PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Monteria, 15 de Julio de 2024

Señor (a)
JORGE DAVID GOMEZ BEDOYA
SUPERVISOR CONTRATO No. CO1.PCCNTR. 5879377
Profesional G08
Centro de Comercio, Industria y Turismo
Ciudad

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes de julio año 2024.

Referencia: CO1.PCCNTR. 5879377 del año 2024.

BELLA CLARETH LENGUA MIRANDA,identificada con la cédula de ciudadanía No. 1.064.982.409 de Cerete, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro de Comercio, Industria y Turismo, 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 de CUARENTA Y CUATRO MILLONES SEISCIENTOS CINCUENTA Y CINCO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE ($44.655.450) cada uno. 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 2024 por valor de CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS CUARENTA Y CINCO PESOS M/CTE ($4.465.545) cada uno.

Plazo: Será hasta el 30 de noviembre de 2024

OBJETO:
CONTRATAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL COMO INSTRUCTOR CONTRATISTA PARA IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA OFERTA REGULAR, TITULADA Y COMPLEMENTARIA PRESENCIAL Y VIRTUAL EN EL CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DEL SENA REGIONAL CÓRDOBA.

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planear y ejecutar la formación profesional en el área de su educación de acuerdo con el programa y la competencia asignada, para el logro de los resultados de aprendizaje definidos, cumpliendo las horas de formación de las competencias de los programas de formación equivalentes a la programación de la Formación Profesional Integral.	Se apoya la planeación de la formación técnica y complementaria de acuerdo al programa de formación asignado, ficha **2877549** ASESORIA COMERCIAL, municipio de Cerete. **Competencia:** Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas **Resultado de Aprendizaje:** prospectar clientes potenciales según el producto o servicio de la organización **Ficha 2877633** ASESORIA COMERCIAL del municipio de Lorica. **Competencia:** Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento. **Resultado de Aprendizaje:** Determinar acciones postventa a partir de la experiencia de servicio. Ficha **2877727** Informacion y sercio al clientem Municipio de Monteria. **Competencia:** Proveer servicios especializados de contact center BPO o inhouse, según solicitudes y procedimientos.	Anexo evidencias fotográficas y listados de asistencia en el informe mes de julio.

		Resultado de aprendizaje; prestar soporte tecnico especializados según los requerimientos del cliente y los protocolos especializados. **Complementario Ficha 3004786** Fortalecimiento en comercializacion de productos y servicio **Competencia:** Consolidar la cultura organizacional según modelo de gestión **Resultado de aprendizaje:** Reconocer modelo de gestión de acuerdo a métodos técnicos y naturaleza de la empresa Realizar modelo de gestión teniendo en cuenta necesidades del entorno y características de la organización Verificar proceso de implementación del modelo de gestión de acuerdo con parámetros definidos Aplicar modelo de gestión organizacional cumpliendo parámetros del plan de mejora. **Complementario:** Fortalecimiento en gestion organizacional **Competencia:** Consolidar la cultura organizacional según modelo de gestión	

		Resultado de aprendizaje: Realizar modelo de gestión teniendo en cuenta necesidades del entorno y características de la organización. Verificar proceso de implementación del modelo de gestión de acuerdo con parámetros definidos.	
2	Apoyar 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.	Se elaboro la guía de aprendizaje para el proceso de formación de las fichas **2877549** ASESORIA COMERCIAL, municipio de Cerete. **Ficha 2877633** ASESORIA COMERCIAL del municipio de Lorica. Ficha **2877727** Informacion y sercio al clientem Municipio de Monteria. **Complementario Ficha 3004786** Fortalecimiento en comercializacion de productos y servicio.	Anexo guía de aprendizaje en el informe mes de julio.
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.	Se evaluaron las fichas **2877549** ASESORIA COMERCIAL, municipio de Cerete. **Ficha 2877633** ASESORIA COMERCIAL del municipio de Lorica.	

		Ficha **2877727** Informacion y sercio al clientem Municipio de Monteria. **Complementario Ficha 3004786** Fortalecimiento en comercializacion de productos y servicio.	
4	Participar en las reuniones de equipos de ejecución de la formación por grupo o áreas, según la determinación de la respectiva Coordinación Académica y de acuerdo con el procedimiento establecido por la institución, para garantizar integralidad en el diseño de actividades de aprendizaje.	Participe en las reuniones de manera presencial en meses anteriores.	No aplica
5	Presentar las actas finales de cierre de etapa lectiva de las fichas asignadas como responsable, acorde con los lineamientos institucionales	Durante este mes de julio no se a realizado acta finales de cierre ya que el técnico que tengo asignado no esta en etapa lectiva.	No aplica para este mes objeto de cobro.
6	Apoyar el trámite de las novedades de deserción de aprendices acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz	No se realizo proceso de deserción ya que no hay aprendisces hasta la fecha para desertar.	No aplica para este mes objeto de cobro.
7	Asistir a los aprendices en las novedades acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz	No se realizo proceso de novedades de los aprendices en la plataforma sofia plus, ya que no se ha dado la oportunidad de realizar la primera novedad.	No aplica para este mes objeto de cobro.
8	Aportar todos los documentos soporte del proceso de formación profesional, publicados en la plataforma SIGA, así como los requeridos para aseguramiento de la calidad (Autoevaluación y Registro calificado).	Se aportan los documentos utilizados en el proceso de la formación como guias de aprendizaje, planes de trabajo y listados de asistencia.	Guias de aprendizaje y listados de asistencia.
9	Participar en proyectos de investigación aplicada, técnica y pedagógica en función de la formación profesional de los programas relacionados con el área temática.	Durante este mes objeto de cobro no se participo en proyectos de investigación.	No aplica para este mes objeto de cobro.
10	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.	Se realizo el cargue de los documentos en el aplicativo SECOP II: Gestión Financiera. Gestión Contractual.	Información registrada en el aplicativo SecopII Planilla si contratistas.

			Formato informe mensual de ejecución GTH-F-062 V10.
11	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.	Hasta la fecha no se han presentado anomalías.	No aplica aun para este mes objeto de cobro.
12	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo no inferior a quince (15) días hábiles las anomalías, inconsistencias, novedades del Contrato (Cesion -Terminacion).	Hasta la fecha no se han presentado anomalías, no aplica para este mes objeto de cobro.	No aplica aun para este mes objeto de cobro.
13	Atender las solicitudes realizadas por el supervisor del contrato.	Se atendieron todas las solicitudes realizadas por el supervisor de contrato. Se presenta cuadro de evento mes de julio.	Informe mes de julio subido en secop II. Cuadro de evento adjuntado en el informe mes de julio.
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	Durante este periodo no se gestionó la colocación de aprendices en las modalidades de etapa productiva.	No aplica

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.	35924	MONTERIA – LORICA – MONTERIA	17/06/2024	17/06/2024
2.	35924	MONTERIA – LORICA – MONTERIA	18/06/2024	18/06/2024

3.	35924	MONTERIA – LORICA – MONTERIA	24/06/2024	24/06/2024
4.	35924	MONTERIA – LORICA – MONTERIA	25/06/2024	25/06/2024

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. **4558756717** de la planilla, Expedido por Bancoomeva correspondiente al mes de junio de 2024 (Decreto Ley 2106 de 2019 – " Decreto Ley Antitrámites")

Evidencias en (x) folios

Cordialmente,

Firma

BELLA CLARETH LENGUA MIRANDA

BELLA CLARETH LENGUA MIRANDA

Contratista

C.C. No. 1.064.982.409

Recibí a satisfacción:

JORGE DAVID GOMEZ BEDOYA

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR. 5879377

Profesional G08

REPORTE MENSU

REGIONA

CENTRO DE COMERC

NOMBRE COMPLETO DEL INSTRUCTOR:	**Bella Clareth Lengua Miranda**
CÉDULA:	**1064982409**

PARTE HORAS DIRECTAS A FORMACIÓN - PROGRAMAS EN FORMACIÓN TITULADA Y/O COMPLEMENTARIA

			HORARIO		FECHA						
Ficha	**Programa de Formación**	**Tipo**	**Hora Inicial**	**Hora Final**	**Fecha Inicio**	**Fecha Fin**	**L**	**M**	**M**	**J**	**V**
2877549	Asesoria Comercial	TÉCNICO	12:00	20:00	8/07/2024	15/07/2024	x				
2877549	Asesoria Comercial	TÉCNICO	12:00	20:00	29/07/2024	29/07/2024	X				
2877633	Asesoria comercial	TÉCNICO	6:00	14:00	10/07/2024	17/07/2024			x		
2877633	Asesoria Comercial	TÉCNICO	6:00	14:00	31/07/2024	31/07/2024			X		
2877727	INFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE	TÉCNICO	12:00	20:00	11/07/2024	18/07/2024				X	
2877727	NFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE	TÉCNICO	12:00	20:00	12/07/2024	19/07/2024					X
2877633	Asesoria Comercial	TÉCNICO	6:00	14:00	13/07/2024	20/07/2024					
3004786	Fortalecimiento en comercializacion de productos y servicio	COMPLEMENTARIO	6:00	14:00	2/07/2024	30/07/2024		x			
	Fortalecimiento en gestion organizacional	COMPLEMENTARIO	14:00	22:00	2/07/2024	6/07/2024		X	X	X	X
	Fortalecimiento en gestion organizacional	COMPLEMENTARIO	14:00	22:00	22/07/2024	27/07/2024	X	X	X	X	X

PARTE HORAS OTRAS ACTIVIDADES

PARTE APOYO PRESTADO ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS

	ACTIVIDAD	**JUSTIFICACIÓN**
1		
2		
3		
4		
5		

PARTE CAPACITACIÓN INSTRUCTORES PLANTA

	NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN
1	
2	
3	

PARTE OTRAS ACTIVIDADES INSTRUCTORES PLANTA

1	**Preparación de clases**		
2	**Incapacidad**		
3	**Lider WorldSkills**		
4	**Permiso Sindical**		
5	**Investigacion**		
6	**Permiso por estudio**		
7	**Act. Culturales (Evento deportivo Nacional)**		

FIRMA DEL INSTRUCTOR:

AL DEL INSTRUCTOR

AL CORDOBA

IO INDUSTRIA Y TURISMO

AÑO:	**2024**
MES:	**Julio**

DIAS									
S	**D**	**Días**	**Si es programa complementario ¿INCLUIR FESTIVOS?**	**COMPETENCIA DESARROLLADA**	**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**	**Horas por sesión**	**Cantidad Sesiones**	**Festivos**	**Total Horas**
		Lunes		Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas	PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN	**8**	2	0	16
		Lunes		Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas	PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN	**8**	1	0	8
		Miércoles		Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento	DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO	**8**	2	0	16
		Miércoles		Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento	DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO	**8**	1	0	8
		Jueves		PROVEER LOS SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE CONTAC CENTER BPO O INHOUSE SEGÚN SOLICITUDES Y PROCEDIMIENTOS	PRESTAR SOPORTE TECNICO ESPECIALIZADOS SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y LOS PROTOCOLOS ESPECIALIZADOS	**8**	2	0	16
		Viernes		PROVEER LOS SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE CONTAC CENTER BPO O INHOUSE SEGÚN SOLICITUDES Y PROCEDIMIENTOS	PRESTAR SOPORTE TECNICO ESPECIALIZADOS SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y LOS PROTOCOLOS ESPECIALIZADOS	**8**	2	0	16
X		Sábado	NO	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas	PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN	**8**	2	1	8
		Martes	SÍ			**8**	5	0	40
X		Martes; Miércoles; Jueves; Viernes; Sábado		Consolidar la cultura organizacional según modelo de gestión	Realizar modelo de gestión teniendo en cuenta necesidades del entorno y características de la organización	**8**	5	0	40
X		Lunes; Martes; Miércoles; Jueves; Viernes; Sábado		Consolidar la cultura organizacional según modelo de gestión	Verificar proceso de implementación del modelo de gestión de acuerdo con parámetros definidos	**8**	6	0	48
						0	0	0	0
						0	0	0	0
						0	0	0	0
						0	0	0	0
				TOTAL HORAS					**216**

FECHA		HORARIO			HORAS
DESDE	**HASTA**	**DESDE**		**HASTA**	
			DESDE		
			DESDE		
			DESDE		
			DESDE		
			DESDE		
		TOTAL HORAS			**0**

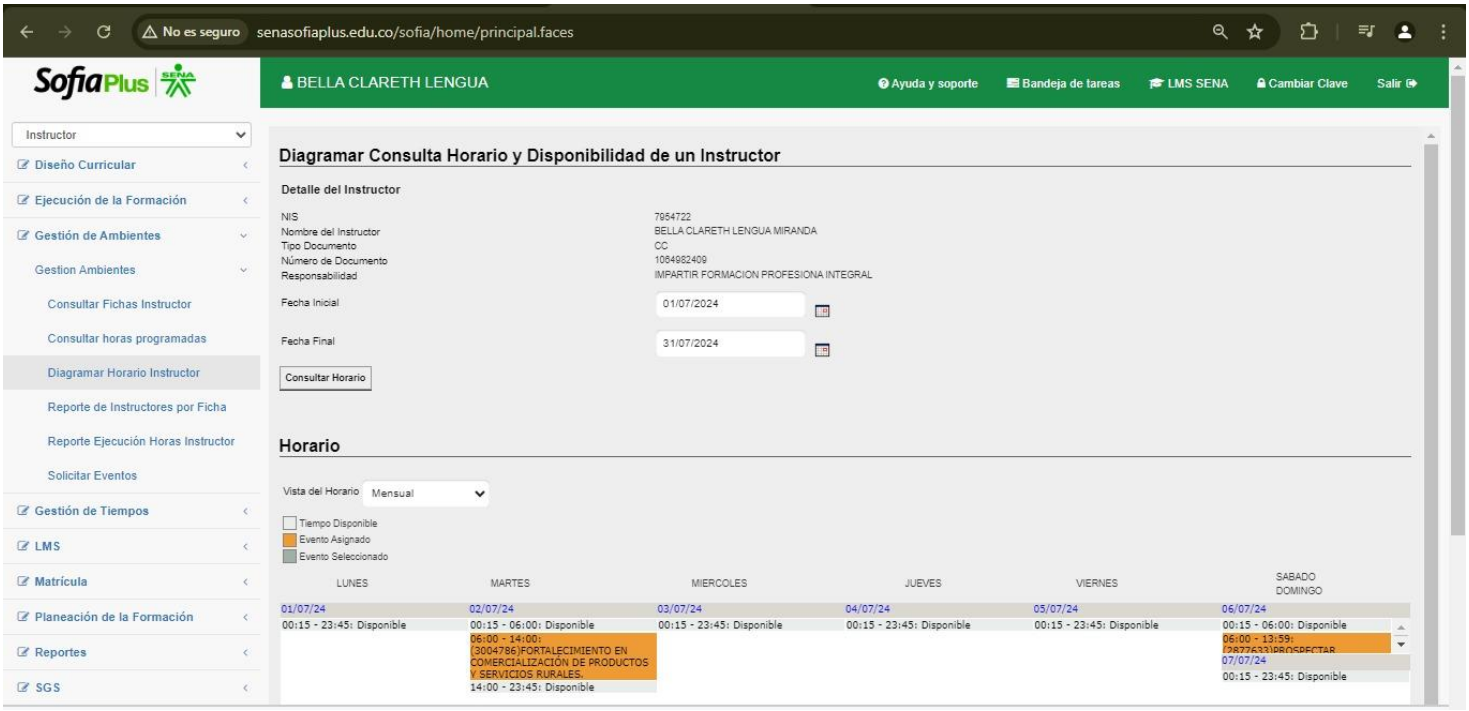
FECHA		HORARIO			HORAS
DESDE	**HASTA**	**DESDE**		**HASTA**	
			DESDE		
			DESDE		
			DESDE		
		TOTAL HORAS			**0**

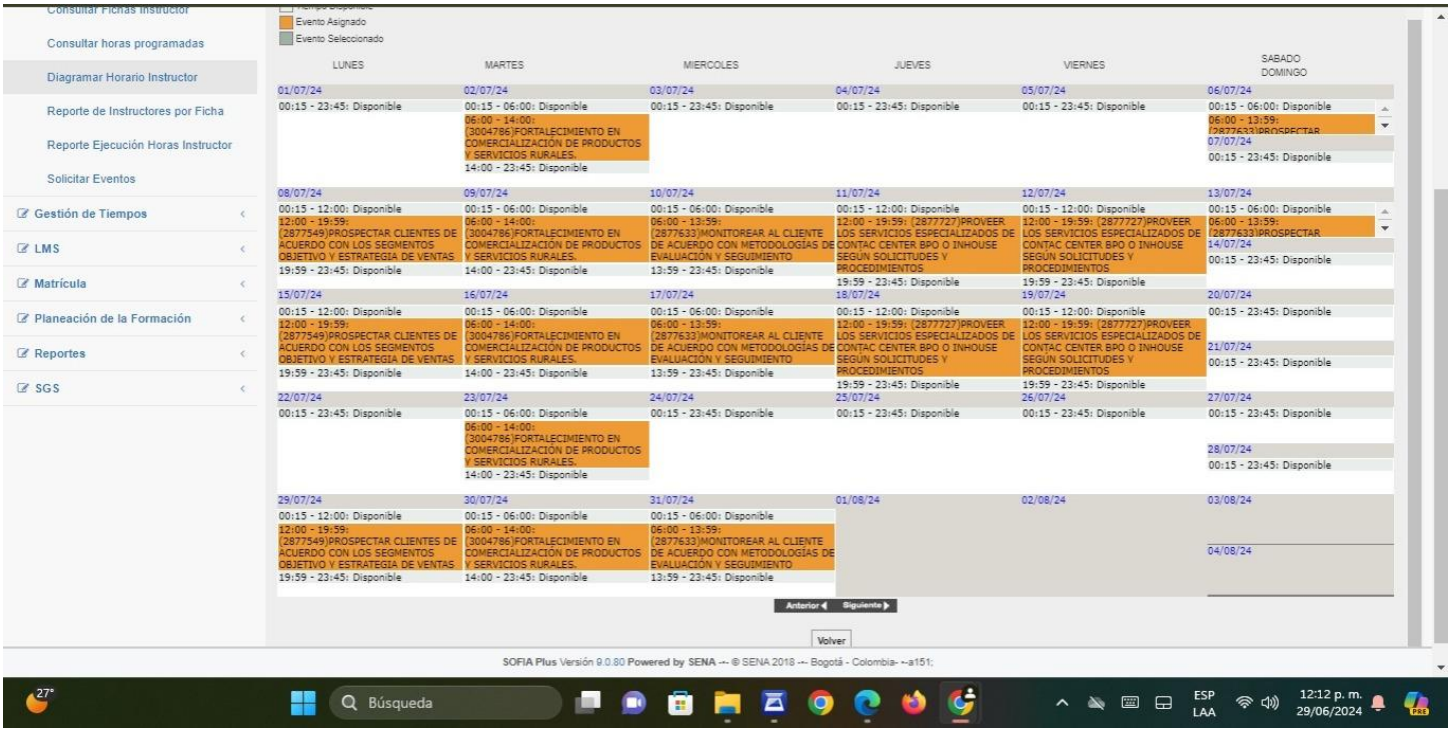
FECHA		HORARIO			HORAS
DESDE	**HASTA**	**DESDE**		**HASTA**	
		TOTAL HORAS			**0**

TOTAL HORAS REPORTADAS		**216**

Tipo de Programa	Programa de Formación	Municipio
TÉCNICO	ASESORIA COMERCIAL	CERETÉ
TÉCNICO	ASESORIA COMERCIAL	CERETÉ
TÉCNICO	ASESORIA COMERCIAL	LORICA
TÉCNICO	ASESORIA COMERCIAL	LORICA
TÉCNICO	INFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE	MONTERÍA
TÉCNICO	INFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE	MONTERÍA
TÉCNICO	ASESORIA COMERCIAL	LORICA

ANEXO PANTALLAZO DEL CRONOGRAMA DEL INSTRUCTOR MES DE JULIO





ACTIVIDAD N°9

PROGRAMA:	INFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE	**24 MAYO 2024**
SEDE:	CCITC	**FICHA: 2877727**
COMPETENCIA:	REALIZAR LA PROVISIÓN DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE CONTACT CENTER BPO O INHOUSE, SEGÚN SOLICITUDES Y PROCEDIMIENTOS.	

