PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, 20 de octubre 2023

Señor (a)
Jorge Mario Peralta Alemán
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.4560606**
Coordinador Académico
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
Montería

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes octubre del año 2023

Referencia: CO1.PCCNTR.4560606 del año 2023

John Jairo Encinales Díaz, identificado con la cédula de ciudadanía No. 78.753.482 de Montería, en mi calidad de Contratista del SENA, en Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba, 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 el contrato la suma TREINTA Y CINCO MILLONES QUINIENTOS SETENTA MIL PESOS M/CTE ($ 35.570.000. Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) DIEZ (10) pagos iguales por los meses de FEBRERO a NOVIEMBRE de 2023 por valorde TRES MILLONES QUINIENTOS CINCUENTA Y SIETE MIL PESOS M/CTE ($ 3.557.000).

Plazo: Será hasta el 30 de noviembre de 2023.

OBJETO:
CONTRATAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL COMO INSTRUCTOR CONTRATISTA PARA IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA DE ARTICULACIÓN CON LA MEDIA TÉCNICA DEL CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DE CÓRDOBA.

Obligaciones Específicas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Apoyar la Planeación y ejecución la formación profesional de acuerdo con el programa de formación asignado, para el logro de los resultados de aprendizaje definidos cumplido las horas de formación de las competencias de los programas de formación equivalentes a 160 horas mensuales.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Ejecución del proceso de formación titulada y/o complementaria de los programas: fichas. 1. Ficha 2696745 de la I.E San José de Montería en el Programa Técnico enAsesoría Comercial. **Seguimiento etapa practica alas fichas:** 2. La Ficha 2467223 del grado 11° de la I.E SanJosé de Montería del Programa Técnico en Asesoría Comercial. 3. La Ficha 2467258 del grado 11° de la I.E El Contento de Pueblo Nuevo del Programa Técnico en AsesoríaComercial. 4. La Ficha 2467237 del grado 11° de la I.E Robinson Pitalua de Montería del Programa Técnico en AsesoríaComercial.	Lista de asistencia, formato mensual de eventos, FOTOGRAFIAS, DIAPOSITIVAS, ACTIVIDADES, CHATS, E:MAILS
2	Colaborar con la elaboración de la planeación pedagógica, guías de aprendizaje, instrumentos de evaluación, plan de trabajo, ayudas didácticas requeridos para el desarrollo de los procesos de formación asignados.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Se elaboraron las guías de aprendizaje y el plan de trabajo de las fichas: Ficha 2467223, Ficha 2467258, Ficha 2467237, Ficha 2696745.	Guías de aprendizaje, plan de trabajo, diapositivas, lista de asistencia etc
3	Registrar en el aplicativo SOFIA PLUS, todas las evidencias del proceso formativo: crear las rutas de aprendizaje, asociar aprendices, realizar registro de inasistencia de aprendices, planes de mejoramiento y registrar juicios evaluativos, acorde con los lineamientos institucionales.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: se realizó registro de juicios evaluativos a las fichas ….Números de fichas y acciones realizadas	Información registrada en plataforma sofia plus
4	Presentar las actas finales de cierre de etapa lectiva de las	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde	Acta cierre y transitoria para las

	fichas asignadas como responsable, acorde con los lineamientos institucionales	con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: se presentan actas adjuntas del cierre de etapa lectiva para las fichas ….. de no presentarse justificar.	fichas que pasan al otro año o acta de cierre de etapa lectiva
5	Apoyar el trámite de las novedades de deserción de aprendices acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Numero de ficha, cuando se de el caso …. de no presentarse justificar.	Formato de deserción
6	Asistir a los aprendices en las novedades acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Indicar a los aprendices como radicar novedad en sofia plus – cuando aplique ….. de no presentarse justificar.	Correos, chats
7	Aportar todos los documentos soporte del proceso de formación profesional, publicados en la plataforma SIGA.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Según sea el caso, se presentan las guías de aprendizaje desarrolladas en el mes para la ficha ….. Se presentan los planes pedagógicos para las fichas ….	Formatos GFPI-F-135 (Guía) Formatos GFPI-F-134 (planeación Pedagógica)
8	Participar en proyectos de investigación aplicada, técnica y pedagógica en función de la formación profesional de los programas relacionados con el área temática	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Aplica con proyectos senovva ….. de no presentarse justificar.	Correos, chats.
9	Subir los documentos soporte del pago en la plataforma del SECOP II en los plazos establecidos por la entidad y acorde con los requisitos legales exigidos.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Indicar que se realizó el cargue de los documentos en el aplicativo SECOP2 las carpetas GF y GC y el informe de ejecución mensual	Formato informe mensual de ejecución GTH-F-062 V09
10	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo máximo de tres (3) días hábiles anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: (Cuando se dé el caso) se informaron dificultades para la evaluación de juicios en SofiaPlus, se informó aprendices asistentes no matriculados, se informaron retiros y deserciones de aprendices, etc. …. de no presentarse situaciones es necesario justificar.	Correos, chats

11	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo no inferior a quince (15) días hábiles las anomalías, inconsistencias, novedades del Contrato (cesión - Terminación).	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: (Cuando se dé el caso). ….. de no presentarse situaciones es necesario justificar.	Correo, numero de radicado de la solicitud
12	Cumplir con los lineamientos del sistema de gestión de SST y los lineamientos establecidos por el gobierno nacional frente la pandemia del COVID 19.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Se realizó curso introductorio de sst (primera cuenta) Atender los lineamientos del grupo de salud y seguridad en el trabajo, se mantiene el distanciamiento físico, lavado de manos y uso de la mascarilla	Certificado curso introductorio (primera cuenta)
13	Atender las solicitudes realizadas por el supervisor del contrato.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Se remiten los eventos mensuales	Formato de eventos.
14	Gestionar la colocación de aprendices en alguna de las modalidades de etapa productiva y rendir informes periódicos de los resultados alcanzados, conforme a las instrucciones que les sean impartidas.	Justificar y argumentar las acciones realizadas en el mes de ejecución acorde con lo que estipula la respectiva obligación. Ej: Se gestionó ante la empresa xxxxx la asignación de aprendices de la ficha ……. de no presentarse justificar.	Corre, chats , email, WhatsApp

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	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1.	01	Pueblo Nuevo	1/09/2023	1/09/2023
2.	02	Pueblo Nuevo	09/09/2023	09/09/2023
3.	03	Pueblo Nuevo	15/09/2023	15/09/2023

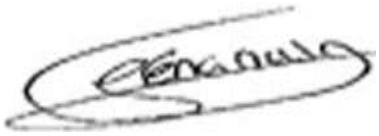
Nota 1: Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.

