PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Ciudad y Fecha: Santa Marta, ABRIL 2020

Señor
CARLOS ANDRES GAMEZ
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.1359807
Coordinador Academico
Centro de Logistica Y promoción Ecoturistica del Magdalena
Santa Marta

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual periodo ABRIL del año 2020

Referencia: No CO1.PCCNTR. 1359807 **del año 2020**

JAVIER MATIA GAMARRA PARRA, identificado con la cédula de ciudadanía No. 77.097.305 de VALLEDUPAR, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro de Logistica Y promoción Ecoturistica del Magdalena, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el periodo de ABRIL.

Valor y forma de Pago: Se fija como valor total para el contrato la suma de TREINTA Y SEIS MILLONES SEIS MIL CUATROCIENTOS VEINTICINCO PESOS M/CTE ($36.006.425). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un primer pago correspondiente al mes de febrero de 2020 por valor de DOS MILLONES QUINIENTOS VEINTISEIS MIL SETECIENTOS SESENTA Y SIETE PESOS M/CTE ($2.526.767) b) Ocho (08) pagos iguales por los meses de marzo a octubre de 2020, por valor de TRES MILLONES SETECIENTOS NOVENTA MIL CIENTO CINCUENTA PESOS M/CTE ($3.790.150) cada uno. c) Un último pago por el mes de noviembre por valor de TRES MILLONES CIENTO CINCUENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y OCHO PESOS M/CTE ($3.158.458).

Plazo: Será hasta el 25 de Noviembre de 2020.

OBJETO:
Prestar los servicios personales de carácter temporal, como instructor para impartir formación profesional integral presencial en el marco del Programa de Articulación con la Media- Doble Titulación del Centro de Logística y Promoción Ecoturística Regional Magdalena en la especialidad de VENTAS.

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Orientar la formación de aprendices en el área, en las competencias, los resultados de aprendizaje y las actividades de los proyectos de formación programados, dentro de los tiempos que, para cada acción, se determine por parte del centro de formación.	Impartir formación profesional integral virtual a las fichas: 2061895, 2061899, 1854490, 1854505 del programa Técnico en asesoría comercial	Plataforma territorium anexo 1

2	Planear y ejecutar el desarrollo curricular del programa (s) que se le asignen durante la ejecución de su contrato (Proyecto de formación, Planeación pedagógica y los recursos didácticos que incluyen guía de aprendizaje, material de apoyo a la formación e instrumentos de evaluación).	Elaboración y montaje de la planeación pedagógica equipo de área de asesoría comercial	Planeación pedagógica Anexo 4
7	Asociar los aprendices a la ruta de aprendizaje en el aplicativo institucional una vez el aspirante esté en estado matriculado y verificar con el reporte que todos aparezcan en formación	Se asocian aprendices a las diferentes rutas de aprendizaje del programa de formación asesorías comerciales en el programa Doble titulación. Fichas 2061895, 2061899	Sofia Plús.
9	Usar y gestionar las diferentes plataformas tecnológicas institucionales de apoyo académico y administrativo relacionado con su rol, actualizando y registrando de manera veraz y oportuna cada una de las acciones que integran el proceso formativo	Capacitación virtual en manejo plataforma territortium Inscripción curso de integración de herramientas tecnológicas en la enseñanza y aprendizaje Ficha de Caracterización: 2089891.	Plataforma territorium
11	Participar en los equipos, grupos, comités, proyectos y demás instancias institucionales que lo requieran.	Asistir a reunión virtuales con el Señor Subdirector, Coordinador Académico y Líder del programa e instructores del área.	Asistencia a las reuniones en maicrosoft teams anexo 2
16	Apoyar los procesos de Aseguramiento de la calidad cuando la entidad lo requier	Utilizar los formatos emitidos por el SIGA	Formatos SIGA
23	Incorporar las tendencias tecnológicas, pedagógicas y de gestión a las estructuras curriculares por competencias laborales de las diferentes acciones de formación profesional	Participar en las capacitaciones virtuales para el manejo de la plataforma territorium	asistencia a las capacitaciones en la plataforma territorium anexo 3
26	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato.	Presentar informe mensual del mes de abril 2020. Pago aportes sociales mes de marzo de 2020.	informe y cuenta de Cobro. Pago Planilla 4329334455 correspondiente mes de marzo de 2020.

