

PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Santa Marta, Abril 2020

Señor
CARLOS GÁMEZ
SUPERVISOR CONTRATO No.1359810/2020
Coordinador Académica
Centro de Logística Y promoción Ecoturística del Magdalena
Ciudad

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

Referencia: No 1359810 del año 2020

WUENDY ZULEY TOLEDO BUSTILLO, identificado con la cédula de ciudadanía No. 1.082.889.081 de Santa Marta, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro de Logística Y promoción Ecoturística 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 a 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. 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 MERCADEO.

CLÁUSULA

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1.	Orientar la formación de aprendices en el área, en las	Impartir formación profesional integral en las	Registro plataforma territorium

	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.	fichas: 1854520- 2062071- del programa Técnico en Logística Empresarial.	
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).	<p>Realizar reunión con equipo de trabajo de área de mercadeo y ventas para concertar planeación pedagógica, guía de aprendizaje e instrumentos de evaluación.</p> <p>Realizar revisión de guías de aprendizaje.</p> <p>Recibir capacitación por parte del coordinador académico acerca de la estructura del proyecto formativo.</p>	<p>Fotografía.</p> <p>Proyecto Formativo</p> <p>Registro de ingreso plataforma Microsoft team.</p> <p>Correos electrónicos.</p>
6.	Llevar control de las inasistencias de los aprendices a la formación, registrar en el aplicativo institucional las inasistencias y reportar a la coordinación académica las novedades para aplicación del reglamento del aprendiz.	Verificar asistencias de la fichas 1854520-2062071 para tener el control de los aprendices en la formación.	Registro plataforma territorium.
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	Utilizar plataforma LMS territorium para apoyo académico mediante sus herramientas de aprendizaje para interacción con los aprendices.	Registro plataforma territorium.

	de las acciones que integran el proceso formativo.		
11.	Participar en los equipos, grupos, comités, proyectos y demás instancias institucionales que lo requieran	Asistir a reunión con el Coordinador Académico y con el subdirector del centro para seguir directrices de los planes de trabajo.	Fotografía. Asistencia sesión en línea en plataforma Microsoft Team.
13.	Presentar el reporte de eventos en SOFIA PLUS (Programación con visto bueno del coordinador académico o misional) en los días establecidos por el centro, al supervisor correspondiente y los demás soportes requeridos para la legalización del pago.	Presentar Planeación pedagógica formato GFPI-F-018 y guías de aprendizaje formato GFPI-F-019 e instrumentos de Evaluación validados	Planeación Pedagógica Guías de Aprendizaje
16.	Apoyar los procesos de Aseguramiento de la calidad cuando la entidad lo requiera.	Utilizar los formatos emitidos por SIGA: Planeación pedagógica formato GFPI-F-018 y guías de aprendizaje formato GFPI-F-019 descargados de COMPROMISO	Formatos utilizados GFPI-F-018 y GFPI-F-019.
23	Incorporar las tendencias tecnológicas, pedagógicas y de gestión a las estructuras curriculares por competencias laborales de las diferentes acciones de formación profesional	Capacitación virtual a las teletransferencias relacionado con las herramientas de la plataforma LMS TERRITORIUM SENA. Desarrollo del curso Integración de herramientas tecnológicas para aprendizaje y enseñanza Ficha 2089891	Ingreso plataforma zoom. Portafolio de Evidencias
26.	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato.	Presentar informe mensual Pago aportes sociales mes de Marzo de 2020.	Informe y cuenta de cobro. Pago planilla 9404055004correspondiente 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. 9404055004 de la planilla de aportes sociales, APORTES EN LÍNEA y periodo de Marzo de 2020. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en () folios

Cordialmente,

WUENDY ZULEY TOLEDO BUSTILLO
C.C. No. 1.082.889.081 de Santa Marta

Recibí a satisfacción:

CARLOS ANDRÉS GÁMEZ
Supervisor Contrato 1359810/2020
Coordinador Académico

Programa tu videoconferencia en 5 pasos

Definir en el calendario la fecha y hora en que realizarás tu evento.

Asignar de solo comenzar los roles que realicen durante la presentación en la videoconferencia.

1 Ingresar a SIVE

2 Dirigirse al formulario "Solicitud de videoconferencia", diligenciar los campos y enviar la solicitud

3 Si administrador, verificar la solicitud e informar al usuario la aprobación de la videoconferencia.

4 Si administrador, verificar la solicitud e informar al usuario la aprobación de la videoconferencia.

5 Aprobación

SENA

Eventos Activos

EN VIVO

Título: LINEAMIENTO SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Objetivo: Presentar plan de trabajo y presentar avances

Fecha: 2020-03-17 10:00 AM - 12:00 PM

Canal: 3

EN VIVO

Título: La "Integralidad en la Formación Profesional"

Objetivo: Socializar lineamientos SENA sobre la "Integralidad" en la formación profesional

Fecha: 2020-03-18 08:00 AM - 10:00 AM

Canal: 1

VIDEO

Título: CRM

Objetivo: Capacitar sobre la utilización del CRM

Fecha: 2020-03-19 02:00 PM - 04:00 PM

Calendario de Videoconferencias

Marzo 2020

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
24	25	26	27	28	29	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

Próximos eventos

2020-03-17 04:00 PM - 06:00 PM
CONSEJO EJECUTIVO MESA AUDIOVISUALES

2020-03-18 08:00 AM - 10:00 AM
Atención Grupos Asociativos - Programa SER

2020-03-18 10:00 AM - 12:00 PM
1er Consejo Ejecutivo MS Música

2020-03-18 04:00 PM - 06:00 PM
CONSEJO EJECUTIVO DEPORTES

2020-03-19 08:00 AM - 10:00 AM
Primer Consejo Ejecutivo Agroindustria de la Paneta

2020-03-19 10:00 AM - 12:00 PM
Lineamientos SIGA

2020-03-19 04:00 PM - 06:00 PM
Lineamientos de emprendimiento

2020-03-20 08:00 AM - 10:00 AM
Lineamientos de emprendimiento

ASISTENCIA A TELETRANSFERENCIAS RELACIONADAS CON LAS HERRAMIENTAS LMS TERRITORIUM SENA.

Terterritorium || LOGÍSTICA EMPRE... x En plataforma LMS, se encuent... x los planetas en español para niñ... x Yosemite Luminoso Pegatinas de... x

sena.territorio.la/perfil.php?id=1947785&catalogo=true

WUENDY ZULEY TOLEDO

Información

Contenido del curso

Edición de contenidos

Métricas de Encuestas

Foros

Evidencias

SCORM

Sesión en línea

Evaluaciones

Wikis

Asistencia

Galería

Chat

Competencias

Portafolio de Evidencias

Gamificación

Enlaces

Centro de Calificaciones

Grupo

Proyectos

Replicar Grupos

Rúbricas

Blogs

Seguimiento

Configuración

Hipervínculo

Adjuntar archivos MÁX. 200Mb

Compartir...

