PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Quibdó, mayo de 2022

Señor (a)
YILSE ALEIDA RUIZ CARRILLO
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **3354744**
Coordinador academico
Dependencia formacion complementaria-Poblacion Desplazada
En el programa de Emprendimiento
Quibdó-Chocó

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual
Mes de mayo del año 2022

Referencia: No (**3354744**) del año (2022)

ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. **35601300** de Quibdó, en mi calidad de Contratista del SENA, en (Formacion complementaria-Población Desplazada en el Programa de EMPRENDIMIENTO), en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: Se fija como valor total para cada uno de los contratos la suma de VEINTISIETE MILLONES CIENTOS NOVENTA Y DOS MIL PESOS (27.192.000) M/CTE esta suma será pagada por el Sena al contratista de la siguiente manera a) un primer pago correspondiente al mes de febrero por valor de TRES MILLONES CINCUENTA Y NUEVE MIL CIEN PESOS ($3.059.100) b) SIETE (7) pagos iguales correspondiente a los meses de marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre del 2022 por valor de TRES MILLONES TRESCIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL PESOS ($3.399.000) MCTE c) un excedente por un valor de $RESCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOSPESOS.(339.900) PESOS MCTE.

Plazo: Sera hasta el 30 de septiembre de 2022.

OBJETO: *(Trascriba el objeto del contrato, dentro del siguiente cuadro)*
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE VEINTITRÉS (23) INSTRUCTORES PARA ATENDER LOS PROCESOS DE FORMACIÓN EN EL NIVEL COMPLEMENTARIA PARA LA POBLACIÓN VICTIMA EN EL CENTRO DE RECURSOS NATURALES INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD DE LA REGIONAL CHOCÓ DURANTE LA VIGENCIA 2022

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1			
1	Establecer estrategias de enseñanza-aprendizaje-evaluacion según el programa de formación profesional y el enfoque metodológico adoptado.	Las estrategias de enseñanza aprendizaje utilizada en el presente periodo, entre ellas estan, formacion presencial, Realizar Talleres Teórico – Prácticos" relacionados con la temática a tratar del curso ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE-¿ Servicio al Cliente:? -Cliente -Tipos de clientes ¿-Servicio ¿-Clasificación de los Clientes?. ¿Atencion al cliente? – momentos de la verdad – circula del servicio. -MERCADEO Y VENTA: ¿ mercadeo? -¿ Mercado? ¿caracteristicas del mercado?-¿competencia?-¿segmento del mercado de empresas y de la poblacion?-¿oferta? ¿Demanda?-¿Definicion de producto o servico? mediante el desarrollo de estas temáticas y con las actividades desarrolladas podre evaluar a los aprendices sobre los conocimientos adquiridos en dichos cursos.	Actividad para trabajar de maneragrupal e individual temas de consulta relacionados con los cursos de formación Atencion al cliente y Mercadeo y venta.
2	Orientar los procesos de enseñanza- aprendizaje, según las necesidades detectadas en los procesos de evaluación, metodologías de aprendizajes	En reunión de concertación con los aspirantes de los cursos Atencion al cliente y Mercadeo y venta del Municipio de Rio sucio , Las formaciones se han orientado de acuerdo a	Formato de concertación y lista de asistencia

	y programas curriculares vigentes	necesidades de los participantes el proceso de formación..	
3	Programar las actividades de enseñanza-aprendizaje –evaluacionde conformidad con los modulos de formación y el calendario institucionaly el manual de procedimientos para la ejecución de acciones de formación profesional.	Las actividades realizadas durante el periodo objeto de pago fueron: -Desplazamiento al Municipio de Rio Sucio, para concertar e iniciar el desarrollo de la formacion de los cursos Atencion al cliente y Mercadeo y venta. -Verificación de aspirantes en el aplicativo vivanto para determinar la población victima. -Verificacion y Registro de los aprendices en Sofía Plus. -Elaboración de las fichas de caracterizacion. -Orientación a los aprendices sobre la importancia del curso a dictar. -Se asociaron las fichas en la Plataforma sofia plus. -Evaluacion de fichas finalizadas en el mes de mayo.	Actas de concertación . Formato de caracterización Fichas asociadas y calificadas en Sofia plus. Evidencias fotograficas Todo soportado en el drive. Evidencias de formación mes de mayo.
4	Llevar el registro de evidencias de la actividad de enseñaza-aprendizaje en el portafolio personal, para cuando sea requerido.	Se esta llevando el Reporte de las actividades de formacion en la plataforma DRIVE	Acta de concertación del mes de mayo, formato de caracterización, listas de asistencia, registro fotográfico. Guia de aprendizaje.
5	Reportar información academica y administrativa según las responsabilidades institucionales asignadas.	Envío y Reporte de documenntacion de aprendices que participaran en el proceso de formación para inscripción y matricula al programa de formación.	Envio de documentación de aprendices para programación y matricula de los cursos Atencion al cliente y Mercadeo y venta.
6	Apoyar las charlas informativas con especificaciones de los programas, asi como el proceso de inducción aprendices.	No aplica para este periodo (con disponibilidad para ejecutarlo cuando se requiera).	No aplica porque no se ha generado el evento
7	Evaluar la formacin de los aprendices durante el	Se asociaron a los aprendices y se calificaran las competencias y	

	proceso educativo de acuerdo con el manualde evaluación vigente.	los resultados de aprendizajes de las fichas **2568583- 2568582 y , se inscribió la ficha 2563095** en la plataforma sofia plus.	Fichas asociadas y calificadas en sofia plus
8	Atender oportunamente los requerimientos del supervisor de contrato y presentar mensualmente los informes de ejecuicion del contrato.	Presentación de informe de actividades desarrolladas en el mes de mayo	Informe mensual mes de mayo
9	Apoyar técnicamenteen las evaluaciones de los procesos de adquisición de bienes y servicios por el conocimiento profesional contratado previa designación del director regional.	No aplica para este periodo (con disponibilidad para ejecutarlo cuando se requiera).	No aplica porque no se ha generado el evento
10	Reportar 160 horas mes de labores en la formación titulada y/o complementaria.	Reportar 8 horas diarias conforme a las obligaciones contractuales el cual se verán reflejadas una vez estén creadas las fichas en Sofia Plus	Reporte de tiempo en la plataforma sofia plus. Verificar fichas en la plataforma Sofía Plus
11	Aplicar al proceso de certificación de la norma de competencia Orientarformación presencial de acuerdocon procedimiento técnico y normativo según las normas que aplican la función instructor.	Me encuentro certificado en la norma de competencia “Orientar formación Presencial de Acuerdo con Procedimiento Técnico y Normativo”	Ver en certficados.sena.edu.co
12	Las demás para el cabal cumplimiento del objeto contractual.	No aplico para este periodo (con disponibilidad para ejecutarlo cuando se requiera).	No aplica porque no se ha generado el evento

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.		I		
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 electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. de planilla 4442278671 , expedida por SOI correspondiente al mes de abril de 2022. (Decreto Ley 2106 de 2019 – según " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Declaración bajo la gravedad de juramento.

Me permito declarar **bajo la gravedad de juramento** que durante el periodo objeto de cobro SI____NO_X__ he suscrito otro u otros contratos con entidade(s) del Estado el (los) cual(es) se encuentra(n) en ejecución; la anterior declaración de acuerdo con lo establecido en el numeral 5º de la Directiva Presidencial No. 001 de 2022, a fin de identificar potenciales conflictos de interés y hacer la gestión del riesgos para la toma de decisiones dentro del principio de la debida diligencia frente a la ejecución de los contratos de prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión.

Nota: En el evento de señalar **SI,** el análisis efectuado por el supervisor y ordenador de pago deberá quedar documentado y publicado en el SECOP II en los documentos relacionados en el archivo Gestión Contractual GC_ del periodo objeto de cobro.