EVIDENCIA N°1 FOLLETO ACADEMICO CREATIVO

ACTIVIDAD: CREACIÓN DE UN FOLLETO ACADÉMICO SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE LLAMADAS EN EL CALL CENTER

Objetivos de la Actividad:

1. Fomentar la comprensión profunda de la importancia de la gestión de llamadas en un call center.
2. Desarrollar habilidades de investigación y síntesis de información.
3. Promover la creatividad y el uso de materiales visuales para la comunicación efectiva.
4. Facilitar la colaboración y el trabajo en equipo.
5. Mejorar las habilidades de presentación y socialización de información.

Descripción de la Actividad: Los aprendices del técnico en información y servicio al cliente se dividirán en pequeños grupos. Cada grupo deberá crear un folleto académico que explique la importancia de la gestión de llamadas en un call center. El folleto deberá ser elaborado con materiales creativos y presentado ante sus compañeros.

Instrucciones para los Grupos:

1. **Investigación:**
    - Cada grupo deberá investigar los aspectos clave de la gestión de llamadas en un call center.
    - Temas a cubrir:
        - Definición y propósito de la gestión de llamadas.
        - Beneficios de una buena gestión de llamadas.

- Técnicas y herramientas utilizadas en la gestión de llamadas.
- Desafíos comunes y cómo superarlos.
- Impacto en la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

2. **Elaboración del Folleto:**
    - El folleto debe ser creativo, visualmente atractivo y fácil de entender.
    - Utilizar gráficos, imágenes, y ejemplos prácticos.
    - Estructura sugerida del folleto:

i. Portada con título y nombres de los miembros del grupo.
ii. Introducción a la gestión de llamadas.
iii. Beneficios de una gestión eficiente de llamadas.
iv. Técnicas y herramientas clave.
v. Desafíos y soluciones.
vi. Conclusión y reflexión sobre la importancia de la gestión de llamadas.
vii. Referencias y fuentes de información.

3. **Materiales:**
    - Papel de colores, cartulina, marcadores, pegatinas, impresiones de gráficos e imágenes, tijeras, pegamento, etc.
    - Opcional: herramientas digitales para diseñar partes del folleto que luego se impriman y se integren en el material físico.
4. **Presentación:**
    - Cada grupo tendrá 10 minutos para presentar su folleto a la clase.
    - Deben explicar los puntos clave de su folleto y cómo contribuye a la comprensión de la gestión de llamadas.
    - Al finalizar la presentación, los compañeros pueden hacer preguntas y dar retroalimentación.
5. **Evaluación:**
    - El instructor evaluará cada folleto y presentación basándose en:
        - Contenido: precisión, profundidad y relevancia de la información presentada.

- Creatividad: uso de materiales y diseño visual del folleto.
- Claridad: organización y claridad del folleto y la presentación.
- Participación: colaboración y trabajo en equipo durante la elaboración y presentación.

Recursos Necesarios:

- Materiales de papelería: papel de colores, cartulina, marcadores, pegatinas, impresiones de gráficos e imágenes, tijeras, pegamento.
- Acceso a internet para investigación y diseño digital (opcional).
- Aula con espacio para presentaciones y socialización de folletos.

Criterios de Evaluación:

1. **Contenido:**
   - Precisión de la información sobre la gestión de llamadas.
   - Cobertura de todos los temas sugeridos.
   - Uso de ejemplos prácticos y casos de estudio.
2. **Creatividad:**
   - Diseño visual y atractivo del folleto.
   - Originalidad en la presentación de la información.
   - Uso efectivo de gráficos e imágenes.
3. **Claridad:**
   - Organización lógica y coherente del folleto.
   - Claridad en la presentación oral.
   - Capacidad de explicar y responder preguntas de manera efectiva.
4. **Participación:**
   - Colaboración entre los miembros del grupo.
   - Distribución equitativa de las tareas y roles.
   - Participación activa durante la presentación y socialización.

EJEMPLO DE ESTRUCTURA DEL FOLLETO

Página del Folleto	Contenido
Portada	Título: "Importancia de la Gestión de Llamadas en el Call Center"
	Nombres de los miembros del grupo
Introducción	Breve explicación de qué es la gestión de llamadas y su propósito
Beneficios	Listado de beneficios: mejora de la eficiencia, aumento de la satisfacción del cliente, etc.
Técnicas y Herramientas	Descripción de técnicas como la escucha activa, uso de CRM, y herramientas tecnológicas como IVR, ACD, etc.
Desafíos y Soluciones	Problemas comunes en la gestión de llamadas y estrategias para superarlos
Conclusión	Reflexión sobre la importancia de una gestión eficiente de llamadas para el éxito del call center
Referencias	Fuentes de información y bibliografía utilizada

Esta actividad permitirá a los aprendices aplicar sus conocimientos, fomentar su creatividad y mejorar sus habilidades de presentación y trabajo en equipo, todo mientras exploran la importancia de la gestión de llamadas en un call center.

Los
animales
AVES
PECES

CAPAS
de la
TIERRA
Atmosfera
Hidrosfera
Geosfera

Que Mosquito Lo Transmite
TRATAMIENTO
TRATAMIENTO
No le lumben
123 TODOS contra el Dengue Chikungunya esta vez
CHIKUNGUNYA
QUÉES EL CHIKUNGUNYA
Debes acudir a un médico para una mejor evaluación y seguimiento de la enfermedad
www.Salud.Sob.Co
Chikungunya ?

ACTIVIDAD N°10

PROGRAMA:	INFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE	
SEDE:	CCITC	**FICHA: 2877727**
COMPETENCIA:	REALIZAR LA PROVISIÓN DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE CONTACT CENTER BPO O INHOUSE, SEGÚN SOLICITUDES Y PROCEDIMIENTOS.	

EVIDENCIA N°1 EXPOSIONES CREATIVAS

ACTIVIDAD: EXPOSICIÓN CREATIVA SOBRE LA INNOVACIÓN EN LOS CALL CENTERS

OBJETIVOS DE LA ACTIVIDAD:

1. Investigar y comprender las innovaciones actuales en los call centers.
2. Desarrollar habilidades de presentación y comunicación.
3. Fomentar la creatividad y el uso de recursos visuales para exponer información.
4. Promover el trabajo en equipo y la participación activa de todos los miembros del grupo.
5.

Descripción de la Actividad: Los aprendices del técnico en información y servicio al cliente se dividirán en cinco grupos. Cada grupo recibirá un tema relacionado con la innovación en los call centers. Los grupos deberán investigar su tema asignado y crear una cartelera que lo explique de manera creativa e informativa. Luego, presentarán sus carteleras ante sus compañeros y el instructor.

Temas Asignados por Grupo:

- **Grupo 1: Inteligencia Artificial en Call Centers**
  - Investigación sobre el uso de IA en la automatización de llamadas, chatbots, y análisis de datos.
  - Ejemplos de implementación y beneficios.

- **Grupo 2: Omnicanalidad y Experiencia del Cliente**
  - Exploración de cómo los call centers integran múltiples canales de comunicación (teléfono, chat, email, redes sociales) para mejorar la experiencia del cliente.
  - Casos de éxito y desafíos.

- **Grupo 3: Análisis de Sentimientos y Big Data**
  - Estudio sobre cómo los call centers utilizan el análisis de sentimientos y big data para entender y predecir las necesidades de los clientes.

- Tecnologías y herramientas utilizadas.

- **Grupo 4: Trabajo Remoto y Call Centers Virtuales**
  - Investigación sobre la transición al trabajo remoto para agentes de call centers y la creación de call centers virtuales.
  - Ventajas, desventajas y herramientas tecnológicas necesarias.

- **Grupo 5: Seguridad y Protección de Datos**
  - Análisis de las medidas y tecnologías que los call centers implementan para proteger la información de los clientes.
  - Normativas y mejores prácticas en seguridad de datos.

Instrucciones para los Grupos:

1. **Investigación:**
   - Cada grupo investigará su tema asignado utilizando diversas fuentes de información (artículos, estudios de caso, publicaciones académicas, etc.).
   - Deben recopilar información relevante, ejemplos prácticos, y estadísticas que apoyen su tema.

2. **Elaboración de la Cartelera:**
   - La cartelera debe ser visualmente atractiva y creativa, utilizando gráficos, imágenes, diagramas y colores.
   - Incluir títulos claros, secciones bien definidas y un diseño ordenado.
   - Cada cartelera debe cubrir:
     - Introducción al tema.
     - Desarrollo del tema con ejemplos y casos de estudio.
     - Beneficios e impacto de la innovación.
     - Conclusión y reflexiones finales.

3. **Materiales:**
   - Papel de colores, cartulina, marcadores, impresiones de gráficos e imágenes, tijeras, pegamento, pegatinas, etc.
   - Opcional: herramientas digitales para diseñar partes de la cartelera que luego se impriman e integren en el material físico.

4. **Presentación:**
   - Cada grupo tendrá 10-15 minutos para presentar su cartelera a la clase.
   - Todos los miembros del grupo deben participar activamente en la presentación.

- Al finalizar la presentación, los compañeros pueden hacer preguntas y dar retroalimentación.

5. **Evaluación:**
   - El instructor evaluará cada cartelera y presentación basándose en:
     - Contenido: precisión, profundidad y relevancia de la información presentada.
     - Creatividad: uso de materiales y diseño visual de la cartelera.
     - Claridad: organización y claridad de la cartelera y la presentación.
     - Participación: colaboración y trabajo en equipo durante la elaboración y presentación.

Recursos Necesarios:

- Materiales de papelería: papel de colores, cartulina, marcadores, pegatinas, impresiones de gráficos e imágenes, tijeras, pegamento.
- Acceso a internet para investigación y diseño digital (opcional).
- Aula con espacio para presentaciones y socialización de carteleras.

Criterios de Evaluación:

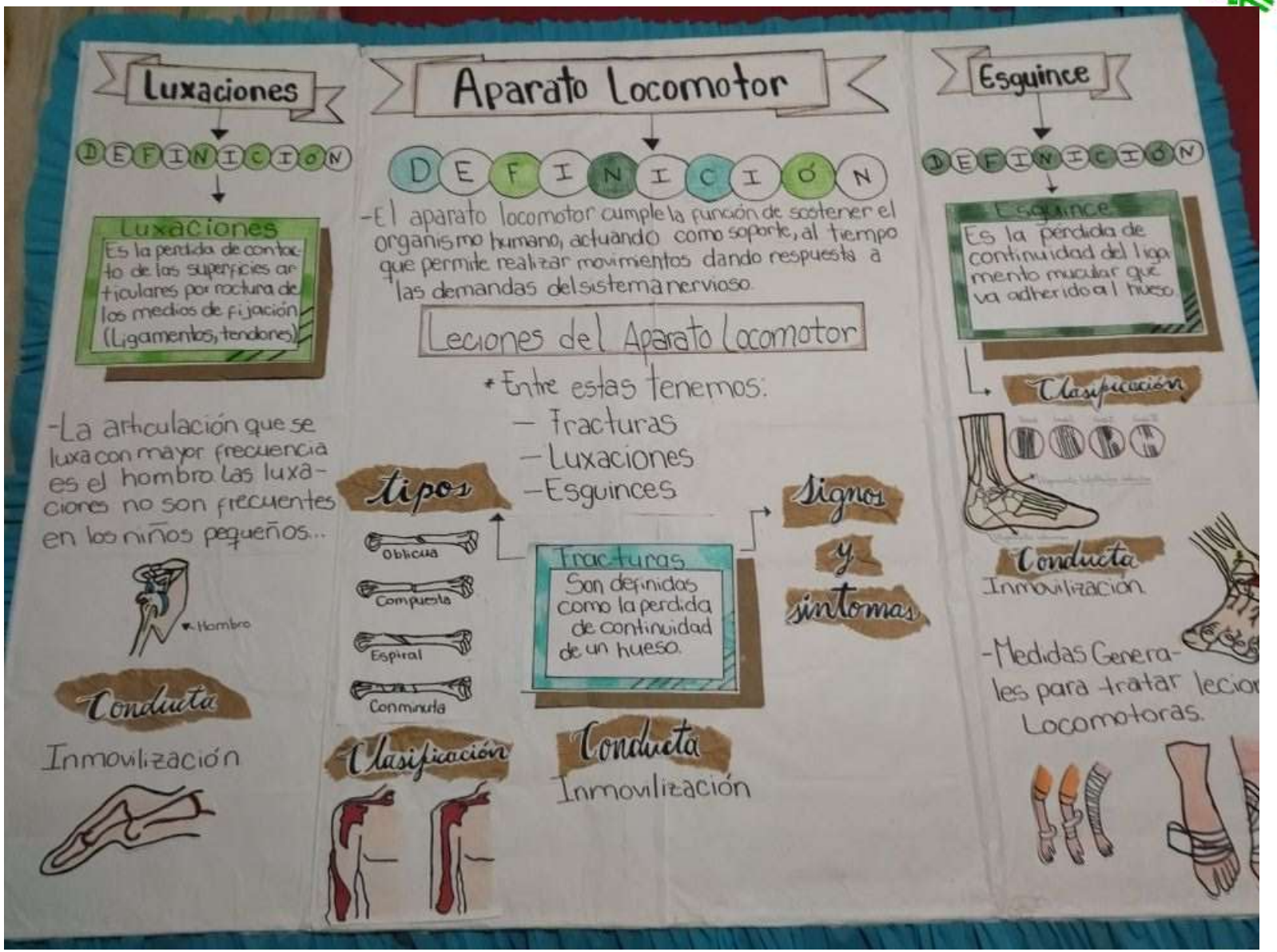
1. **Contenido:**
   - Precisión de la información sobre la innovación en call centers.
   - Cobertura de todos los puntos clave del tema asignado.
   - Uso de ejemplos prácticos y casos de estudio.
2. **Creatividad:**
   - Diseño visual y atractivo de la cartelera.
   - Originalidad en la presentación de la información.
   - Uso efectivo de gráficos e imágenes.
3. **Claridad:**
   - Organización lógica y coherente de la cartelera.
   - Claridad en la presentación oral.
   - Capacidad de explicar y responder preguntas de manera efectiva.
4. **Participación:**
   - Colaboración entre los miembros del grupo.
   - Distribución equitativa de las tareas y roles.
   - Participación activa durante la presentación y socialización.

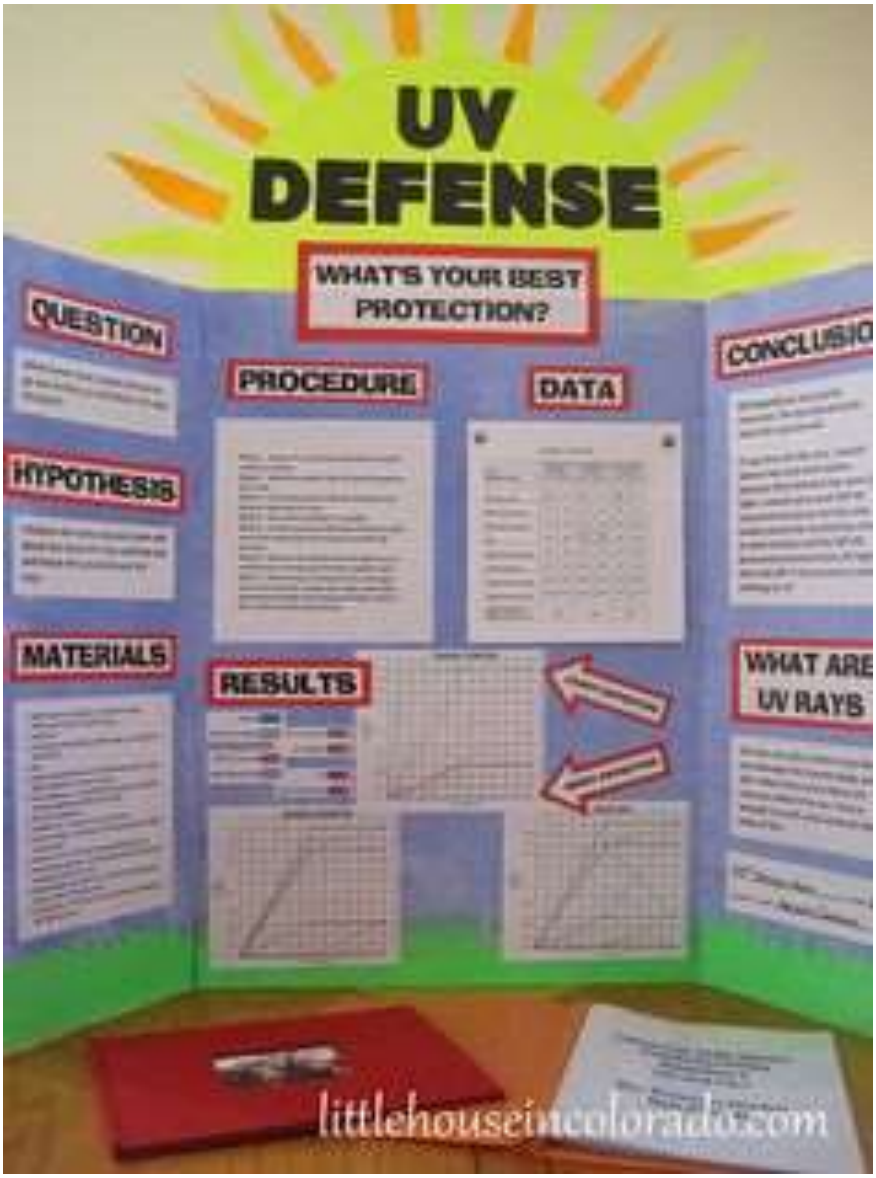
EJEMPLO DE ESTRUCTURA DE LA CARTELERA

Sección de la Cartelera	Contenido
Título	Innovación en Call Centers: [Tema Asignado]
Introducción	Breve explicación del tema y su relevancia en el contexto de los call centers.
Desarrollo	Información detallada sobre el tema, incluyendo ejemplos, gráficos y estadísticas.
Beneficios e Impacto	Explicación de los beneficios y el impacto de la innovación en los call centers y en la experiencia del cliente.
Conclusión	Resumen de los puntos clave y reflexiones finales sobre la importancia del tema.
Referencias	Fuentes de información y bibliografía utilizada.

Esta actividad permitirá a los aprendices explorar las innovaciones en los call centers de una manera creativa y colaborativa, mejorando sus habilidades de investigación, diseño y presentación.

MINISTERIO DEL TRABAJO




UV
DEFENSE
WHAT'S YOUR BEST PROTECTION?
QUESTION
PROCEDURE
DATA
HYPOTHESIS
MATERIALS
RESULTS
littlehouseincolorado.com

ACTIVIDAD N°12

PROGRAMA:	INFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE	**7 JUNIO 2024**
SEDE:	CCITC	**FICHA: 2877727**
COMPETENCIA:	REALIZAR LA PROVISIÓN DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE CONTACT CENTER BPO O INHOUSE, SEGÚN SOLICITUDES Y PROCEDIMIENTOS.	

ACTIVIDAD 2: ESQUEMAS CONCEPTUAL GRUPAL

Un esquema conceptual es una representación visual o diagramática de las ideas y conceptos clave que subyacen a un sistema, proceso o modelo.

El esquema conceptual proporciona una visión general y simplificada de un sistema o proceso, que ayuda a comprender la estructura, las relaciones y las interacciones entre sus componentes. Por lo general, se utiliza para planificar, diseñar o mejorar un sistema, proceso o modelo antes de su implementación o puesta en práctica.