Búsqueda avanzada

WUENDY ZULEY TOLEDO BUSTILLO

fecha de inicio: 07 de Abril del 2020 - fecha de vigencia: 07 de Abril del 2020

Asunto: BIENVENIDA!!

Bienvenidos aprendices!!

Chat (0)

9:38 a. m. 14/04/2020

REALIZAR CONTENIDO EN LA PLATAFORMA TERRITORIUM

Terterritorium || INTEGRACION DE... x En plataforma LMS, se encuent... x los planetas en español para niñ... x Yosemite Luminoso Pegatinas de... x

sena.territorio.la/perfil.php?id=2333774&catalogo=true

WUENDY ZULEY TOLEDO

INTEGRACION DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS EN LA ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE (2089891) P41311354 CO2089891 R47 C9529

SENA

Impartido por: LUIS ALBERTO PAVA CARMONA

Herramientas

Anuncios

Participantes

Información

Contenido del curso

Foros

Evidencias

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

Tareas

Exámenes

Foros

Filtrar archivos adjuntos

Evidencia 03/04/2020

Crear y editar contenido del programa de formación

Respuesta: Evidencia de la primera semana de actividad

Evidencia 03/04/2020

Crear anuncios en el programa de formación

Respuesta: Creación de anuncios

Evidencia 14/04/2020

Identificar las herramientas colaborativas

Actividad no contestada

Evidencia 14/04/2020

Crear rúbricas

Actividad no contestada

Evidencia 14/04/2020

Crear medallas e insignias

Actividad no contestada

Evidencia 14/04/2020

Crear evidencias de aprendizaje con las herramientas

Actividad no contestada

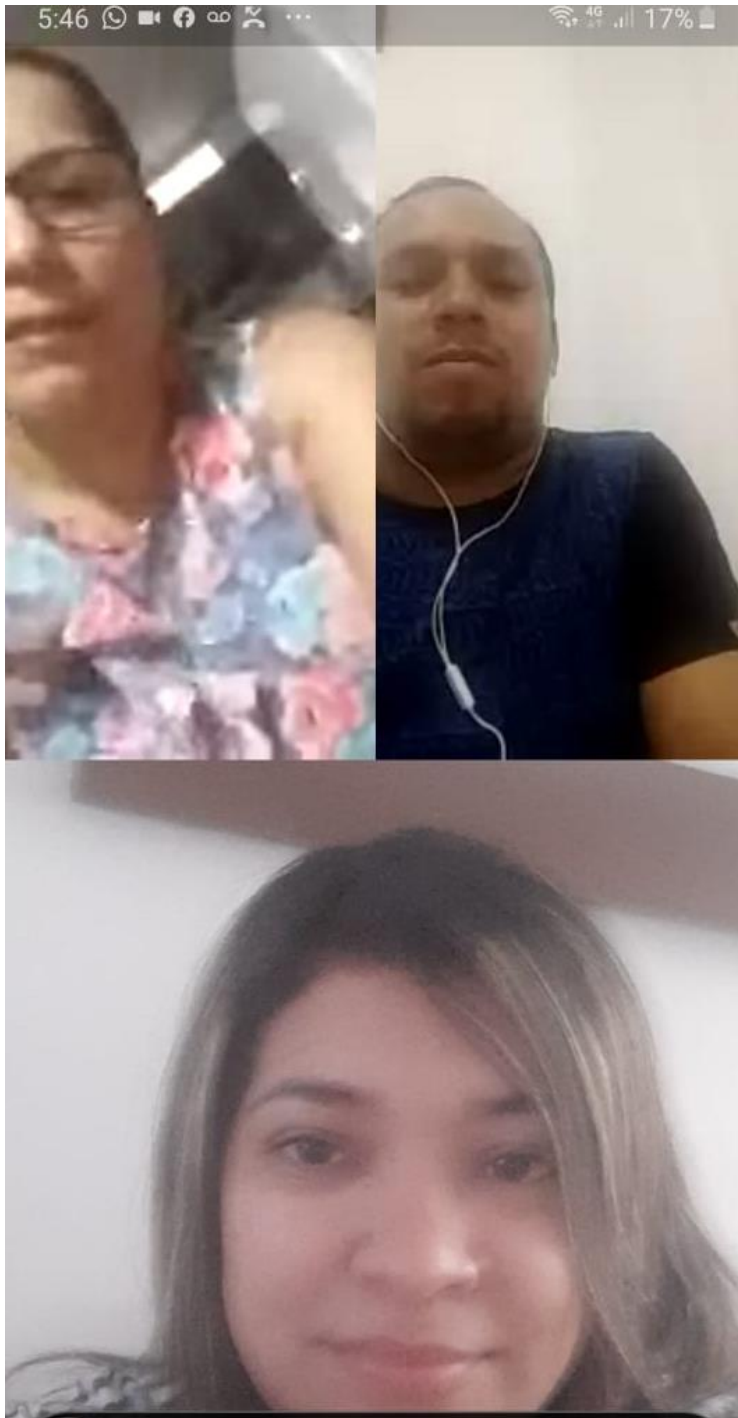
Evidencia 14/04/2020

Evidencia 14/04/2020

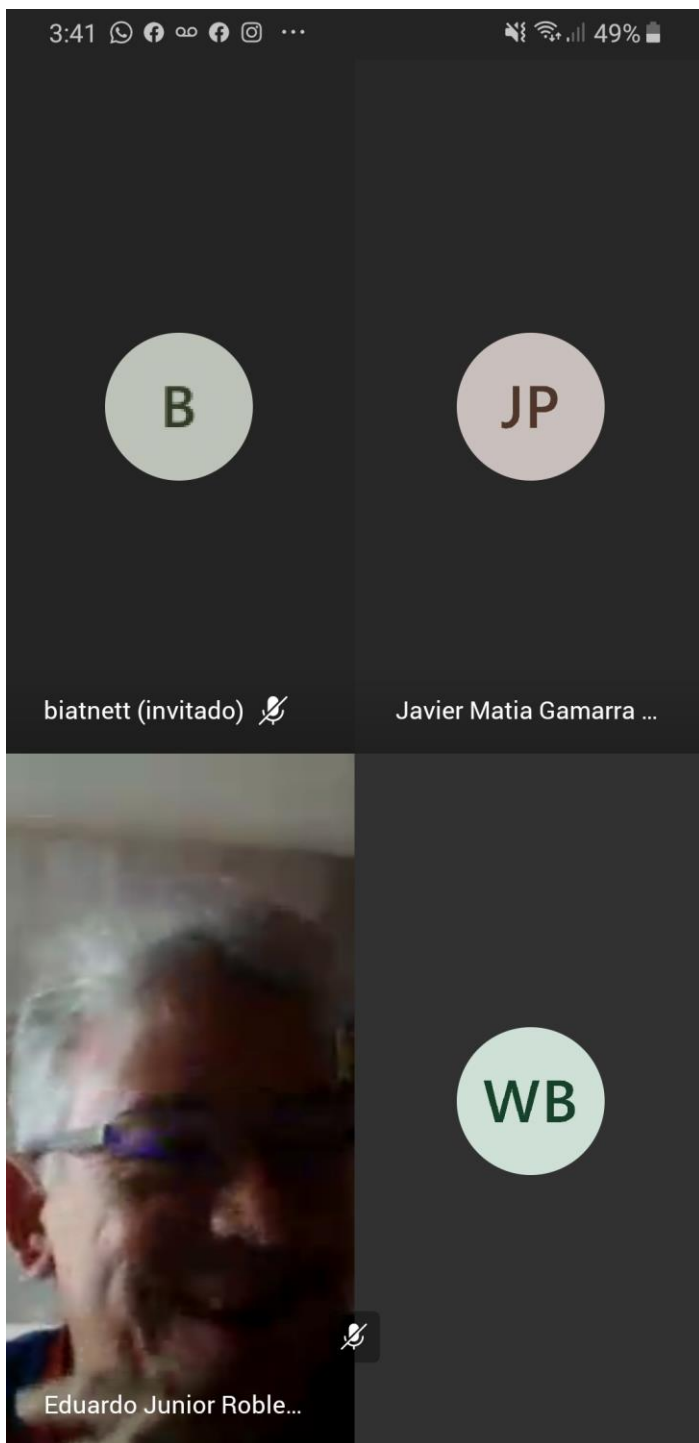
Chat (0)

9:40 a. m. 14/04/2020

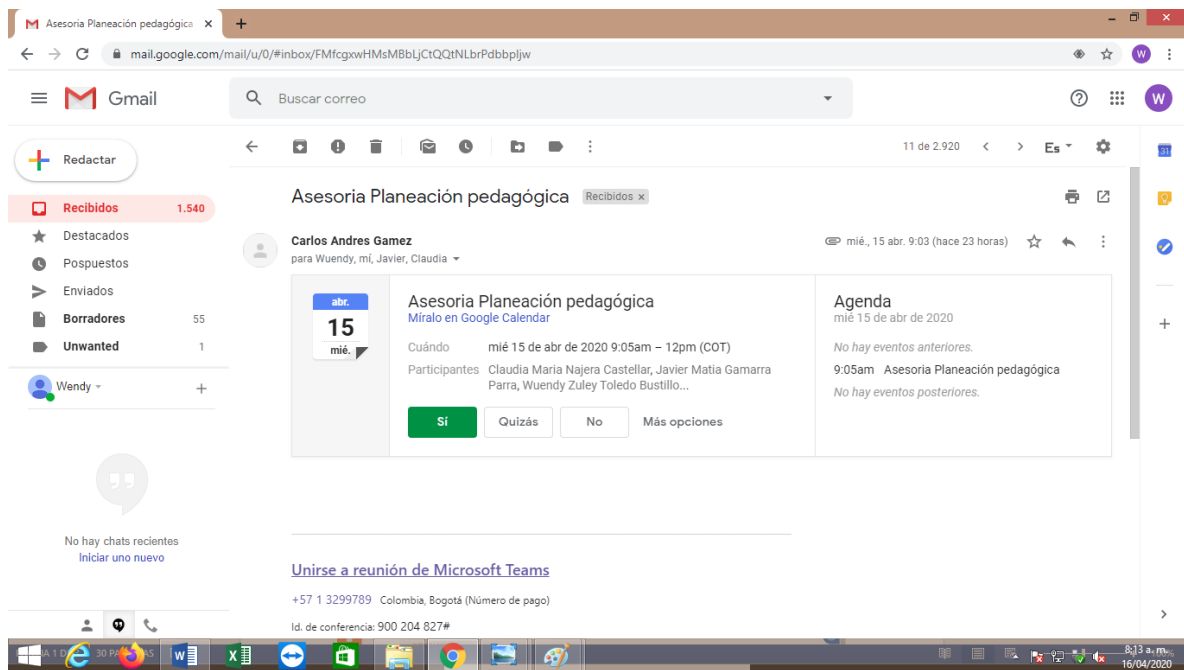
CURSO INTEGRACION DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS EN LA ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE. INSTRUCTOR: LUIS PABA



REUNIONES POR SKYPE EQUIPO MERCADEO Y VENTAS



SESIÓN EN LÍNEA POR MICROSOFT TEAM CON SUBDIRECTOR DE CENTRO



ASESORÍA DISEÑO CURRICULAR CON COORDINADOR ACADÉMICO



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
SISTEMA INTEGRADO DE GESTION
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
PLANEACION PEDAGOGICA DEL PROYECTO FORMATIVO

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 MAGDALENA	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
							ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente	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, Cuestionario 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. MONTA DE EXPOSICIÓN		1. Selecciona clientes de la organización teniendo en cuenta herramientas de análisis. 2.Elabora segmentación de clientes

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-Capacidades) 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 EXPOSICION LIBRE POR CADA EQUIPO.		de acuerdo con producto o servicio ofertado	
				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
				2. Motriz Psicomotor(Hacer-Capacidades) - 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.	C L A U D I A N A J E R A , J A V I E R G A M A R R A Y W E N D Y	1.Determina las necesidades y deseos del cliente según segmento de mercado 2.Reconoce los productos y servicios a partir del portafolio comercial
				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	EFFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	<div>1. COGNITIVA (SABER) Identificar las necesidades y preferenciasdel cliente teniendo en cuenta las condiciones comerciales.</div> <div>2. MOTRIZ PSICOMOTOR (HACER- CAPACIDADES) Realizar técnicas de exhibición de productos y servicios para captacion de cliente</div> <div>3.MOTRIZ PSICOMOTOR (HACER- CAPACIDADES) Asociar las condiciones comerciales con la exhibición comercial según las técnicas de visual merchandising.</div>	<div>15</div> <div>20</div> <div>15</div>	<div>1.Cine Foro</div> <div>1.Modelo de exhibición Comercial</div> <div>1.Feria Comercial</div>	<div>AULA DE APRENDIZAJE</div> <div>AULA DE APRENDIZAJE</div> <div>AMBIENTE ABIERTO(SUJETO A DISPONIBILIDAD)</div>		CARTÓN, MADERA, TELA, PINTURA, MARCADORES.		T O L E D O	<div>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</div>
				DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO	<div>1. Cognitiva (saber) Identificar acciones o parametros para verificar la experiencia del cliente con el</div> <div>2. Motriz Psicomotor(Hac er- Capaciadades) Seleccionar y organizar canales de</div>	<div>20</div> <div>15</div>	<div>1.Mesa redonda</div> <div>1.Socializacion 2.Lluvia de ideas 3.Exposiciones</div>	<div></div> <div>AULA DE APRENDIZAJE</div>					<div>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 trazabilidad de servicio según políticas de la</div>

