de este taller le sugerimos ver el anexo **GA5-ATA6-Taller01.**

Evidencia:

Mapa de procesos GA5-210301097-ATA6-EV01

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** mapa de procesos.
- **Formato:** PDF.

- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **Mapa de procesos GA5-210301097-ATA6-EV01.**

- **Taller evaluación de la gestión de cobranza**

  En este taller, se conocerá la forma cómo la entidad financiera evaluará la gestión de cobranzas del asesor, teniendo como referente el cumplimiento de metas. Le sugerimos revisar el anexo **GA5-ATA6-Taller02**.

  Evidencia:

  Tablero de control (Excel-Padlet) GA5-210301097-ATA6-EV02

  Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** tablero de control (Excel-Padlet).
  - **Formato:** documento en Excel.
  - Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío del **GA5-210301097-ATA6-EV02.**

3.2. Actividades técnicas de aprendizaje de la competencia: Empleo de elementos de cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con los contextos productivos, social y personal

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA5-240201529-AA1

Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida, en términos de desarrollo humano y económico.

Duración: 12 horas

Evidencia:

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

Para el desarrollo de esta evidencia, usted debe realizar el análisis de su DOFA personal; la matriz le permitirá identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual, se requiere un autoanálisis a través de los siguientes pasos:

1. Definir claramente sus condiciones internas como emprendedor.

   D – **Debilidades.** Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor.

   F – **Fortalezas**. Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor.

Para este análisis, cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.

2. Definir claramente sus condiciones externas como emprendedor.

   A – **Amenazas**. Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno, pueden afectar su emprendimiento.

   O – **Oportunidades.** Reconozca las ventajas que su emprendimiento tiene delante de sus competidores y frente el entorno.

   Para esto puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

3. Una vez haya identificado los aspectos mencionados anteriormente, diligencie la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario; luego, analice y describa cómo los aspectos identificados le ayudarán a impulsar su emprendimiento y qué estrategia le ayudaría a minimizar las amenazas del entorno.

4. Para el desarrollo de la actividad, tenga en cuenta el componente formativo “Ser emprendedor” y recuerde hacer un adecuado uso de las normas de redacción y ortografía, para la presentación de la evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar**: matriz DOFA.
- **Extensión:** 2 páginas máximo (matriz y análisis).
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01.**

3.2.2. Actividad de aprendizaje GA5-240201529-AA2

Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.

Duración: 24 horas

Materiales de formación a consultar:

En esta evidencia, el equipo de trabajo desarrollará y analizará la matriz CANVAS, la cual le permitirá identificar, de una manera más clara, las características de su emprendimiento. El modelo como herramienta para definir y crear un modelo de negocio innovador, se simplifica en 4 áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Para identificar estos cuatro aspectos, desarrolle en la matriz CANVAS, los 9 elementos que este modelo propone:

1. **Segmentos de mercado**: establecer la oferta para cada segmento a desarrollar, los diferentes canales que se van a utilizar y las formas de relacionamiento que se va a tener con cada segmento.
2. **Propuesta de valor:** describir el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento específico; a través de la mezcla de elementos cualitativos y cuantitativos, se resuelve un problema o se satisface una necesidad, de forma que logra diferenciarse en el mercado.
3. **Canal:** describir cómo la compañía interactúa con el segmento de clientes, para entregar la propuesta de valor; define los canales de distribución y ventas; cómo el cliente prefiere encontrar el producto o servicio; cómo se pueden integrar canales y cuáles son los mejores y los más eficientes.
4. **Relación con el cliente:** describir el tipo de relaciones que se establecen con el segmento; si son personalizadas o sistematizadas, dependen del objetivo de las relaciones, la adquisición o retención de clientes o el aumento en las ventas, si se requiere asistencia personalizada, asistencia consultiva, si es autoservicio, entre otros.
5. **Fuentes de ingreso:** diferenciar cómo se generan las fuentes de recursos, por segmentos de clientes; cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el bien ofrecido; identificar si los ingresos serán únicos o recurrentes, etc.
6. **Recursos clave:** identificar los activos requeridos en el emprendimiento clave para el desarrollo del negocio, ya sea físicos, intelectuales, humanos o financieros.
7. **Actividades clave:** exponer lo que debe hacer una compañía para entregar la propuesta de valor, hacer efectivos los canales de distribución, desarrollar las relaciones con clientes y generar recursos, procesos de diseño y comercialización o producción.
8. **Socios clave:** determinar la red de proveedores, socios y aliados, alianzas estratégicas con competidores y no competidores, Joint Ventures, compradores, proveedores.
9. **Estructura de costos:** discriminar los costos y gastos en los que se incurre para operar, costos fijos y variables, gastos fijos y variables.

Tenga en cuenta, para el desarrollo de esta actividad, los componentes formativos “Análisis de oportunidades para emprender” y “entendiendo la empresa”; utilice la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario.

Evidencia:

Modelo CANVAS del emprendimiento GA5-240201529-AA2-EV01

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** modelo CANVAS del emprendimiento.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Modelo CANVAS del emprendimiento GA5-240201529-AA2-EV01.**

3.2.3. Actividad de aprendizaje GA5-240201529-AA3

Establecer el modelo financiero y proyectar la viabilidad del emprendimiento.

Duración: 12 horas

Evidencia:

Modelo financiero GA5-240201529-AA3-EV01

Como parte final y decisiva para el análisis del emprendimiento, el equipo desarrollará la evidencia mediante los siguientes pasos:

1. Construya el presupuesto de ventas, en el cual identifique precios de venta unitarios, la cantidad de unidades vendidas, los costos fijos y variables. Así mismo, defina el margen de contribución por producto y la venta total.

2. Elabore el presupuesto de personal, plantee la cantidad de personal que lo apoyará en el emprendimiento, los salarios devengados de forma individual, el cálculo de las prestaciones sociales por cada colaborador, y una consolidación general.

3. Estime los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

4. Defina el capital inicial que usted como emprendedor requiere para el inicio de actividades, si este capital se obtiene por capital propio o de inversionistas externos, fuentes de financiamiento, subsidios, entre otros.

5. Con la información recolectada en los puntos anteriores proceda a elaborar los diferentes estados financieros como lo son: el flujo de caja y el balance inicial del emprendimiento.

Recuerde revisar los contenidos propuestos en el componente formativo “Fundamentos financieros para emprender”.

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto a entregar:** estados financieros.
- **Formato:** archivo Excel.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Modelo financiero GA5-240201529-AA3-EV01.**

3.3. Actividades técnicas de aprendizaje de la competencia: Desarrollo de procesos de comunicación oral y escritos en forma eficaz y efectiva

3.3.1. Actividad de aprendizaje G5-240201524-AA1

Aplicar los componentes de la comunicación y argumentar sus procesos, de acuerdo con las diferentes situaciones comunicativas.