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,

ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ
Contratista
C.C. No. 35.601.300 de Quibdo

Recibí a satisfacción:

Firma

YILSE ALEIDA RUIZ CARRILLO
Supervisor(a) Contrato 3354744 de 2022

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: SERVICIO AL CLIENTE EN LA ORGANIZACIÓN
- Código del Programa de Formación: 13410561
- Competencia : FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: UTILIZAR LOS APLICATIVOS (SOFTWARE Y HARDWARE) Y SUS CARACTERÍSTICAS PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y EL MEJORAMIENTO CONTINUO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
- Duración de la Guía: 20 HORAS

2. PRESENTACIÓN

Conociendo las funciones que desempeñaran los aprendices en los diferentes campos empresariales y de servicios administrativos donde ejercerán el servicio y atencion a los cliente es importante que conozcan y aprendan a ofrecer atención que favorezca las relaciones de la empresa con el cliente. Aplicar los protocolos e identidad corporativa en la presentación personal. ofrecer atención personalizada que cumpla con los estándares de servicio de calidad de la organización y a realizar actividades relacionadas con los recursos de sus unidades preoductivas con el proposito en presentar alternativas de solución a posibles problemática que se lleguen a presentar a futuros con la atencion y servicio al cliente.

Lo que se pretende con este curso de Servicio al Cliente en la organización es transferirle a los aprendices conocimientos basicos para una buena atencion a los clientes desde el entorno que les toque interactuar con ellos





3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de presentación

Esta actividad tiene como finalidad dar le la bienvenida a los aprendices, socializar y explicarles que es el sena y el curso que vamos a desarrollar, a demás se hara la presentación pormedio de una dinámica de cada uno de los miembros del urso con el fin de romper el hielo en el grupo.

DINAMICA: El mesero: Se le pedirá a los participantes que formen un círculo, uno queda de pie y hace de mesero en el restaurante. Cada jugador debe pensar en una comida o bebida, té, tostadas, leche, helados, etc. El mesero recorre el círculo preguntando a cada participante que se quiere servir y luego se aleja. Los jugadores cambiaran rápidamente de sitio. Al volver el mesero debe dar a cada uno lo que pidió. Si se equivoca pierde y paga penitencia.

Ambiente Requerido: Aula
Materiales : cuaderno, agenda, lapicero, lápiz,
Tiempo: 2 hora

- Actividades de reflexión inicial:

Esta actividad de autodiagnostico los aprendices en mesa redonda darán conceptos respecto a interrogantes relacionadas con la temática del curso, el propósito de esta actividad es identificar los conocimientos previos que tienen los aprendices con respecto a la temática del curso de servicio al cliente en la organizacion.

- Evidencia: Reflexione sobre los siguientes preguntes.

Reflexione sobre los siguienes interrogantes.

-¿ Servicio al Cliente:?

-Cliente -Tipos de clientes

¿-Servicio ?

¿-Clasificación de los Clientes?.

¿Atencion al cliente?

Esta actividad tiene como finalidad encaminar y motivar a los aprendices en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje

Ambiente Requerido: Aula
Materiales del taller : lapicero o lapiz, cuaderno.
Duracion: 2 hora .

- Actividad de aprendizaje: VIDEIO SOBRE SERVICIO AL CLIENTE (servicio Excepcional 240p)

El objetivo de esta actividad es mirar a través de un videoving en clase un video sobre la mala prestación del servicio al cliente y como afecta esta en la imagen de la empresa o negocio ante el cliente.

- Ambiente Requerido: Aula
- Materiales: (marcadores, tablero, lápices, lapiceros, videiving, Borrador)
- Tiempo: 2 hora
-

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

En esta etapa se desarrollara gran parte de la temática del curso a través de esxplicacion por parte del intructor tutor en el aula, se proyectara un video a través de videoving con el fin de facilitar mas la apropiación del conocimiento por parte de los aprendices.

Socializar en mesas redondas y por medio de talleres, consultas trabajos en grupo y experiencias vividas sobre la importancia de la comunicación asertiva para lograr una buena atencion a los clientes edentro de la organización – unidad productiva.

ANALISIS DEL **SERVICIO AL CLIENTE:**

El cliente es el activo más valioso que posee una organización. Es necesario que las empresas lo traten como tal y estén pendientes de su forma de pensar y de su forma de percibir la organización. Surge entonces la pregunta ¿Quién es el cliente? Y la respuesta a esta pregunta parece como un destello deslumbrante de lo obvio; pero muchas empresas no se dan cuenta de lo que son realmente los clientes y de cómo se deben tratar

Una empresa se crea para generar rentabilidad a la vez que satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, por tanto, debe desempeñarse con equilibrio en tres variables: 1. Calidad del producto 2. Calidad del servicio al cliente 3. Costos.

No se debe polarizar en una de estas variables, se trata de encontrar el justo medio entre las tres, de manera que el producto cumpla con las especificaciones y necesidades del cliente siendo competitivo frente a otros productos en calidad y precio; y que a su vez vaya acompañado de un valor agregado representado en servicio integral y atención amable, respetuosa, y oportuna.

DIFERENCIA ENTRE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SERVICIO AL CLIENTE

Es común encontrar que las personas, y por tanto las empresas, confundan “atención al cliente” con “servicio al cliente”. Pecamos en creer que la responsabilidad del tema de servicio al cliente es exclusivo del personal que está en contacto directo con él, es decir, recepcionista, cajeros, vendedores o personal de “la mal llamada área de Servicio al Cliente”.

La atención al cliente se refiere al trato que le damos al cliente cuando interactuamos con él. El servicio al cliente es la articulación sistemática y armoniosa de los procesos y acciones que buscan lograr la satisfacción del cliente. El servicio es más que amabilidad y gentileza, es disposición a servir con efectividad.

- Recopilar y analizar información dobre la temática del servicio al cliente en la organizacion: Servicio al Cliente: -Cliente -Tipos de clientes -Servicio - Comunicaciones Telefónicas -Triángulo del Servicio -Momentos de Verdad -Ciclo del Servicio -Estrategias de Atención Personalizada: Cara a cara. - Software SAV (Sistema Automatizado de Ventas). Concepto -Clasificación de los Clientes. - Manejo de la agenda – importancia del servicio- trabajo en equipo.

- Según el numero de alumnos conformar equipos de trabajo de 3 o 4 personas, enumerar los equipos
- realizar talleres que permitan evidenciar los conocimientos adquiridos.
- Actividad lúdica Juego de roles en la que los aprendices harán las veces de vendedor y otras veces de cliente , como se ha sentido en el papel de clientes y las conclusiones que llegan al finalizar la actividad.

- Conversatorio acerca de las diferentes canales de atención al cliente.

- Actividad .

- Socialización de las actividades anteriores.

- Video: a través del videoving proyectar el video ejemplo de buena y mala atención al cliente en un restaurante (1080p_HD) y Como cambiar el mundo con pequeñas cosas.

- Comentarios y Reflexiones sobre los videos proyectados.

Actividad 3: contextualización de los conocimientos
Duración de 10 hora
Ambiente: Aula y salida al comercio para observar la atención al cliente en algunos negocios.
Socializacion de la actividad de campo.

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

En este momento significativo del aprendizaje, los aprendices podrán asimilar los saberes, incorporarlos y aplicarlos en el proceso de aprendizaje. Para ello se conceptualizara y se aplicaran vivencias a procesos significativos de aprendizaje de la siguiente manera:

- Los aprendices Estableceran Estrategias de Atención a través de diferentes medios tecnológicos.
- -Controlar el tiempo de atención y de servicio al cliente

- Prestar servicio de acuerdo con los requerimientos de los clientes y las políticas de la Organización
- Determinar el tiempo de atención y de servicio al cliente
- Identificar los medios establecidos por la Organización a través de los cuales se presta atención y servicio al cliente.
- Aplicar las estrategias de atención personalizada de acuerdo con los requerimientos del cliente.
- Aplicar las normas y los estándares de calidad.
- Prestar servicio de acuerdo con los requerimientos de los clientes y las políticas de la Organización.
- Suministrar la información requerida por el cliente de acuerdo con los lineamientos y procesos de la Organización.

Actividad grupal

En esta actividad se conformaran equipos de trabajo para que los alumnos consulten a través de fuentes escritas o internet la temática asignada y en mesa redonda se hara un conversatorio donde cada grupo explicara sobre su tema de consulta dándole participación a los demás miembros del curso para argumentar sobre dicho tema. Esta actividad tiene calificación.