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. 4522811371 de la plantilla, expedida por Bancoomeva, correspondiente a la afiliación del mes de agosto. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en () folios

Cordialmente,

Firma



John Jairo Encinales Diaz
Contratista
C.C. No. 78.753.482

Recibí a satisfacción:

Firma

Jorge Mario Peralta Alemán
Supervisor(a) Contrato Nº CO1.PCCNTR.4560606 de 2023

Coordinador Académico

EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS

I.E SAN JOSE GRADO 11 FICHA 2467223









I.E ROBINSON PITALUA FICHA # 2467237



Cierre de venta

Exhibición de la mercancia





Manejo de portafolio de Servicios

Realización de pedidos



I.E EL CONTENTO DE PUEBLO NUEVO FICHA # 2467258





Ficha # 2696745 INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JOSE GRADO 10





Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

REGISTRO DE ASISTENCIAS

Regional:	Cordoba	Centro de Formación:	Centro de Comercio Industria y Turismo		
Número de ficha:	2467223	Programa de Formación:	Asesoría Comercial	Municipio:	Montería
Jornada:	tarde	Fecha de Inicio:		Fecha de terminación:	
Instructor:	Jhon Jairo Encarnales Diaz	Tipo de D.I.	X	N°	78753482
Convenio:	Articulación con la media	Periodo de Asistencia (mes):	Octubre		

No.	Identificación	Nombres	DÍAS 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	OBSERVACIONES Y/O NOVEDADES
1	1067865627	Luisa fernanda Gomez Jones			✓	✓						✓	✓						✓															
1	1069969997	Albanys Patricia Corena Cabrano			✓	✓						✓	✓						✓															
1	1029721491	Daniela Soto Nisperuza			✓	✓						✓	✓						✓															
1	1137977562	Paulina María Galces Rojos			✓	✓						✓	✓						✓															
1	1062830183	Daniela Pérez Fuentes			✓	✓						✓	✓						✓															
1	1062433557	Angela Franco Ortiz			✓	✓						✓	✓						✓															
1	1062428571	Santiago Balmaceda Vargas			✓	✓						✓	✓						✓															
1	1047408768	Greys carolina Rodino Espitia			✓	✓						✓	✓						✓															
1	1062956859	Samuel Garcia Bevis			✓	✓						✓	✓						✓															
11	1029720768	Samuel Ricardo Vargara			✓	✓						✓	✓						✓															
11	1062434719	María Paula Vitola Petrunina			✓	✓						✓	✓						✓															
11	1047403768	Greys carolina Rodino Espitia			✓	✓						✓	✓						✓															
11	1137977559	Mariangel Humanez Humanez			✓	✓						✓	✓						✓															
11	1067866810	Yan Camilo Vergara Florez			✓	✓						✓	✓						✓															
11	1137975662	Jerónimo Arteta Suarez			✓	✓						✓	✓						✓															
11	1137977659	Esteban Hernandez Castilla			✓	✓						✓	✓						✓															
11	1137974269	Over David Mestra Acosta			✓	✓						✓	✓						✓															
11																																		
11																																		
20																																		
21																																		
22																																		
23																																		
24																																		
25																																		
26																																		
27																																		
28																																		
29																																		
30																																		
31																																		
32																																		
33																																		
34																																		
35																																		

Convenciones	
✓ Asistió (R Cuando llega retardado)	El vocero del grupo certifica que a asistencia fue tomada el día correspondiente
No. de Ficha No Asistió (EE Con excusa y SE Sin excusa)	Nombre del Vocero: María Tuirán
	Firma para certificar asistencia: María Tuirán

Firma del Instructor: _____

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

REGISTRO DE ASISTENCIAS

Regional:	Cordoba	Centro de Formación:	centro de comercio industria y turismo
Número de ficha:	2467258	Programa de Formación:	Asesoria Comercial — Municipio: Pueblo Nuevo
Jornada:	tarde	Fecha de inicio:	Fecha de terminación:
Instructor:	Jhon Jairo Encinales Diaz	Tipo de D.I.	CC — N°: 78753482
Convenio:	Articulación con la media	Periodo de Asistencia (mes):	octubre

No.	Identificación	Nombres	DIAS 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	OBSERVACIONES Y/O NOVEDADES
1	1066725574	Francisco Javier Arcia Vergara						✓																										
2	1067283760	Karla López Jaramillo						✓																										
3	1069418529	Karoll Urango Zabala						✓																										
4	1067283706	Andres Luis Gallis Daños						✓																										
5	1067284292	Carlos Alberto Romero Mercado						✓																										
6	1067282031	ANYIS Mercedes Montiel Flores						✓																										
7	1.067.285.053	JOSE Juan Gallis Gil						✓																										
8	1066726266	ALEX Mateo Ramos Romero						✓																										
9	1067283820	Maria Angel Arcia Hoyos						✓																										
10	1064190427	Jesus Daniel Ortega Bracamonte						✓																										
11	1066729041	Carlos Arturo Verona Mendoza						✓																										
12	1067284975	Mateo Baldovino Castillo						✓																										
13	1067283703	Dayana Ofuendo Pajaro						✓																										
14	1067287594	Carlos Alfredo Romero Mendoza.						✓																										
15	1067285225	Juan diego Romero Montes.						✓																										
16	1067291454	Stefani Sarit Ruiz Solano						✓																										
17	1066727879	Alchadai Noriega Barrera						✓																										
18	1067284192	Walter Romero Gonzalez						✓																										
19	1067281754	Jefrey Castillo Alvares.						✓																										
20	1067094385	Rodrigo Andres Moreno Suarez						✓																										
21	1067285845	Santiago Romero Bustamante						✓																										
22	1069918647	Alvaro Miguel polo Rivero.						✓																										
23																																
24																																
25																																
26																																
27																																
28																																
29																																
30																																
31																																
32																																
33																																
34																																
35																																

Convenciones	
✓	Asistió (R Cuando llega retardado)
CE y/o SE	No Asistió (CE Con escusa y SE Sin escusa)

El vocero del grupo Certifica que la asistencia fue tomada el dia correspondiente