	Versión: 02
	Código: GFPI-F-018

DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
<p>Evidencia de conocimiento: Respuesta a preguntas sobre caracterización de clientes Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: Cuestionario</p> <p>Evidencia de Producto: Caracterización de Clientes Técnica de Evaluación: Valoración de producto Instrumento de evaluación:</p>	

<div>Lista de Verificación</div> <div>Evidencia de Desempeño:Video de exposición, sociodrama y juego de roles. Tipos de clientes y criterios del marketing</div> <div>Tecnica de Evaluación: Lista de criterios</div> <div>Instrumento de evaluación: Check list</div>	
<div>Evidencia de conocimiento: Análisis de tipos de clientes y portafolio empresarial.</div> <div>Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento</div> <div>Instrumento de evaluación: Conceptos utilizados en mapa conceptual.</div> <div>Evidencia de Producto: Informe comercial y uso de CRM</div> <div>Tecnica de Evaluación: Valoración de producto</div> <div>Instrumento de evaluación: Lista de Verificación</div> <div>Evidencia de Desempeño:socialización y juego de roles. Atributos y beneficios de los productos.</div> <div>Tecnica de Evaluación: Lista de criterios</div> <div>Instrumento de evaluación: Check list</div>	

<p>Evidencia de conocimiento: Cuestionario, respuestas diseñadas, análisis investigativo.</p> <p>Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento</p> <p>Instrumento de evaluación: Respuestas, estructura del informe de investigación, rúbricas.</p> <p>Evidencia de Producto: Desarrollo del pensamiento crítico del caso de estudio y capacidad de interpretar los conceptos.</p> <p>Instrumento de evaluación: Rúbrica</p> <p>Evidencia de Desempeño: Conversatorio</p> <p>Técnica de Evaluación: spot comercial</p> <p>Instrumento de evaluación: Check list</p>	

<p>Evidencia de conocimiento: Respuesta a preguntas sobre Venta, exhibición, merchandising, demostración productos y transacciones comerciales según la película presentada.</p> <p>Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento</p> <p>Instrumento de evaluación: Cuestionario</p> <p>Evidencia de Producto: Diseño de la exhibición de um producto</p> <p>Técnica de Evaluación: Observación Sistemica</p> <p>Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo</p> <p>Evidencia de Desempeño: Evento Promocional</p> <p>Técnica de Evaluación: Observación Sistemica</p> <p>Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo</p>	
<p>Evidencia de conocimiento: Ensayos, análisis de casos.</p> <p>Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento</p> <p>Instrumento de evaluación: lista de temas.</p> <p>Evidencia de Producto: Proyectos investigativos, resoluciones de casos, creaciones didácticas, exposiciones, debates</p> <p>Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo</p>	

<div>Lista de Chequeo.</div> <div>Evidencia de Desempeño: Exposiciones, manejo de temas en juego de roles, análisis del estudio de caso. Técnica de Evaluación: Satisfacción de clientes. Instrumento de Evaluación: Rúbrica</div>	
<div>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 exposición, análisis de casos. Plan de mercado. Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo. Evidencia de Desempeño: Manejo en simulación (video)técnica de Evaluación: Satisfacción de clientes. Instrumento de Evaluación: Rúbrica</div>	



GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PROCEDIMIENTO DESARROLLO CURRICULAR GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Asesoría Comercial
- Código del Programa de Formación: 631101
- Nombre del Proyecto: Desarrollo del proceso de venta en empresas de la región del Magdalena
- Fase del Proyecto: Evaluación
- Actividad de Proyecto: Verificar los resultados del informe de seguimiento a clientes teniendo en cuenta requerimientos de la organización
- Competencia:
 - 260101034 Verificación de la experiencia del servicio al cliente
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
 - Determinar acciones postventa a partir de la experiencia de servicio
 - Ejecutar acciones postventa de acuerdo con políticas de la organización
- Duración de la Guía: Técnico 145 h



2. PRESENTACIÓN

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

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Cognitivo

- Evaluar acciones o parámetros para verificar la experiencia del cliente con el producto y/o servicio en el mercado
- Seleccionar los canales de contacto con el cliente para que cumplan con los requerimientos de investigación o postventa

Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Psicomotor

- Seleccionar y organizar canales de comunicación para darle respuesta al cliente según las necesidades
- Desarrollar las acciones de respuesta del cliente según las políticas implantadas

Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Vivencial

- Validar las acciones de mejora en el servicio al cliente postventa para su fidelización
- Evidenciar que los niveles de satisfacción están acorde con el procedimiento de evaluación y seguimiento a clientes

Actividades de Reflexión inicial

1. Para identificar lo que realmente necesitan los clientes veremos el siguiente video ¿La gallina o el huevo? https://youtu.be/U8bohrpp_nQ , realizar una mesa redonda para analizar la importancia de conocer los gustos y preferencias de los clientes, para lograr atender sus necesidades y mejorar la experiencia del servicio.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Procedimiento de Desarrollo Curricular
GUÍA DE APRENDIZAJE

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

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

Actividades de apropiación del conocimiento

3. Con el glosario de términos de la guía de aprendizaje en Gaes en grupos colaborativos preparar el juego “Encuentra la palabra” y por medio de mímica y dramatización un aprendiz de otro grupo de trabajo adivinara la palabra que se está interpretando.
4. Existen diversas técnicas de identificación de necesidades tanto para clientes internos como para clientes externos, teniendo en cuenta que las acciones realizadas en el interno se reflejaran en el cliente externo. Es por eso importante que el aprendiz asimile la lectura: “Como entender las expectativas de los clientes” la cual pueden encontrar en el link: <http://www.circulotec.tv/documents/3096396/6163899/CTVMKV0003.pdf/8e7589d1-c82a-42c9-acca-2636a2400a95> y otras técnicas como <https://sites.google.com/site/metodologiareq/capitulo-ii> . El instructor utilizando “FMR_001_Identificacion de Necesidades” realizar un listado de necesidades detectadas según información recolectada.
5. En esta actividad deberán elaborar un mapa de comparaciones en presentación en Power Point donde expliquen con ejemplos claros el seguimiento a cliente off-line y on-line y explique ¿Cómo dar seguimiento a los clientes? Prestando atención a tus consumidores actuales, sin importar qué tan pequeños sean, es esencial para mantener tu negocio a flote. En los siguientes link encontrara bases para realizar el mapa de comparaciones: <https://www.entrepreneur.com/article/265839> y con este link: hacer seguimientos on-line. <https://makingexperience.com/blog/resguarda-tu-negocio-con-el-seguimiento-de-clientes/>
6. Las reclamaciones de los clientes. Hoy en día, existe mayor competencia entre las organizaciones, lograr la satisfacción de nuestros clientes se ha convertido en toda una necesidad. Por tal motivo, es de especial relevancia, contar con un proceso para gestionar las reclamaciones de los clientes. Apoyados en el link: <https://www.isotools.com.co/definir-proceso-gestionar-las-reclamaciones-los->



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Procedimiento de Desarrollo Curricular
GUÍA DE APRENDIZAJE

[clientes/](#) . Los apéndices deberán seguir el caso de una empresa, por ejemplo:

<https://www.claro.com.co/personas/legal-y-regulatorio/pqr/>;

<https://www.decameron.com/es/pe-libro-de-reclamaciones> y mediante mapa mental exponer los casos.