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

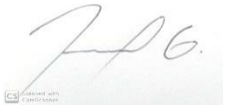
ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				
2.				

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

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. de la planilla 4329334455 de la planila de ACH SOI, correspondiente al mes de MARZO 2020. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en ( ) folios

Cordialmente,

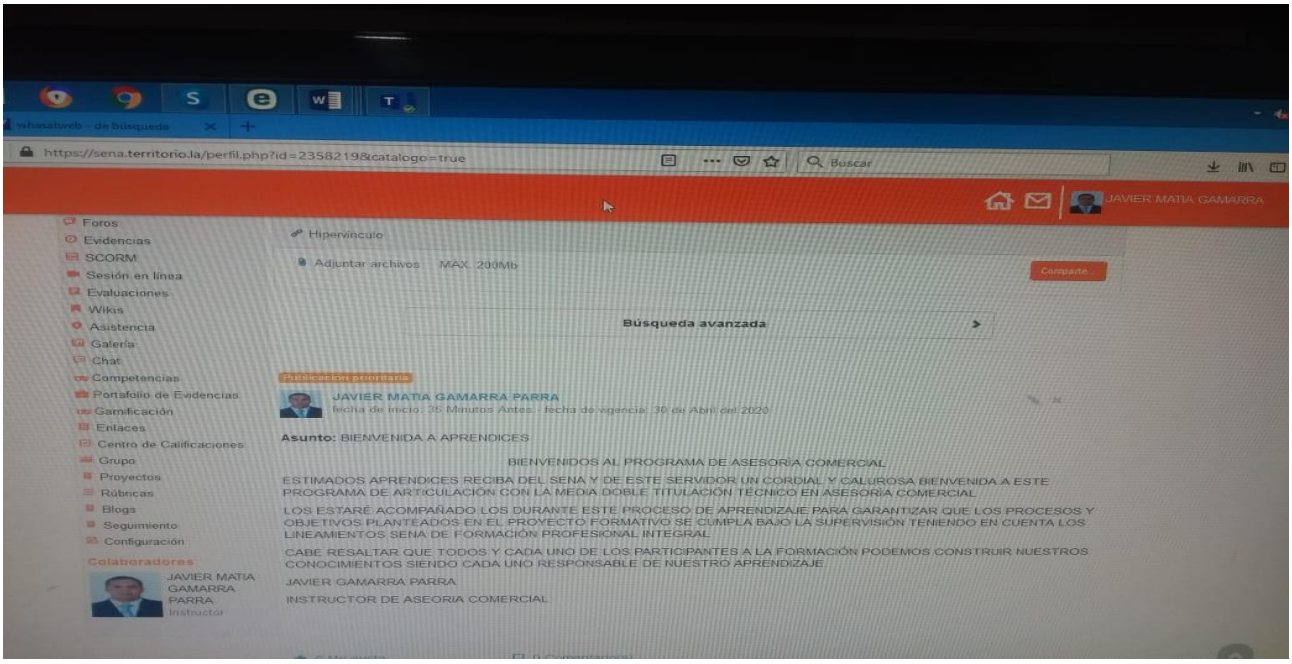


Firma
JAVIER MATIA GAMARRA PARRA
Contratista
C.C. No. 77.097.305 DE VALLEDUPAR

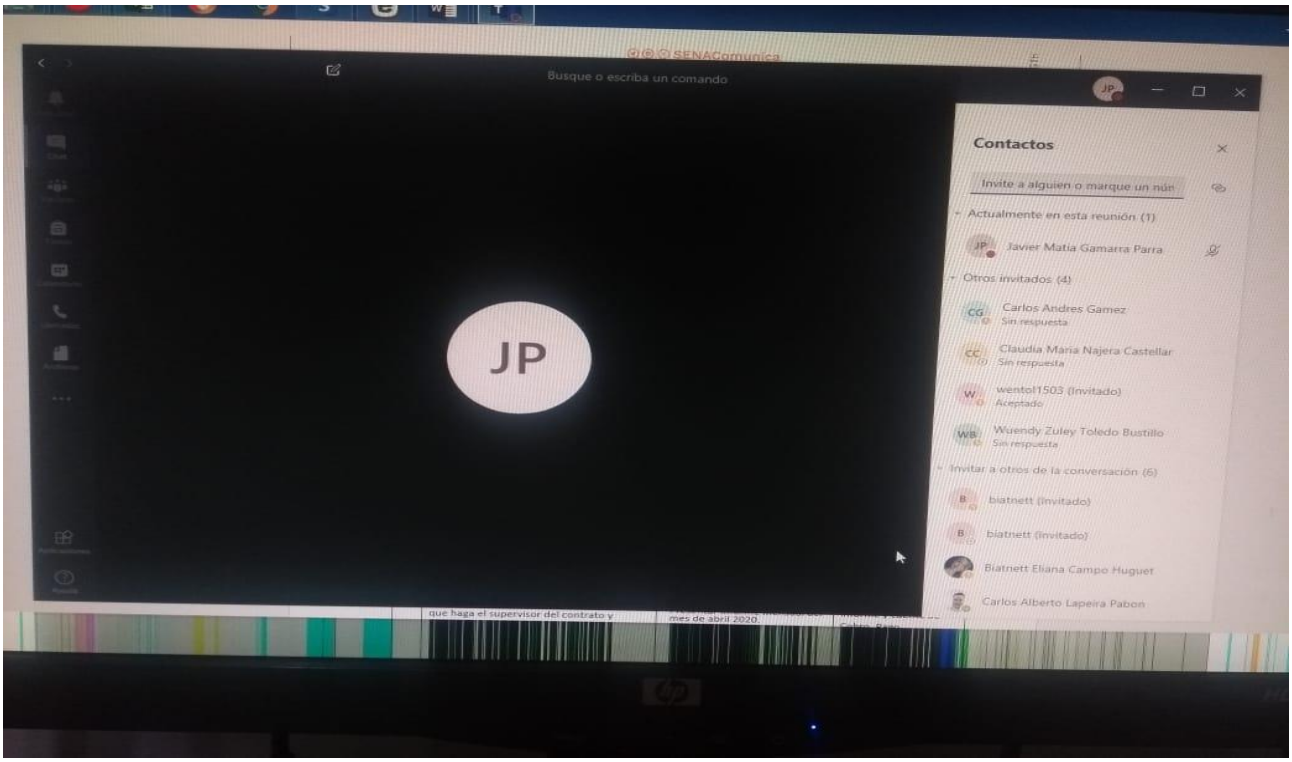
Recibí a satisfacción:

Firma
Carlos Andres Gamez
Supervisor(a) Contrato . CONTRATO No. CO1.PCCNTR.1359807 DEL 2020
Coordinador Académico