Nombre del Vocero: Dayana Ofuendo

Firma para certificar la asistencia: Dayana Ofuendo

Firma del instructor: Encinales

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

REGISTRO DE ASISTENCIAS

Regional:	Cordoba	Centro de Formación:	centro de comercio industria y turismo
Número de ficha:	2696745	Programa de Formación:	Asesoria Comercial / Municipio: Montelibano
Jornada:	tarde	Fecha de Inicio:	Fecha de terminación:
Instructor:	jhon jairo rascales Diaz	Tipo de D.I.	CC X / N° 78 753 482
Convenio:	Actualización con la media	Periodo de Asistencia (mes):	octubre

No.	Identificación	Nombres	DIAS 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	OBSERVACIONES Y/O NOVEDADES
1	1062967905	Carolina Arrieta Medina		✓					✓																									
2	1743341893	maria alexandra Genes		✓					✓																									
3	1038 111 981	Valentina Delgado Sanchez		✓					✓																									
4	1067874306	Gabriela Garcia Gomez		✓					✓																									
5	1137970676	Valery Montalvo soto		✓					✓																									
6	1062435692	Yuliana Rojas Arteaga		✓					✓																									
7	1067889665	Camilo Andres Ruiz Padron		✓					✓																									
8	2069503	Angel Gabriel Colina Martinez		✓					✓																									
9	1062436021	César David Sierra Polo		✓					✓																									
10	1079771834	Andrea Sierra		✓					✓																									
11	1018239433	Dayana Payares Cano.		✓					✓																									
12	1137977909	Carlos Elias Alemán Muñoz		✓					✓																									
13	1062 968 022	Victor MANUEL Castillo PADILLA.		✓					✓																									
14	1137978318	samuel Elias Martinez eh.		✓					✓																									
15	1138025293	maria Alejandra acosta mestra		✓					✓																									
16	1023376861	Daniela Arevalo Salgado		✓					✓																									
17	1066735095	Maria Camila Gomez Ruiz		✓					✓																									
18	1066733963	Luis Moises Montiel Serrano		✓					✓																									
19	1138005194	Alexandra Acosta mestra		✓					✓																									
20	1062964950	Eilan Cantillo		✓					✓																									
21	1064194040	Yeily Gonzalez		✓					✓																									
22	1062436527	Maria Camila Sanchez		✓					✓																									
23	1137974362	Yuri David Gamil		✓					✓																									
24	1050722782	Nataly Andrea Morales Vanegas		✓					✓																									
25	1067864327	Xiomara Arrieta Durango		✓					✓																									
26																																		
27																																		
28																																		
29																																		
30																																		
31																																		
32																																		
33																																		
34																																		
35																																		

Convenciones	
✓	Asistió (R Cuando llega retardado)
CE y/o SE	No Asistió (CE Con excusa y SE Sin excusa)

El vocero del grupo Certifica que la asistencia fue tomada el día correspondiente

Nombre del Vocero: César Sierra

Firma para certificar la asistencia

Firma del Instructor:

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

REGISTRO DE ASISTENCIAS

Regional: Cordoba | Centro de Formación: Centro de comercio industria y turismo

Número de ficha: 2467237 | Programa de Formación: Asesoria Comercial | Municipio: Monteria

Jornada: tarde | Fecha de inicio: | Fecha de terminación:

Instructor: Jhon Jairo Encinales Diaz | Tipo de doc: X | Nº 78763482

Convenio: Articulación con la media | Periodo de Asistencia (mes): octubre

No.	Identificación	Nombres	DIAS	OBSERVACIONES Y/O EVIDENCIAS
1	1064989837	Nataly Pereira berrio	✓ ✓	
2	1071430754	Jessika Paola Cupican meza	✓ ✓	
3	1103093813	Melisa Vergara Manjarrez	✓ ✓	
4	1138077197	Camilo andres arroyo allamiranda	✓ ✓	
5	1062958895	Dayana Villadiego MONTALVO	✓ ✓	
6	1062960342	Ana Teresa Navarro Soto	✓ ✓	
7	1062429600	Ana Cabadia Herrera	✓ ✓	
8	1067879196	Shaira Tot Montalvo	✓ ✓	
9	1067892785	Kendry Paola Arrieta Ramos	✓ ✓	
10	1062435167	Dayana Michel villadiego R.	✓ ✓	
11	1039084297	Braiden Vilorio	✓ ✓	
12	1073976118	Carolina Morales	✓ ✓	
13	1062 962 931	David Camilo Arrieta Quintero.	✓ ✓	
14	1062435048	Diego Isac Padron	✓ ✓	
15	1090357814	Samuel Antonio Novoa	✓ ✓	
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: JOHN JAIRO ENCINALES DIAZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA

FECHA INICIAL: 01/09/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 30/09/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2696745 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• 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:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• 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:	Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
• 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:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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 AUTOGESTIÒN

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DE ACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO 3C/144H

RA2 EFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 3C/144H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	53,80

FICHA DE APRENDIZAJE: 2467237 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• 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:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• 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:	Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
• 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:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DE ACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO 3C/144H

RA2 EFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 3C/144H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 23,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2467223 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• 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:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

• 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:	Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
• 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:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DE ACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO 3C/144H

RA2 EFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 3C/144H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 47,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2467258 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

• 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:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• 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:	Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
• 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:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DE ACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO 3C/144H

RA2 EFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 3C/144H

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 29,90

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 155,50

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
		TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: JOHN JAIRO ENCINALES DIAZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE



IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Tecnico en Asesoria Comercial
- Código del Programa de Formación: 631101
- Nombre del Proyecto: Desarrollo del proceso de venta en empresas de la región
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto: Vender productos y servicios teniendo en cuenta los requerimientos de los clientes
- Competencia: 260101047 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  Efectuar la venta cumpliendo con políticas de la organización (144 H)
- Duración de la Guía: 144 Horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz en esta guía aprenderemos la importancia que tiene para el éxito en las ventas la exhibición, publicidad y promoción de los diferentes productos y servicios que se venden en un establecimiento comercial. La forma más exitosa para despertar en el cliente el deseo de adquirir un producto es entendiendo que los gustos y preferencias son cambiantes. El Merchandising crea acciones basadas en la optimización de los espacios para la generación de utilidades, referente principal de toda organización y función específica del área de ventas. Adicionalmente se requiere que adquieran conocimientos para vender productos y servicios utilizando su creatividad, habilidades y destrezas en la construcción de estrategias de comunicación para apoyar las funciones de los vendedores en su proceso correspondiente.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Cognitivo

- Reconocer el proceso de la venta de productos y servicios según necesidades de la empresa
- Identificar solicitudes de los clientes teniendo en cuenta políticas de la organización

Actividades de Reflexión inicial

1. Video: Después de ver el cortometraje "Imprime tu chico" https://youtu.be/7mbUzEPr4iM realizar un análisis sobre la influencia de los gustos y preferencias de los clientes en el diseño de los productos y servicios ofertados.