El esquema conceptual se puede presentar en diferentes formatos, como diagramas, mapas mentales, cuadros sinópticos, tablas, gráficos y modelos. Cada formato tiene sus propias ventajas y se utiliza según el propósito y las necesidades del proyecto en cuestión.

DADO LO ANTERIOR APRENDIZ REALIZAR:

1. **Conformar** los grupos de trabajo ya definidos.

2. Tener a la mano la lista de materiales solicitados: cartulinas, hojas de block, marcadores

3. Pedir a los grupos que discutan y definan los principales tipos de negociación que existen (por ejemplo**, negociación distributiva, negociación integrativa, negociación colaborativa, etc.).**

4. Elijan uno tipo de negociación para representar en su esquema conceptual.

5. Crear un esquema conceptual en la cartulina que muestre los elementos clave del tipo de negociación elegido **(por ejemplo, objetivos, estrategias, tácticas, técnicas, resultados esperados, etc.). Se recomienda el uso de símbolos, dibujos y flechas para conectar los elementos**.

6. Una vez finalizado el esquema conceptual los grupos presentan su trabajo al resto de la clase deben explicar los elementos clave del tipo de negociación elegido.

7. Invitar a los participantes a hacer preguntas y a discutir los diferentes tipos de negociación representados en los esquemas conceptuales presentados.

8. **Finalizada la actividad tomar fotografía al esquema conceptual como evidencia y cargar al espacio habilitado en plataforma / TODOS LOS INTEGRANTES DEL GRUPO deben cargar la evidencia en el campus virtual**.

DURACION ACTIVIDAD:

- Construcción del esquema conceptual: **2 horas**
- Socialización del esquema conceptual: **1 hora 30 minutos**
- Cargar evidencia al espacio virtual: **30 minutos**

Esta actividad permite a los participantes trabajar en equipo, desarrollar su capacidad de síntesis y organización de información, y mejorar su comprensión de los diferentes tipos de negociación. Además, les permite compartir sus conocimientos con el resto de la clase y aprender de los esquemas conceptuales creados por otros grupos.

EJEMPLOS ESQUEMA CONCEPTUAL

MINISTERIO DEL TRABAJO

HIDROSFERA

Lagos

Tipos

- Por glaciaciones
- Fiordo de agua dulce
- Lago lacustre
- Tectónico
- De cráter
- De caldera

Desembocadura

Desemboca en aguas pluviales, subterráneas y ríos.

Arroyos

Es una corriente natural de agua que normalmente fluye con continuidad, pero es de escaso caudal, en los estaciones secas puede secarse o dependiendo de la lluvia para su existencia.

Ríos

Tipos

- Ríos Perennes
- Estacionales
- Transitorios
- Alóctonos
- Rectilíneos
- Anastomosados
- meandriformes.

Aguas Subterraneas

Se encuentran bajo la superficie terrestre y ocupa los poros y las fisuras de las rocas mas solidas. Se origina como agua meteórica que cae de precipitaciones en forma de lluvia o nieve.

Glaciares

Es una gruesa masa de hielo y nieve originada en la superficie terrestre por acumulación, compactación y recristalización de la nieve, mostrando evidencias de flujo en el pasado o en la actualidad.

Ciclo del agua

Google

Aguas Continentales

Lenticas

Aguas interiores quietas o estancadas tales como los lagos, lagunas, charcos, pantanos.

Loticas

Son masas de agua que se mueven siempre en una misma dirección como ríos, manantiales, riachuelos, etc.

Aguas Oceánicas

Ocupan aproximadamente el 71% de la superficie de la tierra, representa el 96% del agua total del planeta y es aquella que rodea todos los continentes y las islas.

Propiedades

Físicas

- Densidad
- Tensión superficial
- Viscosidad
- Compresibilidad
- Calor específico
- Conductividad térmica
- Velocidad de sonido en el agua.

Químicas

- Composición
- Reacciones
- Ph
- Dureza

Características

Esta en constante transformación físico-químico, interacciona constantemente con la corteza terrestre y modifica su estructura, es parte fundamental de los ecosistemas, imprescindible para todas las formas de vida, solo un pequeño porcentaje es apropiado el consumo humano y otras especies.

Movimientos

Olas

Son ondas que se desplazan a través de la superficie de mares, océanos, ríos, lagos, canales, etc.

Mareas

Es el cambio periódico del nivel del mar producido principalmente por las fuerzas de atracción gravitatorias que ejercen el sol y la luna sobre la tierra.

Corrientes marinas

Son desplazamientos con dirección constante de grandes masas de aguas de las capas superficiales de los océanos y mares.

Damaviz Fuentes Flores
501

SENA

GC-F-004v.09

LA GESTIÓN DE LA NEGOCIACIÓN EN UN CALL CENTER

UNIDAD N°1

GENERALIDADES DE LA NEGOCIACIÓN

PROPÓSITOS DE LA UNIDAD

Al finalizar la primera unidad el estudiante será capaz de:

- Definir el concepto de negociación.
- Reconocer la importancia sobre la negociación a través del comportamiento humano.
- Distinguir las características de la negociación.
- Comprender la importancia de la psicología en la negociación
- los tipos de negociación.

1.1 Generalidades de la Negociación

Hoy en día, la negociación es de gran importancia en el ámbito personal debido a que toma influencia sobre todos los individuos, ya que les brinda la oportunidad de convertirse en personas exitosas, por lo que se le debe de tomar una particular atención.

Concepto e importancia de la negociación

Antes de abordar el tema de negociación se iniciará por plantearse la siguiente interrogante: ¿Qué es negociar?

Según Roger Fisher citado por Zapata (2001:16), negociar es *“un proceso conjunto, en el cual cada parte intenta más de lo que pueda conseguir actuando por cuenta propia, sin dañar los intereses del otro”.*

Figura 1. Principales beneficios de la negociación

Siguiendo con los beneficios de la negociación, es importante tomar en cuenta que las aplicaciones de saber negociar son ilimitadas, como lo menciona Rookie (2011), el arte de negociar tiene las siguientes aplicaciones:

Como parte de un proceso de venta, donde intervienen el comprador y el vendedor.

Entre individuos por razones personales. Por ejemplo, cuando tratas con tu jefe la fecha de unas vacaciones.

En el contexto de la negociación salarial. Por ejemplo, entre el sindicato y la empresa o un grupo de empleados.

A nivel internacional, entre individuos u organizaciones de distintos países. Por ejemplo, la Organización de Naciones Unidas (ONU), organismo donde se realizan negociaciones que tienen relación con intereses a nivel mundial.

En actividades empresariales como lo son fusiones entre empresas, alianzas y colaboraciones.

LA PSICOLOGÍA EN LA NEGOCIACIÓN

En una empresa, sin importar el tamaño, giro o naturaleza, así como la profesión o intereses actuales de las personas, todos se enfrentan a conflictos y negociaciones. Por lo tanto, la negociación es compleja simplemente por el hecho de que se da en los seres humanos.

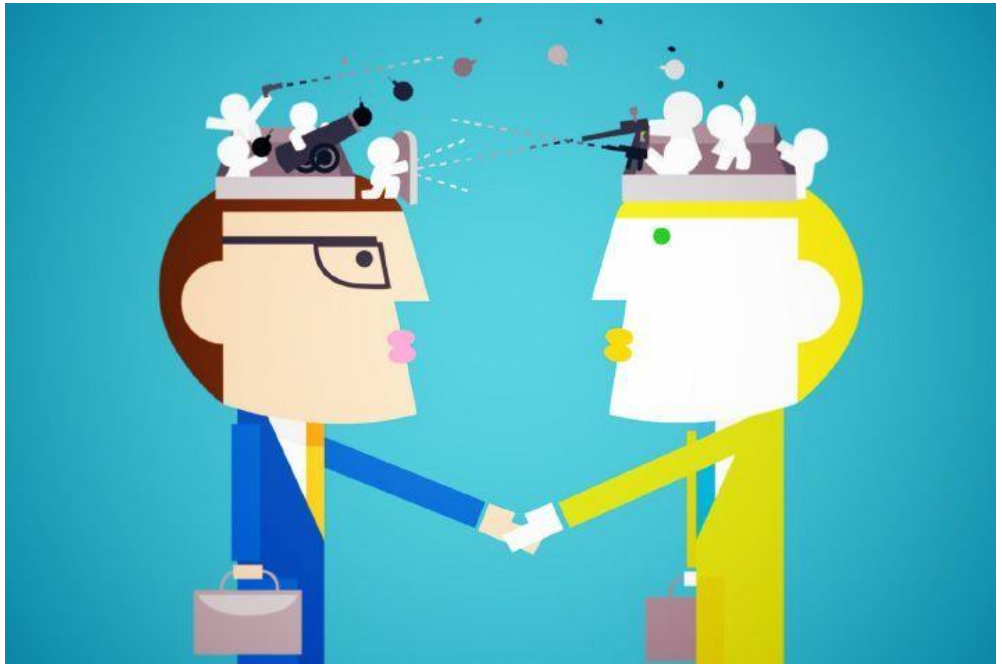
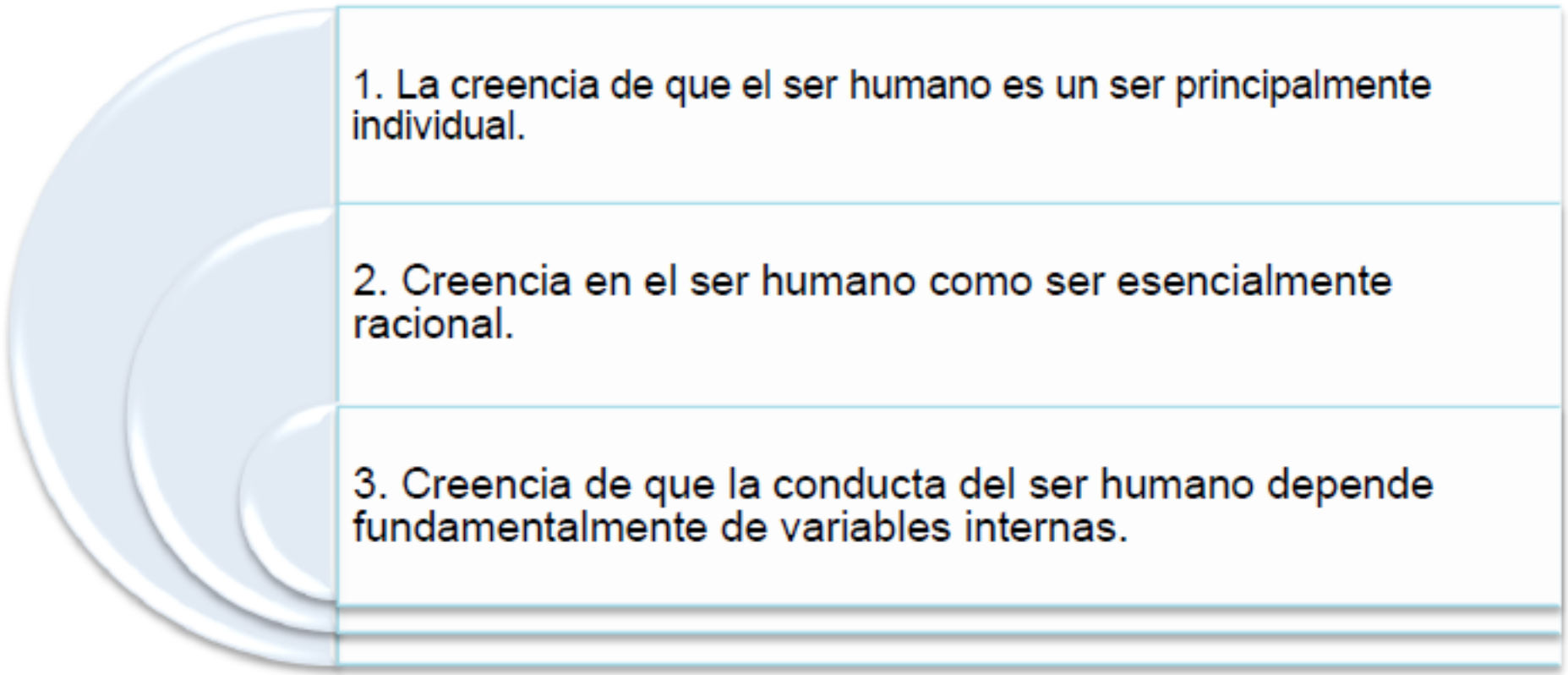


Figura 2. Errores sobre la Psicología en las negociaciones

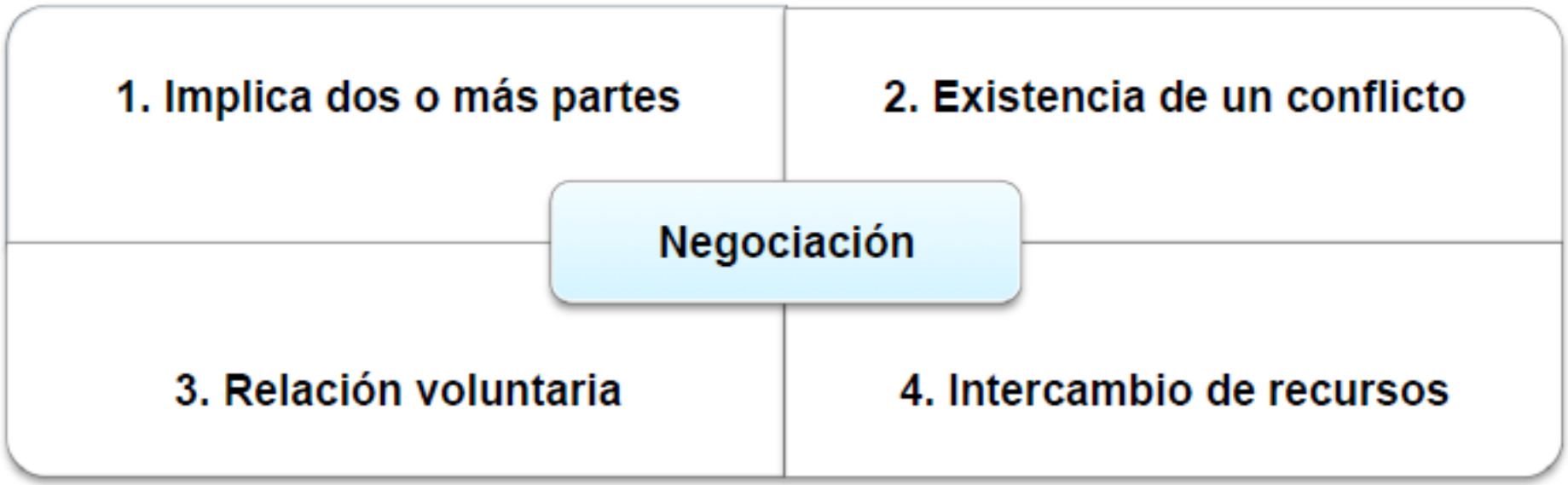


Fuente: Ovejero (2004).

CARACTERÍSTICAS DE LA NEGOCIACIÓN

Empresariales	•Se impone cuando se tratan los conflictos que surgen en la empresa, tanto relacionados con la organización como aquellos que se dan entre empleados.
Comerciales	•Surge cuando tiene que ver con transacciones económicas, por lo general se da entre un cliente que regatea con el vendedor para obtener un mejor precio o una mejor calidad de producto.
Legales	•Ocurre entre los gobiernos y los directivos cuando tratan temas legales.
Sociales	•La promueven los sindicatos por alcanzar intereses de los trabajadores.
Personales	•Es la que se realiza de manera cotidiana con los compañeros , vecinos, amigos, etc.

Figura 4. Características estructurales de la negociación



Fuente: Blach R. Josep M., Espiny T. Maria, Gala D. Carolina y Martín A. (2003:215)

De acuerdo a la figura anterior se considera lo siguiente:

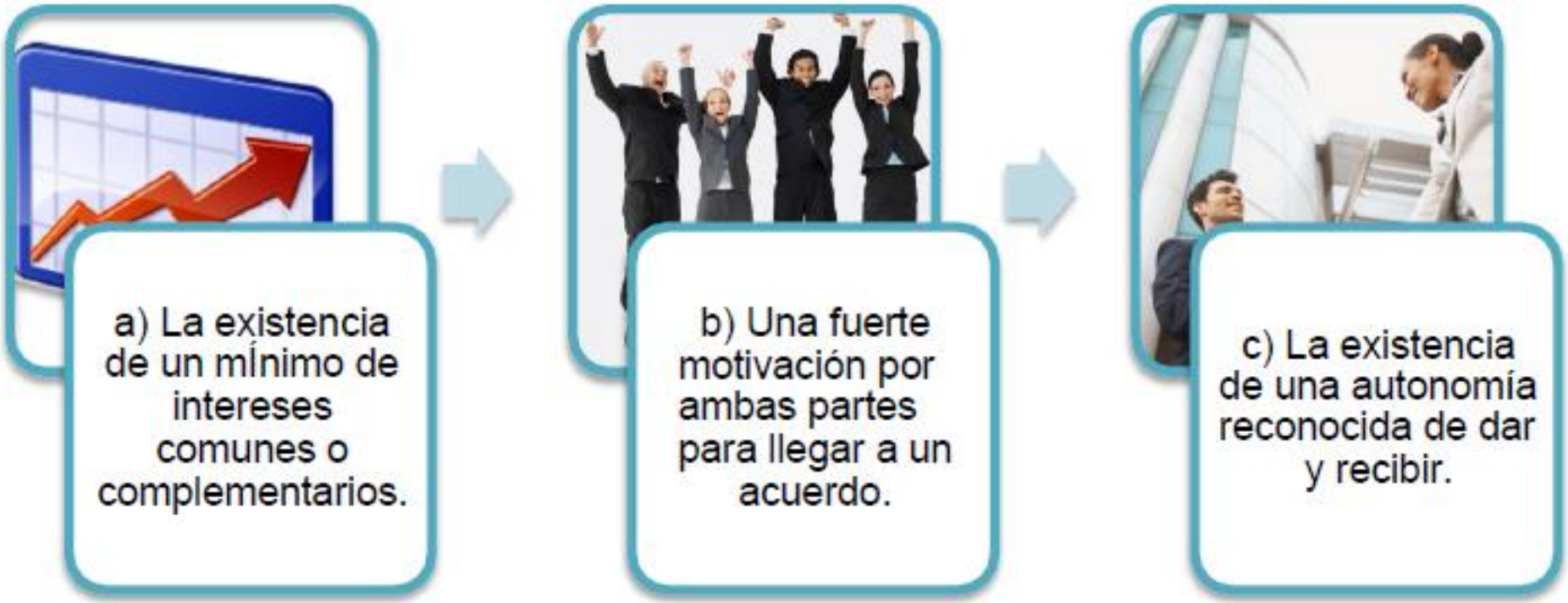
Para que exista una negociación primeramente deben estar implicadas dos o más partes que pueden ser individuos, grupos ya sean pequeños o numerosos, como las organizaciones sindicales y empresariales.

Así mismo, debe haber un conflicto de intereses sobre uno o varios asuntos entre las partes implicadas.

Posteriormente, debe existir una relación voluntaria entre las partes, que entienden que ganarían si participan voluntariamente en la negociación que si no lo hacen.

La negociación supone un intercambio de recursos específicos y de asuntos intangibles, por lo tanto toda negociación supone dar y tomar.

Figura 5. Condiciones de una Negociación



Fuente: Blach R. Josep M., Espiny T. Maria, Gala D. Carolina y Martín A. (2003:216)

Habilidades y valores de
UN BUEN NEGOCIADOR

- Inteligencia emocional
- Creatividad
- Empatía
- Asertividad
- Comunicación efectiva

- Autocontrol
- Respeto
- Confianza
- Flexibilidad
- Liderazgo

Agile Scrum

www.agilescrum.com.mx

El Ciclo de la Negociación Efectiva

1. Identifica la Oportunidad

Aquí el esfuerzo se centra en escuchar activamente al otro para captar su comprensión de la problemática o aspiración que quiere resolver.