Duración: 24 horas

Evidencia:

Video. La comunicación como expresión humana GA5-240201524-AA1-EV01

El proceso de comunicación se centra en generar una articulación entre cómo y para qué nos comunicamos. Es por eso que esta actividad de aprendizaje busca que, a través de la realización de un escrito y la posterior grabación de un video, se exprese una situación problemática de su entorno profesional (o área de formación) y conlleve a la resolución de esta. Un ejemplo de esto podría ser algún problema comunicativo en el entorno laboral que requiera solución: flujos de información inadecuados entre diferentes áreas, poca asertividad en la comunicación entre líderes y colaboradores, lenguaje técnico y de poca comprensión para todos. Por favor tenga en cuenta la siguiente estructura:

1. Piense en una situación problémica como tema central, para ser tratado en el video y busque la manera de cómo darlo a conocer, de forma que impacte al receptor, desde el componente comunicacional.
2. Elabore un escrito donde se plasmen todas las ideas frente a la situación problémica. Puede seleccionar el tipo de texto: científico - técnico o narrativo, a partir de los conocimientos adquiridos en los componentes formativos: “Comunicándonos” y “Argumentación”.
3. Luego, mediante un video, exponga el tema tratado en el escrito, y, al finalizar, justifique el tipo de texto que eligió y el porqué. Para la realización del video puede utilizar la cámara del computador o celular, incluso, herramientas en línea que le permitan animar, editar, musicalizar y demás, como *Powtoon*, *loom*, entre otros.
4. Para finalizar, elabore una síntesis del escrito, en la cual relacione los aspectos más importantes de la situación problémica seleccionada.

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Productos a entregar:** escrito tipo síntesis y video sobre la situación problémica de su entorno profesional (o área de formación).
- **Extensión:** escrito tipo síntesis de máximo 2 páginas y video de máximo de 3 minutos.
- **Formato:** 1. PDF y 2. Video en formato MOV, MP4, AVI.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Video. La comunicación como expresión humana GA5-240201524-AA1-EV01.**

3.3.2. Actividad de aprendizaje G5-240201524-AA2

Comunicar asertivamente, con cohesión y coherencia, basado en los procesos comunicativos que se dan en el contexto del desempeño laboral.

Duración: 24 horas

Evidencia:

Informe. Creación de contenidos comunicativos GA5-240201524-AA2-EV01

La comunicación asertiva se constituye en la habilidad que tienen los seres humanos para comunicar, transmitir y recibir mensajes, ideas, sentimientos, creencias, posturas u opiniones propios o ajenos, de manera honesta, clara, oportuna y respetuosa, de un tema o situación en particular, que se inscriben en los diferentes contextos a lo largo de la vida. Por lo tanto, el desarrollo de esta actividad de aprendizaje implica un proceso escritural que dará cuenta de su capacidad para comunicarse, atendiendo a la estructura gramatical, la semiótica, cohesión y coherencia léxica en la producción de texto.

A continuación, se describe la secuencia de acciones que debe tener presentes para realizar esta actividad.

1. Retome la situación problema que eligió para el desarrollo de la actividad 1. "**La comunicación como expresión humana**".
2. Realice un ejercicio investigativo que le permita profundizar en el estudio de la situación problema. Para lograrlo, haga uso de algunas de las técnicas de registro de información (previamente estudiadas en el componente formativo "Relacionando"; de esta manera podrá organizar la información y tener un panorama más amplio y claro de la situación que deberá desarrollar en la siguiente orientación.
3. Elabore un informe donde, dé cuenta de los elementos y procesos propios de la situación problema y que deberá estar en estrecha relación con la profesión que usted desempeñará, al finalizar este proceso formativo y en el contexto en el que se desenvolverá. Para su elaboración, elija el tipo de texto que desea escribir: científico - técnico o narrativo, basado en los descritos en el componente formativo "Escribiendo".
4. El informe deberá contener lo siguiente:
    1. **Encabezado**: título del informe, autor (nombre y apellidos completos), nombre del programa y fecha de realización.
    2. **Palabras clave:** señale por lo menos 5 palabras clave que utilizará en el contexto del informe.
    3. **Introducción:** describa el tipo de texto, el tema abordado y su importancia.
    4. **Desarrollo:** corresponde al cuerpo del trabajo, donde explica detalladamente el desarrollo de los aspectos que enunció en la introducción. En él deberá:
        1. Exponer la problemática haciendo referencia a los aspectos más relevantes.
        2. Presentar argumentos que complementen los aspectos relevantes que señale y, para hacerlo, puede hacer uso de la información que recolectó en el proceso investigativo previo a la escritura del informe, haciendo uso de las referencias bibliográficas con normas APA, gráficos y demás elementos que considere necesarios.
        3. Presentar su postura frente a la problemática.
        4. Existir cohesión y coherencia léxica; para lograrlo, haga uso de los conectores.
        5. Utilizar adecuadamente los signos de puntuación, interrogación y admiración y la acentuación.

5. **Conclusiones:** presente las conclusiones a las que llegó, luego de haber realizado la investigación y escrito el informe.
6. **Bibliografía:** presente las referencias bibliográficas utilizadas para la elaboración del informe. Recuerde que lo debe hacer siguiendo la normativa APA (componente formativo “Escribiendo").

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto a entregar:** informe. La escritura como forma de comunicación asertiva, con la siguiente estructura: encabezado, palabras clave, introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** tres páginas, Arial 11, espacio sencillo.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para para el envío de la evidencia **Informe. Creación de contenidos comunicativos GA5-240201524-AA2-EV01.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de producto: Informe: solución de casos GA5-210301097-ATA1-EV01	Categoriza las obligaciones priorizando la gestión de cobranza, de acuerdo con los lineamientos institucionales.	**Lista de verificación:** IE_GA5-210301097-ATA1-EV01
Evidencia de producto: Informe "categorizar la cartera" GA5-210301097-ATA1-EV02		**Lista de verificación:** IE_GA5-210301097-ATA1-EV02
Evidencia de producto: Ensayo solución de caso GA5-210301097-ATA2-EV01	Revisa la información de acuerdo con los parámetros establecidos por la organización.	**Lista de verificación:** IE_GA5-210301097-ATA2-EV01
Evidencia de producto: Mapa conceptual GA5-210301097-ATA3-EV01	Mantiene comunicación con el cliente a través de canales institucionales y guía técnica. Persuade al cliente para el pago, teniendo en cuenta política institucional.	**Lista de verificación:** IE_GA5-210301097-ATA3-EV01
Evidencia de producto: Ensayo solución de los casos GA5-210301097-ATA3-EV02		**Lista de verificación:** IE_GA5-210301097-ATA3-EV02
Evidencia de producto: Video GA5-210301097-ATA4-EV01		**Rúbrica:** IE_GA5-210301097-ATA4-EV01

Evidencia de producto: Resumen GA5-210301097-ATA5-EV01	Define calendario de pagos de acuerdo con normativa y manual de procedimientos. Elabora acuerdos de pago, según protocolo y guía técnica. Brinda opciones de solución a cartera de acuerdo con política de cartera de la entidad.	**Lista de verificación:** IE_GA5-210301097-ATA5-EV01
Evidencia de producto: Mapa de procesos GA5-210301097-ATA6-EV01	Elabora informe de recaudos, de acuerdo a política de cobranza. Sustenta la gestión de cobranza, de acuerdo con estándares de medición y políticas organizacionales.	**Lista de verificación:** IE_GA5-210301097-ATA6-EV01
Evidencia de producto: Tablero de control (Excel-Padlet) GA5-210301097-ATA6-EV02		**Lista de verificación:** IE_GA5-210301097-ATA6-EV02
Evidencia de conocimiento: Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01	Aplica acciones de emprendimiento, de acuerdo con los elementos de desarrollo social y personal.	**Lista de chequeo:** IE-GA5-240201529-AA1-EV01
Evidencia de desempeño: Modelo CANVAS del emprendimiento GA5-240201529-AA2-EV01	Plantea ideas de negocio, a partir de oportunidades y necesidades del mercado, conforme con el análisis sectorial. Estructura un perfil de emprendedor, teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial. Integra elementos básicos de investigación, de acuerdo con las necesidades descriptivas del plan de negocio. Determina grupos focales de mercado, de acuerdo con la idea de negocio. Construye propuestas empresariales y de negocio, teniendo en cuenta las necesidades y segmentación del mercado. Determina el impacto del plan de negocio, conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo.	**Lista de chequeo:** IE-GA5-240201529-AA2-EV01