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Respetado aprendiz, en forma individual responda las siguientes preguntas: Cuando ha tenido la oportunidad de recorrer los diferentes centros comerciales de la ciudad y visitado algunos almacenes ya sea con intención de comprar algún producto para satisfacer un gusto o una necesidad propia o para su familia y analice las siguientes preguntas:

a. ¿De los Centros Comerciales existentes en su ciudad cuál es su preferido? Y por qué.
b. ¿Cuándo visita un centro comercial que acostumbra a hacer?
c. ¿Al observar una vitrina de un almacén usted decide entrar en el para inspeccionar recuerda que despertó el deseo de entrar allí?
d. ¿Qué es lo que más le llama la atención de las tiendas ubicadas dentro de los centros comerciales?
e. ¿Considera que una buena exhibición influye en el proceso de

compra?

f. ¿Qué genera en Ud. Percibir una buena exhibición de productos en una tienda?

g. ¿Cuál es la importancia de las ventas en el proceso de negociación?

h. ¿Qué entiende usted por ganar- ganar?

i. ¿Cuáles considera usted que deben ser las características de un vendedor para realizar una buena negociación?

Panel de discusión: "En la actualidad, la fuerza de ventas debe contar con muchas habilidades para competir con éxito. Pasaron los días en que el personal de ventas requería solo buena presentación y habilidades para cerrar el trato y alcanzar el éxito. En la actualidad, vender requiere una amplia gama de habilidades y conocer las características de las ventas. El personal de ventas que no comprenda estas características estará mal preparado para realizar su trabajo". En grupos colaborativos indaguen: ¿Cuáles pueden ser esas características que un vendedor debe conocer para asumir el reto de cumplir el objetivo misional de la empresa? ¡Formemos una discusión constructiva con esto! El aprendiz debe apropiarse de la lectura del libro: "Administración de ventas. David Jobber & Geoff Lancaster. 8va Edición 2012". Páginas 27 – 29. El instructor apoyará con la dotación del material de lectura.

Actividades de apropiación del conocimiento

Con el glosario de términos de la guía de aprendizaje realizar un juego didáctico creativo en grupos de trabajo y socializarlo con sus compañeros, buscar premios para incentivar su aplicación.

Después de la explicación dada por su instructor sobre Merchandising en el punto de venta y apoyados en las Diapositivas

del siguiente link https://es.slideshare.net/jamape3/merchandising-visual-y-estratgico-javier-martnez-prez?qid=16663984-4f0d-4600-a2c4- 298b36c162c6&v=&b=&from_search=1 realice el siguiente Taller en donde de respuesta a las siguientes preguntas apropiándose de las los siguientes libros: Merchandising. Jorge E. Prieto Herrera. 2a Edición 2010. Pág. 41 – 58. Visual Merchandising. Tony Morgan. 2a Edición 2011. Páginas 17 – 27. Material P.O.P Publicidad en punto de venta. Abdénago Yate Arévalo. 1a Edición 2012

a. ¿Qué es el Merchandising?
b. ¿Por qué las técnicas correspondientes al merchandising no siempre se utilizan de forma idéntica?
c. Explique y de un ejemplo de Merchandising Permanente, Promocional y Estacional
d. Mencione 3 ventajas de realizar Merchandising dentro del punto de venta
e. ¿Qué es el Layout? ¿Y para qué sirve?
f. ¿Por los conocimientos adquiridos cual es la diferencia encuentra entre el Producto y el surtido?
g. Realice una actividad de campo a un Supermercado observe, analice y exponga en clase:
    i. ¿Cuál es la estructura del surtido? Especifique cada uno de los niveles.
    ii. ¿Qué tipo de dimensión encontró en el Supermercado?
    iii. ¿Cuáles son los objetivos de esta clasificación de surtido? ¿Cree Ud. que son importantes para los clientes, por qué?
h. Escriba (V) verdadero o (F) falso, según corresponda a las siguientes preguntas.
    i. ___Los códigos de barras facilitan a las empresas la identificación del producto.
    ii. ___La selección y presentación del surtido facilitan la compra del cliente.

iii. ___La percepción es la interpretación y capacidad de recibir de los sentidos las imágenes y sensaciones externas.

iv. ___La técnica que gestiona la posición de los productos en los lineales con el objeto de que sean expuestos con orden y buen gusto se le llama facing.

i. ¿Cuáles son las importancias y las ventajas de los códigos de barras?

   a. ¿Qué es material POP?

j. **"Servicio al cliente y comunicación".** El servicio es un enfoque de la empresa que se convierte en la fuerza motriz para su crecimiento y diferenciación en el mercado. Por lo tanto, en el proceso de la venta el servicio al cliente y una comunicación asertiva son estrategias de apoyo para el cierre de la venta. El aprendiz debe leer del libro: "Gerencia del Servicio. Jorge Eliecer Prieto Herrera. 3a Edición 2014. Capítulo 2: La revolución del servicio". Páginas 60 -72, para poder interpretar como ha evolucionado el servicio, concepto del servicio, el marketing del servicio, los atributos y cualidades del servicio. Deberán socializar en mapas conceptuales con apoyo del instructor.

k. **Juego de Roles:** El aprendiz debe conocer el proceso de la comunicación y entender lo importante de esta acción en el proceso de la venta. El instructor mediante acciones pedagógicas activas apoyado en el libro: "Comunicación y atención al cliente. Héctor M. Pérez et al. 1a Edición 2013". Capítulo 2 El proceso de la comunicación. Páginas 29 – 43 y Comunicación no verbal. Páginas 71 – 85. Los conceptos relacionados con el servicio al cliente, el proceso de la comunicación oral y escrita, pero un tipo de comunicación

que expresamos con nuestro cuerpo es el lenguaje kinésico, formado por los gestos, las posturas, las miradas que usamos para expresar sentimientos, estados de ánimo de manera habitual y que en muchos casos lo hacemos de manera consciente o inconsciente. Socializar las lecturas mediante juegos de roles, en el cual el instructor dirá quieres asumen los roles de clientes y vendedores, se debe entregar un libreto antes de iniciar la evidencia.

l. Informe escrito con soportes procesos en la actividad comercial: "Transacciones Comerciales". Para poder realizar una transacción comercial la empresa debe comunicarse con sus clientes y públicos interesados por intermedio de documentos, en el caso de relaciones de compra – venta se generan documentos que certificarían el proceso. Veremos el siguiente video para contextualizar el proceso:

https://www.youtube.com/watch?v=sGS9YhAFhS0 luego de comentado el video, el aprendiz debe apropiarse de la lectura "Documentos comerciales" la cual pueden encontrar en el link:

http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/doc_comerciales/contenido_u1_4.pdf , o en la lectura del libro Operaciones administrativas de compraventa. Francisco Lobato. 1ª Edición MacMillan Editores.