2. Planifica

Es clave revisar lo planteado en la conversación anterior, ordenar los aspectos compartidos y planificar tu propuesta para la siguiente conversación.

3. Conversa

Requiere poner en práctica un conjunto de habilidades relacionales, que tienen por objetivo facilitar una interacción clara y precisa.

4. Acuerda y Cumple

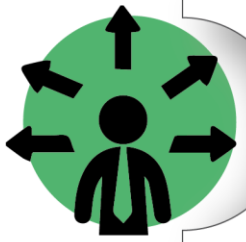
Los acuerdos escritos contribuirán a evitar confusiones; actúan como un elemento que nos recuerda nuestro compromiso y nos motiva a cumplirlo.

Los 4 fundamentos del método

de negociación de Harvard

Las personas:
Separe a las personas del problema

Los intereses:
Concéntrece en los intereses, no en las posiciones



Las opciones:
Genere una variedad de posibilidades antes de decidirse a actuar

Los criterios:
Insta en que el resultado se base en algún criterio objetivo

En resumen, la negociación es un proceso fundamental en la resolución de conflictos y en la toma de decisiones en el mundo empresarial y más allá. Requiere habilidades específicas, como la escucha activa, la empatía, la comunicación efectiva y la creatividad para encontrar soluciones, pero puede ser una herramienta poderosa para alcanzar objetivos comunes y mejorar relaciones interpersonales.

EVIDENCIAS A PRESENTAR

ACTIVIDAD DE REFLEXIÓN INICIAL: 20 MINUTOS

ACTIVIDAD 1: CUESTIONARIO ACADÉMICO (GRUPAL) 2 HORAS

ACTIVIDAD N°2 GLOSARIO DE APROPIACIÓN (INDIVIDUAL) 2 HORAS

GRACIAS

Línea de atención al ciudadano: 01 8000 910270
Línea de atención al empresario: 01 8000 910682

@SENAComunica

www.sena.edu.co

ACTIVIDAD N°17

PROGRAMA:	ASESORIA COMERCIAL	
SEDE:	CCITC	**FICHA: 2877633-2877549**
COMPETENCIA: Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas		

CUESTIONARIO ACADÉMICO

Objetivos de la Actividad

1. Evaluar la comprensión y aplicación de los conceptos clave de la administración del servicio en un call center.
2. Identificar las mejores prácticas y estrategias para mejorar la calidad y la productividad en los servicios de call center.
3. Analizar las herramientas y técnicas utilizadas para la gestión eficaz de la atención al cliente en un call center.

Recomendaciones para la Elaboración del Cuestionario

- **Claridad y Precisión:** Asegúrate de que las preguntas sean claras y específicas, evitando ambigüedades.
- **Relevancia:** Las preguntas deben estar directamente relacionadas con los objetivos de la actividad y el contenido del material proporcionado.
- **Diversidad:** Incluir una variedad de tipos de preguntas (abiertas, cerradas, de opción múltiple) para evaluar diferentes aspectos del conocimiento y la comprensión.
- **Orden Lógico:** Organiza las preguntas de manera lógica, comenzando por conceptos básicos y avanzando hacia temas más complejos.

Normas ICONTEC de Presentación

- **Portada:** Incluir título del cuestionario, nombre del autor, institución, fecha y otros datos relevantes.
- **Numeración:** Numerar todas las páginas consecutivamente, incluyendo la portada.
- **Formato de Texto:** Utilizar tipo de letra Arial o Times New Roman, tamaño 12, con interlineado 1.5.
- **Márgenes:** Márgenes de 3 cm a cada lado de la página.

- **Referencias:** Incluir una sección de referencias si se utilizan fuentes adicionales.

Cuestionario

1. ¿Qué se entiende por "Administración del Servicio" ?
2. Describa las principales funciones de un administrador de servicio.
3. ¿Cuál es la importancia de la calidad en el servicio al cliente?
4. ¿Cómo se puede medir la productividad?
5. Mencione tres técnicas para mejorar la satisfacción del cliente.
6. ¿Qué papel juega la capacitación del personal en la administración del servicio?
7. ¿Cómo se puede implementar una estrategia de diferenciación?
8. Explique la relación entre precio y calidad percibida por el consumidor según Solomon (2008).
9. ¿Qué es la teoría de la utilidad y cómo se aplica en la administración del servicio?
10. ¿Cuál es la importancia de la lealtad del cliente?
11. ¿Qué estrategias pueden emplearse para retener clientes?
12. ¿Cómo puede un call center diferenciarse mediante el servicio al cliente?
13. Describa la importancia del entorno físico y social en la experiencia del cliente.
14. ¿Qué es el FODA y cómo se utiliza en la administración del servicio?
15. ¿Por qué es crucial la diferenciación para el éxito?
16. ¿Qué características debe tener una estrategia diferenciadora eficaz?
17. ¿Cuál es la diferencia entre un cliente leal y un cliente inercial?
18. ¿Cómo se puede medir la rentabilidad de un cliente?
19. ¿Qué es el esfuerzo discrecional y cómo se aplica?
20. ¿Qué factores deben considerarse al diseñar una estrategia de servicio al cliente?
21. ¿Cómo influye el estado de ánimo del consumidor en la toma de decisiones de compra?
22. ¿Qué papel juegan las opiniones de los "referentes" en las decisiones de compra del consumidor?
23. Explique la importancia de la formalización de actividades de servicio al cliente.
24. ¿Qué es el costo de reposición de un cliente y por qué es relevante?
25. ¿Cuáles son las ventajas competitivas que puede tener?

Socialización en Mesa Redonda

Para socializar los resultados del cuestionario en una mesa redonda en el ambiente de aprendizaje:

- **Preparación:** Asegúrate de que todos los participantes hayan completado el cuestionario y estén familiarizados con las respuestas.

- **Moderación:** Designa a un moderador que guíe la discusión, asegurando que todos tengan la oportunidad de participar.
- **Temas Clave:** Identifica temas clave o preguntas que generen más debate o sean más relevantes para la mejora del servicio.
- **Conclusiones:** Al final de la discusión, elabora un resumen con las principales conclusiones y recomendaciones surgidas de la mesa redonda.

TIPOS DE SEGMENTACIÓN

Macro y Micro

MACRO Y MICROSEGMENTACION

Una empresa puede escoger entre dirigirse a la totalidad del mercado, o concentrarse en uno o varios segmentos que forman parte del mercado de referencia.

Macro segmentación

Micro segmentación

*Macro segmentación

Pasos

Definir el mercado de referencia en términos de <solución>

En que negocio estamos

¿Cual es el ámbito de actividad?

¿ En que (cuáles) ámbito(s) de actividad deberíamos estar?

¿ En que (cuáles) ámbito(s) de actividad no deberíamos estar?

análisis de macro segmentación

Construcción de una matriz de segmentación

Una vez identificadas las variables de segmentación, es necesario identificar las combinaciones pertinentes y construir una matriz de segmentación. ejemplo consideraremos el mercado de la eduacion . Las variables de segmentación obtenidas son las siguientes:

- Necesidades a sstisfacer: Educación profesional, tecnológica, técnica
- Tecnologías: presencial, semipresencial, virtual
- Compradores: bachilleres, técnicos, tecnólogos

Si se consideran todas las combinaciones posibles, hay pues un total de 27 productos mercados posibles (3 x 3 x 3).

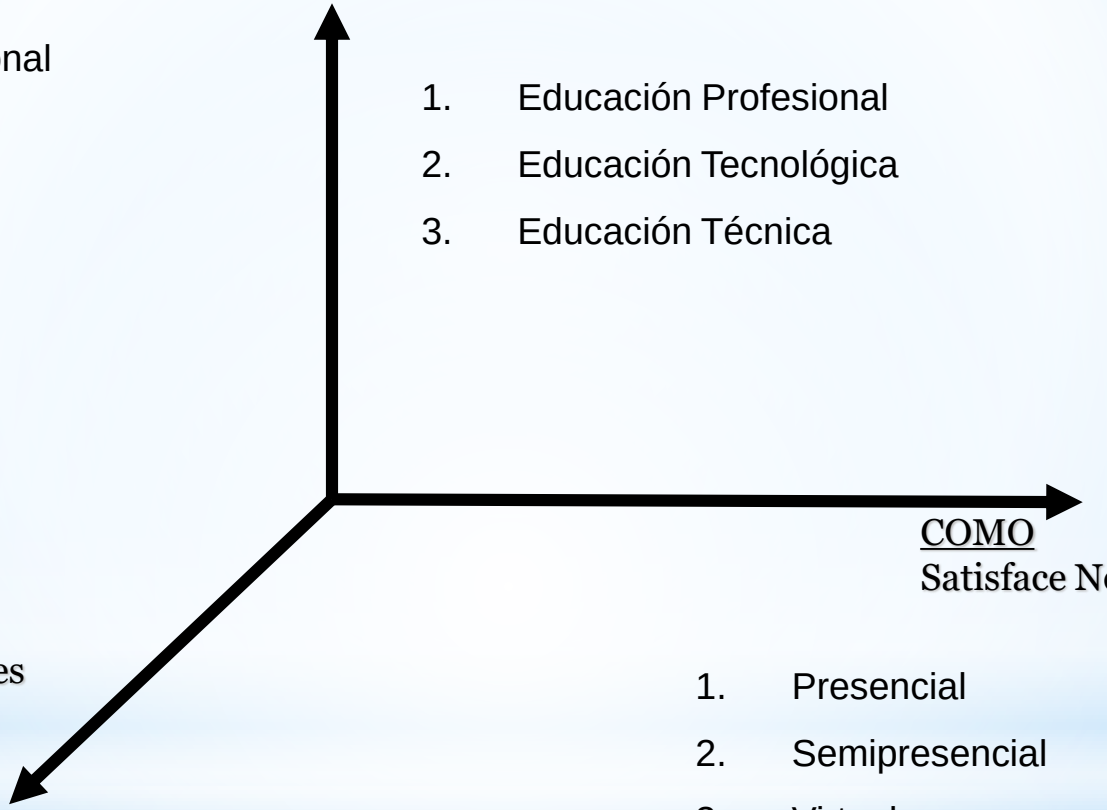
MATRIZ DE MACROSEGMENTACION

DONDE
Satisface Necesidades

En el territorio Nacional

QUE
Necesidades satisface

1. Educación Profesional
2. Educación Tecnológica
3. Educación Técnica



COMO
Satisface Necesidades

1. Presencial
2. Semipresencial
3. Virtual

A QUIEN
Satisface Necesidades

1. Bachilleres
2. Tecnólogos
3. Técnico

macro segmentación

	COMO (TECNOLOGIAS)								
NECESIDADES A SATISFACER	PRESEN.	SEMI	VIRT.	PRESEN.	SEMI	VIRT.	PRESEN.	SEMIPRE	VIRT.
	BACHILLERES			**TECNICOS**			**TECNOLOGOS**		
Educación profesional									
Educación técnica									
Educación tecnológica									

* El análisis de pertinencia

- Es importante desde el principio rastrear extensamente y considerar todas las variables de segmentación que parezcan pertinentes.
- Sólo las variables que tienen una importancia estratégica deben inmediatamente ser consideradas.
- Las variables correlacionadas entre si deben ser reagrupadas.
- Las combinaciones imposibles deben ser eliminadas.
- Algunos segmentos pueden ser reagrupados si las diferencias son mínimas o si su tamaño es apreciablemente demasiado pequeño.

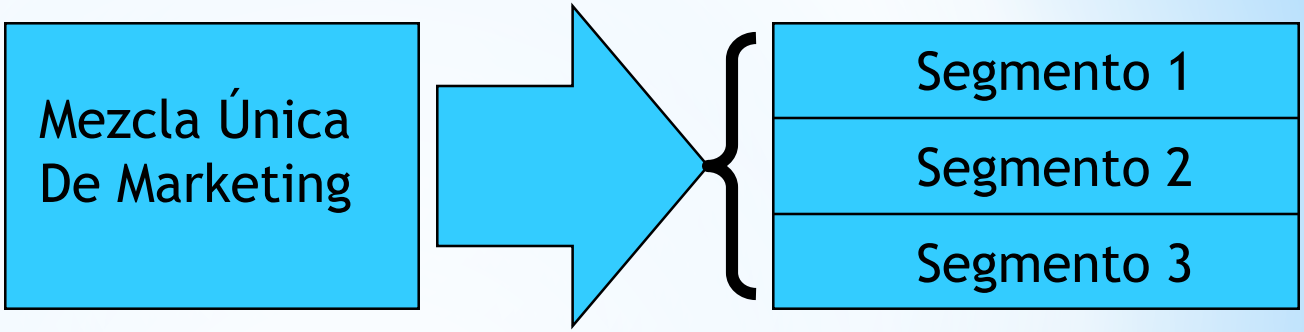
La matriz de segmentación debe comprender no solamente los segmentos existentes, sino igualmente los potenciales.

ATRACTIVIDAD PRODUCTO - MERCADO

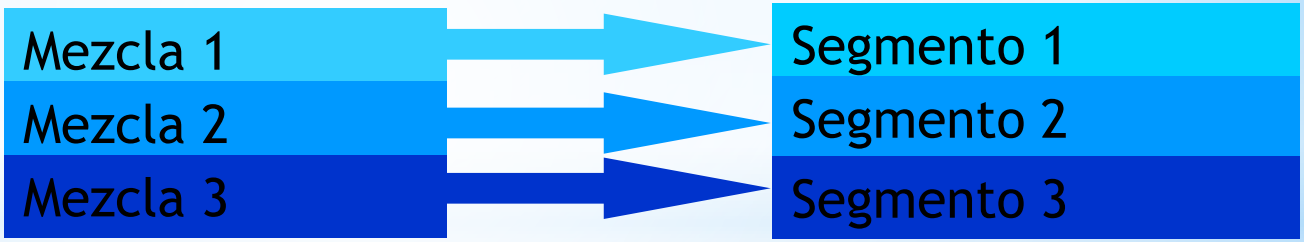
- Mercado potencial absoluto
- Tasa de crecimiento de la demanda
- Tasa de penetración de la empresa
- Dónde se ubican los clientes más importantes para la empresa ?
- Dónde se sitúan los competidores directos?

Estrategias de cobertura del mercado de referencia

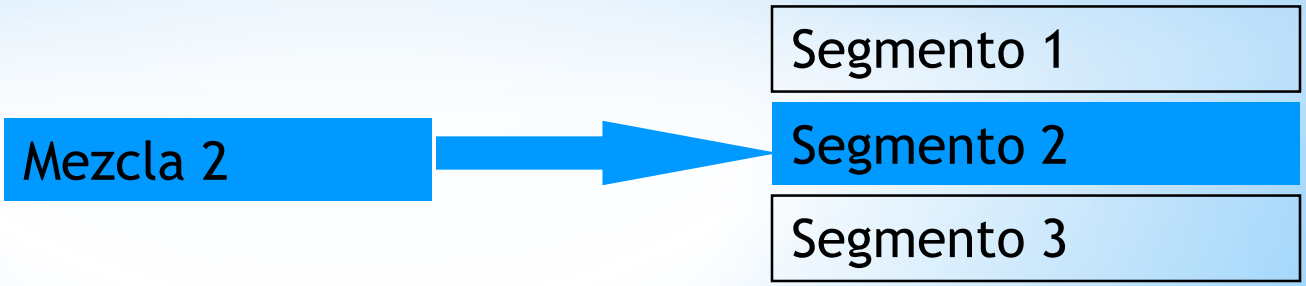
Estrategia de Marketing Indiferenciada



Estrategia de Marketing Diferenciada

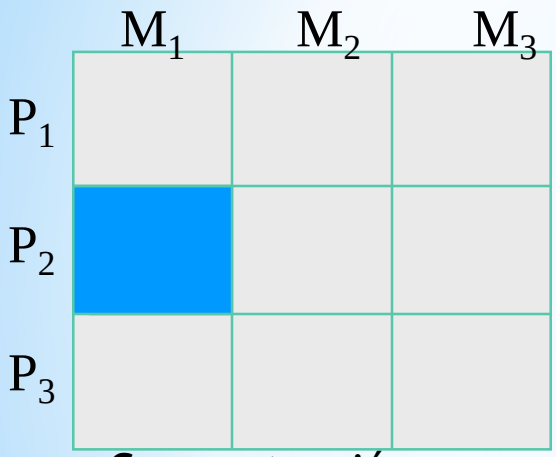


Estrategia de Marketing Concentrada

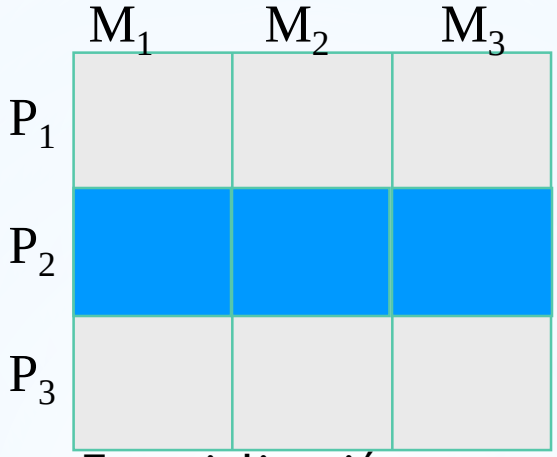


Estrategias de cobertura del mercado de referencia

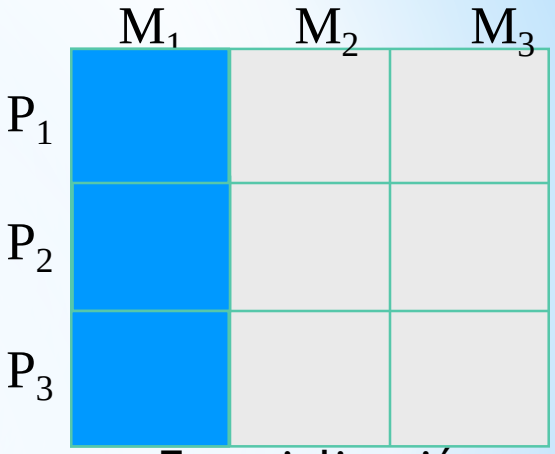
La elección de una estrategia de cobertura de mercado se hará sobre la base de los análisis de la atractividad y competitividad llevadas a cabo en cada segmento.



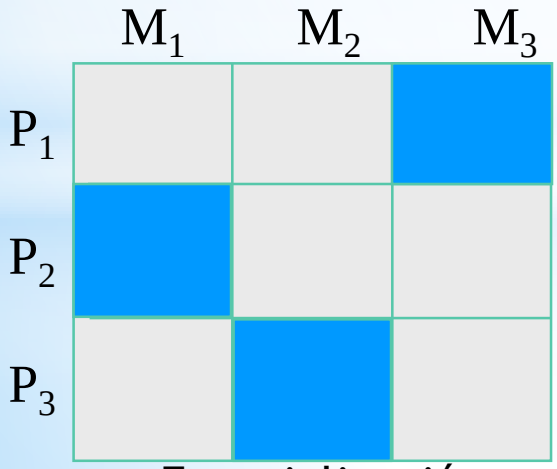
Concentración
En Un Segmento



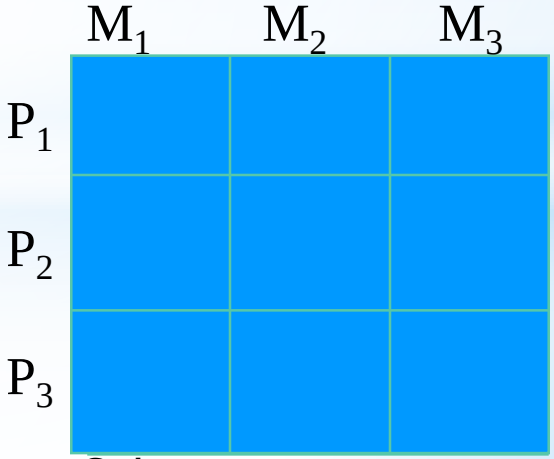
Especialización
de producto



Especialización
de Mercado



Especialización
Selectiva



Cobertura
Amplia/total

Evoluciones del mercado de referencia

Es importante tener en cuenta que los productos mercados siguen procesos de la evolución reagrupados en tres categorías.