Evidencia de producto: Modelo financiero GA5-240201529-AA3-EV01	Argumenta la idea de negocio, conforme con la propuesta y necesidades del sector productivo.	**Lista de chequeo:** IE-GA5-240201529-AA3-EV01
Evidencia de desempeño: Video. La comunicación como expresión humana GA5-240201524-AA1-EV01	Reconoce la importancia, naturaleza y características de la comunicación humana, según el contexto en el que se desarrolla. Escucha con atención y concentración, asiente y pregunta al hablante-oyente para retroalimentar el proceso. Aplica técnicas para la comunicación verbal y no verbal, según requerimientos establecidos. Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto y el contenido. Identifica los diferentes tipos de textos, teniendo en cuenta su intencionalidad. Selecciona el tipo de texto de acuerdo con sus intereses y necesidades de conocimiento. Apropia un método para leer comprensiva e interpretativamente. Interpreta mensajes y reconstruye el discurso con sus propias palabras, manteniendo el sentido. Produce textos explicativos, instructivos, descriptivos o argumentativos, según especificaciones. Utiliza íconos, símbolos, señales, planos, esquemas y flujogramas según requerimiento.	**Lista de chequeo:** IE-GA5-240201524-AA1-EV01
Evidencia de producto: Informe. Creación de contenidos comunicativos GA5-240201524-AA2-EV01	Interpreta señales, signos, símbolos e íconos propios de su actividad laboral. Grafica la información, con contenidos semánticos. Utiliza la información, según el propósito establecido.	**Lista de chequeo:** IE-GA5-240201524-AA2-EV01

	Redacta textos con cohesión y coherencia, siguiendo pautas de progresión temática. Codifica y decodifica mensajes utilizando procesos comunicativos orales y escritos. Establece acuerdos a partir de la diversidad de conceptos y opiniones. Usa el léxico con precisión y propiedad en los procesos de comunicación, relacionados con el área de desempeño laboral. Emplea en la elaboración de textos, las estructuras textuales básicas. Emplea para la producción de textos, normatividad vigente.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración: proceso de diseñar y mantener un ambiente en el cual las personas, trabajando en grupo, alcanzan con eficiencia, las metas establecidas.

Comunicación: un primer acercamiento a la definición de comunicación, puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *comunicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo (Definición, 2020).

Microfinanzas: son préstamos que se dirigen a personas o a grupos con pocos medios económicos y que, normalmente, están excluidos del sistema financiero tradicional, y también define los negocios que crecieron alrededor de estas actividades.

Emprendimiento: la palabra viene del francés *entrepreneur* (pionero); se refiere a la capacidad de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, siendo utilizada para identificar a quien comienza una empresa; término que fue ligado a empresarios innovadores o a aquellos individuos que, con su actividad, generan inestabilidad en los mercados; actitud orientada a identificar y tomar oportunidades, siendo un instrumento de cambio cultural para crear y agregar valor.

Segmentación de mercado: separación del mercado de un artículo, en las categorías de localización, personalidad u otras características para cada división.

Sistema financiero: es el conjunto de entidades, organizaciones, mercados y medios, que garantizan la seguridad y el movimiento del dinero del país y sus habitantes.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Acosta Romero, G., Pérez Pertuz, J., Rodríguez Pérez, M., y Valenzuela Barón, M. (2017) *Cartilla Emprendimiento. Servicio Nacional De Aprendizaje (SENA*).

Bueno, T. (s.f.). *La puntuación en español. Con base en la Ortografía de la lengua española*. Universidad del Rosario.

Centro de Escritura Académica y Pensamiento Crítico. (s.f.). *Características del debate*.

Definición. (2013). *Definición de oratoria*. https://definicion.de/oratoria/

Cravens D. y Piercy, N. (2007). *Marketing Estratégico*. Mc Graw Hill Interamericana.

Definición. (2020). *Definición de comunicación*. https://definicion.de/comunicacion/

Escobar, H. y Cuartas, V. (s.f.). *Diccionario económico financiero*. Puntos suspensivos.

Kotler P. y Keller K. (2012). *Dirección de Marketing*. Pearson Prentice Hall.

Lambin, Galluci, y Sicurello. (2008). *Dirección de Marketing, Gestión Estratégica y Operativa de Mercado*. Mc Graw Hill.

Parmerlee, D. (2002). *Cómo preparar un Plan de Marketing*. Ediciones Gestión 2000 S.A.

Universidad del Rosario. (s.f.). *Material de apoyo taller de puntuación y errores de construcción*.

RAE. (2020). *Argumento*. https://dle.rae.es/argumento?m=form

RAE. (2020). *Digital*. https://dle.rae.es/digital?m=form

RAE. (2020). *Interpretar*. https://dle.rae.es/interpretar?m=form

RAE. (2020). *Lenguaje*. https://dle.rae.es/lenguaje

RAE. (2020). *Léxico*. https://dle.rae.es/l%C3%A9xico

RAE. (2020). *Técnico,ca*. https://dle.rae.es/t%C3%A9cnico#ZIkyMDs

RAE. (2020). *Texto*. https://dle.rae.es/texto?m=form

Valencia, H. (2007). *Diccionario de marketing*. 3R editores.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)	Vilma Andrea Baracaldo Neira	Experto temático	Centro de servicios financieros.	Febrero de 2021
	Cristian Metaute Medina	Diseñador instruccional	Centro para la industria de la comunicación gráfica	Febrero de 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor pedagógico	Centro Industrial del Diseño y la Manufactura.	Febrero de 2021
	Ana Catalina Córdoba Sus	Revisión metodológica y pedagógica	Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica.	Marzo de 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

El empleo es de todos

Mintrabajo

EMPRENDIMIENTO

BIENVENIDOS!

CRONOGRAMA

Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida en términos de desarrollo humano y económico. .	240201529-01. Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social	Evidencia de conocimiento. Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01	12	7	22/11/2021	28/12/2021	
Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado. .	240201529-02. Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social 240201529-03. Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.	Evidencia de desempeño. Modelo CANVAS del emprendimiento. GA5-240201529-AA2-EV01	24	8 y 9	29/11/2021	05/12/2021	CLARA ELENA SALGADO RIAÑO
Establecer el modelo financiero y proyectar la viabilidad del emprendimiento.	240201529-04. Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.	Evidencia de producto. Modelo financiero GA5-240201529-AA3-EV01	12	10	06/12/2021	12/12/2021	

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

Para el desarrollo de esta evidencia, usted debe realizar el análisis de su DOFA personal; la matriz le permitirá identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual, se requiere un autoanálisis a través de los siguientes pasos:

1. Definir claramente sus condiciones internas como emprendedor.

D – **Debilidades.** Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor.
F – **Fortalezas**. Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor.

Para este análisis, cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.



Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

2. Definir claramente sus condiciones externas como emprendedor.

A – Amenazas. Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno, pueden afectar su emprendimiento.
O – Oportunidades. Reconozca las ventajas que su emprendimiento tiene delante de sus competidores y frente el entorno.