El aprendiz deberá elaborar un matriz donde enumere los documentos utilizados en el proceso de compra – ventas de una empresa.

m. "El proceso de la venta - Técnicas de Ventas". Muy pocos trabajos son más cruciales para el éxito final de un negocio que las ventas, debido a que modela y determina casi todas las interacciones de la empresa con los clientes. En la actividad de ventas confluye todo el esfuerzo de mercadeo con la compra de los consumidores. El vendedor representa en esos momentos la misión de la empresa. Con apoyo y

seguimiento del instructor quien dotará a los aprendices con los siguientes documentos: "Manual de Técnicas de Ventas"," Venta técnica – José Abellón" y "Proceso de la venta

- Iván Thompson" El aprendiz realizará una investigación sobre la siguiente temática:

  - Método AIDA
  - Método Spin
  - Ventas consultivas
  - Etapas de la venta: Contacto, presentación, necesidades, argumentación, objeciones, el cierre de la venta
  - La venta: Concepto, objetivos, plan de venta, cobertura de la venta, fases de la venta
  - Técnicas: resolución de conflictos, de persuasión, de prospectación, de objeciones, de cierre.
  - Sistemas de ventas: por áreas geográficas, por productos, por clientes, mixtas.
  - Tipos de decisiones de compra: Limitada, extensiva, rutinaria
  - Negociación: Conceptos, estilos, estrategias, tácticas, proceso, clases, beneficios (garantías, descuentos, servicio postventa).

Actividades Aprendizaje - Área Procedimental:

- Aplicar técnicas de comunicación en las ventas y el servicio al cliente teniendo en cuenta la tipología de clientes
- Realizar un evento promocional teniendo en cuenta técnicas de exhibición y ventas planteadas por la organización.

Actividades Aprendizaje - Área Valorativa:

- Comprobar condiciones de negociación comercial teniendo en cuenta la ética y las políticas empresariales

- Evaluar acciones de prevención ambiental teniendo en cuenta

residuos de los productos ofertados

- Demostrar comunicación verbal en idiomas español e inglés a partir del contexto productivo

Actividades de transferencia del conocimiento

- Trabajo de Campo: Realice una visita a un centro comercial de su ciudad en grupos de trabajo, elija dos locales comerciales con las cuales usted desarrollara su actividad a través de fotografías y videos tome los diferentes tipos de exhibiciones en vitrinas o escaparates, utilizadas para su comercialización en el punto de venta. Complemente esta actividad con una entrevista a las personas que manejan el local.

Indague sobre los siguientes aspectos en el interior del almacén:

- Nombre y Marca del establecimiento comercial
- Tipos de consumidores a los que van dirigidos
- ¿Cuántos puntos de venta existen en la ciudad?
- ¿Quién hace el montaje del diseño de la Vitrina exterior?
- ¿Cómo se realiza el montaje de la Vitrina?
- ¿Participa personal externo en el diseño de la exhibición? ¿o se hace directamente con el personal del almacén?
- Observe la fachada y revise si aplica los tres conceptos fundamentales que debe ser impactante, limpia y que tenga unidad corporativa. Explique su respuesta.
- ¿En cada una de las exhibiciones de los escaparates defina: zona fría, zona, caliente y zona tibias?
- ¿Establezca el Punto focal de la exhibición?
- ¿Defina la Tipología del color monocromática, combinada que se observa?

- ¿Describa el tipo de Iluminación que encuentra en la Vitrina?

a. ¿Qué elementos son utilizados para la exhibición CARTELES, MUEBLES, ¿MANIQUIES entre otros?
b. Identifique los espacios positivos y negativos de la exhibición.
c. Revise si se logra el objetivo del escaparate que es atraer la atención del cliente y concentrar su atención ¿Cómo es la percepción de las personas al ver la exhibición?
d. Defina el tipo de vitrina: abierta, cerrada, semi abierta.
e. Observe si hay algún error en la vitrina como: SATURACIÓN, VACIO, INERCIA, GALERÍA DE ARTE, DESENHUESADERO, EXHIBICIÓN MUDA, Explique el ¿por qué? Si hay errores de diseño y montaje la no planeación, la falta de originalidad, exhibición tipo bodega.
f. Observe la entrada del establecimiento si es amplia y sin obstáculos
g. Observe la cantidad de personas en el establecimiento, díganos su apreciación.
h. Los lineal y elementos utilizados para exhibir el producto
i. Los tipos de exhibición es por colores, colecciones, tamaños y formas.
j. Ubicación de productos de impulso y productos básicos
k. Apoyo de material P.O.P.

n. **Simulación:** "Demostraciones de productos o servicios" "Para ganar definitivamente la confianza del cliente, uno de los recursos más habituales es ofrecerle una demostración práctica del producto o servicio en el que está interesado para que compruebe por sí mismo cómo funciona. El aprendiz deberá realizar una demostración de producto en grupos colaborativos utilizando las técnicas de ventas.

o. Realizar un Evento promocional para su idea de negocio o proyecto productivo, teniendo en cuenta que la aplicación

de técnicas de ventas constituye en elemento clave para el desarrollo y aplicación de estrategias de ventas de productos y servicios.