7. Se entienden a los indicadores de satisfacción del cliente como aquellos datos que nos permiten medir el estado del cliente con relación al servicio o producto ofrecido. Entendiendo, por tanto, el concepto indicador como el resultado de la relación entre dos o más datos que permite medir de forma cuantitativa o cualitativa sucesos para poder tomar acciones y satisfacción del cliente como el estado del cliente después de haber recibido el servicio o producto. Para esta actividad deberán apoyarse en la lectura del link: <http://www.marketingcmm.com/indicadores-de-satisfaccion-del-cliente/> y <http://www.softland.la/actualidad/metricas-e-indicadores-de-gestion> y el libro “Como medir el valor del cliente - Humberto Serna Gómez & Carolina Barrio”. Página 78 – 84. Luego de las lecturas el aprendiz aplicara mediante un caso los indicadores pertinentes. Una vez leída y analizada esta información responder las siguientes preguntas de medición del servicio:
 - a. ¿Porque es importante medir la satisfacción de los clientes por medio de indicadores?
 - b. ¿Cuáles son los principales usos de los indicadores de satisfacción de clientes?
 - c. ¿Cómo se ubican los indicadores de satisfacción dentro de las organizaciones?
 - d. Explique 5 indicadores de satisfacción de clientes
 - e. Según sus palabras explique Métrica e indicador
 - f. ¿Es importante para las organizaciones medir la satisfacción del servicio a los clientes?
8. Las PQR, (Peticiónes, Quejas y Recursos), son las actividades básicas del proceso de servicio al cliente desarrolladas en las oficinas comerciales que responden a las necesidades de los clientes. La importancia de la búsqueda de altos niveles de satisfacción entre los clientes a través de la atención eficaz y oportuna de sus manifestaciones, que se logrará si sus recursos se concentran en buscar soluciones y no en gestionar solicitudes. La plantilla de proceso de PQRS de Bizagi ayudará a gestionar las Peticiónes, Quejas, Reclamos y Sugerencias a través de la definición del flujo de la información, de las responsabilidades de las distintas actividades que deben ser realizadas para su atención, la fácil consulta de los datos y el control del proceso. El aprendiz deberá repasar sus conocimientos de flujo de procesos. Es importante que el aprendiz indague sobre el PQRS en link: <http://jygbusiness.pqr.com.co/index.php/que-es-un-pqr> , <http://23.23.245.75/CCCartagena/its->



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Procedimiento de Desarrollo Curricular
GUÍA DE APRENDIZAJE

[gestion/archivos/MC-P-04/Procedimiento%20Atenci%C3%B3n%20de%20PQRS.pdf](#) ,
<http://www.pqr.mil.co/> El instructor explicara la estrategia didáctica activa el flujo de procesos para que el aprendiz elabore un tabla de gestión de procesos de PQRS para una empresa. Tutorial en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=EDue6vtmczU>

Actividades de transferencia del conocimiento

9. Según los autores Stanton, Etzel y Walker "la etapa final del proceso de venta es una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros". El servicio postventas procura asegurar la lealtad y supervivencia de la empresa. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/proceso-venta.htm> , Los servicios de posventa, pueden incluir todas o algunas de las siguientes actividades:
- a.Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de envío.
 - b.Verificación de una entrega correcta.
 - c. Instalación.
 - d.Asesoramiento para un uso apropiado.
 - e.Garantías en caso de fallas de fábrica.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Procedimiento de Desarrollo Curricular
GUÍA DE APRENDIZAJE

f. Servicio y soporte técnico.

g. Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente.

h. Descuentos especiales para compras futuras.

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

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

- **Ambiente Requerido**

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

- **Materiales**

Computadores, Televisor, Impresora Laser, Tablero Acrílico

Marcador Borrables, Resma de papel tamaño carta, Resma de papel tamaño oficio, Borrador para tablero, Esferos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Ensayos, análisis de casos y evaluaciones referentes a Posventa y experiencia de Servicio	<ul style="list-style-type: none">· Atiende las solicitudes de los clientes teniendo en cuenta políticas de servicio· Maneja respuesta a clientes según requerimientos de la organización· Presenta informe de trazabilidad de servicio según políticas de la organización· Elabora informe Posventa con base en la experiencia con el cliente· Propone acciones de mejora del servicio según momentos de verdad críticos	Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: Cuestionario, evaluaciones
Evidencia de Producto: Ensayos, análisis de casos, Evaluaciones,		Técnica de Evaluación: Valoración de Producto

exposiciones, debates sobre los resultados de seguimiento al Cliente		
Evidencia de desempeño: Resoluciones de casos, exposiciones y puesta en práctica de habilidades comerciales.		Instrumento de evaluación: Lista de Verificación

5. GLOSARIO DE TERMINOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Solicitudes (PQRS): El Sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS) es una herramienta que nos permite conocer las inquietudes y manifestaciones que tienen nuestros grupos de interés para que tengamos la oportunidad de fortalecer nuestro servicio y seguir en el camino hacia la excelencia operativa.

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

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

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

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

Serna G, Humberto. (2010) Como medir el valor del cliente Bogotá. 3R Editores

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

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Javier Gamarra	Instructor	Centro de Logística Y promoción Ecoturística del Magdalena	12 de abril 2020
	Claudia Nájera C.	Instructora	Centro de Logística Y promoción Ecoturística del Magdalena	
	Wendy Toledo	Instructora	Centro de Logística Y promoción Ecoturística del Magdalena	