Actividad 4: Apropiacion de los conocimientos atraves de exposición
Duración de 4 hora
Ambiente: Aula
Materia: tablero, marcador, catelera.

4. Actividades de evaluación.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : **Respuestas a preguntas acerca de que** servicio al Cliente -	Atiende el público y facilita el servicio al cliente con objetividad, aplicando las estrategias de atención personalizada y las normas de la organización.	**Preguntas a través de cuestionarios**
Evidencias de Desempeño: **Resultado del conversatorio y socialización de los temas desarrollados durante el curso.**	Aplica de manera atenta las estrategias de atención y de servicio al cliente, a través de los medios tecnológicos y aplicativos disponibles de acuerdo con las políticas de la Organización.	Video, observación y actividad grupal
Evidencias de Producto: **Trabajo escrito de lasactividades desarrolladas al servicio y atención al clienten teniendo en cuenta las actividades y los temas del curso a desarrollar .**	Expresa de manera respetuosa, con claridad y precisión los mensajes relacionados con los clientes internos y externos, aplicando el conducto regular y la comunicación empresarial.	Observación Preguntas, lista de chequeo,
	Clasifica con responsabilidad los tipos de clientes que visitan la Organización Criterios de evaluacion	Preguntas, lista de chequeo, Trabajo en grupo y socialización del mismo.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Este se desarrollara en el trancurso del curso en clase y en culsulta para los aprendices.

Tipos de cliente - Serrvicio al cliente–cliente-servicio -atencion -Conducto regular - – visión – misión - objetivos- Correo – valor agregado – SOFTWARE - HARDWARE agenda- sofiaplus – aprendizaje – instructor – tics- costo- precio- gasto- beneficio- punto de equilibrio – empresa- empresario- vida útil-, equipos de trabajos.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

www.sena.edu.co

http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf

Curso básico de economía solidaria con énfasis en cooperativas de trabajo, organizaciones solidarias, presidencia de la república, cafam

MODULO 2: Tipo de organizaciones de la economía solidaria.

Curso básico de economía solidaria con énfasis en cooperativas de trabajo, organizaciones solidarias, presidencia de la república, cafam

https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd5096.pdf

https://edebe.com/educacion/documentos/830030-0-529-830030_LA_CEAC_CAS.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ	INSTRUCTORA	COORDINACION ACADEMICA FORMACION COMPLEMENTARIA PROGRAMA DESPLAZADOS	**2/04/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **MERCADEO Y VENTAS**
- Código del Programa de Formación: 8620065
- COMPETENCIA**:**
  1**: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.**
- RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZAR:
  1: Utilizar estrategia para apoyar la presentación de los productos oservicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios yusos de un producto o servicio específico, según protocolo

- **COMPETEMCIA:**
  1: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS.
- **RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZAR**
  1: Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta su dimensión ycobertura, en el desarrollo de estrategias de segmentación con el apoyode software especializado de acuerdo con tipos de producto y poblaciónestablecidos en el plan de segmentación.
  2: Determinar los precios de los productos y servicios a partir del análisisde los reportes de precios, en la definición de estrategias de mercadeo,según tipos de mercados y de productos, mediante la aplicación demétodos de fijación precios.
  3: Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio con el apoyode software especializado y la aplicación de técnicas de pronóstico, paraidentificar el potencial de mercado y capacidad de ventas de la empresasegún política empresarial.
- **COMPETENCIA:**
  1: PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y EL ESTILO DE EXHIBICIÓN.
- RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZAR:
  1: Definir y aplicar técnicas y procedimientos para la organización del surtido de acuerdo con los productos.
  2: Formular política de surtido con base a criterios de la empresa.
  3: Preparar la estrategia de exhibición de acuerdo con las tendencias del mercado.
  4: Elaborar programas de exhibición según políticas de mercadeo.

4: Duración de la Guía 80 horas.

Actividad Nro 1 Presentacion del curso Duracion: 1 hora	Plataforma virtual - Aula
Esta actividad tiene como finalidad darle la bienvenida a los aprendices, socializar y conocer que es el sena y el curso que vamos a desarrollar, a demás se hara la presentación pormedio de una dinámica de cada uno de los miembros del urso con el fin de romper el hielo.	

Actividad Nro 2 de reflexión inicial Duración de 1 hora	Aula
Esta actividad de autodiagnostico los aprendices en participación dinámica en la plataforma y/o en mesa redonda en salón, darán conceptos respecto a interrogantes relacionadas con la temática del curso, el propósito de esta actividad es identificar los conocimientos previos que tienen los aprendices con respecto a la temática del curso de mercadeo y ventas.	

Actividad 3: contextualización de los conocimientos Duración de 10 hora Ambiente: Aula y visita a negocio.
En esta etapa se desarrollara la temática del curso a través de esxplicacion por parte del intructor tutor a través de la plataforma Google meet, y/o en el aula, se proyectara un video con el fin de facilitar mas la apropiación del conocimiento por parte de los aprendices. Por gurpo se harán observación al comercio con el fin de identificar el proceso del mercadeo en el entorno. Socializacion de la actividad de campo.

Actividad 4: Apropiacion de los conocimientos Duración de 4 hora Ambiente: Aula
En esta actividad se conformaran equipos de trabajo para que los alumnos consulten a través de fuentes escritas o internet temática del curso y en mesa redonda se hara un conversatorio donde cada grupo explicara sobre su tema de consulta dándole participación a los demás miembros del curso argumentar sobre dicho tema. Esta actividad tiene calificación.

Actividad 5: Taller sobre canales de distribusion Duración de 2 hora Ambiente: Aula.
En esta actividad se le entregara a cada aprendiz un hoja de papel con imágenes de diferentes productos y servicios en el mercado, el objetivo de esta actividad es que los aprendices identifiquen cual es el canal de distribusion mas adecuado para comercializar dichos productos. Socializacion de la actividad y se aclararan dudas presentadas.

Actividad 6: de evaluacion Duración de 2 hora Ambiente: Aula.
En esta etapa se evaluaran a los aprendices con el objetivo evidenciar los conocimientos adquiridos durante el curso. - Evaluar de forma escrita a través de un cuestionario conceptos sobre el mercadeo. - A través de la lista de chequeo evidenciar si los alumnos aplican correctamente los canales de distribusion - En una hoja de papel en pareja los aprendices le aplicaran el análisis DOFA a una empresa x - Entrega de cada actividad planteada en físico las cuales tendrán su respectiva calificación. Socializacion de la actividad de compo.

2. PRESENTACION : Actividad 1

Estimados aprendices *SENA*, reciban un cordial saludo de *bienvenida*, estamos iniciamos un ciclo formativo donde obtendrán capacitación en **MERCADEO Y VENTAS**. Nos espera un cuantioso trabajo en la cual, el aprendizaje colaborativo, el crecimiento del grupo mediante la educación y con el acompañamiento brindado por la instructora, se podrán lograr el objetivo principal que es esencialmente formar personas integrales con valores y capacitadas para desempeñarse exitosamente en la vida laboral y el sociedad en su conjunto.

- Esta guía de aprendizaje le dará las herramientas y elementos necesarios para que tú como aprendiz del curso de MERCADEO Y VENTAS adquieran las competencias suficientes para conocer el mercado sus componentes realizar una venta exitosa, exibir de manera adecuada los productos según lineamientes de la empresa, para con ello poder estructurar de forma mas clara tu idea de negocio o mejorar tus ventas si ya estas en la actividad comercial.







3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial: 2

En la Fase de la Planeación, se determinan todas las pruebas necesarias a desarrollar con el objetivo de evidenciar el logro de los resultados esperados.

Se desarrollaran actividades de autodiagnostico por parte de los aprendices, con el fin de identificar conocimientos previos con relación a la temática del curso.

- Reflexione sobre las siguientes preguntas

1 ¿ mercadeo?
2 ¿ Mercado? ¿caracteristicas del mercado?
3 ¿competencia?
4 ¿segmento del mercado de empresas y de la poblacion?
5 ¿oferta? ¿Demanda?
6 ¿Definicion de producto o servico? (clasificación (según durabilidad y tangibilidad).