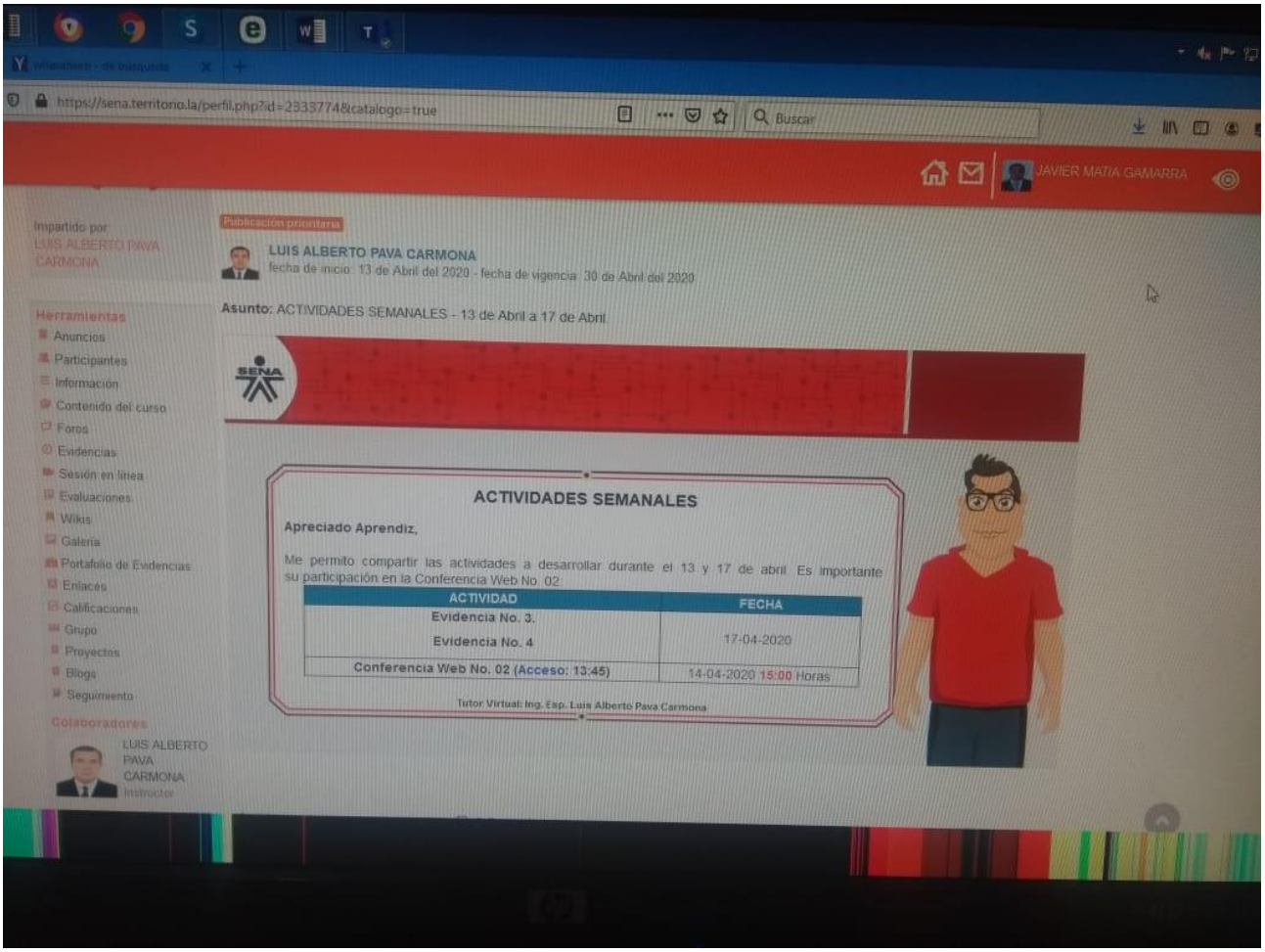
Anexo # 1



Anexo # 2



Anexo # 3



Anexo # 4

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **SISTEMA INTEGRADO DE GESTION** **Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral** PLANEACION PEDAGOGICA DEL PROYECTO FORMATIVO	Versión: 02 Código: GFPI-F-018