Para esto puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

3. Una vez haya identificado los aspectos mencionados anteriormente, diligencie la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario; luego, analice y describa cómo los aspectos identificados le ayudarán a impulsar su emprendimiento y qué estrategia le ayudaría a minimizar las amenazas del entorno.

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

4. Para el desarrollo de la actividad, tenga en cuenta el componente formativo “Ser emprendedor” y recuerde hacer un adecuado uso de las normas de redacción y ortografía, para la presentación de la evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: matriz DOFA.
- **Extensión:** 2 páginas máximo (matriz y análisis).
- **Formato:** PDF.

- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia **Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01.**

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01



DEFINICIÓN: emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros e iniciar nuevos caminos.

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

Importancia del emprendimiento.

El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como sí lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.



Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01



La importancia del emprendimiento

¿De qué se trata realmente el emprendimiento? ¿Y por qué es tan importante? Un emprendedor es una persona que ve un problema en el mundo e inmediatamente se enfoca en crear la solución.

Ya sea que los emprendedores se inicien en su aventura en busca de libertad financiera o simplemente quieran hacer del mundo un lugar mejor (emprendimiento social), todos tienen algo en común: la valentía. Son los líderes del mañana.

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

¿Cuáles son las características de un emprendimiento?

Veamos cuáles son las características de un emprendimiento y por qué las personas emprendedoras son importantes en la sociedad.

•**Los emprendedores crean empleos:** sin emprendedores, los empleos no existirían. Los emprendedores toman el riesgo. Su ambición de continuar el crecimiento de su negocio finalmente les conduce a la creación de nuevos puestos de trabajo.

•**Los emprendedores favorecen el cambio:** las personas emprendedoras sueñan en grande, por lo que algunas de sus ideas cambiarán el mundo. Muchos emprendedores mejorarán nuestro futuro con sus productos, ideas o negocios.

•**Los emprendedores ayudan a la sociedad:** Con sus impuestos y donaciones, los emprendedores son algunos de los que más invierten en el progreso de la sociedad. Esto es lo que se conoce también por emprendimiento social.



Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

¿Cuáles son las habilidades de un emprendedor?

•Afán de liderazgo

•Enfoque

•Visión, imprescindible para crear un buen plan de negocios

•Pasión por el aprendizaje

•Determinación

•Talento

•Amabilidad y pasión por el servicio al cliente

•Creatividad

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

¿Qué es un FODA personal?

Este proceso ayuda a crear un plan estratégico para ser emprendedor: registra la información sobre sus fortalezas y debilidades internas, así como sus oportunidades y amenazas externas.



La clave para completar su análisis FODA es tratar su emprendimiento como un negocio y a usted como un producto competitivo.

El objetivo del análisis FODA es evaluar el presente y el futuro de su idea de negocio. Brinda una nueva perspectiva de lo que hace bien, al mismo tiempo que permite identificar sus retos y el camino a seguir, de acuerdo con los datos que hallo.

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

1. Fortalezas (internas)
Visualízate como un producto competitivo en el mercado para entender tus fortalezas. Una fortaleza personal es un activo que puedes utilizar para diferenciarte de otros en el momento de una entrevista, o al buscar una promoción en tu trabajo.

2. Debilidades (internas)
Una debilidad personal es un área de oportunidad para tu propio crecimiento. Estas son las características que puedes mejorar para aumentar tus oportunidades laborales; por ejemplo, si eres desorganizado, impuntual, o si tienes problemas para hablar en público.

3. Oportunidades (externas)
Observa los factores externos de los que puedes ayudarte para conseguir tus objetivos laborales, encontrar trabajo o incluso determinar el curso de tu carrera.

4. Amenazas (externas)
Esta parte reporta los factores externos que pudieran perjudicar el alcance de tus objetivos.

Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01

FODA PERSONAL

Fortalezas

Identifica las características en las que te destacas y que te ayudarán a alcanzar tus objetivos y concretar tus planes

Debilidades

Determina tus puntos negativos y aquellas características que necesitas mejorar, bien sea en tu personalidad o en tu parte profesional

Oportunidades

Estudia aquellos elementos externos, cambios o tendencias de las cuales podrías sacar una ventaja o beneficio

Amenazas

Detecta aquellas situaciones o acontecimientos que impidan o pongan en peligro la consecución de tus objetivos

¿Cómo crear un **FODA** Personal?

1 Determina tus **fortalezas**



Pregúntate:

¿Cuáles son las cosas que hago mejor?

¿En qué destaco frente a mi equipo?

2 Encuentra tus **debilidades**

¡Analízate!

¿En qué fallo más que el resto de mi equipo?

¿Cuáles son los hábitos que quiero erradicar?



¿Cómo crear un **FODA** Personal?

3 Distingue tus **oportunidades**



Identifica tendencias en crecimiento.

¿Qué carreras e industrias relacionadas conmigo están en crecimiento acelerado?

¿Qué contactos me beneficiaría tener?

4 Reconoce las **amenzas**

Anticipa, evalúa tu situación actual y toma decisiones proactivas.

¿Qué obstaculiza mi progreso laboral?

¿Qué factores externos afectan mis objetivos?



5 Evalúa tus **resultados**



Equipara tus fortalezas con tus oportunidades: **Te mostrará dónde puedes ser más agresivo.**

Compara tus debilidades con tus amenazas: **Encontrarás tus áreas de trabajo para mejorar o incluso situaciones que debes evitar.**

Planifica la transformación de tus debilidades en fortalezas.


No te conformes
con lo que
necesitas,
lucha por lo que
te mereces.

G R A C I A S

CLARA ELENA SALGADO RIAÑO
INSTRUCTORA

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

El empleo es de todos

Mintrabajo

COMPETENCIA DE EMPRENDIMIENTO

BIENVENIDOS!

SENA

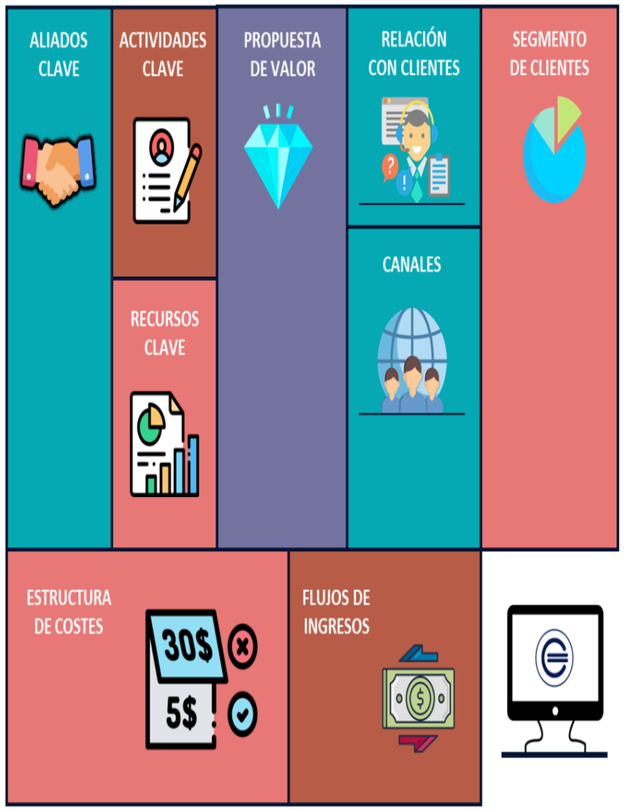
CRONOGRAMA

Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida en términos de desarrollo humano y económico. .	240201529-01. Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social	Evidencia de conocimiento. Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01	12	7	22/11/2021	28/12/2021	
Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado. .	240201529-02. Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social 240201529-03. Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.	Evidencia de desempeño. Modelo CANVAS del emprendimiento. GA5-240201529-AA2-EV01	24	8 y 9	29/11/2021	05/12/2021	CLARA ELENA SALGADO RIAÑO
Establecer el modelo financiero y proyectar la viabilidad del emprendimiento.	240201529-04. Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.	Evidencia de producto. Modelo financiero GA5-240201529-AA3-EV01	12	10	06/12/2021	12/12/2021	

Actividad de aprendizaje GA5-240201529-AA2 MATRIZ CANVAS

Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.