Esta actividad tiene como finalidad encaminar y motivar a los aprendices en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje: actividad 3

se requiere la disposición y honestidad de de los aprendices con el fin de identificar sus conocimientos

MERCADEO:

Es el conjunto de actividades destinadas a acercar los clientes al producto, permitiéndoles satisfacer plenamente sus necesidades y expectativas como consumidores.

Hoy en día ante una diversidad de productos y servicios, la competencia y los medios de comunicación, los consumidores perciben de una manera más práctica y sencilla las características que poseen los productos o servicios que necesitan o desean adquirir.

Actualmente la investigación de mercados ha cobrado fuerza debido a los avances tecnológicos y la importancia que tiene la opinión del cliente para las empresas, ya que de acuerdo a esta investigación pueden tomar las mejores decisiones.

Con la investigación de mercados podemos determinar el tipo de estrategias que vamos a utilizar y así tomar decisiones más acertadas sobre como posicionarnos en un mercado, la sensibilidad de los precios acorde con el tipo de mercado que prefiere nuestro producto, su lugar predilecto para comprar y estar al tanto de los precios y beneficios que tienen las marcas de la competencia en comparación con la nuestra.

VENTAS

son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra. El concepto de **ventas** es muy amplio, pero básicamente consiste en el acto de negociación en el **cual** una parte es el vendedor y la otra el comprador.

Hacer una venta es hacer un negocio. Las ventas ocurren tanto en empresas, que deben vender sus productos o servicios, como entre personas, cuando por ejemplo venden un artículo usado en los clasificados.

Llevando el concepto al ámbito profesional, el área de ventas (también conocida como área comercial) es fundamental para el crecimiento de una empresa. Sin la venta, no hay facturación y, consecuentemente, no hay crecimiento.

ESTRATEGIA DE MERCADEO

Recopilar y analizar información respecto al mercado y su composición:

Estrategias de Mercado: Conceptos y aplicación producto, precio, promoción, publicidad, Distribución, mercado análisis DOFA, competencia.

- Actividad grupal 4:

Conformar grupos de 4 personas, darle un nombre al equipo.

• Conversatorio acerca de los temas de investigación por parte de cada equipo segunsu tema de consulta.

• Estructurar un glosario sobre: Conceptos y aplicación producto, precio, promoción, publicidad, Distribución, mercado análisis DOFA, competencia.

• Socialización de las actividades anteriores.

- Reflexión y conclusión de la actividades.

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

• Los aprendices recolectaran la información más relevante que se generan sobre los conceptos básicos de mercadeo

• Los aprendices plicaran las estrategias de mercadeo de acuerdo al entorno y el producto a comercializar.

- Información sobre la segmentación del mercado de empresa y de personas.

• Investigar el mercado objetivo para el bien o servicio del proyecto.

- Aplicar la matriz DOFA (análisis interno y externo del mercado).

Actividad de Aprendizaje 5: taller sobre canales de distribución. Proyectando imágenes de diferentes negocios a través del videoving 1.Teniendo en cuenta el numero de detallistas a través de los cuales se llega a el consumidor final, que estrategia de distribución sugeriría para los siguientes productos .

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN: 6

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Respuestas a preguntas acerca de Mercadeo, mercado, tipos de mercado, componentes del mercado, precio, publicidad, segemtacion del mercado de empresas y de personas, componentes de la venta, etc.	. - Maneja adecuadamente los conceptos de mercadeo -Reconoce su entorno comercial.	**Preguntas a través de cuestionarios**
Evidencias de Desempeño: Resultado de la observación de juego de roles aplicado a un caso a un producto identificar los canales de distribusion mas adecuado para llevar el producto al mercado, identificar los tipos de segmentación, determinar una venta exitosa, aplicar la correcta exibicion de procusctos.	-Aplica las estrategias de mercadeo (producto, precio, promoción, publicidad y distribución) de acuerdo al diagnostico realizado y su producto a comercializar a través del proceso de mercadeo y venta. -Ana liza las variables cualitativas y cuantitativas del mercado relacionadas con el desarrollo de los programas de exhibición y surtido en las diferentes formatos comerciales considerando los productos, la programación, el presupuesto asignado y la política de la organización. ♣ Identifica las zonas de exhibición, su ubicación y rentabilidad de acuerdo con la programación establecida y la política de la organización.	**Observación, Actividad grupal** **Preguntas y lista de chequeo**
Evidencias de Producto: Resultado de la observación de procesos comercialización conformación de equipos de trabajo con distintas intencionalidades		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS:

Misión –Visión – Sena –- Mercadeo – Mercado- Distribusion – Bien – Servicio - Aprendiz – Perfil – Formación –Programa – Estructura - Correo – Sofiaplus – Aprendizaje – Instructor – Costo – Publicidad – Promocion, segmentación, DOFA, oferta, demanda, venta, producto, población, cliente.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Los documentos de los temas específicos a tratar en los ambientes de aprendizaje los podemos encontrar en los siguientes links.

https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/feem/libros/principiosdemercadeo.pdf

http://infopvirtual.com/cursos/investigacion_de_mercados/Unidad%20I.pdf

https://portafolioemprendimientocies.files.wordpress.com/2011/03/cartilla-no-3-el-mercadeo.pdf

www.sena.edu.co

Capítulo 1 Tema: "Sociedades Comerciales". Editorial McGraw Hill. Última edición.

Contabilidad Comercial. Cesar Bolaños y Jorge Álvarez, Unidad 1 Tema: "La Empresa, Sociedades". Editorial Norma.

Formulación y Evaluación de Proyectos: Tercera edición. Córdoba, Padilla Marcial; Bogotá Ecoe Ediciones

Página Web www.dian.gov.co

Revista dinero

https://www.rdstation.com/mx/ventas/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ	INSTRUCTORA	COORDINACION ACADEMICA FORMACION COMPLEMENTARIA PROGRAMA DESPLAZADOS	**23-5/05/2022**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

FICHS DE CARCTERIZCION

SENA REGIONAL CHOCÓ

MATRIZ CARACTERIZACIÓN GRUPOS ATENDIDOS CON LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN MUNICIPIOS Y COMUNIDADES

Nombre Instructor: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ Área_ EMPRENDIMIENTO MES:__MAYO

No. FICHA CURSO	NOMBRE DEL CURSO	PROGRAMA FORMACIÓN (SER, Victima, Complementaria)	No. APRENDICES	MUNICIPIO	COMUNIDAD DONDE SE DESARROLLA LA FORMACIÓN (Corregimiento, vereda)		GRUPO ÉTNICO AL QUE PERTENECEN LOS APRENDICES				
						COMUNIDADES PERTENECEN O DE DONDE PROVIENEN LAS PERSONAS DEL CURSO?	AFRO (marque con una X)	Nombre del consejo comuitario al que pertenecen	INDIGENA (marque con una X)	Nombre del Resguardo Indigena al que pertenecen	Otro (Asociación u Organización) Cual?
2563095	ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE	DESPLAZADOS	20	RIO SUCIO	RIO SUCIO CABECERA	RIO SUCIO	X		X		PROclade

NOTA: Por favor marque con una (X).