CENTRO DE FORMACIÓN:	CENTRO LOGÍSTICO Y ECOTURÍSTICO DEL MAGDALENA	**CIUDAD Y FECHA:**	SANTA MARTA, 27 DE MARZO DE 2020
NOMBRE DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN:	TÉCNICO EN ASESORÍA COMERCIAL	**CÓDIGO DEL PROGRAMA**	631101
NOMBRE DEL PROYECTO:	DESARROLLO DEL PROCESO DE VENTA EN EMPRESAS DEL DEPARTAMENTO DEL I	**CÓDIGO DEL PROYECTO:**	2012977
FASE DEL PROYECTO:	PLANEAR, HACER, VERIFICAR, ACTUAR.	**EQUIPO EJECUTOR**	CLAUDIA NAJERA, JAVIER GAMARRA Y WENDY TOLEDO
No. ID FICHA	2061895,2081899,2081899,2061894,2061893,2061903,2061985	**FECHA DE INICIO:**	3 de Febrero de 2020
		FECHA DE TERMINACIÓN:	30 de Noviembre de 2020

ACTIVIDAD DEL PROYECTO	DURACIÓN ACTIVIDAD DE PROYECTO (HORAS)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS	MATERIALES DE FORMACIÓN		INSTRUCTORES RESPONSABLES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
							ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio	DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)				
			SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE	**1. Cognitiva (saber)** Conceptualizar los párametros a tener en cuenta para la caracterización de los clientes actuales y potenciales con base en la segmentación del mercado. - Reconocer las variables del marketing mix según productos y servicios ofertados por la organización - Reconocer elementos de la cultura emprendedora para nuevas ideas de negocio	15	1, Cuestonario 2,Conversatorio 3, Sopa de Letras 4,Mapa Mental 5,}Respuesta a preguntas 6,Explicación magistral	AULA DE APRENDIZAJE	Computadores	1 VIDEO BEAM, 1 PAQUETE DE 5 HOJAS POR EQUIPO DE TRABAJO.		1. Selecciona clientes de la organización teniendo en cuenta herramientas de análisis. 2 Elabora segmentación	**Evidencia de conocimiento:** Respuesta a preguntas sobre caracterización de clientes Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: Cuestionario **Evidencia de Producto:** Caracterización de Clientes Tecnica de Evaluación: Valoración de producto Instrumento de evaluación:	

Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado seleccionado	100	**PROSPECTAR CLIENTES DE ACUERDO CON LOS SEGMENTOS OBJETIVO Y ESTRATEGIA DE VENTAS**	**ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO**	**2. Motriz Psicomotor(Hacer-Capaciadades)** Aplicar la segmentación y el estudio de mercado según las necesidades del sector.	15	1, Sociodrama-SEGMENTACIÓN DE MERCADO 2, Juego de Roles	AULA DE APRENDIZAJE	Computadores Televisor Impresora Laser Tablero Acrílico	MONTAJE EXPOSICIÓN LIBRE POR CADA EQUIPO.		2.Elabora segmentación de clientes de acuerdo con producto o servicio ofertado	Lista de Verificación **Evidencia de Desempeño:**Video de exposición, sociodrama y juego de roles. Tipos de clientes y criterios del marketing Tecnica de Evaluación: Lista de criterios Instrumento de evaluación: Check list
				3. Vivencial (Subjetivo-Ser) Explicar los tipos de clientes según los criterios del marketing	20	1.Exposición didáctica	AULA DE APRENDIZAJE					
			PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN	**1. Cognitiva (saber)** Identificar los tipos de clientes según el portafolio de la organización.	10	1.Mapa conceptual	AULA DE APRENDIZAJE	Computadores Televisor Impresora Laser Tablero Acrílico	35 COMPUTADORES, 1 RESMA, 1 LAPICERO POR APRENDIZ		1.Identifica prospectos de clientes según criterios de segmentación-2.Evalúa el proceso de prospección de clientes de acuerdo con técnicas de evaluación 3.Propone acciones de mejora a la prospección de clientes de acuerdo con objetivos organizacionales	**Evidencia de conocimiento:** Análisis de tipos de clientes y portafolio empresarial. Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: Conceptos utilizados en mapa conceptual. **Evidencia de Producto:** Informe comercial y uso de CRM Tecnica de Evaluación: Valoración de producto Instrumento de evaluación: Lista de Verificación **Evidencia de Desempeño:**socialización y juego de roles. Atributos y beneficios de los productos. Tecnica de Evaluación: Lista de criterios Instrumento de evaluación: Check list
				2. Motriz Psicomotor(Hacer-Capaciadades) - Realizar un informe de prospección de acuerdo a los objetivos comerciales de la empresa. - Estructurar bases de datos con clientes potenciales utilizando herramientas de la tecnología, la información y la comunicación según segmento de mercado - Realizar caracterización	25	1, Informe comercial 2, Simular un CRM (cualquier herramienta ofimática)	AULA INFORMÁTICA					