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral PROYECTO FORMATIVO				Versión: 02	
					Código: GFPI-F-016	
1. Información básica del proyecto						
Cód. Proyecto SOFIA:		Cód. Programa:	631101	Versión del Programa:	1	Fichas asociadas:
1.1 Centro de Formación:	CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION E. DEL MAGDALENA		1.2 Regional:	MAGDALENA		
1.3 Nombre del proyecto:	Desarrollo del proceso de venta en empresas del departamento del Magdalena					
1.4 Programa de Formación al que da respuesta:	TECNICO EN ASESORIA COMERCIAL					
1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):	22 MESES					
1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación: (si Existe)	EQUIPO DESARROLLO CURRICULAR - RED COMERCIO Y VENTAS - SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA					
1.7 Palabras claves de búsqueda :	Plan de acción, exhibición, venta, productos, servicios, publicidad, consumidor, cliente, atención, segmentación, negociar, asesoría, comercial					
1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:	49	1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia	1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:	6		
			1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto	20		
			1.9.3 Número de resultados de aprendizaje básicos que se alcanzan con el proyecto:	23		
2. Estructura del Proyecto						
2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar Los resultados de la medición de satisfacción y su análisis, permite visualizar la percepción y valoración que los usuarios realizan al servicio prestado; según el DANE EL 53.76% es el porcentaje de satisfacción de los clientes, razón por la cual podemos percibir que actualmente la falta de capacitación al personal, la escasez de infraestructura adecuada para la venta y de implementación de tecnología para optimizar procesos de atención nos permite identificar carencia en la importancia de los procesos de pre venta y posventa en los clientes, que lleve a un mejor desempeño laboral y a una satisfacción plena para la organización. En éste orden de ideas, el mercado exige mayor competitividad, productividad y eficiencia como respuesta a las problemáticas presentadas en la globalización y en una economía dinámica de oferta y demanda de productos y servicios. Así mismo se debe implementar políticas de seguimiento, servicio al cliente, reestructuración de planes de incentivos; para de ésta manera obtener como resultado posicionamiento de la marca y fidelización del cliente.						
2.2 Justificación del proyecto Las empresas Colombianas han mostrado deficiencia en cuánto a la prestación de un óptimo servicio con respecto a la demanda del sector; es por esto que se pretende sensibilizar a las empresas sobre la capacitación de sus empleados, para que genere un compromiso y una cultura de servicio, además adecuar su infraestructura física, para dar respuesta a las necesidades del mercado. Es de vital importancia desarrollar habilidades y destrezas en los empleados que se encuentren vinculados con los objetivos empresariales y con la caracterización de los perfiles comerciales requeridos. Las organizaciones deben optar por desarrollar estrategias comerciales para la dinamización de su área comercial; impulsando a la fidelización de sus clientes, a la apertura de mercados segmentados, al reconocimiento de su marca y portafolio de sus productos; logrando así mayor rentabilidad en sus ventas y, enfoque de sus actividades hacia su mercado objetivo; basándose en la experiencia del cliente y la innovación de sus servicios. La SIC establece que el 58.35% es el porcentaje de los factores generadores de insatisfacción teniendo como indicadores: el buen servicio prestado, la calidad de la información suministrada, el apoyo al consumidor, la amabilidad, pertinencia y efectividad en la respuesta a las solicitudes y en la prestación del servicio, la atención satisfactoria, conducente y diligente, la mejora continua y generación de confianza en los usuarios; lo que se pretende es lograr que los sujetos que hagan parte del proceso de venta, permitan al cliente tener una experiencia con su empresa, con sus productos y con sus colaboradores, teniendo una actitud de servicio y un acertado seguimiento en los procesos de preventa y posventa.						
2.3 Objetivo general Desarrollar estrategias comerciales basadas en el proceso de ventas enfocándolo a las políticas e indicadores de servicio.						

2.4 Objetivos específicos:		
Planear actividades de atención del servicio al cliente, teniendo en cuenta la comercialización de bienes y servicios a través de proyectos innovadores, creación de empresas didácticas, ferias empresariales enfocadas en la normatividad del medio ambiente y SST.		
Desarrollar las actividades comerciales del proceso de la venta involucrando el servicio al cliente, dominio de herramientas ofimáticas y afianzando habilidades comunicativas.		
Evaluar los resultados de acuerdo a las características de los clientes, el producto y el mercado, teniendo en cuenta los niveles de satisfacción, la exhibición comercial, estudio de mercado, estrategias comerciales e impacto en el sector.		
2.5 Alcance		
2.5.1 Beneficiarios del proyecto	Aprendices del programa técnico en asesoría comercial, organizaciones con y sin ánimo de lucro, personas naturales o jurídicas	
2.5.2 Impacto	Social:	Mejoramiento en la calidad de vida del talento humano de las organizaciones
	Económico:	Aumento en las ventas, generando beneficios a las empresas y fomentando la economía regional
	Ambiental:	Disminuir la utilización de productos que afecten y deterioren el medio ambiente
	Tecnológico:	La adecuada utilización de tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al mercadeo y ventas
2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución:		
Resistencia por parte de los empresarios a adoptar nuevas tendencias y retos del mercado		
Ambientes de aprendizaje simulados apropiados, que faciliten la formación del programa		
2.5.4. Productos o resultados del proyecto:		
Caracterización de clientes		
Propuesta comercial		
Evento promocional		
Informe de resultados de seguimiento al cliente		

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral PROYECTO FORMATIVO				Versión: 02
					Código: GFPI-F-016
2.6 Innovación/Gestión Tecnológica					
El proyecto ayuda a resolver una necesidad del sector productivo?				SI	
El proyecto orienta a la mejora de los proceso/productos/servicios existentes?				SI	
El proyecto involucra el uso de nuevas técnicas y tecnologías de proceso?				SI	
Los productos finales son susceptibles a protección industrial y/o derechos de autor?				SI	
Los productos obtenidos en el proyecto pueden ser posicionados en el mercado?				SI	
2.7 Valoración Productiva					
Con el desarrollo del proyecto se puede satisfacer la necesidad de un cliente potencial?				SI	
Viabilidad de proyecto para plan de negocio?				SI	
3. PLANEACION DEL PROYECTO					
3.1 FASES DEL PROYECTO	3.2 ACTIVIDADES DEL PROYECTO:	3.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE COMPONENTE TECNICO (a partir del programa de formación)		3.4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE COMPONENTE SOCIAL	
		Código	Denominación	Código	Denominación
INDUCCIÓN	1. Contextualizar la formación profesional integral, de acuerdo con la política institucional			24020153001	Identificar la dinámica organizacional del SENA y el rol de la formación profesional integral de acuerdo con su proyecto de vida y el desarrollo profesional
ANÁLISIS	2. Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado seleccionado	26010103301	Seleccionar los criterios para la caracterización de clientes potenciales de acuerdo con segmento de mercado	24020152501	Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
				24020152502	Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.
				24020152503	Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.
				24020152504	Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social
		26010103302	Prospectar clientes potenciales según el producto o servicio de la organización	24020152801	Identificar situaciones problemáticas asociadas a sus necesidades de contexto aplicando procedimientos matemáticos
				24020152802	Plantear problemas aritméticos, geométricos y métricos de acuerdo con los contextos productivo y social
				24020152803	Solucionar problemas del entorno productivo y social aplicando principios matemáticos
				24020152804	Verificar los resultados de los procedimientos matemáticos conforme con los requerimientos de los diferentes contextos
				22050104601	Seleccionar herramientas de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), de acuerdo con las necesidades identificadas
				22050104602	Usar herramientas TIC, de acuerdo con los requerimientos, manuales de funcionamiento, procedimientos y estándares
				22050104603	Verificar los resultados obtenidos, de acuerdo con los requerimientos
				22050104604	Implementar buenas prácticas de uso, de acuerdo con la tecnología empleada
				24020250101	Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de sí mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida
				24020250102	Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida.
PLANEACIÓN	3. Realizar propuesta comercial que responda a las necesidades y expectativas de los clientes según las políticas de la organización	26010104701	Estructurar propuesta comercial del producto y servicio de acuerdo con el mercado objetivo	22020150101	Aplicar fundamentos de la física en la resolución de problemas de acuerdo con los requerimientos del contexto productivo
				22020150102	Interpretar los cambios que se presentan en los cuerpos según los principios y leyes físicas
				22020150103	Organizar proceso productivo de forma ordenada y sistemática según los cambios físicos que ocurren en el contexto
				22020150104	Proponer acciones de mejora en su contexto de acuerdo con principios físicos
				24020152601	Promover mi dignidad y la del otro a partir de los principios y valores éticos como aporte en la instauración de una cultura de paz
				24020152602	Establecer relaciones de crecimiento personal y comunitario a partir del bien común como aporte para el desarrollo social