- **Ambiente Requerido**

Capacidad para 36 personas, mesas y 36 sillas ergonómicas. Ambientes propicios para el manejo de la comunicación asertiva. Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente

- Materiales

Computadores, Televisor, Impresora Laser, Tablero Acrílico, Marcador Borrables, Resma de papel tamaño carta, Resma de papel tamaño oficio, Borrador para tablero, Gancho Clip, Resaltadores, Sacapuntas, borrador, regla , lapiz,

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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
Evidencia de conocimiento: Respuesta a preguntas sobre Venta, exhibición, merchandising, demostración productos y transacciones comerciales	· Demuestra funciones y características del producto o servicios para la venta según necesidades del cliente · Aplica técnicas de exhibición teniendo en cuenta el producto ofertado · Interactúa con el cliente teniendo en cuenta protocolo de servicio · Verificar el cumplimiento de los acuerdos según lineamientos de la organización	**Técnica de Evaluación:** Valoración de conocimientos **Instrumento de evaluación:** Cuestionario

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Animación: Es una serie de acciones de llamar la atención del cliente, mediante la iluminación, música, publicidad, o mediante las campañas temáticas que realice el comercio.

Atención al cliente: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Campaña publicitaria: Conjunto de mensajes publicitarios organizados para determinados medios publicitarios (prensa, radio,) y planificados en el tiempo para alcanzar unos objetivos determinados.

Comunicación externa: Transmisión de mensajes de la organización a públicos externos para mantener con estos una interacción con intenciones operativas, estratégicas, de difusión y de promoción de una buena imagen.

Comunicación interna: Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones (interacciones rentables para la organización) a través de medios específicos para ello.

Comunicación: La comunicación es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje. La comunicación deriva del latín communicatĭo que significa compartir, participar en algo o poner en común.

Comunicación Asertiva: Es gratificante incluso en la relación que una persona establece consigo misma. ...

La asertividad es la actitud que tiene una persona al expresar su punto de vista de un modo claro y de una forma totalmente respetuosa ante el interlocutor

Comunicación no verbal: Es el proceso de comunicación en el que existe un envío y recepción de mensajes sin palabras, es decir, mediante indicios, gestos y signos. No posee estructura sintáctica, por lo que no es posible analizar secuencias de constituyentes

jerárquicos.

Comunicación verbal: Es el tipo de comunicación en la que se utilizan signos lingüísticos en el mensaje. Los signos son en su mayoría arbitrarios y/o convencionales, ya que expresan lo que se transmite y además son lineales; cada símbolo va uno detrás de otro.

Exhibición: Conversión de las características del producto en beneficios para el cliente.

Exhibidores: Son soportes para la exhibición de productos, generalmente son adicionales para productos o marcas especificas o complementan la exhibición de las góndolas.

Facing: Es el frente de un producto, su etiqueta, es el discurso de la empresa productora para seducir al consumidor, también se debe usar para cumplimentar con los requisitos legales cómo indicar código de barra, empresa proveedora, etc.

Folleto: Es un texto impreso reducido de hojas, que sirve como instrumento divulgativo o publicitario **Impulsadora:** Persona que promociona o muestra las ventajas de un producto en un punto de compra, con el fin de influir en la compra por impulso.

Isla o mamut: Espacio en zona promocional con estibas o arrumes para ubicar mercancía del proveedor. **Layout:** Es utilizado en el marketing para aludir al diseño o disposición de ciertos productos y servicios en sectores o posiciones en los puntos de venta, corresponde a un croquis, esquema, o bosquejo de distribución de las piezas o elementos que se encuentran dentro de un diseño en particular, con el fin de presentarle dicho esquema a un cliente para venderle la idea.

Negociación: Es el proceso por el cual las partes interesadas resuelven conflictos, acuerdan líneas de conducta, buscan ventajas individuales o colectivas, procuran obtener resultados que sirvan a sus intereses mutuos.

Material promocional: El material P.O.P. o material promocional es el que se coloca en las tiendas o propiamente en el punto de venta para impulsar al cliente a comprar, a este tipo material también se lo conoce como “el vendedor silencioso” y tiene un gran poder ya que se encuentra en el lugar indicado el momento indicado

Mercaderista: Persona encargada de mejorar exhibición de productos en punto de compra, cambiar los productos y actualizar mercancías o productos de los anaqueles, góndolas o neveras.

Merchandising: Técnicas utilizadas en el punto de venta para ganar rentabilidad y hacer atractivos los productos y el lugar de compra para los clientes, de tal forma que lo

prefieran. Punto de encuentro entre el comercio y el Marketing. Incluye toda actividad desarrollada en un punto de venta, que pretende reafirmar o cambiar la conducta de compra, a favor de los artículos más rentables para el establecimiento. Los objetivos básicos del merchandising son: llamar la atención, dirigir al cliente hacia el producto, facilitar la acción de compra.

Mobiliario comercial: Muebles o estanterías para exponer productos

Planimetría: Técnica que permite la distribución proporcional de los productos en el punto de venta y las góndolas.

Planograma: Representaciones gráficas del lineal.

Plegable: Es una forma de publicidad impresa para mostrar sus servicios, información general o productos. El diseño de plegables o material publicitario debe estar acorde a la imagen corporativa y logotipo de su empresa hasta en el diseño de su página web.

Promoción de ventas: Técnicas utilizadas como complemento de la publicidad, las ventas personales, etc. Como, por ejemplo, concursos, premios, etc.

Puntos calientes: Zonas o áreas del punto de venta con gran acogida o donde los productos expuestos son superiores.

Puntos fríos: Espacios dentro del punto de venta, con baja rotación de productos.

Superficie de venta: Denominación que se utiliza para designar aquella parte de un establecimiento en la que la clientela puede moverse libremente para observar o tomar los productos que deseen adquirir. La superficie de venta comprende los escaparates, las vitrinas, las estanterías y los pasillos de circulación dentro del establecimiento.

Venta mayor: Ventas de alto valor, que tienen ciclo de venta es largo, e intervienen en ella diferentes personas que deciden la compra. Se les llama de este modo para diferenciarlas de las ventas menores, de poco valor y que se completan en una visita

Venta menor: Las ventas menores son de poco valor, se completan en una visita y el que decide por lo general es una sola persona.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Jobber David & Lancaster Geoff (2012) Administración de ventas. México.

Pearson 8va Edición Prieto H, Jorge E. (2010). Merchandising. Bogotá. Ecoe

Ediciones 2a Edición

Morgan, Tony (2011). Visual Merchandising. Barcelona. Editorial Gustavo Gil 2a Edición

Abdénago Yate Arévalo (2012). Material P.O.P Publicidad en punto de venta.

Bogotá. Ecoe Ediciones Prieto H, Jorge E. (2014) Gerencia del Servicio Bogotá. Ecoe

Ediciones 3a Edición

Pérez, Héctor M. (2013) Comunicación y atención al cliente. Madrid.