- ***Adopción y difusión según nuevos compradores.***

Los productos son progresivamente adoptados por otros grupos de compradores; la tasa de ocupación del mercado crece. Se observa, por ejemplo, ordenadores personales penetran cada vez más en la enseñanza secundaria.

- ***Ampliación a nuevas funciones***.

Aparición de nuevos productos que incorporan o reagrupan funciones a veces distintas; ejemplo, los teléfonos que incorporan fax, fotocopiadora y contestador automático.

- ***Sustitución tecnológica***.

Las mismas funciones destinadas a los mismos grupos de compradores son de ahora en adelante ejercidas por nuevas tecnologías más rentables. Es el caso, por ejemplo, del correo electrónico.

Microsegmentación

El proceso de microsegmentación consiste, en analizar la diversidad de necesidades en el interior de los productos mercados y dividir el producto mercado en subconjuntos de compradores que buscan en el producto el mismo conjunto de atributos.

Segmentación y diferenciación

La **segmentación** se orienta a la ampliación de los compradores potenciales que constituyen el mercado

La diferenciación es un concepto que amplia la oferta:

- Entre competidores para un mismo tipo de producto, y
- Entre los productos de un mismo fabricante propuestos en diferentes segmentos.

Etapas del proceso de microsegmentación

- **Análisis de la segmentación:**

Dividir el producto mercado en segmentos homogéneos desde el punto de vista de las ventajas buscadas y diferentes de los otros segmentos.

- **Elección de segmentos objetivos:**

Seleccionar uno o varios segmentosobjetivo teniendo en cuenta los objetivos de la empresa y sus cualidades distintivas.

- **Elección de un posicionamiento:**

En cada uno de los segmentos-objetivo considerados, posicionarse sobre la base de las expectativas de los compradores, teniendo en cuenta las posiciones mantenidas por la competencia.

- **Programa de marketing objetivado:**

Desarrollo de un programa de marketing adaptado a las características de los segmentos-objetivo.

* Segmentación

- Por las características **sociodemográficas** de los consumidores (segmentación sociodemográfica o descriptiva).

- Por las **ventajas buscadas** en el producto por los consumidores potenciales (segmentación por ventajas).

- Por los **estilos de vida** descritos en términos de actividades, intereses y opiniones (segmentación sociocultural). .

- Por las características del **comportamiento de** compra (segmentación comportamental).

Segmentacion eficaz

Respuesta diferenciada:

Los segmentos identificados deben ser diferentes en términos de su sensibilidad a las acciones de marketing de la empresa. El criterio, de segmentación elegido tiene que maximizar las diferencias entre segmentos (**condición de heterogeneidad**), y minimizar las diferencias entre compradores en el seno del mismo segmento (**condición de homogeneidad**).

Tamaño suficiente

Los segmentos identificados deben ser sustanciales, representar un potencial suficiente para justificar el desarrollo de una estrategia de marketing específica. Esta condición pone en juego no solamente el tamaño del segmento, en número o en frecuencia de compras, sino también su duración temporal.

Segmentacion eficaz

Mensurabilidad

Para poder elegir un segmento objetivo con conocimiento de causa es necesario poder determinar su tamaño, evaluar la capacidad de compra de los compradores y sus características principales en términos de comportamiento de compra.

Accesibilidad

Los segmentos definidos deben ser accesibles, y en la medida de lo posible, selectivamente accesibles, de manera que puedan concentrarse en ellos los esfuerzos de comunicación y de venta.

MIMAR A LOS RICOS – UN CASO DE SEGMENTACION

Algunas compañías se van a los extremos para mimar a las personas que gastan mucho dinero. Desde tiendas departamentales como Nordstrom, fabricantes de automóviles como Lexus y BMW, hasta hoteles como Ritz-Carlton y Four Seasons, estas compañías dan a sus ricos clientes exactamente lo que necesitan, e incluso más.

Por ejemplo, los servicios de conserje ya no son exclusivos de hoteles de cinco estrellas y lujosas tarjetas de crédito. Se están empezando a ver en líneas aéreas, tiendas detallistas, e inclusive en fabricantes de aparatos electrónicos. Por ejemplo, Sony Electronics ofrece a sus clientes más acaudalados un servicio llamado Cierge, que les ofrece sin cargo un comprador personal y acceso previo a nuevos aparatos, así como ayuda "de guantes blancos" en la instalación. (Traducción: envían a alguien a instalar el nuevo equipo).

Y también está el programa "At Your Service" de British Airways, que se ofrece a unos pocos clientes selectos de la aerolínea. Casi no hay nada que el servicio no haría por estos clientes —conseguir boletos de gran demanda para Wimbledon, esperar en el hogar del cliente a que llegue el plomero o las personas de televisión por cable, o planear todos los detalles de su boda, incluido el pastel.

Pero cuando se trata de asediar a los adinerados, quizás la mayor competencia acaudalada, las principales compañías de tarjetas de crédito han creado un nuevo nivel de tarjetas súper exclusivas como la tarjeta Signature de Visa, la tarjeta World de MasterCard, y la tarjeta élite Centurion de American Express. Los clientes acomodados son extremadamente redituables. Aunque las tarjetas premium representan solamente el 1.5 por ciento de todas las tarjetas de crédito de consumo emitidas por Visa, MasterCard y American Express, constituyen el 20 por ciento de todo el gasto. Y los tarjeta habientes ricos también tienden a no pagar.

El programa World de Master- Card se enfoca en lo que llaman "masas adineradas" y llega a 15 millones de hogares acomodados.

La tarjeta Signature de Visa apunta directamente a hogares de "nuevos ricos", que tienen ingresos superiores a 125,000 dólares. Sus 7 millones de tarjetahabientes constituyen el 3

por ciento de las tarjetas de crédito de consumo de Visa, pero el 18 por ciento de sus ventas. Ambas tarjetas ofrecen privilegios especiales.

Para su tarjeta Signature, Visa promociona que “No es estar donde quiera estar, es todo lo que usted siempre quiso”. Además de los beneficios básicos, como gastos ilimitados y servicio de conserje las 24 horas, Visa promete “mejoras, beneficios adicionales y descuentos” en las principales líneas aéreas, restaurantes y hoteles, y un tratamiento especial por parte de socios como Ritz-Carlton, el diseñador de ropa para Hombre Hermenegildo Zegna, y el fabricante de relojes Audemars Piguet.

Pero cuando se trata de tarjetas premium, la tarjeta Centurion de American Express es la “élite de la élite” de poseedores de tarjetas de lujo. Esta misteriosa y muy codiciada tarjeta negra se emite sólo por invitación a clientes que *gastan* más de 150,000 dólares al año en otras tarjetas AmEx y cumplen con algunos requisitos no muy claros. Después, los pocos que cuentan con ella pagan una tarifa anual de 2,500 dólares sólo por el privilegio de poseerla.

Pero la tarjeta Centurion ofrece beneficios y prestigio. Este elusivo plástico, con su elegante terminado mate, es codiciado por los que gastan mucho. “Una tarjeta negra es como un diamante en plástico”, dice un observador de la industria, “una manera en que celebridades, atletas y empresarios importantes expresan su estatus”.

Peter H. Shankman, el tipo de hombre que se viste de pantalón de mezclilla y camisetas, no se ve como un gran derrochador, pero American Express sabe que es lo contrario. Después de haber sido desairado por un vendedor de la boutique de Giorgio Armani en la Quinta Avenida de Nueva York, el publicista de 31 años se encontró con “un increíble cambio de actitud” cuando fue a la caja registradora y sacó su tarjeta negra Centurion. En junio, un cajero de Radio Shack se negó a aceptar la tarjeta, pensando que era falsa. “Confíe en mí, ‘le dije. Deslice la tarjeta’”, recuerda el presidente ejecutivo de Geek Factory, un bufete de marketing y relaciones públicas. “Podría comprar un jet con esta cosa”.

Quizás esto es una exageración, pero la pequeña tarjeta negra de AmEx definitivamente es “la” tarjeta para los grandes derrochadores. Algunos clientes potenciales toman medidas absurdas para obtener lo que consideran un símbolo de estatus.

Equipo desarrollo curricular red comercio y ventas

Ciertos esperanzados han escrito poemas para apoyar sus casos. Otros dicen que pagarán la tarifa pero que juran no usar la tarjeta, sólo quieren alardear con ella. “Cada semana recibo varias llamadas o cartas, a menudo de personas prominentes, solicitando la tarjeta”, dice el director de tarjetas de consumo de AmEx, Alfred F. Kelly Jr. ¿Quiénes son? Él nunca lo dirá. De hecho, AmEx deliberadamente crea un aire de misterio alrededor de su brillante tarjeta, manteniendo en secreto detalles como el número de tarjetas en circulación.

Los analistas dicen que AmEx gana mucho más de lo que gasta en los beneficios que ofrece a los clientes de la tarjeta negra, tanto en marketing de boca a oído como en tarifas.

Los servicios básicos de la tarjeta Centurion incluyen a un consejero personal de viajes y a un conserje, disponibles las 24 horas del día los 7 días de la semana. Además, casi todo es válido. ¿Tiene ganas de comprar a media noche en Bergdorf Goodman o en Saks Fifth Avenue? No hay problema. ¿Va a viajar al extranjero en primera clase? Lleve a un amigo, el boleto adicional es gratis. Este tratamiento real a menudo requiere de una elaborada planificación. Un conserje AmEx organizó una despedida de soltero para 25 personas, la cual implicaba un viaje de cuatro días e incluía 11 suites penthouse, viajar en jet privado, y conocer al dueño del equipo de básquetbol de los Kings de Sacramento. La cuenta fue de más de 300,000 dólares. ¿Cómo obtuvo Shankman su tarjeta?

Todos los cargos en viajes y entretenimiento que acumula cuando visita a sus clientes ocasionaron que AmEx se la enviara. Llegó en diciembre, junto con un manual de 43 páginas.

Recientemente, Shankman trató de obtener reservaciones para el Spice Market, un restaurante muy concurrido en Manhattan, para impresionar a un amigo. Llamó a su conserje. “Media hora después estaba lista”, dice Shankman. La membresía tiene sus privilegios.

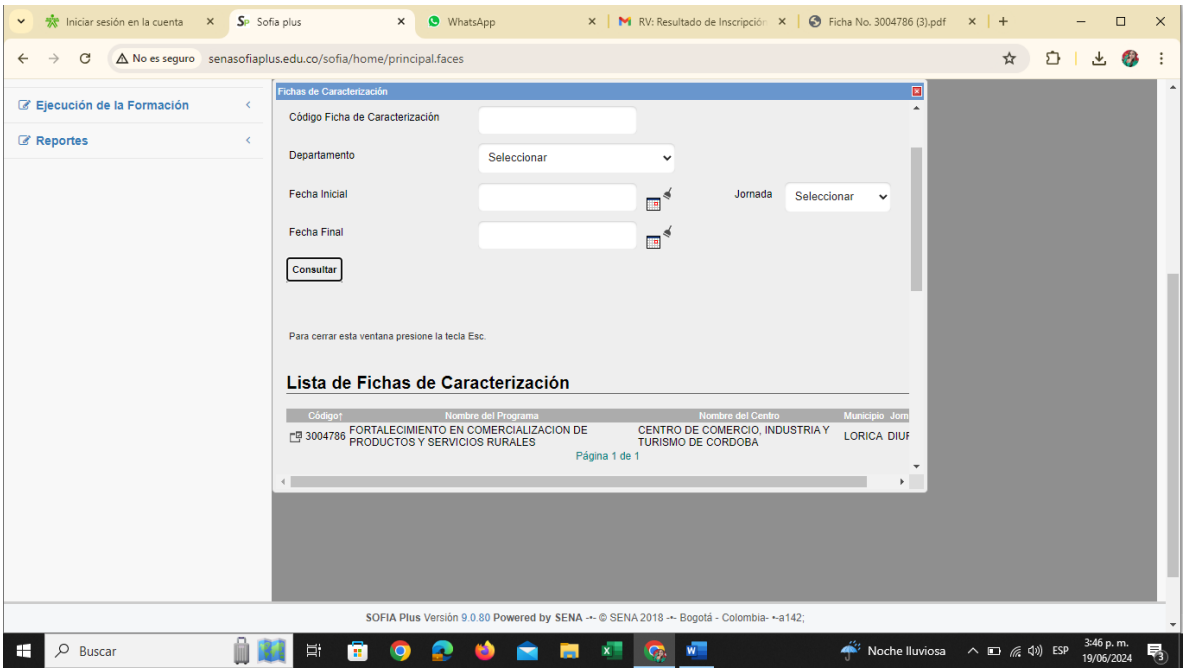
Así que, ¿cuántas personas tienen realmente una tarjeta Centurion? “Aproximadamente la misma cantidad de personas que pueden costear un Mercedes Maybach”, dice Desiree Fish, vocera de American Express, refiriéndose al lujoso automóvil que se vende por más de

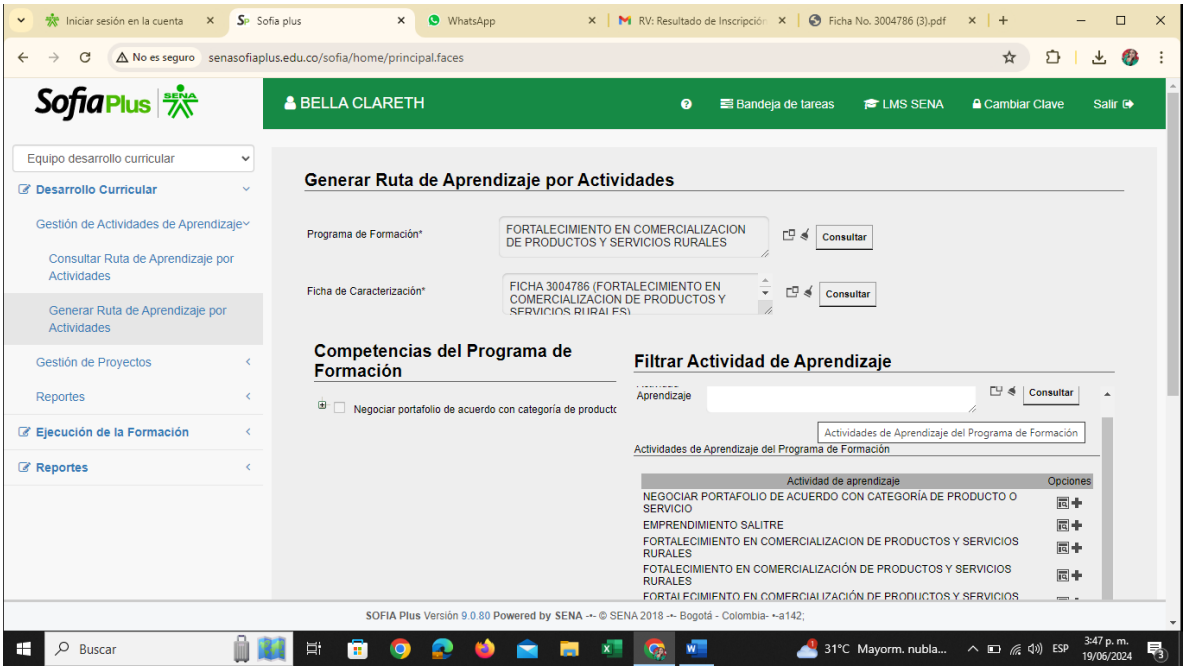
300,000 dólares. El mejor cálculo es que solamente cerca de 5000 personas en todo el mundo llevan una tarjeta Centurion en su bolsillo.

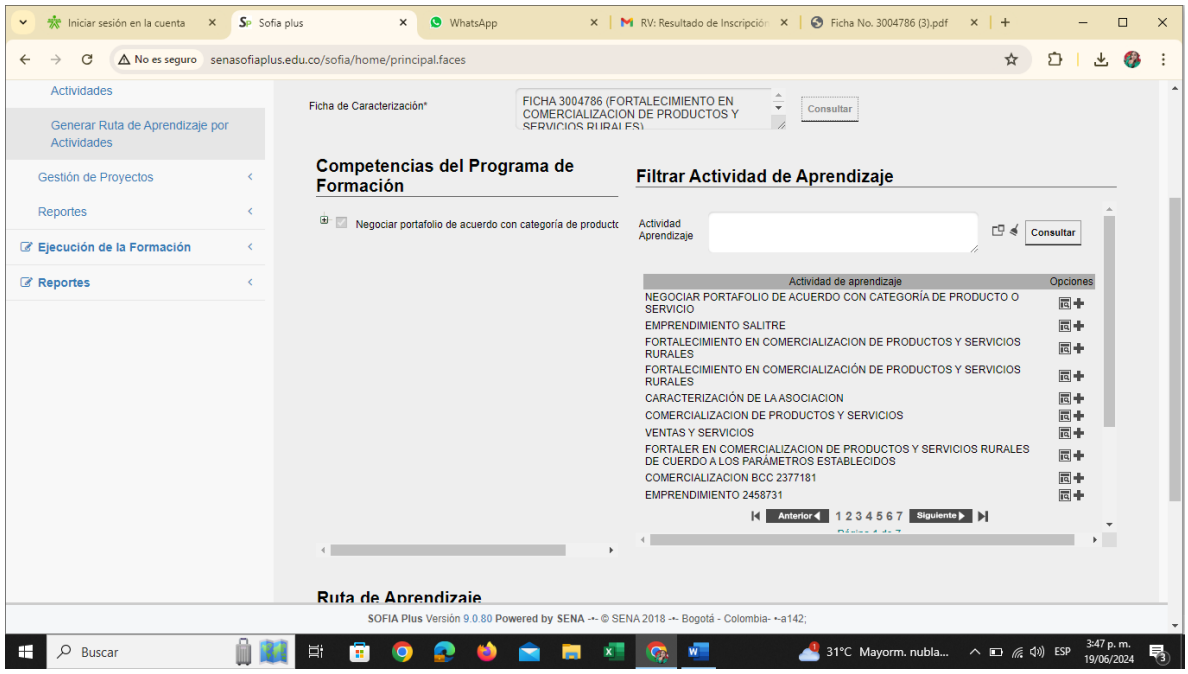
Fuente: American Express.