				3. Vivencial (Subjetivo-Ser) Proporcionar acciones de mejoras de clientes según los objetivos organizacionales.	15	1.Socialización2.Juego de Roles	CAMPO LIBRE					
Vender productos y servicios teniendo en cuenta los requerimientos de los clientes	100	**VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y**	**ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DE ACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO**	**1. COGNITIVA (SABER)** - Caracterizar atributos de los productos teniendo en cuenta los tipos de clientes.- Reconocer el proceso de la venta de productos y servicios según necesidades de la empresa Identificar solicitudes de los clientes teniendo en cuenta políticas de la organización.	10	1.Video para identificar manejo de conceptos.2.Respuesta a preguntas 3. Panel de discusión 4.Juegos didacticos 5. Informe Investigación	AULA DE APRENDIZAJE	Computadores Televisor Impresora Laser Tablero Acrílico, video beamd.	PAPEL COMETA, PLASTILINA, COLORES. MARACDORES, PAPEL BOND, COLBÓN, PAPEL SILUETA.	**CLAUDIA NAJERA, JAVIER GAMARRA Y WENDY**	1.Determina las necesidades y deseos del cliente según segmento de mercado 2.Reconoce los productos y servicios a partir del portafolio comercial	**Evidencia de conocimiento:** Cuestionario, respuestas diseñadas, análisis investigativo. Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: Respuetas, estructura del informe de investigación, rúbricas. **Evidencia de Producto:** Desarrollo del pensamiento crítico del caso de estudio y capacidad de interpretar los conceptos. Instrumento de evaluación: Rúbrica **Evidencia de Desempeño:** Conversatorio Tecnica de Evaluación: spot comercial Instrumento de evaluación: Check list
				2. MOTRIZ PSICOMOTOR (HACER-CAPACIDADES) Desarrollar propuesta comercial según las condiciones exigidas.	20	1.Estudio de Caso y representación en un juego de roles.	AULA DE APRENDIZAJE					
				3, VIVENCIAL (SUBJETIVO-SER) Interpretar las objeciones de los clientes haciendo uso de las TIC	20	1.Conversatorio	AULA DE APRENDIZAJE					