Mc Graw Hill Lobato, Francisco. Operaciones administrativas de

compra-venta. MacMillan Editores

Palomares Borja, Ricardo (2009). Merchandising Teoría, práctica y estrategia Editorial ESIC

Kotler, Philips & Armstrong, Gary. (2008). Fundamentos de marketing. México. Pearson 8ª Edición.

Stanton, J. William et all. (2007). Fundamentos de Marketing. México. Mc Graw Hill 14ª Edición.

11ª Edición.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Tecnico en Asesoria Comercial
- Código del Programa de Formación: 631101
- Nombre del Proyecto: Desarrollo del proceso de venta en empresas de la región
- Fase del Proyecto: Evaluacion
- Actividad de Proyecto: Verificar los resultadosa del informe de seguimiento a clientes teniendo en cuenta requerimientos de la organización
- Competencia: 260101034 verificacion de la experiencia del servicio al cliente
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
    - Determinar acciones postventa a partir de la experiencia de servicio 144 Horas
    - Ejecutar acciones postventa de acuerdo con políticas de la organización 48 Horas
- Duración de la Guía: 192 Horas

2. PRESENTACIÓN

Una vez realizada la venta y entregado a satisfacción el producto es necesario realizar un Informe de resultados de seguimiento al cliente para determinar los posibles errores que se cometieron en el servicio, cabe resaltar que un cliente satisfecho es la mejor publicidad que puede tener una organización ya que genera fidelidad y lealtad a la marca. Tener un pleno conocimiento de la experiencia de los clientes con la compra del producto o servicio ofrecido garantiza mejoras en la implementación de estrategias de marketing para sostener clientes leales. Para concluir la experiencia del servicio no finaliza con la venta finaliza en el servicio postventa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Cognitivo

- Identificar las fallas en el proceso de prospección de clientes teniendo en cuenta requerimientos de la organización
- Reconocer las peticiones quejas o reclamos a partir de las encuestas de satisfacción realizadas a los clientes

Actividades de Reflexión inicial

1 Para identificar lo que realmente necesitan los clientes veremos el siguiente video ¿La gallina o el huevo? https://youtu.be/U8bohrpp_nQ , de forma individual realizar un análisis en 8 renglones, sobre la importancia de conocer los gustos y preferencias de los clientes para lograr atender sus necesidades y mejorar la experiencia del servicio.

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

2 Conservatorio: "Nada es al azar en atención al cliente" Miremos cómo en una buena organización mejorar las incidencias y reclamaciones puede marcar la diferencia en la percepción de los clientes en la empresa. Para esta actividad es importante leer el link: https://www.gestionar- facil.com/seguimiento-de-casos-en-atención-al-cliente/ Realizar un comentario argumentativo y socializarlo sobre el caso de todo Ruedas y Silverwheels.

Actividades de apropiación del conocimiento

3 Con el glosario de términos de la guía de aprendizaje en Gaes en grupos colaborativos preparar el juego "Encuentra la palabra" y por medio de mímica y dramatización un aprendiz de otro grupo de trabajo adivinara la palabra que se

está interpretando.

4 Existen diversas técnicas de identificación de necesidades tanto para clientes internos como para clientes externos, teniendo en cuenta que las acciones realizadas en el interno se reflejaran en el cliente externo. Es por eso importante que el aprendiz asimile la lectura: "Como entender expectativas de los clientes"

la cual pueden encontrar en el link: http://www.circulotec.tv/documents/3096396/6163899/CTVMKV0003.pdf/8e7589d1-c82a-42c9- acca-2636a2400a95 y otras técnicas como https://sites.google.com/site/metodologiareq/capitulo- ii . El instructor utilizando "FMR_001_Identificacion de Necesidades" realizar un listado de necesidades detectadas según información recolectada.

5 En esta actividad deberán elaborar un mapa de comparaciones en presentación en Power Point donde expliquen con ejemplos claros el seguimiento a cliente off-line y on-line y explique ¿Cómo dar seguimiento a los clientes? Prestando atención a tus consumidores actuales, sin importar qué tan pequeños sean, es esencial para mantener tu negocio a flote. En los siguientes link encontrara bases para realizar el mapa de comparaciones: https://www.entrepreneur.com/article/265839

6 Las reclamaciones de los clientes. Hoy en día, existe mayor competencia entre las organizaciones,

Lograr la satisfacción de nuestros clientes se ha convertido en toda una necesidad. Por tal motivo, es de especial relevancia, contar con un proceso para gestionar las reclamaciones de los clientes. Apoyados en el link: https://www.isotools.com.co/definir-proceso-gestionar-las-reclamaciones-los-clientes/ . Los apéndices deberán seguir el caso de una empresa, por ejemplo: https://www.claro.com.co/personas/legal-y-regulatorio/pqr/; https://www.decameron.com/es/pe-libro-de-reclamaciones y mediante mapa mental

exponer los casos.

7 Se entienden a los indicadores de satisfacción del cliente como aquellos datos que nos permiten medir el estado del cliente con relación al servicio o producto ofrecido. Entendiendo, por tanto, el concepto indicador como el resultado de la relación entre dos o mas datos que permite medir de forma cuantitativa o

cualitativas sucesos para poder tomar acciones y satisfacción del cliente como el estado del cliente después de haber recibido el servicio o producto. Par esta actividad deberán apoyarse en la lectura del link: http://www.marketingcmm.com/indicadores-de-satisfaccion-del- cliente/ y http://www.softland.la/actualidad/metricas-e-indicadores-de-gestion y el libro "Como medir el valor del cliente - Humberto Serna Gómez & Carolina Barrio". Página 78 – 84. Luego de las lecturas el aprendiz aplicara mediante un caso los indicadores pertinentes. Una vez leída y analizada esta información responder las siguientes preguntas de medición del servicio:

a. ¿Porque es importante medir la satisfacción de los clientes por medio de indicadores?
b. ¿Cuáles son los principales usos de los indicadores de satisfacción de clientes?
c. ¿Cómo se ubican los indicadores de satisfacción dentro de las organizaciones?
d. Explique 5 indicadores de satisfacción de clientes e.Según sus palabras explique Métrica e indicador
e. ¿Es importante para las organizaciones medir la satisfacción del servicio a los clientes?