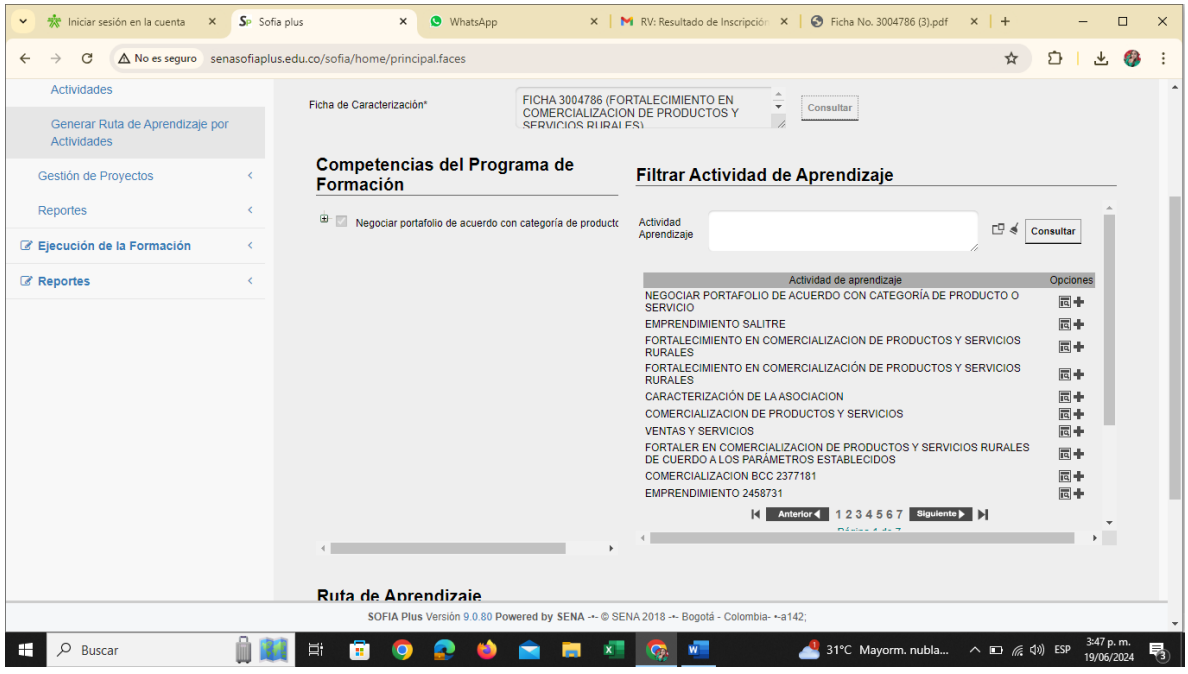
- ¿Señala porque es importante para la empresa este grupo de personas como valor para tener buenas relaciones con ellos clientes?
- ¿Dónde ves la segmentación como herramienta para agregar valor a los productos de la empresa y aumentar las ventas?

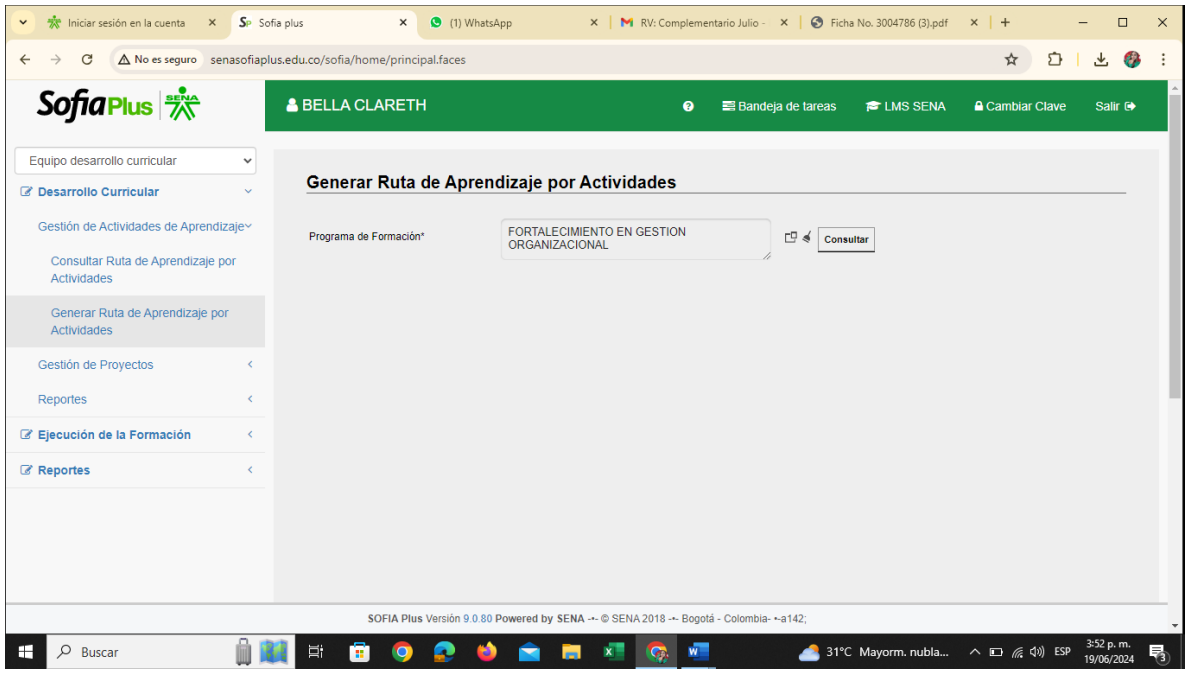
Evidencias creación de rutas y listar aprendices

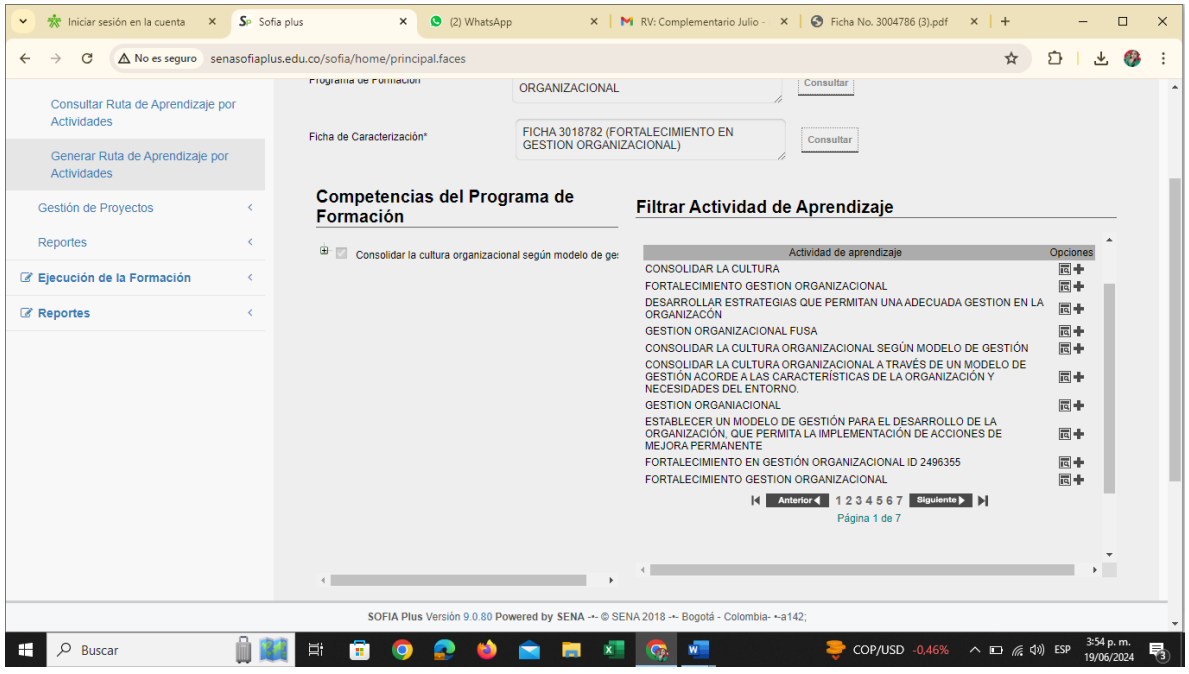


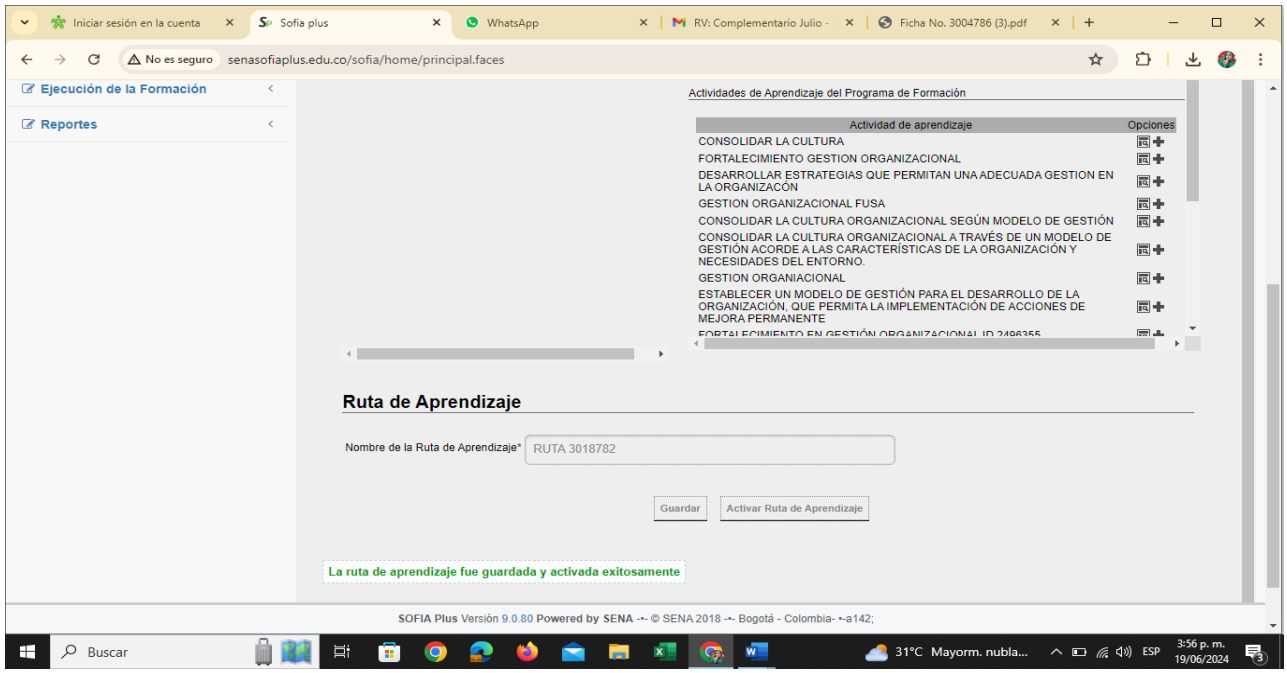


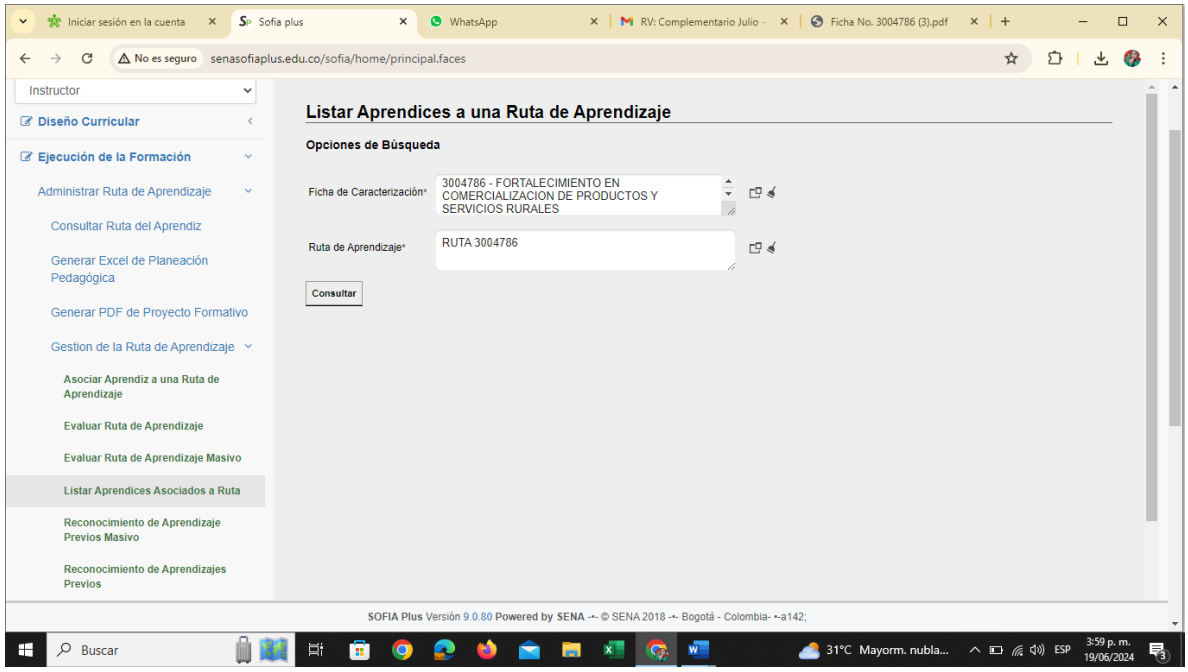

Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
WhatsApp
RV: Resultado de Inscripción
Ficha No. 3004786 (3).pdf
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Actividades
Generar Ruta de Aprendizaje por Actividades
Gestión de Proyectos
Reportes
Ejecución de la Formación
Reportes
Ficha de Caracterización*
FICHA 3004786 (FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES)
Consultar
Competencias del Programa de Formación
Negociar portafolio de acuerdo con categoría de producto
Filtrar Actividad de Aprendizaje
Actividad Aprendizaje
Consultar
Actividad de aprendizaje
Opciones
NEGOCIAR PORTAFOLIO DE ACUERDO CON CATEGORÍA DE PRODUCTO O SERVICIO
EMPRENDIMIENTO SALITRE
FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES
FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES
CARACTERIZACIÓN DE LA ASOCIACION
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
VENTAS Y SERVICIOS
FORTALER EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES DE CUERDO A LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS
COMERCIALIZACION BCC 2377181
EMPRENDIMIENTO 2458731
Anterior 1 2 3 4 5 6 7 Siguiente
Ruta de Aprendizaje
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -- © SENA 2018 -- Bogotá - Colombia-
Buscar
31°C Mayorm. nubla...
ESP
3:47 p. m.
19/06/2024


Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
WhatsApp
RV: Resultado de Inscripción
Ficha No. 3004786 (3).pdf
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Actividades
Generar Ruta de Aprendizaje por Actividades
Gestión de Proyectos
Reportes
Ejecución de la Formación
Reportes
Ficha de Caracterización*
FICHA 3004786 (FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES)
Consultar
Competencias del Programa de Formación
Negociar portafolio de acuerdo con categoría de producto
Filtrar Actividad de Aprendizaje
Actividad Aprendizaje
Consultar
Actividad de aprendizaje
Opciones
NEGOCIAR PORTAFOLIO DE ACUERDO CON CATEGORÍA DE PRODUCTO O SERVICIO
EMPRENDIMIENTO SALITRE
FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES
FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES
CARACTERIZACIÓN DE LA ASOCIACION
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
VENTAS Y SERVICIOS
FORTALER EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES DE CUERDO A LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS
COMERCIALIZACION BCC 2377181
EMPRENDIMIENTO 2458731
Anterior 1 2 3 4 5 6 7 Siguiente
Ruta de Aprendizaje
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -- © SENA 2018 -- Bogotá - Colombia-
Buscar
31°C Mayorm. nubla...
ESP
3:47 p. m.
19/06/2024


Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
(1) WhatsApp
RV: Complementario Julio -
Ficha No. 3004786 (3).pdf
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
SofiaPlus
BELLA CLARETH
Bandeja de tareas
LMS SENA
Cambiar Clave
Salir
Equipo desarrollo curricular
Desarrollo Curricular
Gestión de Actividades de Aprendizaje
Consultar Ruta de Aprendizaje por Actividades
Generar Ruta de Aprendizaje por Actividades
Gestión de Proyectos
Reportes
Ejecución de la Formación
Reportes
Generar Ruta de Aprendizaje por Actividades
Programa de Formación*
FORTALECIMIENTO EN GESTION ORGANIZACIONAL
Consultar
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -- © SENA 2018 -- Bogotá - Colombia-
Buscar
31°C Mayorm. nubla...
ESP
3:52 p. m.
19/06/2024

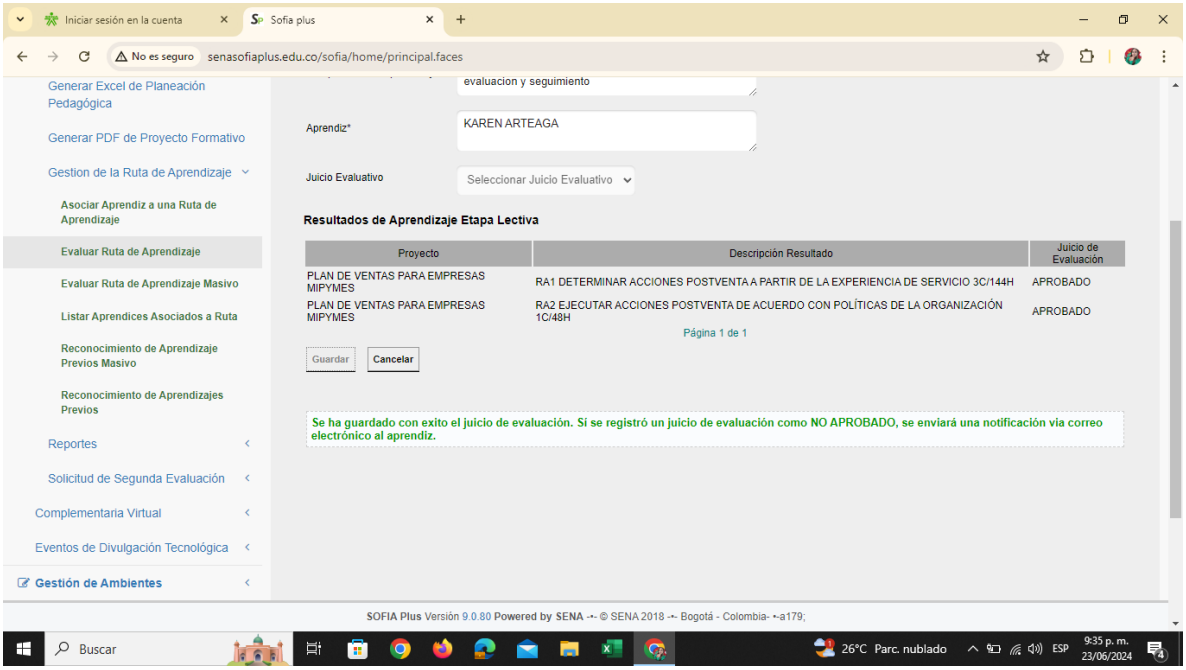

Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
(2) WhatsApp
RV: Complementario Julio -
Ficha No. 3004786 (3).pdf
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Consultar Ruta de Aprendizaje por Actividades
Generar Ruta de Aprendizaje por Actividades
Gestión de Proyectos
Reportes
Ejecución de la Formación
Reportes
ORGANIZACIONAL
Consultar
Ficha de Caracterización*
FICHA 3018782 (FORTALECIMIENTO EN GESTION ORGANIZACIONAL)
Consultar
Competencias del Programa de Formación
Consolidar la cultura organizacional según modelo de ge
Filtrar Actividad de Aprendizaje
Actividad de aprendizaje
Opciones
CONSOLIDAR LA CULTURA
FORTALECIMIENTO GESTION ORGANIZACIONAL
DESARROLLAR ESTRATEGIAS QUE PERMITAN UNA ADECUADA GESTION EN LA ORGANIZACÓN
GESTION ORGANIZACIONAL FUSA
CONSOLIDAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL SEGÚN MODELO DE GESTIÓN
CONSOLIDAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL A TRAVÉS DE UN MODELO DE GESTIÓN ACORDE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN Y NECESIDADES DEL ENTORNO.
GESTION ORGANIACIONAL
ESTABLECER UN MODELO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN, QUE PERMITA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES DE MEJORA PERMANENTE
FORTALECIMIENTO EN GESTIÓN ORGANIZACIONAL ID 2496355
FORTALECIMIENTO GESTION ORGANIZACIONAL
Anterior 1 2 3 4 5 6 7 Siguiente
Página 1 de 7
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -- © SENA 2018 -- Bogotá - Colombia-
Buscar
COP/USD -0,46%
ESP
3:54 p. m.
19/06/2024