		OBJETIVOS COMERCIALES	**EFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN**	**1. COGNITIVA (SABER)** Identificar las necesidades y prefernciasdel cliente teniendo en cuenta las condiciones comerciales.	15	1.Cine Foro	AULA DE APRENDIZAJE		CARTÓN, MADERA, TELA, PINTURA, MARCADORES.	**T O L E D O**	1.Utiliza herramientas ofimáticas para la elaboración de la propuesta comercial según requerimientos de la organización 2.Demostrar funciones y características del producto o servicios para la venta según necesidades del cliente 3.Aplica técnicas de exhibición teniendo en cuenta el producto ofertado interactúa con el cliente teniendo en cuenta protocolo de servicio	**Evidencia de conocimiento:** Respuesta a preguntas sobre Venta, exhibición, merchandising, demostración productos y transacciones comerciales según la película presentada. Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: Cuestionario **Evidencia de Producto**: Diseño de la exhibición de um producto Tecnica de Evaluación: Observación Sistemica Instumento de Evaluación: Lista de Chequeo**Evidencia de Desempeño:** Evento Promocional Tecnica de Evaluación: Observación Sistemica Instumento de Evaluación: Lista de Chequeo	
				2. MOTRIZ PSICOMOTOR (HACER-CAPACIDADES) Realizar técnicas de exhibición de productos y servicios para captacion de cliente	20	1.Modelo de exhibición Comercial	AULA DE APRENDIZAJE					
				3.MOTRIZ PSICOMOTOR (HACER-CAPACIDADES) Asociar las condiciones comerciales con la exhibición comercial según las técnicas de visual merchandising.	15	1.Feria Comercial	AMBIENTE ABIERTO(SUJETO A DISPONIBILIDAD)					
			DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO	**1. Cognitiva (saber)** Identificar acciones o parametros para verificar la experiencia del cliente con el	20	1.Mesa redonda	AULA DE APRENDIZAJE				1.Atiende las solicitudes de los clientes teniendo en cuenta políticas de servicio 2.Maneja respuesta a clientes según requerimientos de la organización 3.Presenta informe de	**Evidencia de conocimiento:** Ensayos, análisis de casos. Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: lista de temas. **Evidencia de Producto:** Proyectos investigativos, resoluciones de casos, creaciones didácticas, exposiciones, debates Instumento de Evaluación: Lista de Chequeo	
				2. Motriz Psicomotor(Hacer-Capaciadades) Seleccionar y organizar canales de comunicación	15	1.Socializacion 2.Lluvia de ideas 3.Exposiciones						

			SERVICIO	**3. Vivencial (Subjetivo-Ser)** Validar las acciones de mejora en el servicio al cliente postventa para su fidelización.	15	Exposiciones Juego de roles Estudio de Casos					3.Presenta informe de trazabilidad de servicio según políticas de la organización	Lista de Chequeo. **Evidencia de Desempeño:** Exposiciones, manejo de temas en juego de roles, análisis del estudio de caso. Tecmica de Evaluación: Satisfacción de clientes. Instrumento de Evaluación: Rúbrica	
Verificar los resultados del informe de seguimiento a clientes teniendo en	145	**MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO**	**EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN**	**1. Cognitiva (saber**)Seleccionar los canales de contacto con el cliente para que cumplan con los requerimientos de investigación o postventa .	15	1.Lluvia de ideas 2.Mesa redonda	AULA DE APRENDIZAJE	36 Computadores 1 Televisor 1 Impresora Laser 1 Tablero Acrílico	3 MARCADORES BORRABLES 3 RESMAS DE PAPEL TAMAÑO CARTA 3 RESMA DE PAPEL TAMAÑO OFICIO 1 BORRADOR PARA TABLERO		1.Elabora informe posventa con base en la experiencia con el cliente 2.Propone acciones de mejora del servicio según momentos de verdad críticos	**Evidencia de conocimiento:** Ensayos, análisis de casos. Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: lista de temas. **Evidencia de Producto:** Dominio de tema en expocición, análisis de casos. Plan de mercado. Instumento de Evaluación: Lista de Chequeo. **Evidencia de Desempeño:** Manejo en simulación (video)técnica de Evaluación: Satisfacción de clientes. Instrumento de Evaluación: Rúbrica	
				2. Motriz Psicomotor(Hacer-Capaciadades) Desarrollar las acciones de respuesta del cliente según las politicas implantadas..	10	1.Metodo de casos 2.Exposiciones 3.trabajos colaborativos 4.Plan de mercadeo							
				3. Vivencial (Subjetivo-Ser) Evidenciar que los niveles de satisfacción están acorde con el procedimiento de evaluación y seguimiento a clientes.	25	1.Simulación de satisfacion o inconformidad del cliente en la postventa 2.Foros 3.Mapas concetuales							