¿En el grupo en procesos de formación o capacitación hay poblaciones:

1. Desplazados por el conflicto armado ( ) Cuantos?___20____
2. Mujer cabeza de familia ( ) Cuantos?__15____
3. Jovenes Vulnerables ( ) Cuantos?__3_____
4. Tercera edad ( ) Cuantos?___5_____
5. Reincorporados ( ) Cuantos?_____
6. Otros, Cuales hombres__2 ____

OBSERVACIONES: _de los 20 aprendices que hacen parte de la formacion todos son victimas _

SENA REGIONAL CHOCÓ

MATRIZ CARACTERIZACIÓN GRUPOS ATENDIDOS CON LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN MUNICIPIOS Y COMUNIDADES

Nombre Instructor: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ Área_ EMPRENDIMIENTO MES:__MAYO

No. FICHA CURSO	NOMBRE DEL CURSO	PROGRAMA FORMACIÓN (SER, Victima, Complementaria)	No. APRENDICES	MUNICIPIO	COMUNIDAD DONDE SE DESARROLLA LA FORMACIÓN (Corregimiento, vereda)		GRUPO ÉTNICO AL QUE PERTENECEN LOS APRENDICES				
						¿A QUE COMUNIDADES PERTENECEN O DE DONDE PROVIENEN LAS PERSONAS DEL CURSO? Mencionelas	AFRO (marque con una X)	Nombre del consejo comuitario al que pertenecen	INDIGENA (marque con una X)	Nombre del Resguardo Indigena al que pertenecen	Otro (Asociación u Organización) Cual?
2568582	ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE	DESPLAZADOS	21	RIO SUCIO	RIO SUCIO	CURBARADO- EL SIETE - PLAYA ROJA	X	CONEJO COMUNITARIO DE RIO SUCIO			COOPERATIVA PROclade

NOTA: Por favor marque con una (X).

¿En el grupo en procesos de formación o capacitación hay poblaciones:

1. Desplazados por el conflicto armado ( ) Cuantos?___20____
2. Mujer cabeza de familia ( ) Cuantos?___15____
3. Jovenes Vulnerables ( ) Cuantos?__3_____
4. Tercera edad ( ) Cuantos?___2____
5. Reincorporados ( ) Cuantos?_____
6. Otros, Cuales_____

OBSERVACIONES: _de los 20 aprendices que hacen parte de la formacion 18 son victimas _

SENA REGIONAL CHOCÓ

MATRIZ CARACTERIZACIÓN GRUPOS ATENDIDOS CON LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN MUNICIPIOS Y COMUNIDADES

Nombre Instructor: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ | Área_EMPRENDIMIENTO | MES:__MAYO

No. FICHA CURSO	NOMBRE DEL CURSO	PROGRAMA FORMACIÓN (SER, Victima, Complementaria)	No. APRENDICES	MUNICIPIO	COMUNIDAD DONDE SE DESARROLLA LA FORMACIÓN (Corregimiento, vereda)		GRUPO ÉTNICO AL QUE PERTENECEN LOS APRENDICES				
						¿A QUE COMUNIDADES PERTENECEN O DE DONDE PROVIENEN LAS PERSONAS DEL CURSO? Mencionelas	AFRO (marque con una X)	Nombre del consejo comuitario al que pertenecen	INDIGENA (marque con una X)	Nombre del Resguardo Indigena al que pertenecen	Otro (Asociación u Organización) Cual?
2568583	MERCADEO Y VENTA	DESPLAZADOS	20	RIO SUCIO	RIO SUCIO	CURBARADO- EL SIETE - PLAYA ROJA	X	CONSEJO COMUNITARIO DE RIO SUCIO	X		COOPERATIVA PROclade

NOTA: Por favor marque con una (X).

¿En el grupo en procesos de formación o capacitación hay poblaciones:

1. Desplazados por el conflicto armado ( ) Cuantos?___20____
2. Mujer cabeza de familia ( ) Cuantos?___17____
3. Jovenes Vulnerables ( ) Cuantos?__3_____
4. Tercera edad ( ) Cuantos?___2____
5. Reincorporados ( ) Cuantos?_____
6. Otros, Cuales_____

OBSERVACIONES: _de los 20 aprendices que hacen parte de la formacion todos son victimas _

@	CARACTERIZACION DE LA FORMACION F£06-0L)7-25/ Versión 01 Proceso: Administración educativa Procedimiento: Matricula

N° FICHA DE CARACTERIZACION: 2568582 No. SOLICITUD 1

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE

TITULADA: COMPLEMENTARIA---X-

CODIGO PROGRAMA: 13410561 VERSION:1 SECTOR: SERVICIO

CONVENIO

PROGRAMA ESPECIAL:

DESPLAZADO

FECHA INICIO: 14 DE mayo TERMINACIÓN: TOTAL HORAS: 40

N° APRENDICES: 20 MUNICIPIO: RIO SUCIO CHOCO

20VEREDA: RIO SUCIO

DIRECCIÓN: RIO SUCIO CHOCO

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas)	
		INICIO	FIN
LUNES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
MARTES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
MIERCOLES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
JUEVES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
VIERNES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
SABADO			
DOMINGO			
„FESTNO "	Fecha:		

"Cuando sea festivo indicar la fecha del festivo que se trabajara

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ TELEFONO: 3123923970

EMAIL: rpalaciosrodriguez@yahoo.es

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA:

NIT N° TELEFONO: FAX:

DIRECCION: APARTADO:

E-MAIL:

NOMBRE DEL **GERENTE:**

No DE EMPLEADOS: ACTIVIDAD ECONOMICA:

DPTO: MUNICIPIO: GREMIO:

TIPO DE EMPRESA

Ánimo Lucro			Solidaria			
4	Anónima			Precooperativas	Inatl ódo	Educativas: Privada
				Coq·eratHae	Instituciones Publica	
	En Comaridlta			Cooperativas Públicas		
	Ecoriomla Idxta				Entes Territoriales	
					ONGS	
				FondodeEmpWedom	Gnipm	

Colectiva Unipersonal

Rosa Mª Palacios R.

INSTRUCTOR COORDINADOR ACADEMICO FECHA DE E

@	CARACTERIZACION DE LA FORMACION
	F£06-0L)7-25/ Versión 01
	Proceso: Administración educativa
	Procedimiento: Matricula

N° FICHA DE CARACTERIZACION: 2568583 No. SOLICITUD 1

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: MERCADEO Y VENTA

TITULADA: COMPLEMENTARIA---X-

CODIGO PROGRAMA: 86120065 VERSION:1 SECTOR: SERVICIO

CONVENIO

PROGRAMA ESPECIAL:

DESPLAZADO

FECHA INICIO: 14 DE mayo TERMINACIÓN: TOTAL HORAS: 40

N° APRENDICES: 20 MUNICIPIO: RIO SUCIO CHOCO

20VEREDA: RIO SUCIO

DIRECCIÓN: RIO SUCIO CHOCO

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas) INICIO	FIN
LUNES	Salón de la diócesis	10:00am	12:00:m
MARTES	Salón de la diócesis	10:00am	12:00:am
MIERCOLES	Salón de la diócesis	10:00am	12:00:am
JUEVES	Salón de la diócesis	10:00am	12:00:am
VIERNES	Salón de la diócesis	10:00am	12:00:am
SABADO			
DOMINGO			
„FESTNO "	Fecha:		

"Cuando sea festivo indicar la fecha del festivo que se trabajara

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ TELEFONO: 3123923970

EMAIL: rpalaciosrodriguez@yahoo.es

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA:

NIT N° TELEFONO: FAX:

DIRECCION: APARTADO:

E-MAIL:

NOMBRE DEL **GERENTE:**

No DE EMPLEADOS: ACTIVIDAD ECONOMICA:

DPTO: MUNICIPIO: GREMIO:

TIPO DE EMPRESA



Ánimo Lucro			Solidaria			
Anónima			Precooperativas		Inatl Educativas;cativas	
			Coq·eratHae		Instituciones Publica	Privada
En Comaridlta			Cooperativas Públicas			
Ecoriomla Idxta					Entes Territoriales	
					ONGS	
			FondodeEmpWedom		Gnipm	

Colectiva
Unipersonal

INSTRUCTOR COORDINADOR ACADEMICO FECHA DE

@	CARACTERIZACION DE LA FORMACION F£06-0L)7-25/ Versión 01 Proceso: Administración educativa Procedimiento: Matricula

N° FICHA DE CARACTERIZACION: 2563095 No. SOLICITUD 1

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE

TITULADA: COMPLEMENTARIA---X-

CODIGO PROGRAMA: 13410561 VERSION:1 SECTOR: SERVICIO

CONVENIO

PROGRAMA ESPECIAL:

DESPLAZADO

FECHA INICIO: 14 DE mayo TERMINACIÓN: TOTAL HORAS: 40

N° APRENDICES: 22 MUNICIPIO: RIO SUCIO CHOCO

20VEREDA: RIO SUCIO

DIRECCIÓN: RIO SUCIO CHOCO

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas)	
		INICIO	FIN
LUNES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
MARTES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
MIERCOLES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
JUEVES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
VIERNES	Salón de la diócesis	8:00am	10:00:am
SABADO			
DOMINGO			
„FESTNO "	Fecha:		

"Cuando sea festivo indicar la fecha del festivo que se trabajara

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ TELEFONO: 3123923970

EMAIL: rpalaciosrodriguez@yahoo.es

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA:

NIT N° TELEFONO: FAX:

DIRECCION: APARTADO:

E-MAIL:

NOMBRE DEL **GERENTE:**

No DE EMPLEADOS: ACTIVIDAD ECONOMICA:

DPTO: MUNICIPIO: GREMIO:

TIPO DE EMPRESA

Lucro	Anónima		Solidaria	Precooperativas		Educativas: Privada	
Ánimo				Coq·eratHae		Instituciones Publica	
4	En Comaridlta			Cooperativas Públicas			
	Ecoriomla ldxta					Entes Territoriales	
						ONGS	
				FondodeEmpWedom		Gnipm	

Colectiva
Unipersonal

Rosa Mª Palacios R.

INSTRUCTOR COORDINADOR ACADEMICO FECHA DE E

ACTA No. 001		
NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN: SOCIALIZACIÓN DEL CURSO ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE.		
CIUDAD Y FECHA: 15/05/2022	**HORA INICIO: 4:0PM**	**HORA FIN: 5:0PM**
LUGAR Y/O ENLACE: SALON SOCIAL DIOCESIS DE RIO SUCIO.	**DIRECCIÓN GENERAL / REGIONAL / CENTROCRNIB**	

AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR:

1. Saludo –bienvenida y explicación de la visión y misión del SENA
2. Concertar horarios de clase para dictar la formación en ATENNCION Y SERVICIO AL CLIENTE.
3. Socialización de la temática del curso ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE. y desarrollo de las actividades de formación. (talleres, consultas etc.)

OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN: Determinar con los aprendices del curso ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE las actividades a desarrollar durante el curso.

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

A las 4:00 p.m. del dia 15 de mayo, en el Municipio de Rio Sucio Choco en el salón social de la diócesis se dio inicio a la reunión con la participación de aprendices población desplazada del curso ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE, se inició la reunión con el saludo y se da la bienvenida a los participantes en nombre del SENA y se explica la misión y la visión de la entidad, se explicó la temática del curso, además se escogió el horario y los días a dictar la formación, teniendo en cuenta que muchas participantes del proceso realizan actividades comerciales del rebusque. Por lo anterior se llega a las siguientes conclusiones:

CONCLUSIONES

En la reunión se concluyó lo siguiente:

-Dictar la formación en el horario de la tarde de 2:00pm a 5:00pm de lunes a sábado, dejando actividades para desarrollar en casa en la jornada de la mañana.

-Los aprendices Desarrollaran las actividades que se programen en la formación del curso Atención y servicio al cliente.

-Recibir la formación de manera presencial, Por parte del SENA a través de la instructora.

-Dictar la formación del curso Atención y servicio al cliente teniendo en cuenta la temática planteada.

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
- Asistir a la formación del curso según horario y días acordados. - Desarrollar las actividades propias del curso. -Explicación de la temática del curso y retroalimentación	Aprendices del curso Instructora SENA	15 / 05/2022 28/05/2022

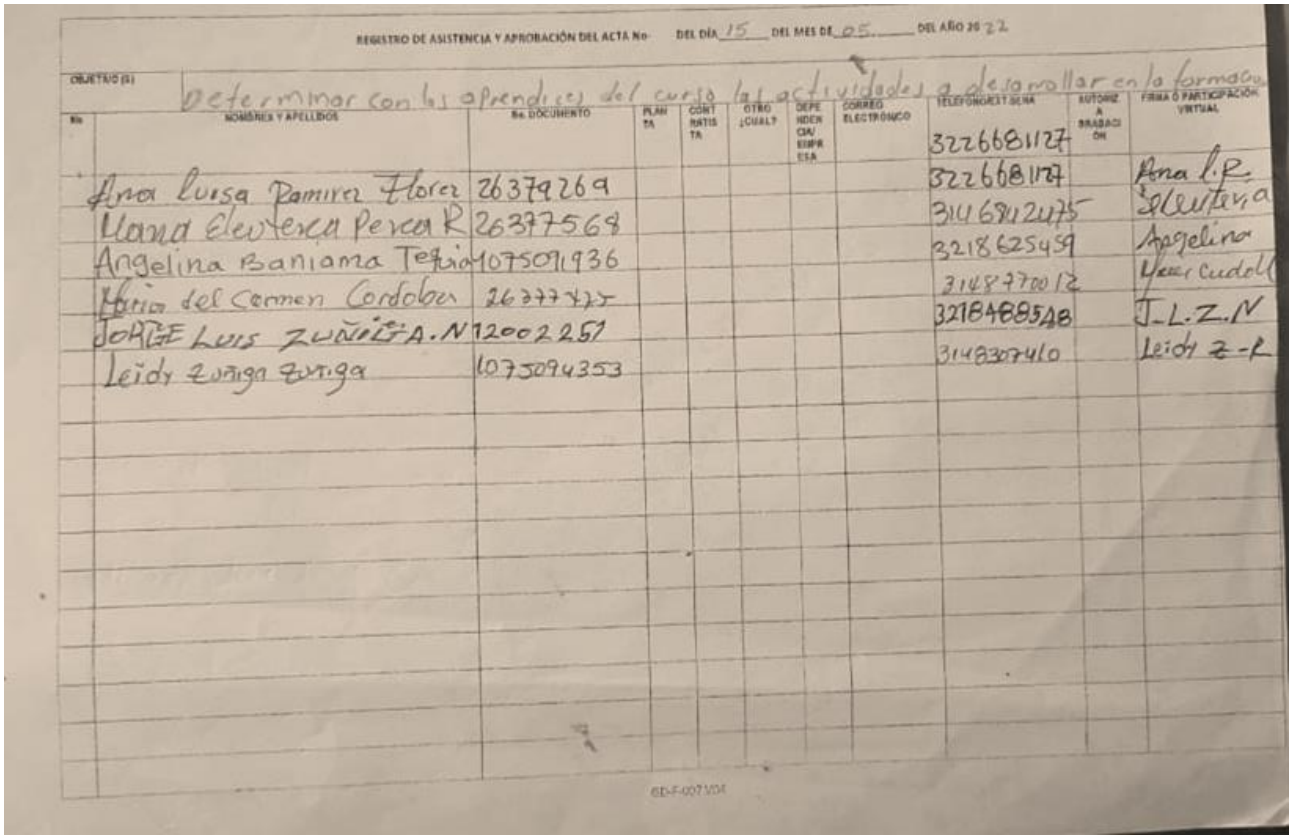
ASISTENTES: (Incorporar registro de asistencia)

Nota: Puede incluirse imagen o captura de pantalla de los asistentes, si se trata de una reunión virtual o, de los asistentes que participan a través de una plataforma virtual.