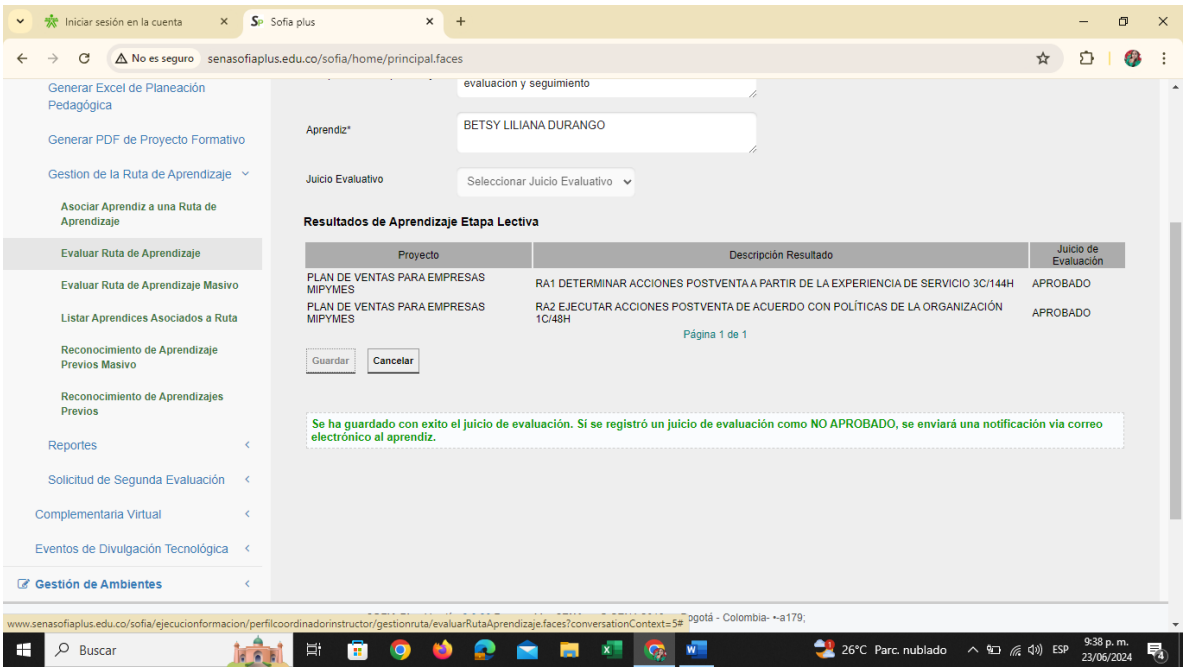

Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
WhatsApp
RV: Complementario Julio -
Ficha No. 3004786 (3).pdf
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Ejecución de la Formación
Reportes
Actividades de Aprendizaje del Programa de Formación
Actividad de aprendizaje
Opciones
CONSOLIDAR LA CULTURA
FORTALECIMIENTO GESTION ORGANIZACIONAL
DESARROLLAR ESTRATEGIAS QUE PERMITAN UNA ADECUADA GESTION EN LA ORGANIZACIÓN
GESTION ORGANIZACIONAL FUSA
CONSOLIDAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL SEGÚN MODELO DE GESTIÓN
CONSOLIDAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL A TRAVÉS DE UN MODELO DE GESTIÓN ACORDE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN Y NECESIDADES DEL ENTORNO.
GESTION ORGANIACIONAL
ESTABLECER UN MODELO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN, QUE PERMITA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES DE MEJORA PERMANENTE
Ruta de Aprendizaje
Nombre de la Ruta de Aprendizaje*
RUTA 3018782
Guardar
Activar Ruta de Aprendizaje
La ruta de aprendizaje fue guardada y activada exitosamente
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -*- © SENA 2018 -*- Bogotá - Colombia- *-a142;
Buscar
31°C Mayorm. nubla...
ESP
3:56 p. m.
19/06/2024

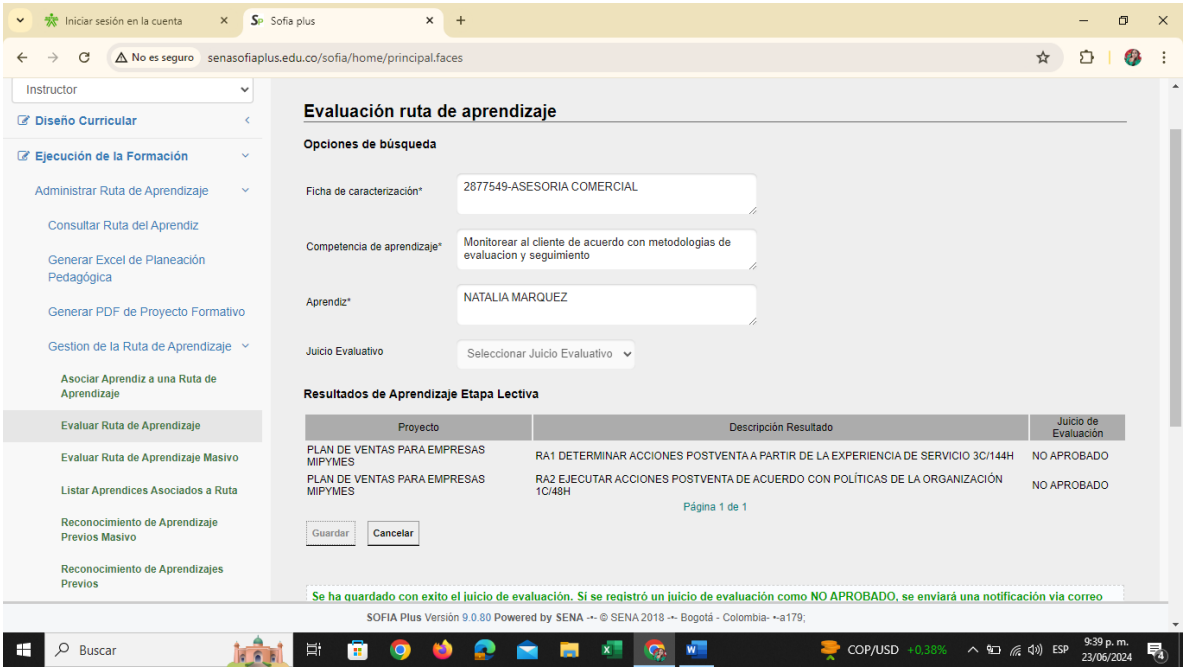

Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
WhatsApp
RV: Complementario Julio -
Ficha No. 3004786 (3).pdf
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Instructor
Diseño Curricular
Ejecución de la Formación
Administrar Ruta de Aprendizaje
Consultar Ruta del Aprendiz
Generar Excel de Planeación Pedagógica
Generar PDF de Proyecto Formativo
Gestion de la Ruta de Aprendizaje
Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje Masivo
Listar Aprendices Asociados a Ruta
Reconocimiento de Aprendizaje Previos Masivo
Reconocimiento de Aprendizajes Previos
Listar Aprendices a una Ruta de Aprendizaje
Opciones de Búsqueda
Ficha de Caracterización*
3004786 - FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES
Ruta de Aprendizaje*
RUTA 3004786
Consultar
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -*- © SENA 2018 -*- Bogotá - Colombia- *-a142;
Buscar
31°C Mayorm. nubla...
ESP
3:59 p. m.
19/06/2024

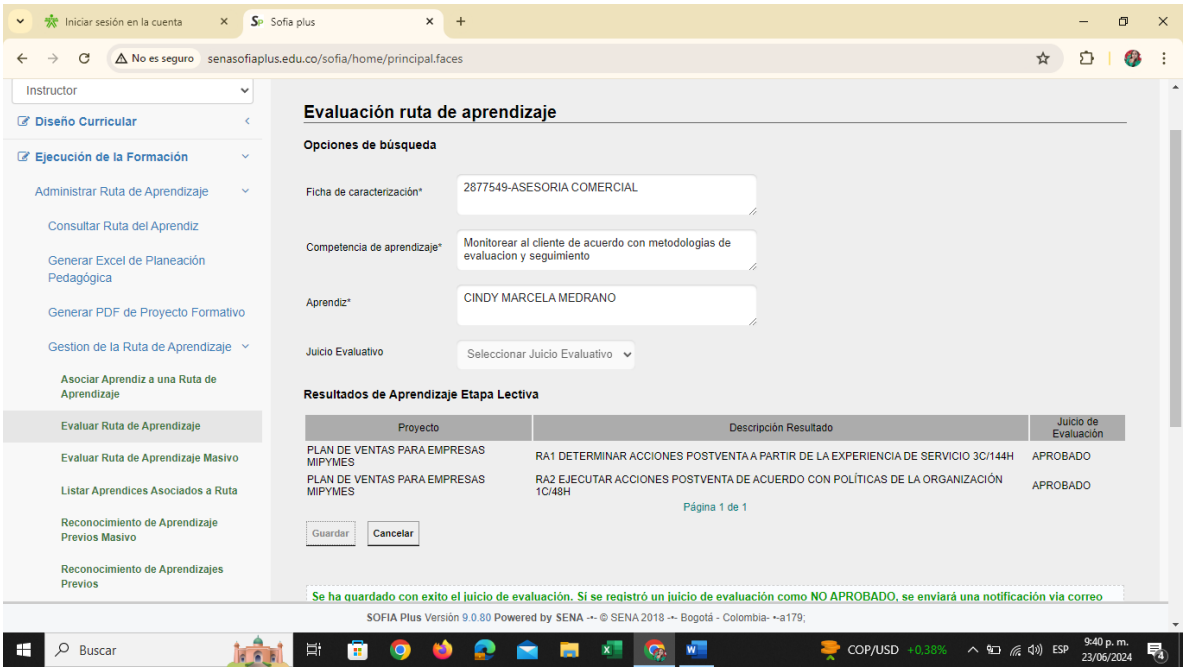
EVIDENCIAS EVALUACIÓN DE FICHAS

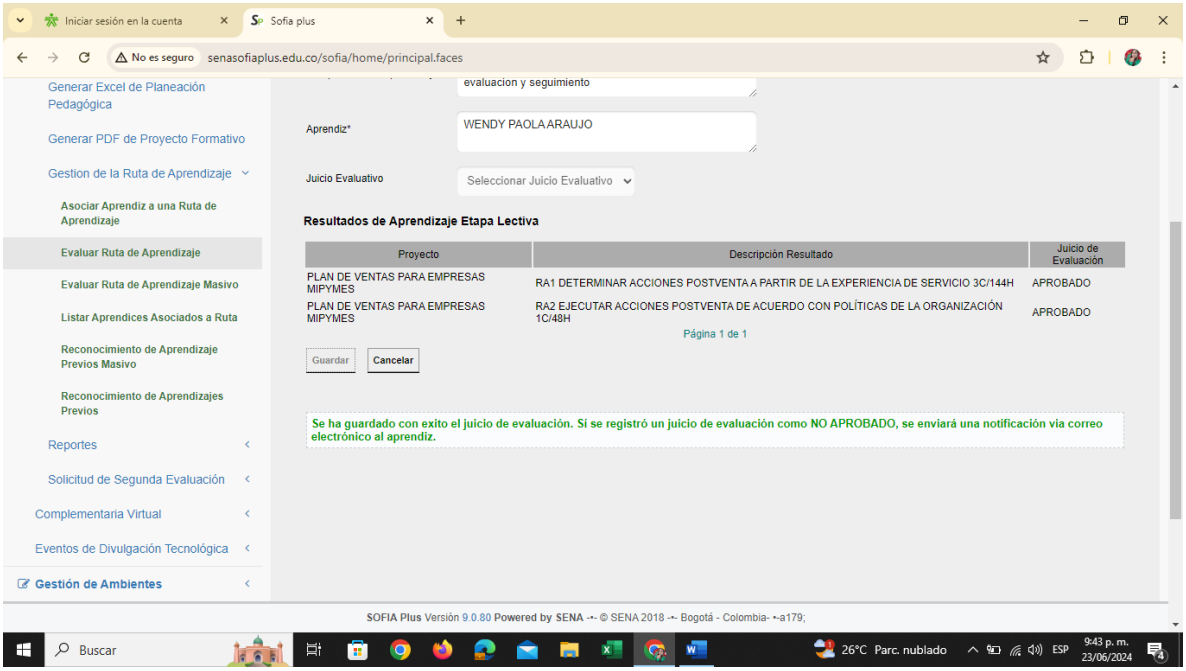
2877549






Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Instructor
Diseño Curricular
Ejecución de la Formación
Administrar Ruta de Aprendizaje
Consultar Ruta del Aprendiz
Generar Excel de Planeación Pedagógica
Generar PDF de Proyecto Formativo
Gestion de la Ruta de Aprendizaje
Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje Masivo
Listar Aprendices Asociados a Ruta
Reconocimiento de Aprendizaje Previos Masivo
Reconocimiento de Aprendizajes Previos
Evaluación ruta de aprendizaje
Opciones de búsqueda
Ficha de caracterización*
2877549-ASESORIA COMERCIAL
Competencia de aprendizaje*
Monitorear al cliente de acuerdo con metodologias de evaluacion y seguimiento
Aprendiz*
NATALIA MARQUEZ
Juicio Evaluativo
Seleccionar Juicio Evaluativo
Resultados de Aprendizaje Etapa Lectiva
Proyecto
Descripción Resultado
Juicio de Evaluación
PLAN DE VENTAS PARA EMPRESAS MIPYMES
RA1 DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO 3C/144H
NO APROBADO
PLAN DE VENTAS PARA EMPRESAS MIPYMES
RA2 EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 1C/48H
NO APROBADO
Página 1 de 1
Guardar
Cancelar
Se ha guardado con exito el juicio de evaluación. Si se registró un juicio de evaluación como NO APROBADO, se enviará una notificación via correo
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -•- © SENA 2018 -•- Bogotá - Colombia- •-a179;
Buscar
COP/USD +0,38%
ESP
9:39 p. m.
23/06/2024


Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Instructor
Diseño Curricular
Ejecución de la Formación
Administrar Ruta de Aprendizaje
Consultar Ruta del Aprendiz
Generar Excel de Planeación Pedagógica
Generar PDF de Proyecto Formativo
Gestion de la Ruta de Aprendizaje
Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje Masivo
Listar Aprendices Asociados a Ruta
Reconocimiento de Aprendizaje Previos Masivo
Reconocimiento de Aprendizajes Previos
Evaluación ruta de aprendizaje
Opciones de búsqueda
Ficha de caracterización*
2877549-ASESORIA COMERCIAL
Competencia de aprendizaje*
Monitorear al cliente de acuerdo con metodologias de evaluacion y seguimiento
Aprendiz*
CINDY MARCELA MEDRANO
Juicio Evaluativo
Seleccionar Juicio Evaluativo
Resultados de Aprendizaje Etapa Lectiva
Proyecto
Descripción Resultado
Juicio de Evaluación
PLAN DE VENTAS PARA EMPRESAS MIPYMES
RA1 DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO 3C/144H
APROBADO
PLAN DE VENTAS PARA EMPRESAS MIPYMES
RA2 EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 1C/48H
APROBADO
Página 1 de 1
Guardar
Cancelar
Se ha guardado con exito el juicio de evaluación. Si se registró un juicio de evaluación como NO APROBADO, se enviará una notificación via correo
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -•- © SENA 2018 -•- Bogotá - Colombia- •-a179;
Buscar
COP/USD +0,38%
ESP
9:40 p. m.
23/06/2024


Iniciar sesión en la cuenta
Sofia plus
No es seguro
senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
Generar Excel de Planeación Pedagógica
Generar PDF de Proyecto Formativo
Gestion de la Ruta de Aprendizaje
Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje
Evaluar Ruta de Aprendizaje Masivo
Listar Aprendices Asociados a Ruta
Reconocimiento de Aprendizaje Previos Masivo
Reconocimiento de Aprendizajes Previos
Reportes
Solicitud de Segunda Evaluación
Complementaria Virtual
Eventos de Divulgación Tecnológica
Gestión de Ambientes
evaluacion y seguimiento
Aprendiz*
WENDY PAOLA ARAUJO
Juicio Evaluativo
Seleccionar Juicio Evaluativo
Resultados de Aprendizaje Etapa Lectiva
Proyecto
Descripción Resultado
Juicio de Evaluación
PLAN DE VENTAS PARA EMPRESAS MIPYMES
RA1 DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO 3C/144H
APROBADO
PLAN DE VENTAS PARA EMPRESAS MIPYMES
RA2 EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 1C/48H
APROBADO
Página 1 de 1
Guardar
Cancelar
Se ha guardado con exito el juicio de evaluación. Si se registró un juicio de evaluación como NO APROBADO, se enviará una notificación via correo electrónico al aprendiz.
SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -•- © SENA 2018 -•- Bogotá - Colombia- •-a179;
Buscar
26°C Parc. nublado
ESP
9:43 p. m.
23/06/2024

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso	INFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE.		
FICHA No	2877777	Lugar	
Municipio	MONTERIA	Nº Doc. Identificación	
Instructor	BELLA LENGUA M.		
FECHA	05/07/2024	HORARIO	

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Perez Bandy	Valentina.	1041225322	Valentina.
02	Pena Ortiz	Kaffy	1067875759	
03	Lopez negrete	Eliz Karina	1067116431	Elka
04	Arizal cordero	Maria Jose	1067837339	Maria Jose
05	Florez Martinez	Angel Miguel	1026084773	
06	PADILLA RAMIREZ	VALERIE	1138024504	VALERIE P.
07	ortega Anaya	Dayana	1067656511	Dayana
08	Martinez Ubago	Laura Andrea	1067081615	Laura G.
09	Ramos Nieto	Maicoly	1062431477	
10	Padilla Polo	Aura Maria	1067	
11	Vigo Pineda	Alma sofia	1066570004	Alma
12	Vergara Hernandez	Maria Andrea	1067813402	Maria Andrea
13	Diaz Soto	Yiretth Andrea	1061605856	Yiretth Diaz
14	Plaza Romero	Diago Luis	1062433516	Diago
15	Elizabeth Cuñez	Maria Jose	1138273335	
16	Alvarez padilla	Ma Ma Jhoana	1067.866.065	Ma Alvarez
17	Polo Bermudez	Lana Melissa	1067955044	Lana Polo
18	Murillo Correa	Mennifer	1003917415	Mennifer M.
19	Suarez Urango	Dayna GABRIELA	1002342288	Dayna Suarez
20	Lenon Nobles	Yesica Fernanda	1062965231	Yesica Lenon
21	Cogollo Martinez	Keyla andrea	1003901102	Keyla Cogollo
22	Padilla Perez	Mariana Lucia	1067956307	Mariana P.
23	Llego Galvan	Maria Alejandra	1148436258	Maria Llego
24	Maria Mora	Luis felipe	1061864038	
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR BELLA LENGUA M.