8 Las PQR,(Peticiones, Quejasy Recursos), sonlasactividades básicas delproceso de servicio al cliente desarrolladas en las oficinas comerciales que responden a las necesidades de los clientes. La importancia de la búsqueda de altos niveles de satisfacción entre los clientes a través de la atención eficaz y oportuna de sus manifestaciones, que se logrará si sus recursos se concentran en buscar soluciones y no en gestionar solicitudes. La plantilla de proceso de PQRS de Bizagi ayudará a gestionar las Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias a través de la definición del flujo de la información, de las responsabilidades de las distintas actividades que deben ser realizadas para

su atención, la fácil consulta de los datos y el control del proceso. El aprendiz deberá repasar sus Conocimientos de flujo de procesos. Es importante que el aprendiz indague sobre el PQRS en link:http://jygbusiness.pqr.com.co/index.php/que-es-un-pqr, , http://23.23.245.75/CCCartagena/its-gestion/archivos/MC-P04/Procedimiento%20Atenci%C3%B3n%20de%20PQRS.pdf , http://www.pqr.mil.co/ El instructor explicara la estrategia didáctica activa el flujo de procesos para que el aprendiz elabore un tabla de gestión de procesos de PQRS para una empresa. Tutorial en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=EDue6vtmczU

Actividades Aprendizaje - Área Procedimental:

- Ejecutar acciones de seguimiento a clientes de acuerdo a metodologías de evaluación establecidas
- Realizar un Informe de resultados de seguimiento al cliente teniendo en cuenta requerimientos de la organización
-

Actividades Aprendizaje - Área Valorativa:

- Medir la trazabilidad de la postventa para identificar acciones de mejora según informe de resultados
- Indicar los derechos de los trabajadores teniendo en cuenta el ambiente laboral
- Demostrar mejoras en el desempeño hablado del idioma ingles a partir del contexto productivo

Actividades de transferencia del conocimiento

9 Según los autores Stanton, Etzel y Walker "la etapa final del proceso de venta es

una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros". El servicio postventas procura asegurar la lealtad y supervivencia de la empresa. https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/proceso-venta.htm , Los servicios de posventa, pueden incluir todas o algunas de las siguientes actividades:

a. Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de envío.
b. verificación de una entrega correcta.
c. Instalación.
d. Asesoramiento para un uso apropiado.
e. Garantías en caso de fallas de fábrica.
f. Servicio y soporte técnico.
g. Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente.
h. Descuentos especiales para compras futuras.

A partir de esta información realizar un informe de caracterización de cada uno de estos procesos postventa para medir la trazabilidad y proponer acciones de mejora

10. Realizar un informe de resultados de seguimiento al cliente para su idea de negocio o proyecto productivo

- Ambiente Requerido

  Capacidad para 36 personas, mesas y 36 sillas ergonómicas. Ambientes propicios para el manejo de la comunicación asertiva. Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente

- Materiales

  Computadores, Televisor, Impresora Laser, Tablero Acrílico
  Marcador Borrables, Resma de papel tamaño carta, Resma de papel tamaño oficio, Sobre manila tamaño carta, Sobre manila tamaño oficio, Borrador para tablero, Esferos, Fomy, Papel Iris

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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 : Respuesta a preguntas sobre Posventa y experiencia de servicio **Evidencias de Desempeño** **Evidencias de Producto:** Informe de resultados de seguimiento al cliente	· Atiende las solicitudes de los clientes teniendo en cuenta políticas de servicio · Maneja respuesta a clientes según requerimientos de la organización · Presenta informe de trazabilidad de servicio según políticas de la organización · Elabora informe Posventa con base en la experiencia con el cliente · Propone acciones de mejora del servicio según momentos de verdad críticos	**Técnica de Evaluación:** Valoración de conocimiento **Instrumento de evaluación:** Cuestionario **Técnica de Evaluación:** Valoración de Producto **Instrumento de evaluación:** Lista de Verificación

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Ciclo de servicio: Es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.

Momentos de verdad: El preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro servicio y sobre la base de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad del mismo.

Percepción: "Es el proceso mediante el cual el hombre discrimina entre los estímulos de su medio e interpreta sus significados". (Villamizar, 1980, pág. 9)

Satisfacción: "Satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio acerca de que un rasgo del producto o servicio, o de que el producto o servicio en sí mismo, proporcionan un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo." (Jo, 2002, pág.94).

Servicio: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

Asertividad: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

Empatía: Identificación mental y afectiva de un sujeto con el estado de ánimo de otro

Normas de cortesía: La cortesía es un comportamiento humano de buena costumbre; en la mejor expresión es el uso práctico de las buenas costumbres o las normas de etiqueta. Es un fenómeno cultural definido y lo que se considera cortés en una cultura puede a menudo ser absolutamente grosero o simplemente extraño en otra.

Protocolo de servicio: "Un protocolo de atención es la forma de plasmar, para toda la organización, el modo de actuar deseado frente al cliente, buscando unificar los criterios, conceptos, creencias e ideas diversas que se puedan tener respecto a qué es una buena atención" Álvaro Arismendy

Satisfacción del cliente: El nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas

Auditoria: es el mecanismo que tiene una compañía para revisar si cumple con el requerimiento legal e interno según su reglamento interno, para brindar un buen servicio.

Buzón de sugerencias: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento.

Devoluciones: Es el acto de entregar algo nuevamente a alguien. Es un proceso de se sustenta en un derecho de posesión de una determinada persona con respecto a un determinado bien que fue entregado con algún tipo de objetivo específico.

Evaluación: Es el proceso integral, continuo y participativo por el cual los insumos, estructuras, Funcionamiento y productos/ servicios de un sistema en relación a su entorno, son observados y analizados para valorar cuantitativa y cualitativamente cómo se desempeñan las actividades, seutilizan los recursos y se logran los objetivos.

Mejora continua: Actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos de nuestro cliente.

Trazabilidad: Es el seguimiento de un producto desde que es fabricado hasta que se localiza en el punto de venta.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Promueve consultoría (2012). Atraer, Fidelizar Clientes. Galicia.

Editorial CEEI Prieto H, Jorge E. (2014) Gerencia del Servicio. Bogotá,

Ecoe ediciones

Pérez, Héctor M. (2013) Comunicación y atención al cliente. et al. 1a

Edición Serna G, Humberto. (2010) Como medir el valor del cliente Bogotá.

3R Editores

Stanton, Etzel & Walker (2007) Fundamentos de Marketing. 14a Edición. Monterrey, Mcgraw Hill

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha GFPI-F-135 V01
Autor (es)				

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					