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral PROYECTO FORMATIVO					Versión: 02		
						Código: GFPI-F-016		
				24020152603	Promover el uso racional de los recursos naturales a partir de criterios de sostenibilidad y sustentabilidad ética y normativa vigente			
				24020152604	Contribuir con el fortalecimiento de la cultura de paz a partir de la dignidad humana y las estrategias para la transformación de conflictos			
EJECUCIÓN	4. Vender productos y servicios teniendo en cuenta los requerimientos de los clientes	26010104702	Efectuar la venta cumpliendo con políticas de la organización	24020152401	Interpretar el sentido de la comunicación como medio de expresión social, cultural, laboral y artística			
				24020152402	Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación			
				24020152403	Validar la importancia de los procesos comunicativos teniendo en cuenta criterios de lógica y racionalidad			
				24020152404	Aplicar acciones de mejoramiento en el desarrollo de procesos comunicativos según requerimientos del contexto			
				22060150101	Interpretar los problemas ambientales y de SST teniendo en cuenta los planes y programas establecidos por la organización y el entorno social			
				22060150102	Efectuar las acciones para la prevención y control de la problemática ambiental y de SST, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización			
				22060150103	Verificar las condiciones ambientales y de SST acorde con los lineamientos establecidos para el área de desempeño laboral			
				22060150104	Reportar las condiciones y actos que afecten la protección del medio ambiente y la SST, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el contexto organizacional y social			
				24020250103	Participar en intercambios conversacionales básicos en forma oral y escrita en inglés en diferentes situaciones sociales tanto en la cotidianidad como en experiencias pasadas			
EVALUACIÓN	5. Verificar los resultados del informe de seguimiento a clientes teniendo en cuenta requerimientos de la organización	26010103401	Determinar acciones postventa a partir de la experiencia de servicio	23010150701	Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social			
		26010103402	Ejecutar acciones postventa de acuerdo con políticas de la organización	23010150702	Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene			
				23010150703	Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social			
				23010150704	Implementar un plan de Ergonomía y Pausas Activas según las características de la función productiva			
				21020150101	Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales del trabajo			
				21020150102	Practicar los derechos fundamentales del trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales			
				21020150103	Reconocer el trabajo como uno de los elementos primordiales para la movilidad social y la transformación vital			
				21020150104	Participar en acciones solidarias orientadas al ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza			
				24020250104	Llevar a cabo acciones de mejora relacionadas con el intercambio de información básica en inglés, sobre sí mismo, otras personas, su contexto inmediato así como de experiencias pasadas			
				24020250105	Comunicarse de manera sencilla en inglés en forma oral y escrita con un visitante o colega en un contexto laboral cotidiano			
		24020250106	Poner en práctica vocabulario básico y expresiones comunes de su área ocupacional en contextos específicos de su trabajo por medio del uso de frases sencillas en forma oral y escrita					
PRODUCTIVA	6. Aplicar los conocimientos en contextos reales del sector productivo				Aplicar en la resolución de problemas reales del sector productivo, los conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa de formación asumiendo estrategias y metodologías de autogestión			
3.5 Organización del proyecto								
3.5.1 No. Instructores requeridos		15		3.5.2 No. Aprendices sugeridos para participar en el proyecto			35	
3.6 Descripción del ambiente de aprendizaje requerido								

Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal en ventas. Capacidad para 36 personas, Mesas y Sillas ergonómicas. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente

3.7 RECURSOS ESTIMADOS

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral PROYECTO FORMATIVO						Versión: 02	
							Código: GFPI-F-016	
ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
1. Contextualizar la formación profesional integral, de acuerdo con la política institucional	48	Computadores Televisor Impresora Laser Tablero Acrílico	36 1 1 1	Marcadores Borrables Resma Papel tamaño carta	2 1	Instructor competencias claves y transversales, Instructor Técnico, Profesional de desarrollo humano, Equipo de bienestar y liderazgo al aprendiz	1	Capacidad para 36 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
2. Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado seleccionado	384	Computadores Televisor Impresora Laser Tablero Acrílico	36 1 1 1	Marcador Borrables Resma de papel tamaño carta Resma de papel tamaño oficio Pos it Borrador para tablero	2 2 2 36 1	Alternativa 1 Tecnólogo en mercadeo, gestión de mercados, gestión Empresarial, Dirección de Ventas Alternativa 2 Título Profesional universitario Ingeniero de Mercados, Administración de Empresas, Mercadólogo, Profesional en Mercadeo y Publicidad Instructor Emprendimiento Instructor Matematica Instructor Tic Instructor Bilinguismo	1	Capacidad para 36 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
3. Realizar propuesta comercial que responda a las necesidades y expectativas de los clientes según las políticas de la organización	240	Computadores Televisor Impresora Laser Tablero Acrílico		Marcador Borrables Resma de papel tamaño carta Resma de papel tamaño oficio Borrador para tablero Gancho Clip Resaltadores Sacapunta Borrador Regla Lapiz	3 2 2 1 36 36 36 100 36 48	Alternativa 1 Tecnólogo en mercadeo, gestión de mercados, gestión Empresarial, Dirección de Ventas Alternativa 2 Título Profesional universitario Ingeniero de Mercados, Administración de Empresas, Mercadólogo, Profesional en Mercadeo y Publicidad Instructor Fisica Instructor Etica	1	Capacidad para 36 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
4. Vender productos y servicios teniendo en cuenta los requerimientos de los clientes	288	Computadores Televisor Impresora Laser Tablero Acrílico	36 1 1 1	Marcadores Borrables Carpeta Ganchos Legajadores Cosedora Perforadora Lapicero	2 36 36 36 36	Alternativa 1 Tecnólogo en mercadeo, gestión de mercados, gestión Empresarial, Dirección de Ventas Alternativa 2 Título Profesional universitario Ingeniero de Mercados, Administración de Empresas, Mercadólogo, Profesional en Mercadeo y Publicidad Instructor Comunicación Instructor Salud y Medio Ambiente Instructor Bilinguismo	1	Capacidad para 36 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral PROYECTO FORMATIVO						Versión: 02	
							Código: GFPI-F-016	
5. Verificar los resultados del informe de seguimiento a clientes teniendo en cuenta requerimientos de la organización	384	Computadores Televisor Impresora Laser Tablero Acrílico	36 1 1 1	Marcador Borrables Resma de papel tamaño carta Resma de papel tamaño oficio Sobre manila tamaño carta Sobre manila tamaño oficio Borrador para tablero Lapicero Fomy Papel Iris	3 2 2 36 36 1 36 36 36	Alternativa 1 Tecnólogo en mercadeo, gestión de mercados, gestión Empresarial, Dirección de Ventas Alternativa 2 Título Profesional universitario Ingeniero de Mercados, Administración de Empresas, Mercadólogo, Profesional en Mercadeo y Publicidad Instructor Actividad física Instructor Derechos Trabajo Instructor Bilinguismo	1	Capacidad para 36 personas, Mesas y Sillas ergonómicas Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente
6. Aplicar los conocimientos en contextos reales del sector productivo	864					Instructor Valoración etapa productiva	1	Empresas
3.7.1 DETALLE DE LOS RECURSOS ESTIMADOS								
HERRAMIENTAS (Materiales de formación devolutivos)	UNIDAD DE MEDIDA	CODIGO ORIONS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL (por grupo de 30 aprendices)	FUENTE RECURSO		
Vitrinas de Exhibición	Unidad		3	500000	\$ 1.500.000	COMPRA		
Gondolas de exhibición 180 x 90 x 77	Unidad		3	600000	\$ 1.800.000	COMPRA		
Muebles exhibidores tipo Isla	Unidad		3	600000	\$ 1.800.000	COMPRA		
Muebles Punto de Pago	Unidad		2	2000000	\$ 4.000.000	COMPRA		
Ganchera y Cross	Unidad		2	200000	\$ 400.000	COMPRA		
Cajas Registradoras	Unidad		1	1800000	\$ 1.800.000	COMPRA		
TOTAL					\$ 11.300.000			
EQUIPOS (Materiales de formación devolutivos)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FUENTE RECURSO			
Computadores	Unidad	36	\$ 1.800.000,00	\$ 64.800.000	INVENTARIO			
Televisor Smart TV con salida HDMI	Unidad	1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000	INVENTARIO			
Impresora Laser	Unidad	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000	INVENTARIO			
Tablero Acrílico	Unidad	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000	INVENTARIO			
TOTAL				\$ 67.600.000				
MATERIALES (consumibles)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FUENTE RECURSO			
Memoria USB	Unidad	36	\$ 20.000,00	\$ 720.000,00	COMPRA			
Marcador Borrables	Unidad	12	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00	COMPRA			
Resma de papel tamaño carta	Resma	7	\$ 12.000,00	\$ 84.000,00	COMPRA			
Resma de papel tamaño oficio	Resma	6	\$ 12.000,00	\$ 72.000,00	COMPRA			
Sobre manila tamaño carta	Unidad	36	\$ 500,00	\$ 18.000,00	COMPRA			
Sobre manila tamaño oficio	Unidad	36	\$ 500,00	\$ 18.000,00	COMPRA			
Post-it	Paquete	36	\$ 2.500,00	\$ 90.000,00	COMPRA			
Borrador para tablero	Unidad	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00	COMPRA			
Carpeta	Unidad	36	\$ 3.000,00	\$ 108.000,00	COMPRA			
Ganchos legajadores	Unidad	36	\$ 500,00	\$ 18.000,00	COMPRA			
Gancho clip	Unidad	36	\$ 2.000,00	\$ 72.000,00	COMPRA			
Resaltadores	Unidad	36	\$ 1.600,00	\$ 57.600,00	COMPRA			
Cosedora	Unidad	36	\$ 10.000,00	\$ 360.000,00	COMPRA			
Perforadora	Unidad	36	\$ 10.000,00	\$ 360.000,00	COMPRA			
Lapicero	Unidad	72	\$ 2.000,00	\$ 144.000,00	COMPRA			
Sacapuntas	Unidad	36	\$ 1.000,00	\$ 36.000,00	COMPRA			
Borrador nata	Cajax100	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	COMPRA			
Regla	Unidad	36	\$ 1.500,00	\$ 54.000,00	COMPRA			
Lápiz	Cajax12	4	\$ 12.000,00	\$ 48.000,00	COMPRA			
Fomy	Unidad	36	\$ 5.000,00	\$ 180.000,00	COMPRA			

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral PROYECTO FORMATIVO					Versión: 02
						Código: GFPI-F-016
Papel Iris	Unidad	36	\$ 3.000,00	\$ 108.000,00	COMPR A	
VALOR				\$ 2.595.600		
4.RUBROS PRESUPUESTALES						
	VALOR	RUBRO PRESUPUESTAL POR EL QUE SE FINANCIARÍA EL PROYECTO				
Equipos	\$ 67.600.000	COMPRA MAQUINARIA EQUIPO				
Herramientas	\$ 11.300.000	COMPRA MAQUINARIA EQUIPO				
Talento Humano	\$ 57.000.000	CONTRATACION INSTRUCTORES				
Materiales de Formación	\$ 2.595.600	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL				
TOTAL	\$ 138.495.600					
5. EQUIPO QUE PARTICIPÓ EN LA FORMULACIÓN DEL PROYECTO						
NOMBRE	DOC IDENTIDAD	ESPECIALIDAD	NOMBRE CENTRO	REGIONAL		
WENDY TOLEDO BUSTILLO	1082889081	INSTRUCTOR TECNICO	CENTRO LOGISTICO Y PROMOCION ECOTURISTICO DEL MAGDALENA	MAGDALENA		
JAVIER GAMARRA PARRA	77097305	INSTRUCTOR TECNICO	CENTRO LOGISTICO Y PROMOCION ECOTURISTICO DEL MAGDALENA	MAGDALENA		
CLAUDIA NAJERA CASTELLAR	26717893	INSTRUCTOR TECNICO	CENTRO LOGISTICO Y PROMOCION ECOTURISTICO DEL MAGDALENA	MAGDALENA		