Evidencias de la reunión







REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No. DEL DÍA 15 DEL MES DE 05 DEL AÑO 2022

OBJETIVO (S): Determinar con los aprendiz(es) del curso las actividades a desarrollar en la formación

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Ana Luisa Ramirez Florez	26379269						3226681127		Ana L.R.
	Liana Elevterca Perea R	26377568						3226681127		Eleuteria
	Angelina Baniama Tefria	1075091936						3146812475		Angelina
	Maria del Carmen Cordoba	26377427						3218625459		Maria Cudol
	JORGE Luis ZUÑIGA. N	12002251						3148770012		J.L.Z.N
	Leidy Zuñiga Zuñiga	1075094353						3218488548		Leidy Z-R
								3148307410		

GD-F-007 V04

EVIDENCIAS DE CLASE

EVIENCIAS DE CONCERTACION



DESARROLLO DE LA TEMATICA DEL CURSO ATENCION AL CLIENTE













FORMACION CURSO MERCADO Y VENTAS









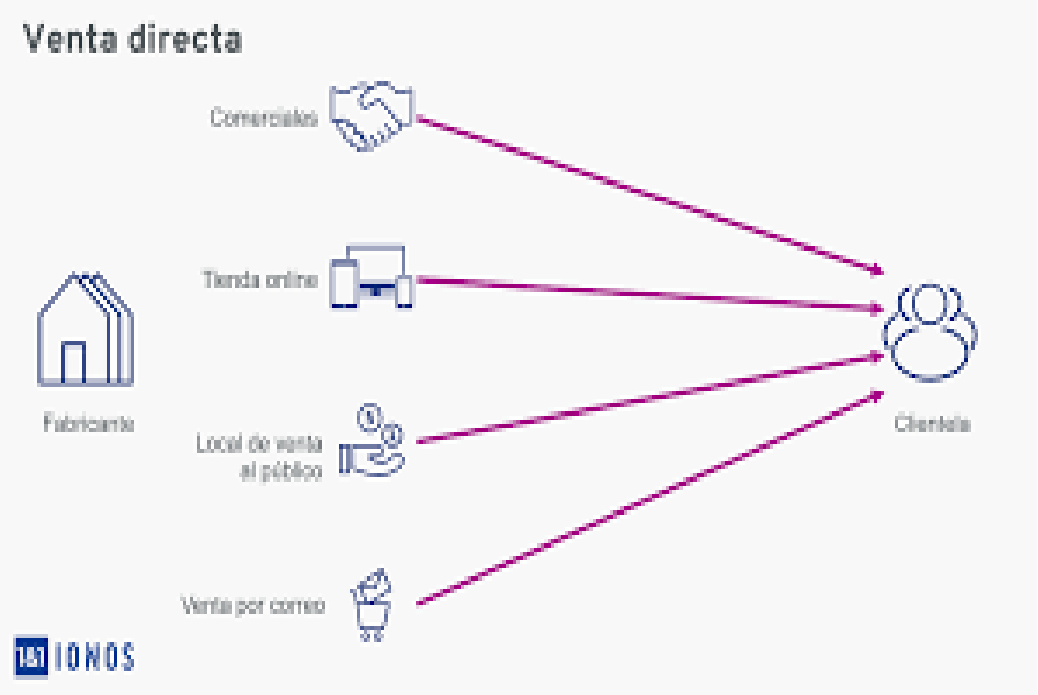
MATERIAL DIDÁCTICO



1. Venta directa o personal

Este tipo de venta puede ser realizado en el ámbito mayorista o minorista. Es la forma de venta en la que el vendedor conversa personalmente con el cliente, mostrándole los beneficios del producto o servicio.

La venta directa es considerada una de las más eficientes formas de venta por grandes nombres, como Philip Kotler por ejemplo, quien dijo que este método además de ser efectivo con las ventas ayudaba a la construcción de una relación con el cliente. Gracias a sus características, este tipo de ventas puede ser aplicado en cualquier tipo de negocio.



2. Venta interna

Las ventas internas también conocidas como Inside Sales, son aquellas ventas realizadas desde dentro de la empresa.

Un error muy común es confundir este tipo de ventas con telemarketing, pero no te confundas. En este tipo de ventas el vendedor aborda a su cliente conociéndolo bien, sabiendo cuáles son sus necesidades y qué es lo mejor que tiene para ofrecerle.

En este modelo de ventas el objetivo no es contactar a la mayor cantidad de clientes con el objetivo de hacer algunas ventas. El objetivo es contactar a un pequeño grupo y trabajarlo cuidadosamente para aumentar las ventas.

3. Venta inbound o entrantes

Las ventas inbound son aquellas en las que atraes al cliente para que él llegue a ti y no aquellas en las que el vendedor sale a buscar a los clientes.

Para la venta inbound seguimos el mismo camino, continuamos enviando mensajes no invasivos y contenidos de valor, pero con un enfoque mayor en la venta. Siempre respetando el ritmo del consumidor sin abrumarlo con informaciones ni mensajes.

Este proceso de venta funciona para todo tipo de empresa que tenga presencia en internet, ya que esta es la forma más fácil de atraer al consumidor.

4. Ventas en línea

Las ventas en línea, ventas online o ventas por internet son aquellas que venden productos o servicios a través de la red. Los productos o servicios pueden venderse en una tienda virtual, una página web o a través de marketplaces.

Los marketplaces son plataformas que reúnen a un grupo de vendedores que ofrecen sus productos, es como un centro comercial virtual. Es una excelente opción para alcanzar al público que consume a través de internet, que hoy en día es la gran mayoría.

Para optar por este tipo de ventas debes conocer los hábitos de consumo de tu público. En el caso de que los consumidores a los que quieres llegar consuman de esta forma es recomendable contar con esta opción.

Conclusión

Aquí vimos los principales métodos de ventas que hay hoy en día. Como puedes ver no necesitas optar por un tipo de ventas exclusivo.

Puedes crear una estrategia haciendo una combinación entre dos o más tipos de ventas, siempre considerando el tipo de tu negocio y sobre todo los hábitos de consumo que tiene tu público.

Conocer las opciones que tienes es fundamental para que puedas elegir el tipo de venta o los tipos de ventas necesarios para el éxito de tu negocio.

Todos los tipos de ventas son fáciles de entender, pero quizás aún te quede alguna duda sobre las ventas internas, o inside sales, que como te dije muchas veces se confunde con el telemarketing. Pero créeme, tanto la práctica como los resultados son totalmente diferentes.

¿Quieres entender mejor el inside sales? Entonces, lee este artículo y aclara todas tus dudas ahora mismo.

Taller tipos de canales ventas

1. Teniendo en cuenta el número de detallistas a través de los cuales se llega a el consumidor final, que estrategia de distribución sugeriría para los siguientes productos.
2. Qué tipo de canal se debería utilizar para distribuir cada uno de los siguientes productos

A. VENTILADOR DE USO INDUSTRIAL



B. salón de belleza



C. NEVERA DE USO DOMESTICO



. Se debería utilizar la distribución exclusivo.

2. canal de distribución directo.

1. se debería utilizar la

Distribución exclusiva porque son las personas las que van al establecimiento donde se presta el servicio de peluquería. en este establecimiento no hay competencia puesto que allí solo se presta el servicio de peluquería.

2. canal de distribución directo.

1 En la nevera de uso doméstico y en el ventilador se debe utilizar el canal de distribución intensivo dado que se debe distribuir a varios mayoristas y detallistas para que hallan muchos puntos de venta.

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DEL DÍA 16 DEL MES DE 05 DEL AÑO 2022

OBJETIVO (S): Desarrollo de la formacion en Servicio y atencion al cliente

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELEFONO/EXT.SENA	AUTORIZA GRABACION	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	ISABELA MEMBACHE SARCO	26379084						3218338402		
	EUTINIA PUCHICAMA	35785453						3126777847		EUTINIA
	SORAIDA CHOCHO PUCHICAMA	1003787165						3126762600		SORAIDA
	EMERITA COMALISTA PEÑA	1075692851						3122		
	LEONARDO LARA	14376401						3146195		LEONARDO
	ORLINDA TORRES MENA	26377297						3135068355		ORLINDA
	LUDOVINA MENA P.	26272220						7275347		LUDOVINA
	ARGELIS ROMAÑA O.	26379162						3207104364		ARGELIS
	ALBA TAPI	26378352						3147530395		
	LICENIA ACOSTA C	1003789065						3122975774		LICENIA
	ROSALINA CABRERA	54700039								CECILIA
	CECILIA SARCO	54770008								ROSALINA
	ARELI ZARCO	1003789200								ARELI
	MIRIAN BRICEÑO	26377853						3146389648		MIRIAN B
	NELLY TARCA LEMOS	26377925						3106235242		NELLY ANA
	EVANGELINA MURILLO ZÚÑIGA	43776525						3205404989		EVANGELINA
	OSVELSA POBLEDO ORTEGA	54254621						3147004641		