En esta evidencia, el equipo de trabajo desarrollará y analizará la matriz CANVAS, la cual le permitirá identificar, de una manera más clara, las características de su emprendimiento. El modelo como herramienta para definir y crear un modelo de negocio innovador, se simplifica en 4 áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.



Para identificar estos cuatro aspectos, desarrolle en la matriz CANVAS, los 9 elementos que este modelo propone:

1. **Segmentos de mercado:** establecer la oferta para cada segmento a desarrollar, los diferentes canales que se van a utilizar y las formas de relacionamiento que se va a tener con cada segmento.

Actividad de aprendizaje GA5-240201529-AA2 MATRIZ CANVAS

2. **Propuesta de valor:** describir el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento específico; a través de la mezcla de elementos cualitativos y cuantitativos, se resuelve un problema o se satisface una necesidad, de forma que logra diferenciarse en el mercado.

3.**Canal**: describir cómo la compañía interactúa con el segmento de clientes, para entregar la propuesta de valor; define los canales de distribución y ventas; cómo el cliente prefiere encontrar el producto o servicio; cómo se pueden integrar canales y cuáles son los mejores y los más eficientes.

4. **Relación con el cliente:** describir el tipo de relaciones que se establecen con el segmento; si son personalizadas o sistematizadas, dependen del objetivo de las relaciones, la adquisición o retención de clientes o el aumento en las ventas, si se requiere asistencia personalizada, asistencia consultiva, si es autoservicio, entre otros.

5. **Fuentes de ingreso:** diferenciar cómo se generan las fuentes de recursos, por segmentos de clientes; cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el bien ofrecido; identificar si los ingresos serán únicos o recurrentes, etc.

Actividad de aprendizaje GA5-240201529-AA2 MATRIZ CANVAS

6. **Recursos clave:** identificar los activos requeridos en el emprendimiento clave para el desarrollo del negocio, ya sea físicos, intelectuales, humanos o financieros.

7. **Actividades clave:** exponer lo que debe hacer una compañía para entregar la propuesta de valor, hacer efectivos los canales de distribución, desarrollar las relaciones con clientes y generar recursos, procesos de diseño y comercialización o producción.

8. **Socios clave:** determinar la red de proveedores, socios y aliados, alianzas estratégicas con competidores y no competidores, Joint Ventures, compradores, proveedores.

9. **Estructura de costos:** discriminar los costos y gastos en los que se incurre para operar, costos fijos y variables, gastos fijos y variables.

Tenga en cuenta, para el desarrollo de esta actividad, los componentes formativos “Análisis de oportunidades para emprender” y “entendiendo la empresa”; utilice la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario.

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

¿Qué es un modelo de negocio?

- Un modelo de negocio describe la lógica de cómo una organización crea, entrega, y captura de valor.
- Esto es el diseño, la producción, la comercialización y el servicio que se ofrece al mercado.



MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

Lienzo de modelo de negocio Idea o proyecto:	Autor:	Fecha: Iteración nº:

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con los clientes	Segmentación de clientes
8	7	2	4	1
	Recursos clave 6		Canales 3	

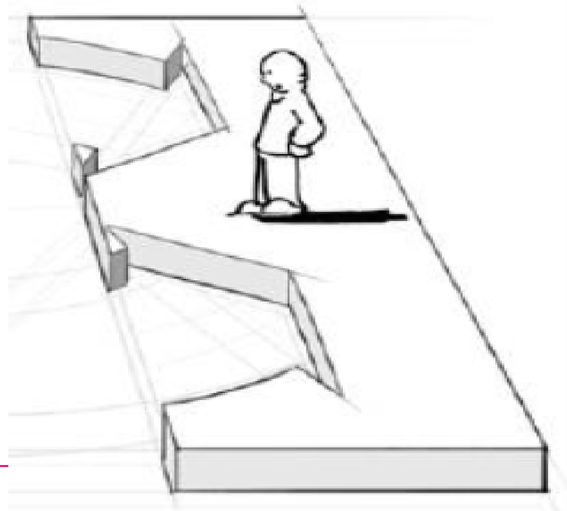
Estructura de costes	Fuentes de ingresos
9	5

© http://www.businessmodelgeneration.com

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

1. Segmentos de Clientes

- Los grupos de clientes pertenecen a segmentos diferentes si:
  - *sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente;*
  - *son necesarios diferentes canales de distribución para llegar a ellos;*
  - *requieren un tipo de relación diferente;*
  - *su índice de rentabilidad es muy diferente;*
  - *están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta.*



Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

1. Segmentos de Clientes

¿A quiénes se les está creando valor?

¿Quiénes son los clientes más importantes?



Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

2. Propuesta de Valor

Describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico.

¿Cuál es el portafolio productos/servicios que se ofrece a cada segmento de clientes?

¿Qué necesidades se están satisfaciendo?

¿Cuáles son las características distintivas de la oferta?

Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

¿Qué es un producto?

- "Un producto es cualquier cosa tangible o intangible, susceptible de ofrecerse en un mercado para ser comercializado y satisfacer, las necesidades, deseos, expectativas de un grupo objetivo determinado".





MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

2. Propuesta de Valor



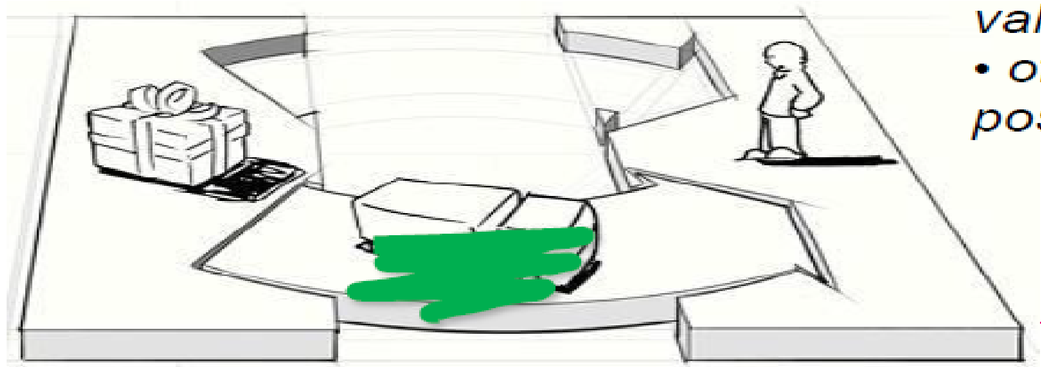
Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

3. Los canales de comunicación, distribución y venta

Explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.

- *dar a conocer a los clientes los productos y servicios de una empresa;*
- *ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa;*
- *permitir que los clientes compren productos y servicios específicos;*
- *proporcionar a los clientes una propuesta de valor;*
- *ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa.*



Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

3. Canales de Distribución

¿A través de qué canales se llega a los segmentos de clientes?



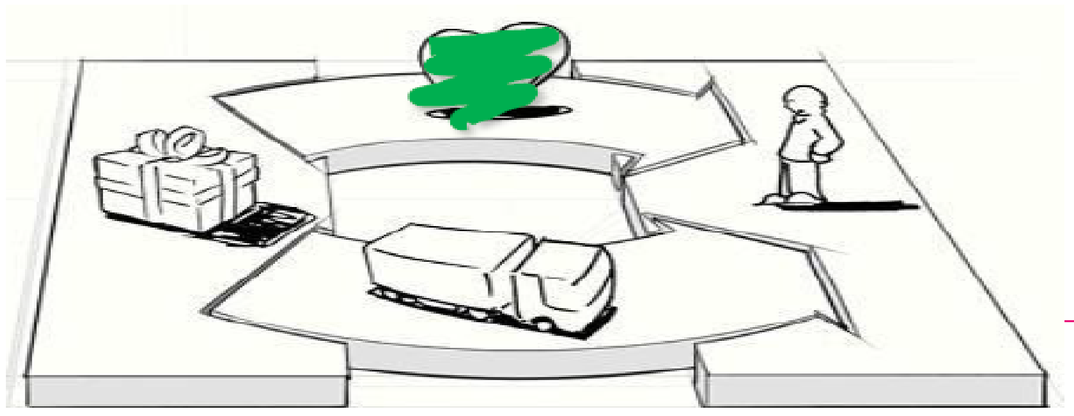
Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

4. Relación con el Cliente

Describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado.

- *Captación de clientes.*
- *Fidelización de clientes.*
- *Estimulación de las ventas (venta sugestiva).*



Fuente: Business Model Generation

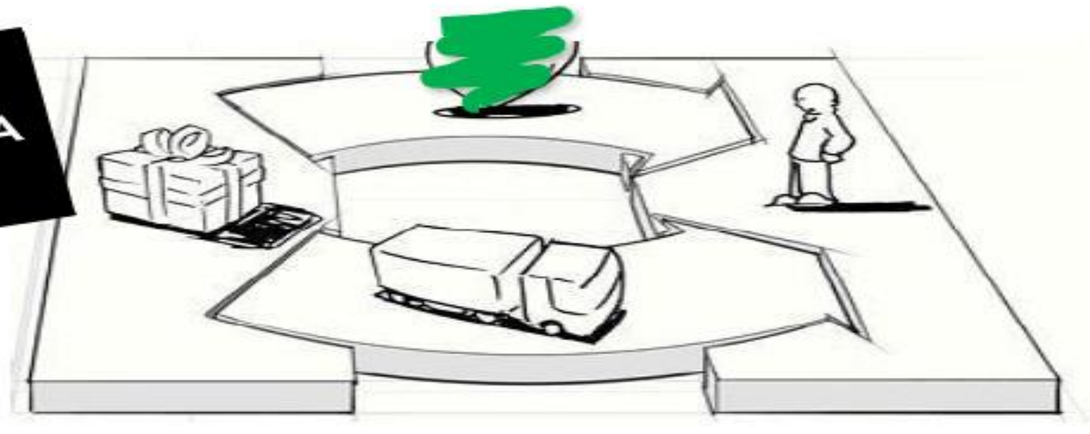
MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

4. Relación con el Cliente

¿Qué tipo de relaciones se construyen con los clientes?

SERVICIOS AUTOMATICOS

ASISTENCIA PERSONALIZA-DA



CO-CREACIÓN

AUTOSER-VICIO

DESARRO-LLO DE COMUNIDA-DES

Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

5. Modelo de Ingresos

¿Por qué valor generado estarán pagando los clientes?

¿Cómo prefieren pagar?

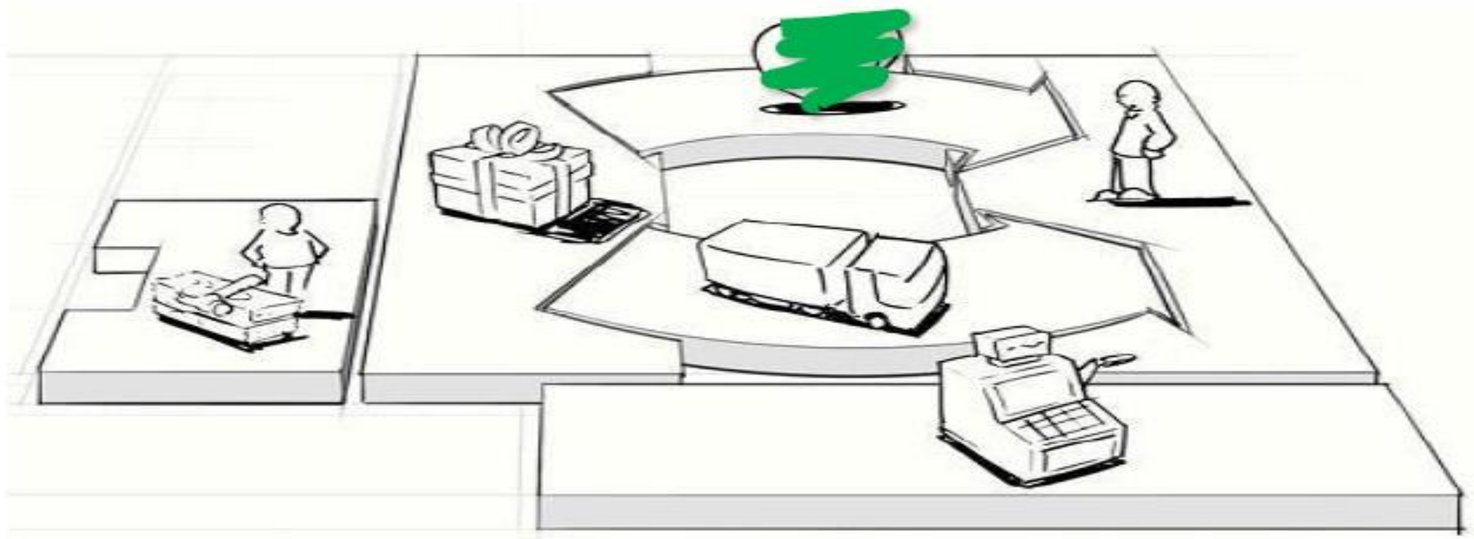


Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

6. Recursos Clave

Los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione.



Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

6. Recursos Clave

¿Qué recursos y capacidades requiere la propuesta de valor?

.. las relaciones con los clientes?

... los canales?

... el modelo de ingresos?

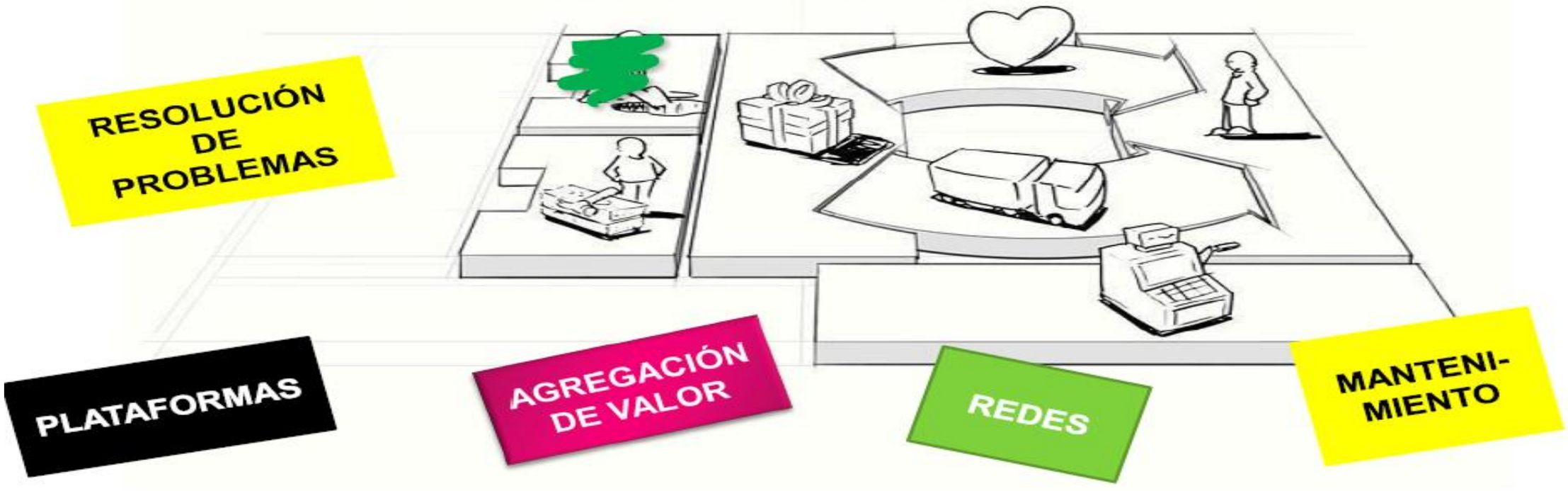


Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

7. Actividades Clave

¿Qué actividades clave requiere la propuesta de valor?
... las relaciones con los clientes?
... los canales?
... el modelo de ingresos?



Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

8. Redes de Aliados Clave

¿Quiénes son los aliados y proveedores clave?
¿Qué recursos clave van a entregar?
¿Qué actividades clave realizan?



Fuente: Business Model Generation

MODELO CANVAS EMPRENDIMIENTO

9. Estructura de Costos

¿Qué costos tiene asociado implantar este modelo?

¿Qué recursos clave son los más costosos?

¿Qué actividades clave son las más costosas?



COSTOS VARIABLES

COSTOS FIJOS

ECONOMÍAS DE ESCALA

FOCO EN EL COSTO

FOCO EN EL VALOR

Fuente: Business Model Generation

Actividad de aprendizaje GA5-240201529-AA2 MATRIZ CANVAS

<table>
<tr>
<td rowspan="2">8 Aliados claves
8. ¿Quiénes son nuestros partners claves?
¿Quiénes son nuestros proveedores claves?
¿Qué recursos claves adquirimos de los partners?
¿Cuáles de las actividades claves son realizadas por los partners?</td>
<td>7. Actividades claves
7. ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
¿Nuestros canales de distribución?
¿Las relaciones con los clientes?
¿Los flujos de ingreso?</td>
<td rowspan="2">2. Propuesta de valor
¿Qué necesidades del consumidor estamos satisfaciendo?
¿Cuál de los problemas del cliente le ayudamos a resolver?
¿Qué valor le entregamos al cliente?
¿Qué paquetes de productos o servicios le estamos ofreciendo a cada segmento de cliente?</td>
<td>4. Relaciones con los clientes
4. ¿Qué tipo de relacionamiento con cada segmento de cliente esperamos establecer y mantener?
¿Cuáles hemos establecido?
¿Cómo se integran con el resto del modelo de negocio?
¿Cuán costosos son?</td>
<td rowspan="2">1. Segmentos de clientes
¿Para quienes estamos creando valor?
¿Quiénes son nuestros más importantes clientes?</td>
</tr>
<tr>
<td>6. Recursos claves
¿Qué recursos claves requiere nuestra propuesta de valor?
¿Nuestros canales de distribución?
¿Las relaciones con los clientes?
¿Los flujos de ingreso?</td>
<td>3. Canales
¿A través de qué canales desean los clientes ser contactados?
¿Cómo los estamos alcanzando ahora?
¿Cómo se integran nuestros canales?
¿Cuáles trabajan mejor?
¿Cuáles son más eficientes en costos?
¿Cuáles estamos integrando con las rutinas de los clientes?</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">9. Estructura de Costos
¿Cuáles son los costos más importantes en relación a nuestro modelo de negocio?
¿Cuáles recursos claves son más caros?
¿Cuáles actividades claves son más caras?</td>
<td colspan="3">5. Flujos de ingreso
¿Por cuál valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?
¿Por cuál valor pagan actualmente?
¿Cómo pagan actualmente?
¿Cómo preferirían pagar?
¿Cómo cada flujo de ingreso contribuye al flujo de ingreso general?</td>
</tr>
</table>


UN DÍA ESTARÁS
EN EL LUGAR
QUE SIEMPRE QUISISTE ESTAR.
NO DEJES DE CREER.
SIGUE AVANZANDO.

G R A C I A S

CLARA ELENA SALGADO RIAÑO
INSTRUCTORA

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

El empleo es de todos

Mintrabajo

COMPETENCIA DE EMPRENDIMIENTO

BIENVENIDOS!

SENA

CRONOGRAMA

Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida en términos de desarrollo humano y económico. .	240201529-01. Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social	Evidencia de conocimiento. Matriz DOFA GA5-240201529-AA1-EV01	12	7	22/11/2021	28/12/2021	
Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado. .	240201529-02. Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social 240201529-03. Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.	Evidencia de desempeño. Modelo CANVAS del emprendimiento. GA5-240201529-AA2-EV01	24	8 y 9	29/11/2021	05/12/2021	CLARA ELENA SALGADO RIAÑO
Establecer el modelo financiero y proyectar la viabilidad del emprendimiento.	240201529-04. Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.	Evidencia de producto. Modelo financiero GA5-240201529-AA3-EV01	12	10	06/12/2021	12/12/2021	

Actividad de aprendizaje Modelo financiero GA5-240201529-AA3-EV01

Como parte final y decisiva para el análisis del emprendimiento, el equipo desarrollará la evidencia mediante los siguientes pasos:

1. Construya el presupuesto de ventas, en el cual identifique precios de venta unitarios, la cantidad de unidades vendidas, los costos fijos y variables. Así mismo, defina el margen de contribución por producto y la venta total.

2. Elabore el presupuesto de personal, plantee la cantidad de personal que lo apoyará en el emprendimiento, los salarios devengados de forma individual, el cálculo de las prestaciones sociales por cada colaborador, y una consolidación general.

3. Estime los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

Actividad de aprendizaje Modelo financiero GA5-240201529-AA3-EV01

4. Defina el capital inicial que usted como emprendedor requiere para el inicio de actividades, si este capital se obtiene por capital propio o de inversionistas externos, fuentes de financiamiento, subsidios, entre otros.

5. Con la información recolectada en los puntos anteriores proceda a elaborar los diferentes estados financieros como lo son: el flujo de caja y el balance inicial del emprendimiento.

Recuerde revisar los contenidos propuestos en el componente formativo "Fundamentos financieros para emprender".

MODELO FINANCIERO EMPRENDIMIENTO

PRESUPUESTO: Para tener en cuenta

Lo primero que debes considerar al momento de diseñar un presupuesto es realizar una proyección de ventas o ingresos, costos totales, ganancias y pérdidas, y el total acumulado de ganancias o pérdidas.

Debes saber que la planeación se basa en valores estimados que surgen de estudios previos de mercado o del movimiento financiero que tu empresa ya tenga. Los datos que debes tener para la proyección de ingresos son:

•Oportunidad de venta de tu producto y/o servicio.
•Mercado meta.
•Competencia directa e indirecta.
•Precio promedio del producto.

En cuanto a la proyección de costo, es importante que cuentes con los valores reales de:
•Compra o producción del producto y/o servicio.
•Comercialización.
•Entrega.
•Ventas y mercadotecnia.
•Administración y operación.



MODELO FINANCIERO EMPRENDIMIENTO

Pasos para definir el presupuesto

Teniendo clara esta información, puedes comenzar a definir paso a paso el presupuesto de tu emprendimiento que cumpla con los objetivos de rentabilidad que te has planteado. La recomendación es seguir estos cuatro pasos:

1.Define un plan de acción con metas claras: es imprescindible analizar con datos reales la tendencia de tus ingresos y gastos.

2.Identifica los gastos de tu negocio: esto implica el conocimiento de los gastos mensuales y anuales que debes realizar, además de los imprevistos.

3.Pronostica el flujo del dinero: debes intentar prever el uso del efectivo con el que cuenta tu negocio, de esta manera evitarás poner en peligro el cumplimiento de tus deberes financieros.

4.Evalúa: los expertos recomiendan evaluar si el presupuesto que se armó cuadra con los datos proporcionados.

De esta manera, podrás elaborar un presupuesto que te brinde la información que requieres a cerca de tus movimientos financiero, sin importar su tamaño.



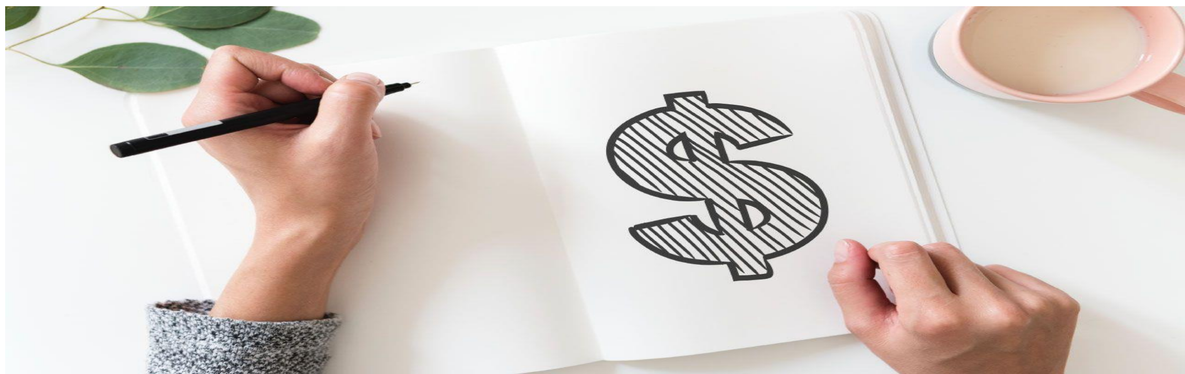
MODELO FINANCIERO EMPRENDIMIENTO

En cuanto a la proyección de costos, es importante saber cuántos recursos necesitarás invertir para sostener las ventas o ingresos del mes.

Los costos (fijos y variables) que deberás incluir en estos aspectos:

De compra o producción del producto y/o servicio.
De comercialización.
De entrega.
De ventas y mercadotecnia.
De administración y operación.

El siguiente paso en un presupuesto mensual es determinar la ganancia o pérdida. Sin importar el giro o el tiempo que tenga operando, un negocio siempre presentará épocas de bonanza y de “vacas flacas”. Y en el caso de un emprendimiento que recién inicia, generalmente los primeros meses hay pérdidas. Por eso, es tan importante contar con un presupuesto, pues así estarás listo para enfrentar cualquier escenario.



MODELO FINANCIERO EMPRENDIMIENTO



Qué es el presupuesto de recursos humanos

El presupuesto de recursos humanos se refiere a los fondos que Recursos Humanos asigna a todos los procesos de Recursos Humanos en toda la empresa. El presupuesto de recursos humanos incluirá los fondos asignados a la contratación, los salarios, los beneficios, la gestión del talento, la capacitación, la planificación de la sucesión, la participación de la fuerza laboral y la planificación del bienestar de los empleados.

El presupuesto de recursos humanos utiliza información financiera, resultados de rendimiento y datos históricos de cada departamento. Dado que el presupuesto de recursos humanos considera las actividades de recursos humanos en toda la compañía, es un documento increíblemente complejo pero esencial para determinar las actividades futuras de recursos humanos de una empresa.

MODELO FINANCIERO EMPRENDIMIENTO

La información de recursos humanos incluye lo siguiente:

•Previsiones sobre número de empleados.
•Datos de salario.
•Presupuesto de reclutamiento.
•Nuevos programas de beneficios.
•Formación y desarrollo
•Costos de nómina
•Tasas de rotación de empleados.
•Compensación de incentivo y otros.



Por qué el presupuesto de recursos humanos es importante

•previene el exceso de contratación.
•Ayuda a las organizaciones a comprender sus necesidades de personal.
•evita la falta de personal.
•Ayuda a atraer a los mejores talentos.
•Ayuda a crear un plan para satisfacer al talento y, por lo tanto, reduce la rotación.

MODELO FINANCIERO EMPRENDIMIENTO

¿Qué es un activo fijo?

Un activo fijo es un bien de la empresa que no puede convertirse en liquidez a corto plazo.

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc. Se encuentran recogidos en el balance de situación. También se incluyen dentro del activo fijo las inversiones en acciones, bonos y valores emitidos por empresas afiliadas.



MODELO FINANCIERO EMPRENDIMIENTO

Clasificación de activos fijos

El "activo fijo" se clasifica en tres grupos:

Tangible, elementos que pueden ser tocados, tales como los terrenos, los edificios, la maquinaria, etc.
Intangible, que incluye cosas que no pueden ser tocadas materialmente, tales como los derechos de patente, etc.
Las inversiones en compañías.

Vida útil
Eventualmente, los activos fijos pueden ser dados de baja o vendidos, ya sea por obsolescencia o actualidad tecnológica. La vida útil de un activo fijo es el tiempo durante el cual la empresa hace uso de él hasta que ya no sea útil para la empresa.

Factores que influyen la vida útil de un activo fijo:

El uso y el tiempo
Obsolescencia tecnológica



MODELO FINANCIERO EMPRENDIMIENTO

El **flujo de caja** es un informe financiero para ordenar los ingresos y egresos de efectivo que tiene la empresa durante un tiempo definido, es decir, ayuda a conocer la liquidez de tu negocio.

El **flujo de caja** expresa en "**efectivo**", es decir el dinero en efectivo que ha entrado y salido de la caja.

•Debes contar con toda la información contable de tu negocio, balance general y estado de resultados.

•Esa información te dará el saldo inicial, punto de partida del flujo. Defines un periodo a analizar.

•Luego registras todos los ingresos (ventas) de ese periodo.

•Registrar los gastos o egresos en el periodo.

•Al tener todos esos registros, se calcula la diferencia entre los ingresos totales y gastos o egresos totales, junto con el monto inicial.




Con esfuerzo y
perseverancia podrás
alcanzar tus metas.

G R A C I A S

CLARA ELENA SALGADO RIAÑO
INSTRUCTORA

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co