Powered by CamScanner

Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:	MHjarestre	JOSE ANASTASIO RESTREPO CASTELLANOS
Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:	36-02-00-023-952310	CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA-CORDOBA
Fecha y Hora Generación Reporte:	viernes, 31 de mayo de 2024	

Comisión Servicio al Interior del País - Tramite - Inicial

Solicitud de Comisión No.	35924	**Fecha Solicitud**	2024-05-28	**Estado de la Comisión**	Autorizada	**Unidad Ejecutora o Subunidad - 36-02-00-023-952310 CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA-CORDOBA**		
Tipo de Comisión	Servicio	**Fecha Aut./ Rech.**	2024-05-31	**Genera Viáticos**	SI	**Genera gastos de viaje**	Si	**Requiere Pasajes Aéreos** NO
Transporte por Vía	Terrestre	**Área u Oficina**	CENTRO COMERCIO			**Tipo de trámite**	Inicial	**Comisión Inicial**

CDP de viáticos

Consecutivo CDP	9024	**Dependencia Solicitante**		952345 CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA-CORDOBA - SERVICIOS PRESTADOS A LA FORMACION	
Rubro Presupuestal de Viaticos		C-3603-1300-19-708020-3603025-02 - ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL - FORTALECIMIENTO DE LOS SERVICIOS PARA LA ATENCIÓN INTEGRAL DE LA POBLACION DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y DE LA ECONOMÍA POPULAR NACIONAL	**Rubro Presupuestal de Gastos de Viaje**	C-3603-1300-19-708020-3603025-02 - ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL - FORTALECIMIENTO DE LOS SERVICIOS PARA LA ATENCIÓN INTEGRAL DE LA POBLACION DE LA ECONOMÍA CAMPESINA Y DE LA ECONOMÍA POPULAR NACIONAL	

Nombre	Tipo y Número de Documento	Cargo	Estado	Fecha Inicial Comisión	Fecha final Comisión	Dpto. / Municipio Origen	Dpto. / Municipio Destino	N°. Días	Pernocta Último día Comisión	Porcentaje Pernocta	Total dias	Base de Liquidación	Valor Viático Diario	Valor Total Viáticos	Valor Gastos de Viaje	Valor total a pagar	Objeto de la Comisión por Tercero

MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO

Firmado digitalmente por: MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
Serial del certificado: 5540827336374662968
Entidad: Persona Juridica
Unidad Organizacional: SUBDIRECCION DE OPERACIONES
Hora de firma: 2024/05/31 09:21:56 -05:00

Este documento se encuentra firmado digitalmente de acuerdo a los lineamientos legales definidos en la ley 527 de 1.999 y sus decretos reglamentarios. Por lo tanto, el original de este documento se encuentra en formato electrónico y goza de autenticidad, integridad y no repudiación. Los certificados digitales de firma del presente documento se han emitido por una entidad de certificación digital Abierta de confianza.

Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:	MHjarestre	JOSE ANASTASIO RESTREPO CASTELLANOS
Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:	36-02-00-023-952310	CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA-CORDOBA
Fecha y Hora Generación Reporte:	viernes, 31 de mayo de 2024	

BELLA CLARETH LENGUA MIRADA	CC: 1064982409	INSTRUCTOR CONTRATISTA	Autorizada	2024-06-17	2024-06-17	CORDOBA / MONTERIA	CORDOBA / LORICA	0,5	No	50	2	4.465.645,00	252.390,00	504.780,00	128.000,00	632.780,00	IMPARTIRFORMACIÓNPROFESIONALINTEGRALENELMARCODELPROGRAMAOFERTAREGULAR,TITULADAYCOMPLEMENTARIAPRESENCIALYVIRTUALENLAESTRATEGIACAMPESENADELCENTRODECOMERCIOINDUSTRIAYTURISMODELSENAREGIONALCÓRDOBA. PROGRAMA CAMPESENA
				2024-06-18	2024-06-18	CORDOBA / MONTERIA	CORDOBA / LORICA	0,5	No	50							
				2024-06-24	2024-06-24	CORDOBA / MONTERIA	CORDOBA / LORICA	0,5	No	50							
				2024-06-25	2024-06-25	CORDOBA / MONTERIA	CORDOBA / LORICA	0,5	No	50							
											Totales Solicitud de Comisión			**504.780,00**	**128.000,00**	**632.780,00**	

OBJETO DE LA COMISIÓN
IMPARTIRFORMACIÓNPROFESIONALINTEGRALENELMARCODELPROGRAMAOFERTAREGULAR,TITULADAYCOMPLEMENTARIAPRESENCIALYVIRTUALENLAESTRATEGIACAMPESENADELCENTRODECOMERCIOINDUSTRIAYTURISMODELSENAREGIONALCÓRDOBA. PROGRAMA CAMPESENA

ORDENADOR DEL GASTO					
Identificacion:	78016897	Nombre:	JOSE ANASTASIO RESTREPO CASTELLANOS	Cargo:	SUBDIRECTOR CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA

VISTO BUENO JEFE INMEDIATO			
Nombre:	""	Cargo:	""

Este documento se encuentra firmado digitalmente de acuerdo a los lineamientos legales definidos en la ley 527 de 1.999 y sus decretos reglamentarios. Por lo tanto, el original de este documento se encuentra en formato electrónico y goza de autenticidad, integridad y no repudiación. Los certificados digitales de firma del presente documento se han emitido por una entidad de certificación digital Abierta de confianza.

Documento de Autorización, Reconocimiento y Ordenación de Pago Comisión al Interior del País

Usuario que Genera Reporte:	MHjarestre	JOSE ANASTASIO RESTREPO CASTELLANOS
Unidad ó Subunidad que Genera Reporte:	36-02-00-023-952310	CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA-CORDOBA
Fecha y Hora Generación Reporte:	viernes, 31 de mayo de 2024	

Firma Responsable

Verificado Por:	CRISTOBAL JOSE ARRIETA HERNANDEZ	Fecha Verificación:	30/05/2024 17:39:20

Firmado digitalmente por:
Nombre: JOSE ANASTASIO RESTREPO CASTELLANOS
Cédula de ciudadanía: 78016897
Usuario SIIF: MHjarestre
31/05/2024 9:22:21 a. m.

Este documento se encuentra firmado digitalmente de acuerdo a los lineamientos legales definidos en la ley 527 de 1.999 y sus decretos reglamentarios. Por lo tanto, el original de este documento se encuentra en formato electrónico y goza de autenticidad, integridad y no repudiación. Los certificados digitales de firma del presente documento se han emitido por una entidad de certificación digital Abierta de confianza.

FORMATO INFORME LEGALIZACION DESPLAZAMIENTO - CONTRATISTA

CIUDAD Y FECHA 5 JULIO 2024

PRESENTADO A: JORGE GOMEZ BEDOLLA

ORDEN DE VIAJE No: 35924	**FECHA DE INICIO:**	**FECHA DE FINALIZACION:**
	17 JUNIO 2024	**25 JUNIO 2024**
LUGAR A DONDE REALIZÓ EL DESPLAZAMIENTO LORICA	**REGIONAL / CENTRO DE FORMACION**	**OTRA: (ciudad)**
	CORDOBA / CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO.	

OBJETIVO DEL DESPLAZAMIENTO:
IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA OFERTA REGULAR, TITULADA Y COMPLEMENTARIA PRESENCIAL Y VIRTUAL EN LA ESTRATEGIA CAMPESENA DEL CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DEL SENA REGIONAL CÓRDOBA. PROGRAMA CAMPESENA.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

Día 1: 17/06/2024

Desplazamientos ruta de ida: MONTERÍA – LORICA (VEREDA SITIO NUEVO)

Medio de transporte: terrestre.

Actividad a ejecutar: Impartir formación en el proceso formativo – FORTALECMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES: Ficha 3004786- 2981992

Desplazamientos Ruta de regreso: LORICA – MONTERÍA

Día 2: 18/06/2024

Desplazamientos ruta de ida: MONTERÍA – LORICA (VEREDA SITIO NUEVO)

Medio de transporte: terrestre.

Actividad a ejecutar: Impartir formación en el proceso formativo – FORTALECMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES: Ficha 3004786- 2981992

Desplazamientos Ruta de regreso: LORICA – MONTERÍA

Día 3: 24/06/2024

Desplazamientos ruta de ida: MONTERÍA – LORICA (VEREDA SITIO NUEVO)

Medio de transporte: terrestre.

Actividad a ejecutar: Impartir formación en el proceso formativo – FORTALECMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES: Ficha 3004786- 2981992

Desplazamientos Ruta de regreso: LORICA – MONTERÍA

Día 4: 25/06/2024

Desplazamientos ruta de ida: MONTERÍA – LORICA (VEREDA SITIO NUEVO)

Medio de transporte: terrestre.

Actividad a ejecutar: Impartir formación en el proceso formativo – FORTALECMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES: Ficha 3004786- 2981992

Desplazamientos Ruta de regreso: LORICA – MONTERÍA

RESULTADOS:

De acuerdo al proceso formativo impartido se espera alcanzar:

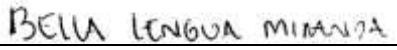
1. APLICAR EL COMPORTAMIENTO COMERCIALIZADOR DE ACUERDO CON REFERENTES CONCEPTUALES Y RETOS PERSONALES Y PRODUCTIVOS.
2. DETERMINAR RETO DE INNOVACIÓN DE ACUERDO CON MOTIVACIONES Y POTENCIALIDADES DEL ENTORNO
3. DISEÑAR PROTOTIPO COMERCIALIZADORES DE ACUERDO CON TÉCNICAS DE VALIDACIÓN.

EVIDENCIAS O SOPORTES: **Enuncie los archivos que soportan estos resultados y anexe lo correspondiente en este Informe**

1. **Soportes de transporte**
2. **Evidencias fotográficas**
3. **Actas y/o listados de asistencia**

COMPROMISOS		
ACTIVIDAD	**RESPONSABLE**	**FECHA**

CONCLUSIONES: Se desarrollaron satisfactoriamente los procesos formativos

DATOS DEL CONTRATISTA	
NOMBRE Y APELLIDO	**FIRMA**
BELLA CLARETH LENGUA MIRANDA	

VISTO BUENO SUPERVISOR		
CARGO DEL SUPERVISOR	**NOMBRE Y APELLIDO SUPERVISOR**	**FIRMA**
COORDINADOR DE BILINGUISMO	JORGE GOMEZ BEDOLLA	

ANEXO N°1 ASISTENCIAS AL PROCESO FORMATIVO

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso: Fortalecimiento en comercialización de productos y servicios rurales.				
FICHA No. 3004786				
Municipio: Lorica. Vereda Sinco nuevo'			Lugar:	
Instructor: BELLA LENGUA MIRANDA			Nº.Doc. Identificación	1064982409
FECHA:	17/06/2024	HORARIO:		

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Dalis castro		1064366640	Dalis castro
02	Anaya Martinez	Angelis	1.068.577.847	Angelis
03	perez pena	Paola	1067881007	Paola P.
04	Zarate castro	Paola Andrea	1064012766	
05	Jimenez Cogollo	Leidy	1010058744	Leidy Jimenez
06	Begambre Gonzalez	Fernando Josb	1067822488	Fernando
07	Barba Santos	LEIBYS		Leicys
08	Canano Bruno	Luis miguel	1064984431	
09	Mendoza Martinez	Maria Mercedes	1064931612	Maria
10	YELA MARTINEZ	YAMILA	1064821S	
11	Cuadrado Aguirado	Luis Angel	1068576976	Luis C.
12	Jose Flores	Jose Flo.	1064 [illegible]	
13	YESELI ROMAEL			
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR: BELLA LENGUA M.

Powered by CamScanner

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso: Fortalecimiento en comercialización de productos y servicios rurales.			
FICHA No. 304786			
Municipio: Loma Verde sitio nuevo.		Lugar:	
Instructor: BELA LENGUA MIRANDA		Nº.Doc. Identificación	1064984409
FECHA:	19/06/2014	HORARIO:	

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Paula Andrea Zapata	Castro	1070812766	
02	Jimenez Cogollo	Leidy	1010058744	Leidy Jiménez C.
03	castro fragoso	Dalis	1064806670	Dalis castro
04	Perez Pena	Paola	1064881007	Paola P.
05	Anaya Martinez	Angelis	1068577817	Angelis
06	Begambre Gonzalez	Fernando Jose	1067822788	Fernando
07	Barba Santos	Leidys		Leidys B
08	Cuadrado Arcemedo	Luis Angel	1068570970	
09	Camargo Brito	Luis miguel	1064984431	
10	VELA MARTINEZ	VANESSA	1064984409	
11	JULIAN BEGAMBRE			
12	Jorge Luis Torres	Jorge luis Flores	1067822788	
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR: BELA LENGUA M.

Powered by CamScanner

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso: Fortalecimiento en comercialización de productos + servicios.			
FICHA No. 3004786.			
Municipio: Lorica verdeo sinonuevo.		Lugar:	
Instructor: BELA LENGUA MIRANDA		Nº.Doc. Identificación	1064982409
FECHA:	24/06/2019	HORARIO:	

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Anaya Martinez	Angelis	1068577847	Angelis
02	Perez Pena	Paola	1067881007	Paola Perez
03	Zapata castro	Paula Andrea	[redacted]0812[illegible]	
04	castro Esquivel	Dalis	1064806610	Dalis castro
05	Jimenez Cabello	Leidy	1010058744	Leidy Jimenez C.
06	Begambre Gonzalez	Fernando Jose	1067822988	Fernando
07	Barba Santos	Leidys		Leidys
08	Camaro Bruno	Luis miguel	1064984431	
09	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
10	Cuadrado Arguedas	Luis Angel	1068576920	
11	Jorge Florez	[illegible]	[illegible]	
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR: BELA LENGUA MIRANDA

Powered by CamScanner

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso: Fortalecimiento en comercialización de productos y servicios rurales			
FICHA No. 3004786			
Municipio: Lorica - Vereda Sitio nuevo.		Lugar:	
Instructor: BELA LENGUA MIRANDA		N°.Doc. Identificación	1064984409
FECHA:	25/06/2024. HORARIO:		

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Perez Peña	Paola	1067881009	Paola P.
02	Anaya Martinez	Angelis	1068577314	Angelis
03	Castro Estudiantil	Dalis	1064306676	Dalis Castro
04	Zapata Castro	Paula Andrea	1070812766	
05	Leidy Jimenez Cogollo		1060058744	Leidy Jimenez
06	Begambre Gonzalez	Juan jose	1063401115	Juan Begambre
07	Begambre Gonzalez	Fernando Jose	1067822488	Fernando B
08	Mendoza Martinez	Monica Mercedes	1001931612	
09	Barba Santos	Leicys	1064984409	Leicys
10	VEGA MARTINEZ VANESSA	VANESSA	1064921215	
11	Cuadrado Arquimedes	Luis Angel	1068576970	
12	Camargo Bruno	Luis miguel	1064984431	
13	Jorge Flores	Flores	1067884	
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR: BELA LENGUA MIRANDA

Powered by CamScanner

ANEXO N°2 FOTOGRAFIAS DEL PROCESO FORMATIVO

SALIDA

ANEXO N°3 SOPORTE DE TRANSPORTE

SOTRACOR
Sociedad Transportadora de Córdoba
NIT: 891.000.093-8
Calle 37 Nº 1b-42 Tel.: 7822413 Moteria

TARIFA $16.000.

TIQUETE Nº 0614

Origen	Destino
Montería	Lorica.

DÍA	MES	AÑO	HORA DE SALIDA:	BUS Nº
17	06	24	05:00.	381.

NOMBRE: Bella Lengua

C.C Nº: 1064982469

FIRMA DESPACHADOR

SOTRACOR
Sociedad Transportadora de Córdoba
NIT: 891.000.093-8
Calle 37 Nº 1b-42 Tel.: 7822413 Moteria

TARIFA $16.000

TIQUETE Nº 0615

Origen	Destino
Lorica	Montería

DÍA	MES	AÑO	HORA DE SALIDA:	BUS Nº
17	06	24	14:00.	590

NOMBRE: Bella lengua

C.C Nº: 1064982469

FIRMA DESPACHADOR

Powered by CamScanner

SOTRACOR
Sociedad Transportadora de Córdoba
NIT: 891.000.093-8
Calle 37 Nº 1b-42 Tel.: 7822413 Moteria

TARIFA $16.000

TIQUETE Nº 0616

Origen	Destino
Montería	Lorica.

DÍA	MES	AÑO	HORA DE SALIDA:	BUS Nº
18	6	24	5:00 am	123

NOMBRE: Bella Lengua

C.C Nº: 1064982469.

FIRMA DESPACHADOR

SOTRACOR
Sociedad Transportadora de Córdoba
NIT: 891.000.093-8
Calle 37 Nº 1b-42 Tel.: 7822413 Moteria

TARIFA $16.000

TIQUETE Nº 0617

Origen	Destino
Lorica.	Montería

DÍA	MES	AÑO	HORA DE SALIDA:	BUS Nº
18	06	24	14:00.	190

NOMBRE: Bella Lengua

C.C Nº: 1064982469

FIRMA DESPACHADOR

Powered by CamScanner

SOTRACOR
Sociedad Transportadora de Córdoba
NIT: 891.000.093-8
Calle 37 Nº 1b-42 Tel.: 7822413 Montería

TARIFA $16000

TIQUETE Nº 0618

Origen	Destino
Montería	Lorica

DÍA	MES	AÑO	HORA DE SALIDA:	BUS Nº
24	06	24	5:00 am	091

NOMBRE: Bella Longui

C.C Nº: 1064982 469

FIRMA DESPACHADOR

SOTRACOR
Sociedad Transportadora de Córdoba
NIT: 891.000.093-8
Calle 37 Nº 1b-42 Tel.: 7822413 Montería

TARIFA $16.000

TIQUETE Nº 0699

Origen	Destino
Lorica	Montería

DÍA	MES	AÑO	HORA DE SALIDA:	BUS Nº
24	06	24	14:00	08

NOMBRE: Bella Longui

C.C Nº: 1064 982 499

FIRMA DESPACHADOR

Powered by CamScanner

SOTRACOR
Sociedad Transportadora de Córdoba
NIT: 891.000.093-8
Calle 37 Nº 1b-42 Tel.: 7822413 Montería

TARIFA
$16.000.

TIQUETE Nº 0619

Origen	Destino
Montería.	Lorica.

DÍA	MES	AÑO	HORA DE SALIDA:	BUS Nº
25	6	24	5:00 am	144

NOMBRE: Bella beyseri

C.C Nº: 1064982469

FIRMA DESPACHADOR

SOTRACOR
Sociedad Transportadora de Córdoba
NIT: 891.000.093-8
Calle 37 Nº 1b-42 Tel.: 7822413 Montería

TARIFA
$16.000

TIQUETE Nº 0620

Origen	Destino
Lorica	Montería

DÍA	MES	AÑO	HORA DE SALIDA:	BUS Nº
25	6	24	14:00	781

NOMBRE: Bella beyseri

C Nº: 1064982469

FIRMA DESPACHADOR

Powered by CamScanner

EVIDENCIAS

Ficha 2877727 Información y servicio al cliente

Ficha 2877633 Asesoría comercial

Ficha 2877549 Asesoría comercial

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: BELLA CLARETH LENGUA MIRANDA

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

FECHA INICIAL: 01/07/2024 00:00:00

FECHA FINAL: 31/07/2024 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2877549 - 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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO 3C/144H

RA2 EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 1C/48H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO 1C/48H

RA2 PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN 3C/144H

• 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
• 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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 23,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2877727 - INFORMACION Y SERVICIO AL CLIENTE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES Y USUARIOS EN EL CONTACT CENTER, SEGÚN ESTÁNDARES ESTABLECIDOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR CON CLIENTES DE ACUERDO CON SUS NECESIDADES Y CON LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIA DE SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROCESAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROVEER SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE CONTACT CENTER BPO O INHOUSE, SEGÚN SOLICITUDES Y PROCEDIMIENTOS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 31,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 3004786 - FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Negociar portafolio de acuerdo con categoría de producto o servicio

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

26010107101 DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA APLICARLAS EN LA NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS PERFILES DE LOS CLIENTES.

26010107102 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS, DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN EN UN MERCADO ESPECÍFICO.

26010107103 ANALIZAR EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTAS, LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

26010107104 DEFINIR ACTIVIDADES DE MEJORA EN EL PROCESO DE VENTA EN LA NEGOCIACIÓN, DE ACUERDO A LOS PERFILES DE LOS CLIENTES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2877633 - 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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO 3C/144H

RA2 EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 1C/48H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO 1C/48H

RA2 PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN 3C/144H

• 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
• 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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	39,90

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	135,70

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: BELLA CLARETH LENGUA MIRANDA

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