GD-F-007 V04

SENA

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DEL DÍA 19 DEL MES DE 05 DEL AÑO 2022

OBJETIVO (S) Lista de Asistentes en el desarrollo de la temática tipos de Cl

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELEFONO/EXT.SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Evangelina Murillo Zuñiga	43776525						3205404989		Evangelina
	María Isomina Murray Hurtado	35.590.217								María Isomina
	Griselina Ramírez Flores	35785265						3203407432		Griselina
	Arnidis Escitar Hernandez	1030460006						3113257158		Arnidis Escitar
	Bleinys Murillo Ramirez	1003786956						3146044396		Bleinys
	Esneidy Ramirez Moreno	1075090608						3116920968		Esneidy
	Carlina valencia Bailarin	26378974						3137221340		Carlina
	Ramiro Hurtado Luis	5191676						3146017353		[illegible]
	Gloria esther mendoza	1.003785901						314 755 4823		Gloria
	isomina murray hurtado	1003788772						323 353 4749		isomina
	Maribel Torres Maturana	1003788772						323 353 4749		maribel
	NHORA Luz Montero	35890688						3209075916		NHORA
	Emelina Ballesteros Roquene	26378945						3147800094		Emelina
	KIMBERLIS MANGA	1075096791								KIMBERLIS
	Nohemi Villegas-B.	26378292						3216209449		Nohemi
	Luz Mila Din Mendoza	39303183						3137634616		Luz Mila
	Marcon Bibiana Paz Banes	1030486579						3138217282		Marcon

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DEL DÍA 20 DEL MES DE 05 DEL AÑO 2022

OBJETIVO (S) Desarrollo de la clase el servicio y sus concteristicas

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Oneida Mena Cossio	26378467								Oneida
	Elavio Esmeralda Murray	35590217								
	Gloria esther mendoza v.	1003785901					gloriaem19@gmail.com	3147554823		Gloria
	Oneida mena cossio	26378467						3146125447		
	Evangelina Murillo Zuñiga	43776525					evangelinamz48@hotmail.co	3205404989		Evangelina
	Karen Tatiana Paz Torres	1030460579						3178245815		
	Criseldina Ramirez Fl	35785265						3207907432		Criseldina
	Arnidis Beitar Hernandez	1030460006						3113257158		Arnidis B.F
	Bleinys Murillo Ramirez	1003786956						3146044396		Bleinys...
	Esneidi RAMIREZ MORENO	1095090608						3116926968		Esneidi R.
	Carlina Valencia Bailarin	26378974						3137223240		Carlina
	Emelina Ballesteros R	26378945						3147809894		
	Angelina Banjama Tequia	1075091936						3218625459		Angelina
	NHORA Luz Hurtado	35890288						3209075910		NHORA Luz
	Maribel Torres MATURANA	1003788112						3233554748		Maribel
	JORGE LUIS ZAPATA. N	12002251						3218488548		J.L.Z.N
	Jenry Serna Cordoba	11865127						3233620421		Jenry S.C
	Maria del C. Grajales	26377477						3148770012		

SENA

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DEL DÍA 23 DEL MES DE 05 DEL AÑO 2022

OBJETIVO (S): Participantes en la clase y desarrollo de talleres mercadeo

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELEFONO/EXT.SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
1	Oneida mena	26378467						3116128442		Oneida
2	Evangelina Murillo Zúñiga	43776525						3205404989		Evangelina
3	leidy zuniga Ramirez	1073094353						314 8307460		leidy z. R.
4	Criseidina Ramirez Florez	35785260						3203901432		Criseidina R
5	Arnidis Beitar Hernandez	1030460006						3113257158		Arnidis Beitar
6	Ana Luisa Ramirez Florez	26379269						3226681127		Ana LRF
7	Angelina Baniama Tejuia	1.075.091.936						3218625459		Angelina B.
8	Maris del Carmen Cordoba L.	16 377 47 x						3148770012		Maris Cordoba L.
9	Sebastian Mena.	1180365?						3138184463		
10	ESNEIDI RAMIREZ MORENO	1075090608						3116920968		esneidi
11	Maribel Torres Maturana	1003788772						3233554749		maribel
12	brendi rosa valencia	30.699.185								brendi
13	maria isomina murillo	35590217								maria
14	Emelina Ballesteros Roqueme	26378945						3147808094		Em Brit R
15	Amanda Tapasco M.	39.155.567						3117634869		Amanda T
16	Nohemi Villegas	26378282						3216209448		Nohemi
17	Candi Paola Cuesta Tejada	1045504547						3234630435		Candi

SENA

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DEL DÍA 25 DEL MES DE 05 DEL AÑO 20 22

OBJETIVO (S): Formacion en el tema ciclo de vida del producto

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELEFONO/EXT.SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Nohemi Villegas	26378282						3216209449		Nohemi
	Amanda Taposco H.	39155567						311 763 4869		Amanda
	Gloria E. Mendoza	1.003785901						3147554823		Gloria
	Emelina Ballesteros R	26378945						3147809094		EmBalR
	Ana Luisa Ramirez.	26379269						3226681127		Ana l R.
	Evangelina Murillo Zúñiga	43776525						3205404989		Evangelina
	Yolimar Hurtado	5791676						3146017353		Yolimar
	Arnidis Beitar Hernande	1030460006						3113257158		Arnidis Beitar
	Esneidi Ramirez moreno	1075090608						3116920968		Esneidi
	Nhoria Luz Hurtado Romaña	35890288						3209075910		Nhoria Luz
	Haven tatiana paz lores	7030460579						3218243716		Haven
	Blemys Murillo Ramirez	1003786956						3146046396		Blemys
	~~crisel din Ramirez F~~	~~35785265~~						3203907432		crisel dina
	Candi Paola Cuesta Quejada	1045504547						3234630835		Candy
	Angelina Bariama Tehuia	1.075097936						3218625459		Angelina
	Maria del Carmen Cordoba	26377477						314 8770012		Maria Cordoba
	Leidy Zuñiga Ramirez	1075094353						314 83[illegible]46		Leidy Z. R

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD

FECHA INICIAL: 01/05/2022 00:00:00

FECHA FINAL: 31/05/2022 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2563095 - ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ATENDER AL CLIENTE A TRAVÉS DE LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS Y APLICATIVOS DISPONIBLES TENIENDO EN CUENTA LOS PROTOCOLOS Y NECESIDAD DEL MISMO.

IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA ESTRATEGIA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE PERSONALIZADO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN.

SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES.

VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 19,80

FICHA DE APRENDIZAJE: 2568583 - MERCADEO Y VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS OSERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS YUSOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDOPOR LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y EL ESTILO DE EXHIBICIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR Y APLICAR TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA ORGANIZACIÓN DEL SURTIDO DE ACUERDO CON LOS PRODUCTOS.

ELABORAR PROGRAMAS DE EXHIBICIÓN SEGÚN POLÍTICAS DE MERCADEO.

FORMULAR POLÍTICA DE SURTIDO CON BASE A CRITERIOS DE LA EMPRESA.

PREPARAR LA ESTRATEGIA DE EXHIBICIÓN DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL MERCADO.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO CON EL APOYODE SOFTWARE ESPECIALIZADO Y LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PRONÓSTICO, PARAIDENTIFICAR EL POTENCIAL DE MERCADO Y CAPACIDAD DE VENTAS DE LA EMPRESASEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISISDE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO,SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEMÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS.

IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA SU DIMENSIÓN YCOBERTURA, EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN CON EL APOYODE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓNESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 8,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2551909 - COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

24020153301 ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.

24020153302 APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.

24020153303 EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.

24020153304 RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 47,80

FICHA DE APRENDIZAJE: 2568582 - ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ATENDER AL CLIENTE A TRAVÉS DE LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS Y APLICATIVOS DISPONIBLES TENIENDO EN CUENTA LOS PROTOCOLOS Y NECESIDAD DEL MISMO.

IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA ESTRATEGIA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE PERSONALIZADO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN.

SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES.

VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 19,90

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 95,50

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
05/05/2022	13/05/2022	OTROS	40,00

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 40,00

INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD