PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Quibdó mayo del 2020

Señor (a)
MARIA ISABEL PALOMEQUE PALACIOS
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **1408782**
Cargo del supervisor
Coordinadora académica
Dependencia formación complementaria
Ciudad

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual mayo del 2020

Referencia: No número contrato 1408782 del año 2020

DONALDO PALACIOS CHAVERRA, identificado con la cédula de ciudadanía No. 11795941 de QUIBDO CHOCO, en mi calidad de Contratista del SENA, en nombre de la dependencia formación integrar complementaria, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación, presento el Informe de actividades realizadas en el mes mayo de 2020 objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: el valor total del presente contrato asciende a la suma de Veintitrés millones ochocientos noventa y seis mil pesos ($ 23.896.000) mcte. Incluido IVA de conformidad con el régimen tributario a que pertenezca el contratista. Esta suma será pagada al contratista por el Sena al contratista de la siguiente manera:

Un primer pago correspondiente a lo días del mes de marzo de 2020, por valor de $2.887.433
b) Un segundo pago correspondiente a los meses de abril a octubre de 2020, por valor de $2.987.000
c) Un último pago correspondiente a tres (1) días del mes de noviembre de 2020, por valor $ 99.567 noventa y nueve mil quinientos sesenta y siete pesos mcte.

Los honorarios serán pagados al contratista por el Sena de acuerdo con el cronograma definido por la dirección administrativa y financiera de la dirección general.
En la cuenta de ahorro N° **53627458301** de Bancolombia, cuyo titular es el contratista**.**

Plazo: El plazo para la ejecución del contrato es de 8 meses o días, sin exceder la presente vigencia presupuesta y empezara a contarse a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución indicados en este contrato
Plazo será hasta: el (1) de noviembre de 2020

OBJETO: contratar la prestación de servicios de carácter temporal de un (1) instructor para atender procesos de formación en la modalidad complementaria en el área de mesa y bar en el centro de recursos naturales, industria y biodiversidad vigencia 2020

CLÁUSULA (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Seleccionar estrategias de enseñanza-aprendizaje-evaluación según programa de formación profesional y el enfoque metodológico adoptado.	Preparación de las clases de acuerdo a los métodos Y procesos de enseñanza aprendizaje de manera constructivista y apoyada en los cuatro ejes del conocimiento (instructor- aprendiz-grupo y ambiente social.	. Guía de aprendizaje. Evidencias documentos de apoyo a la formación ver en drive
2	Seleccionar ambientes de aprendizaje alternos con base en resultados propuestos y en las características y requerimientos de los aprendices.	Ambiente virtual redes sociales correo electrónico y WhatsApp	Virtual. Drive
3	Orientar los procesos de aprendizaje según las necesidades detectadas en los procesos de evaluación, metodologías de aprendizaje y programas curriculares vigentes.	De acuerdo a la evaluación previa se identificó falencias en los procesos de atención y servicio al cliente lo mismo en los procesos protocolaria y se procesó a la capacitación de acuerdo a las normas de competencias vigentes para estos menesteres teórica y práctica.	Registro virtual Drive
4	Programar las actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación de conformidad con los módulos de formación y el	Explique los procesos atraves de vía correo y WhatsApp donde se explica cada uno de los	Registro Drive

	calendario institucional y el manual de procedimiento para la ejecución de acciones de formación profesional.	procesos de cada uno de los módulos y las evidencias que hay que entregar por cada uno de ellos, los temas también se complementan con videos de YouTube concernientes con los temas más relevantes en este concepto.	
5	Llevar el registro de evidencias de la actividad enseñanza-aprendizaje en el portafolio personal, para cuando sea requerido.	Lista de aprendices inscritos y matriculados.	registro de lista drive
6	Reportar información académica y administrativa según las responsabilidades institucionales asignadas.	Se encuentran registrado, inscrito y matricula.	Reporte de Sofía plus Drive
7	Apoyar las charlas informativas con especificaciones de los programas. Así como el proceso de inducción de aprendices.	No se cumplió con esta actividad.	
8	Evaluar la formación de los aprendices durante proceso educativo de acuerdo al manual de evaluación vigente.	Se hizo la evaluación de la competencia" desarrollada	Ver inscripción Drive
9	Atender oportunamente los requerimientos de lo supervisor del contrato y presentar mensualmente los informes de ejecución del contrato.	Se cumplió y se atendió los requerimientos hechos por el supervisor del contrato y coordinadora académica como fue la presentación del informe.	Informe mensual de actividades. Drive
10	Apoyar técnicamente en las evaluaciones de los procesos de adquisición de bienes y servicios, por el conocimiento contratado previa designación del director regional.	Hasta la fecha no se me ha requerido para hacer presencia de los procesos de adquisición de bienes y servicios.	
11	Reportar 160 horas mes de labores en la formación complentaria y/o titulada.	Se hizo la programación de 2 cursos de 40 horas 1 de atención y servicio al cliente otro de	•Reporte de reporte de tiempo Drive

		etiqueta y protocolo empresarial.	

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 realizados y el No. 4332616569 de la planilla soi, periodo abril 2020 (Decreto Ley 2106 de 2019 "*Decreto Ley Anti trámites"*) **nota las evidencias están soportadas en drive**

Evidencias en () folios

Cordialmente,

DONALDO PALACIOS CHAVERRA
Contratista
CC 11795941 de Quibdó

Recibí a satisfacción:

MARIA ISABEL PALOMEQUE PALACIOS
Supervisor(a) Contrato 1408782 de 2020
Coordinadora académica

---------- Forwarded message --------- De: Donaldo PALACIOS CHAVE

Donaldo PALACIOS CHAVERRA <dpalaciosch@gmail.com>
para cruzmarinamurillo, yamual2013, adri1110reyes

11 archivos adjuntos



GUIAS DE APREND..



MÓDULO 1 2 3 4 5 ..



DOCUMENTO DE A..



DIAPOSITIVAS ATE.



Drive

Buscar en Drive

Nuevo

Mi unidad

Compartido conmigo

Reciente

Destacados

Papelera

Almacenamiento

3,2 GB de 15 GB usado

Comprar espacio

Mi unid... > DONALDO ... > MA... > PANTALLAZOS INT...

Archivos

Nombre



pantallaza2.pdf



pantallazo 1.pdf



pantallazo 3.pdf



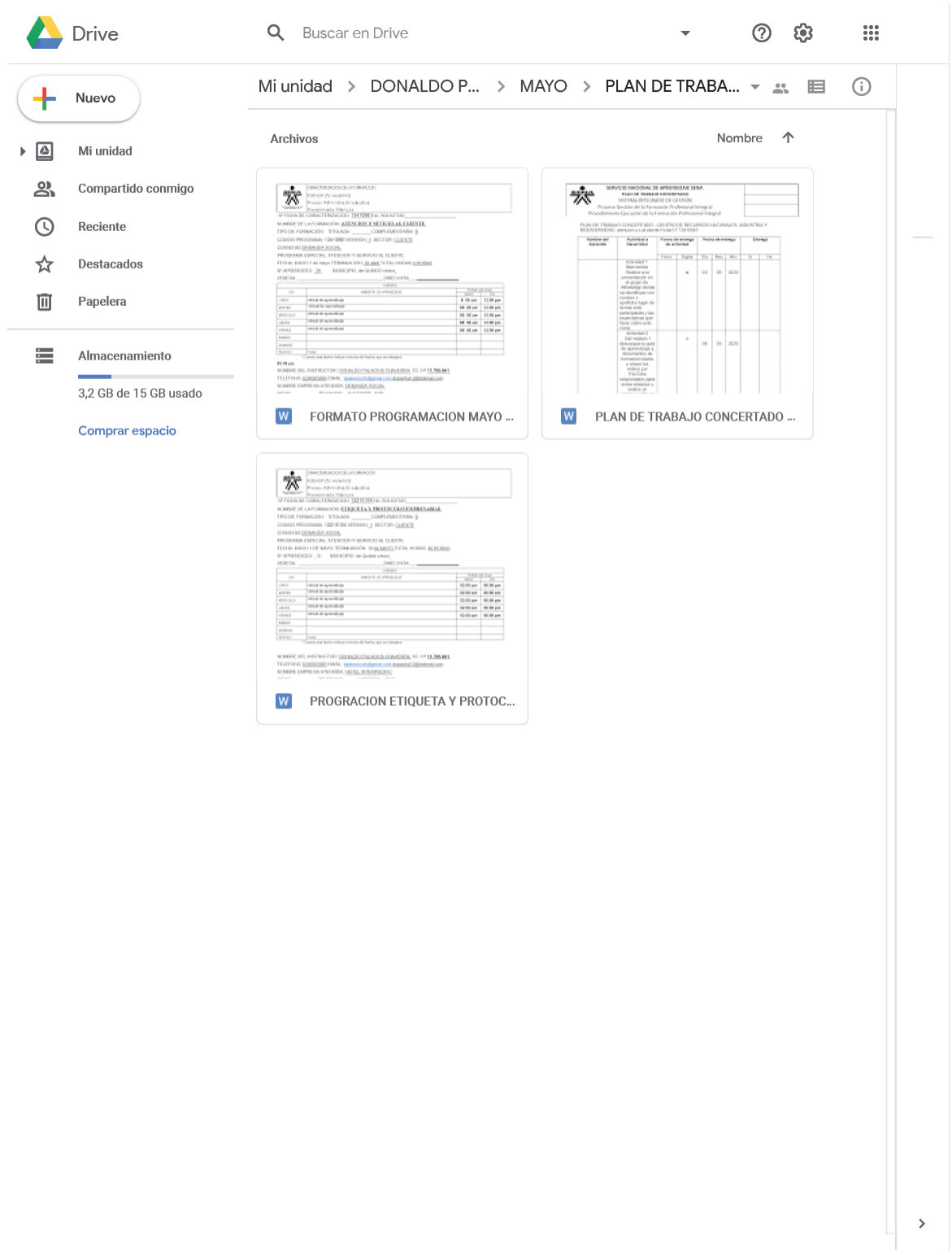
pantallazo 4.pdf



pantallazo 5.pdf



pantallazo 6.pdf



www.sena.edu.co
SENAComunica

¡BIENVENIDO A NUESTRA COMUNIDAD DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE!
Te invito a leer el siguiente mensaje, el cual detalla las actividades a realizar en la semana 1 de nuestro curso Virtual en ATENCION Y **SERVICIO AL CLIENTE** programado por el Sena utilizando las redes sociales, mientras pasa la pandemia y nos podamos juntar de nuevo.

COMPETENCIA A DESARROLLAR

FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

2 RESULTADO DE APRENDIZAJE 2

Ofrecer atención personalizada a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización.
Atender a los clientes utilizando las tecnologías de acuerdo con el protocolo de la organización.

NOMINACION

SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES.
ATENDER AL CLIENTE A TRAVÉS DE LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS Y APLICATIVOS DISPONIBLES TENIENDO EN CUENTA LOS PROTOCOLOS Y NECESIDAD DEL MISMO.
IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA ESTRATEGIA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE PERSONALIZADO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN.
VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.

CONTENIDO TEMATICO INVESTIGATIVO DE TERMINOS Y CONCEPTOS

SERVICIO AL CLIENTE. TIPOS DE CLIENTE. CLASIFICACIÓN DEL CLIENTE. SERVICIO. TRIANGULACIÓN DEL SERVICIO. MOMENTOS DE VERDAD. PECADOS DEL SERVICIO. CICLO DEL SERVICIO. VALOR AGREGADO. FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO DEL SERVICIO A CLIENTES. NORMATIVIDAD LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE LA ORGANIZACIÓN. MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS. PORTAFOLIO DE SERVICIOS. PROTOCOLO EMPRESARIAL. PROTOCOLO INTERNACIONAL. NORMAS TÉCNICAS DE LA CALIDAD VIGENTES PARA EL SERVICIO AL CLIENTE. NORMAS DE ETIQUETA Y CORTESÍA ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE ATENCIÓN AL CLIENTE PERSONALIZADA. PERSONALIDAD. DIMENSIONES DE LA PERSONA. COMUNICACIÓN. EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA TRABAJO EN EQUIPO. APARIENCIA Y ACTITUD PERSONAL. ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DE MEDIOS TECNOLÓGICOS. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA

COMUNICACIÓN, COMUNICACIÓN ESCRITA Y ORAL. CONCEPTO Y MANEJO DE INFORMACIÓN. EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA. EVALUACIÓN DEL SERVICIO TRAZABILIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y MEJORA CONTINÚA EN LOS PROCESOS DE SERVICIO AL CLIENTE. GESTIÓN DE INSATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES. LIBRETA DE CALIFICACIONES DEL CLIENTE ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO BUZÓN DE SUGERENCIAS PANEL ENCUESTAS COMPRADOR ESPÍA CLIENTES PERDIDOS.

1. Inicialmente realizar la presentación de los participantes donde indique porque que decidió hacer dicho curso y las expectativas que tiene sobre el mismo al finalizar la formación el cual se debe hacer por medio del foro de presentación creado por el grupo de WhatsApp o correo electrónico:dpalaciosch@gmail.com

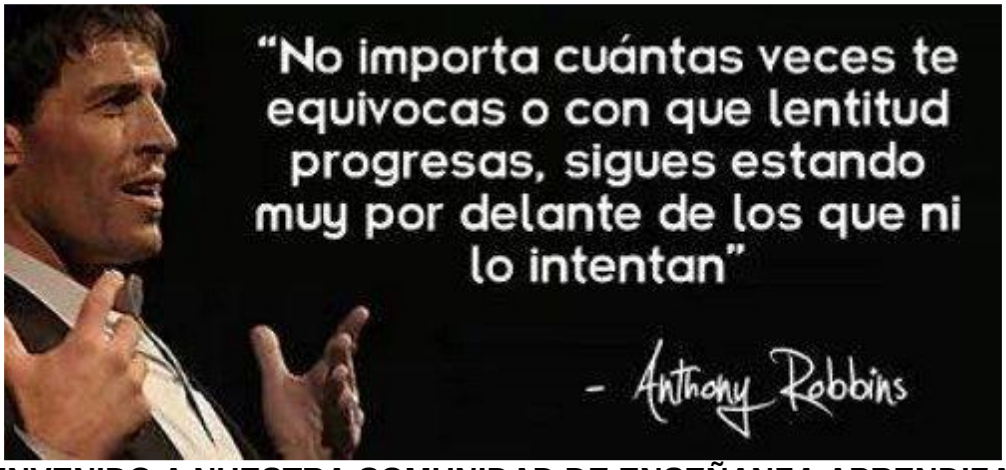
SOY DONALDO PALACIOS CHAVERRA SU TUTOR WhatsApp: 3206305883



2. leer y estudiar la **GUÍA DIDÁCTICA**
3. Estudiar el material de apoyo y completar con los videos programados de la semana: Buscar en YouTube cada uno de los videos propuesta.
DOCUMENTO DE APOYO 1 - VALOR SERVICIO
DOCUMENTO DE APOYO 2 - MODELO DISNEY
VÍDEO 1 - EL VALOR DEL SERVICIO
VÍDEO 2 - EL PODER DE LA SONRISA
VÍDEO 3 - CALIDAD EN EL SERVICIO
VÍDEO 4 - AYUDAR A LOS DEMAS SIN RECIBIR NADA A CAMBIO
VIDEO 5 – LA ALEGRIA DE SERVIR
4. Observar y analizar los videos disponibles

5. Por último según todo lo visto en el material de estudio en el módulo 1
6. Reglas de jugo Participar en los foros de discusión de cada temática dispuesta en cada tema de discusión de manera responsable, asertiva y respetuosa con los demás participantes. Válida para todos los módulos se debe desarrollar la actividad evaluativa 1 participe en los foros de discusión de la temática programada, todas las

participaciones en los foros de cada módulo son tenida en cuenta siempre que sea del tema tratado y que sirva para el crecimiento y desarrollo de la clase, cada participante puede participar hasta 2 veces del mismo tema. Teniendo en cuenta el material de apoyo estudiado y los videos visto, Realice un ensayo con sus respectivas conclusiones al final de mínimo dos páginas con letra tipo arial 12/ y envíelo al correo del tutor dpalaciosch@gmail.com/dpalaciosc@sena.edu.co



¡BIENVENIDO A NUESTRA COMUNIDAD DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE!

Le invito a leer el siguiente mensaje, el cual detalla las actividades del módulo 2 a realizar en la semana 2 de nuestro curso Virtual en **SERVICIO AL CLIENTE**

1 leer y estudiar la **GUÍA DIDÁCTICA 2**

2. Estudiar el material de apoyo de la semana:

DOCUMENTO DE APOYO –
COMO CUMPLIR CON LAS EXPETATIVAS DEL CLIENTE

3. Observar y analizar el vídeo disponible:

VÍDEO - TIPOS DE CLIENTES

4. Por último según todo lo visto en el material de estudio en el módulo 2 con el apoyo de los videos y la temática estratégica utilizada por el tutor, se debe desarrollar la actividad evaluativa programada al terminar modulo en el CUESTIONARIO **2 EVALUATIVO** que le enviara el tutor de acuerdo a lo concertado con los aprendices vía correo electrónico le llegara cada uno y se debe regresar por esté mismo medio, este constara de 10 puntos de mara dinámica y analítica de los temas tratados.
Correo tutor donde se debe enviar la actividad **dpalaciosch@gmail.com/dpalaciosc@sena.edu.co**

Se proporciona un (1) intento para realizar el cuestionario enviado por correo electrónico en el momento de presentar la evaluación concertada con los aprendices el día, hora si la persona no saca 100% de la evaluación se le dará una segunda oportunidad de

mejorar la calificación al día siguiente, y se le pondrá la nota más alta si no la supera sele ara un plan de mejoramiento hasta que este supere 100% de la calificación.
Actividad 3 del módulo 3 participe activamente 1 veces en el foro del grupo de WhatsApp COMO CUMPLIR CON LAS EXPETATIVAS DEL CLIENTE con sus respectivas conclusiones.

La gente exitosa y no exitosa no varían mucho en sus habilidades. Varían en sus deseos de alcanzar su potencial. John Maxwell.

¡BIENVENIDO A NUESTRA COMUNIDAD DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE!

Te invito a leer el siguiente mensaje, el cual detalla las actividades a realizar en la semana 3 de nuestro curso presencia - Virtual en **SERVICIO AL CLIENTE**

1. Revise su correo: descárguela información leer y estudiar la **GUÍA DIDÁCTICA 3**

2. Estudiar el material de apoyo de la semana:

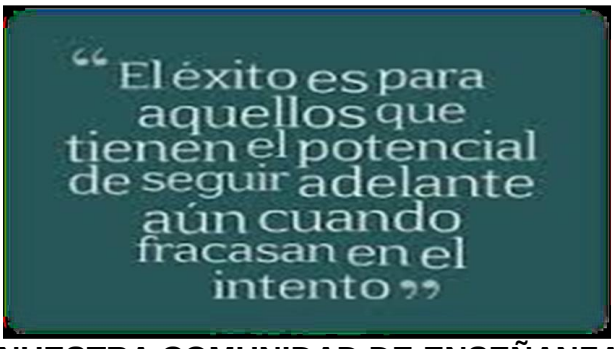
DOCUMENTO DE APOYO – LA COMUNICACIÓN ASERTIVA

3. Observar y analizar los videos disponibles:

VÍDEO 1 - SEÑALES
VÍDEO 2 – TIPS PARA UNA BUENA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA
VÍDEO 3 – TIPOS DE COMUNICACIÓN NO VERBAL Y GESTUAL

4 Por último según todo lo visto en el material de estudio en el módulo 2, se debe desarrollar la actividad evaluativa dando clic en él un **CUESTIONARIO 3 EVALUATIVO**

Se proporcionan dos intentos para realizar el cuestionario, dando la oportunidad de mejorar la calificación ya que queda la nota más alta.



¡BIENVENIDO A NUESTRA COMUNIDAD DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE!

Te invito a leer el siguiente mensaje, el cual detalla las actividades a realizar en la semana 4 de nuestro curso - Virtual en **SERVICIO AL CLIENTE**

1. leer y estudiar la **GUÍA DIDÁCTICA 4**
2. Estudiar el material de apoyo de la semana:

DOCUMENTO DE APOYO – 20 CARACTERÍSTICAS PARA LA EXELENCIA EN GESTIÓN DE CLIENTES

3. Observar y analizar los videos disponibles:

VÍDEO 1 - EL VENDEDOR DE HUMO
VÍDEO 2 - EL CIRCO DE LA MARIPOSA - PODER DE PERSUASIÓN

4. Por último debemos realizar una **ACTIVIDAD 4 EVALUATIVA**

La actividad a desarrollar va relacionada al documento Guía Didáctica 4 y los Videos que se presentan en este módulo 4.



¡BIENVENIDO A NUESTRA COMUNIDAD DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE!

Te invito a leer la siguiente información, el cual detalla las actividades a realizar en la semana 5 de nuestro curso - Virtual en **SERVICIO AL CLIENTE**

1. leer y estudiar la **GUÍA DIDÁCTICA 5**
2. Estudiar el material de apoyo de la semana:

DOCUMENTO DE APOYO 1 – 8 TIPS PARA DAR UN GRAN SERVICIO AL CLIENTE

3. Observar y analizar los videos disponibles:

VÍDEO 1 - POSTVENTA MERCEDES- BENZ

VÍDEO 2 - PROTOCOLO SERVICIO AL CLIENTE

4. Por último debemos realizar el **CUESTIONARIO 5 EVALUATIVO**

Basado en el material de estudio que se encuentra en el módulo 5

Será el examen final del módulo con consolidado total o promedio 95% o 100% de todas actividades realizadas para poder ser certificado



Actividades cambios

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR CADA UNO DE LOS APRENDICES.

Enviarla por los canales que se están utilizando. Correo electrónico dpalaciosch@gmail.com

Nota con el ánimo de facilitar accionar de cada uno del participante realice las siguientes actividades de acuerdo al desarrollo de cada uno de los módulos.

Actividad 1 es la presentación del personal atraves del grupo de WhatsApp

Actividad Módulo 1 lea la materia de apoyo y con los videos visto por YouTube realice un pequeño ensayo dos páginas como mínimo. Enviarlo por correo al tutor

Actividad 2 del módulo 2 lea el material de apoyo y con los videos visto por YouTube

Realice un peño resumen enviarlo al tutor.

Actividad 3 del módulo 3 lea el material de apoyo y con el completo de los videos visto por YouTube registre los aspectos que usted considere más interesante del tema enviar tutor

Actividad 4 del módulo 4 lea el material de apoyo y con el completo de los videos visto por YouTube.

Realice un foque diferencial entre la importancia del buen servicio y la tendencia del mismo para el desarrollo y crecimiento de la empresa en la actualizada

Actividad 5 del módulo 5 lea el material de formación y de apoyo con los videos relacionados para este y realice una síntesis del mismo de los aspectos importantes y de su opinión y envió al tutor.

SOY Donaldo palacios Chaverra

Tutor Sena

dpalaciosch@gmail.com

dpalaciosc@sena.edu.co

Móvil: 3206305883 /3147777183

ACTUALIZADO Y REVISADO mayo 2020

Guía de aprendizaje de Etiqueta y protocolo empresarial virtual 2020

ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL APRENDIZ. CURSO 40 HORAS ETIQUETAS Y PROTOCOLOS EMPRESARIAL

COMPETENCIA A DESARROLLAR mayo 2020

FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

RESULTADO DE APRENDICAJE 2

APLICAR LAS NORMAS DE ETIQUETA Y EL PROTOCOLO EN LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO AL CLIENTE, TENIENDO EN CUENTA LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
APLICAR LAS NORMAS TÉCNICAS, DE CORTESÍA Y DE PROTOCOLO EN LA ELABORACIÓN DE LA CORRESPONDENCIA RELACIONADA CON LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO AL CLIENTE.

Actividad 1 realice una presentación donde indique nombre y apellidos su nivel académico lugar de residencia. Y su expectativa sobre el curso a atraves del grupo de WhatsApp

Realice los siguientes talleres utilizando los materiales de formación y los videos de apoyo

Actividad 2 investigue los términos y conceptualizaciones.

Concepto: Relaciones Interpersonales

Concepto: Elementos -Desarrollo Comunicación Empresarial

. Concepto: Funciones de la Comunicación Empresarial

Clasificación de la Comunicación Empresarial

Conducto regular Relaciones Públicas

Concepto: Empresa. Concepto -Actividad económica.

Estructura orgánico-funcional

Principios Corporativos

Cultura Organizacional.

Concepto: Misión -Visión -Objetivos Corporativos -Manual de funciones y procedimientos Etiqueta

. Concepto: Etiqueta Social y Etiqueta Empresarial -Tarjetas Empresariales -Etiqueta en la Mesa Protocolo

Concepto: Historia del Protocolo -Protocolo nacional e internacional -Protocolo en la correspondencia: tarjetas, cartas, portafolio de servicios. -Normas técnicas colombianas para la elaboración de documentos comerciales. -Normas de Calidad, aplicadas a la elaboración y presentación de documentos. Precedencias

Concepto: Legislación vigente –Niveles.

Actividad 3 realice un documento final donde se evidencie protocoló de un ceremonial o evento con infografía (fotos) tenga en cuenta todos los videos y materiales de apoyo.

Videos YOUTUBE: buscar

1. Protocolo y etiqueta en el diario vivir
2. Etiqueta y protocolo en su vida
3. Protocolo y Etiqueta para el éxito
4. Etiqueta y protocolo empresarial
5. Etiqueta y protocolo moderno
6. Montaje de mesa
7. Ceremonial y protocolo
8. Reglas de etiquetas y buenos modales
9. Protocolo y etiqueta en la mesa parte 1

Actividad 4 análisis comparativo diferencial de la etiqueta de ayer y la hoy realice un párelo, entre las dos y hágale sus comentarios propias conclusiones.

Donaldo palacios Chaverra

dpalaciosch@gmail.com móvil 3206305883

PLAN DE TRABAJO CONCERTADO –CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD, ATENCIÓN Y S AL CLIENTE FICHA N° 13410561

Nombre del Aprendiz	Actividad a Desarrollar	Forma de entrega de actividad		Fecha de entrega			Entregó	
		Físico	Digital	Día	Mes	Año	Si	No
	Actividad 1 Bienvenida Realice una presentación en el grupo de WhatsApp donde se identifique con nombre y apellidos lugar de donde está participando y las expectativas que tiene sobre este curso.		**x**	04	05	2020		
	Actividad 2 Del módulo 1 descargue la guía de aprendizaje y documentos de formación léalos y véase los videos por YouTube relacionados para estos módulos y realice un **ensayo sobre el valor del servicio.**		x	06	05	2020		
	Actividad 3 del módulo 2 lea los documentos del módulo		x	13	05	2020		

	dos lo mismo que los videos por YouTube preparado para el mismo y realice un análisis con conclusiones sobre las expectativas del cliente y las tendencia del servicio actual con la globalización							
	Actividad 4 Del módulo 3 lea los documentos del módulo lo mismo que los videos relaciones búsquelos YouTube realice un breve relato de 10 renglones concluya con lo más importante del módulo y envíelo a al tutor por el correo.		x	20	05	2020		
	Actividad 4 Del módulo 4 lea la guía con los documentos del módulo y los videos y realice una síntesis comparativo		x	26	05	2020		

	Actividad 5 Del módulo 4 lea el material de apoyo y con el completo de los videos visto por YouTube. Realice un foque diferencial entre la importancia del buen servicio y la tendencia del mismo para el desarrollo y crecimiento de la empresa en la actualidad		x		05	2020		
	Actividad 6 Del módulo 5 lea los documentos del módulo y véase los videos YouTube Realice un foque diferencial entre la importancia del buen servicio y la tendencia del mismo para el desarrollo y crecimiento de la empresa en la actualidad y la diferencia entre organizaciones		x	30	05	2020		

	que producen y prestan servicio. Envía al tutor y evaluación final							

_____

Firma Aprendiz

DONALDO PALACIOS CHAVERRA

Firma Instructor

PLAN DE TRABAJO CONCERTADO –CENTRO DE RECURSO NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD.

ETIQUETA Y P´ROTOCULO EMPRESARIAL N° 12210104

Nombre del Aprendiz	Actividad a Desarrollar	Forma de entrega de actividad		Fecha de entrega			Entregó	
		Físico	Digital	Día	Mes	Año	Si	No
	Actividad 1 Bienvenida y Presentación de cada participante Ante el grupo de WhatsApp Entrega de las guías de aprendizaje y módulos de formación y material de apoyo		**X**	04	05	2020		
	Actividad 2 Lea los materiales e investigue los términos y conceptos. Concepto: Relaciones Interpersonales Concepto: Elementos - Desarrollo Comunicación Empresarial . Concepto: Funciones de la Comunicación Empresarial Clasificación de la Comunicación Empresarial		X	06	05	2020		

	Conducto regular Relaciones Públicas. Enviar al tutor							
	Actividad 3 Lea los materiales y con el apoyado del glosario de término investigue el mismo. Concepto: Empresa. Concepto - Actividad económica. Estructura orgánico-funcional Principios Corporativos Cultura Organizacional. Concepto: Misión -Visión - Objetivos Corporativos - Manual de funciones y procedimientos Etiqueta. Realice un análisis porque es importante tener conocimiento en este arte del servicio?		X	17	05	2020		
	Actividad 4 Investigue la terminología utilizando materias de formación y		X	22	05	2020		

	glosarios de ternamos Concepto: Etiqueta Social y Etiqueta Empresarial - Tarjetas Empresariales - Etiqueta en la Mesa Protocolo Concepto: Historia del Protocolo - Protocolo nacional e internacional - Protocolo en la correspondencia: tarjetas, cartas, portafolio de servicios. - Normas técnicas colombianas para la elaboración de documentos comerciales. - Normas de Calidad, aplicadas a la elaboración y presentación de documentos. Precedencias Concepto: Legislación vigente –Niveles realice una síntesis y la importancia que tiene la etiqueta y protocolo empresarial para el servicio empresarial y social para							

	humanidad en los distintos lugares donde nos toca interactuar con las de más cultura y el cuidado que debemos tener para no causar molesta a los demás documento mimo dos hojas en Arial 12							
	Actividad 5 Leído los materiales de formación Identifique los tipos eventos y relate la característica de cada uno y porque se diferencia en su organización Enviar al tutor		X	26	05	2020		
	Actividad 6 Evaluación final Cuenten la experiencia que logro en esta capacitación y como lo va aplicar en la empresa para cual labora. Enviar documento al tutor		X	30	05	2020		

DONALDO PALACIOS CHAVERRA

Firma Instructor

Firma del Aprendiz

TALLER ACTIVIDAD

Apreciado APRENDICES: a continuación, presentamos dos casos de Atención al cliente para su correspondiente análisis:

CASO 1:

La empresa “Industrias Arco Iris” estableció el día 20 de cada mes en curso, para realizar pagos a sus proveedores:

El señor Tranquilino Buen ahora es proveedor de insumos de oficina y cuando se acercó a pagaduría le informaron que su cheque no estaba

El oficinista le sugirió dirigirse a Contabilidad, de allí pasó a cartera, luego a Dirección financiera, después a personal, luego a cuentas de cobro y por último regresó a pagaduría. En ninguna de estas oficinas obtuvo información sobre su pago.

Con base en este caso resuelva las siguientes preguntas:

1. ¿En qué estado de ánimo considera usted que quedó el señor Buen ahora al final del recorrido?

El estado de ánimo es de mal genio por no tener una respuesta oportuna

2. ¿Cuáles son las reacciones típicas de ese estado de ánimo?

De mucha agresividad y esto se reflejaría en su tono de voz y modales

- Usted es el oficinista. Realice una atención efectiva a este cliente, describa en seis (6) pasos esa atención la cual debe deducir.

➢ Saludar y presentarme

➢ Tener un tono de voz agradable

➢ Estar atenta para entender lo que el cliente requiere

➢ Verificar con la persona encargada para ver si tiene conocimiento de lo que el cliente requiere

➢ Si por algún motivo no se ubica el cheque, explicarle con cortesía lo sucedido

➢ Hacerle ver que él es importante para nuestra empresa

CASO DOS:

Ángela, Cabeza de familia, madres de dos hijos necesita conseguir empleo. Acude diariamente a la oficina de personal de una empresa, en busca de un formulario de solicitud de empleo.

Con una mentira logra ingresar a las instalaciones de la empresa y llegar a la oficina de personal, pero allí no es atendida. Insiste una y otra vez, pero no logra su objetivo.

Con base en este caso responda lo siguiente:

En qué Clasificación de clientes ubica usted a Ángela ¿Por qué no es atendida cada vez que logró entrar a la oficina de personal?

à Como una persona deshonesta,

Atienda usted a Ángela y describa el proceso de atención en cuatro (4) pasos que usted debe deducir de los conocimientos adquiridos y su propia investigación.

- tener una buena presentación personal
- Saludar y estar siempre agradable
- Verificar cual es la vacante que hay en el momento para determinar si aplica al perfil
- Tener buena actitud

SEGUNDA ACTIVIDAD

AHORA, SOBRE EL TEMA DE AGENDA Y CONTROL DE CITAS Y EQUIPOS DE COMUNICACIÓN

1. En el formato adjunto programe LA AGENDA de un día cualquiera (usted lo define) según el siguiente listado de actividades:

LISTADO DE ACTIVIDADES

- Reunión de Consejo Directivo
- Visita de Contraloría General de la República
- Reunión de Comité de Bienestar Social
- Asistencia del jefe al Club de Ejecutivos
- Conceda tres citas a clientes frecuentes importantes para la empresa
- Asistencia de su jefe a cita con gerente de banco
- Presente la agenda del día organizada y

- Justifique en 10 renglones el porqué de su decisión.

2. Elabore un cuadro comparativo de los diferentes equipos de comunicación estudiados en la teoría, estableciendo diferencias y semejanzas.

AGENCIA DE ADUANA PROFESIONAL S.A

8:00 A.M. a 9:00 Am Reunión de Consejo Directivo

9:30 A.m. a 10:15 A.M Reunión de Comité de Bienestar Social

10:30 A.M a 11:30 A.M Reunión Escandinavia Pharma

12:00 M. 1:00 P.M Almuerzo

1:00 P.M A 2:00 P.M Visita de Contraloría General de la República

2:30 PM. A 3:00 Asistencia de su jefe a cita con gerente de banco

3:00 P.M A 3:30 P.M Asistencia del jefe al Club de Ejecutivos

4:00P.M A 4:45 P.M Reunión Baker

5:00P.M A 5:30 P.M Reunión BJ services

OBSERVACIONES:

La reunión con Baker y BJ es en el mismo lugar para tratar temas en relación

Evaluación de atención y servicio al cliente instructor Sena choco DONALDO PALACIOS CHAVERRA.

Correo: dpalaciosch@gmail.com7 MOVIL 3206305883/3147777183 enviar por este medio.

Aprendices ---------- cc ---------- móvil ---------- fecha.

1.¿Para satisfacer a los clientes no basta con eliminar los motivos de insatisfacción o de quejas, es necesario asumir?

A.La satisfacción de los clientes

B.La identificación de los clientes

C.Una actitud pro-activa

2.¿La identificación de los clientes de una organización debe iniciarse averiguando donde se encuentran los clientes externos y clientes internos y cuáles son sus necesidades?

A.Verdadero

B.Falso

3.¿Los clientes deben percibir que en los productos y servicios que adquieren hay una relación de?

A.Oferta y demanda

B.Costo y beneficio

C.Precio y calidad

4.¿Los clientes infelices son aquellos que si usted les asegura que un suéter es blanco, ellos dirán que es rojo?

A.Verdadero

B.Falso

5.¿Son el tipo de clientes que cuando entran a un establecimiento comercial tienen expresiones cómo estoy seguro de que no tiene lo que busco?

A.El cliente conversador

B.El cliente discutidor

C.El cliente infeliz

6.¿El cliente conversador es aquel que entran a comprar un aparato y, para cuando se van, usted conoce la historia de su vida?

A.Verdadero

B.Falso

7. ¿Tipo de cliente que el hacer que este explique lo que busca es una tarea penosa?

A. El habitual

B.El que no habla

C. El paciente

8.¿El cliente indeciso es aquel que lo interrumpen cuando usted se encuentra en medio de una conversación con otro cliente y demandan su atención inmediata?

A.Verdadero

B.Falso

9¿A qué tipo de regla nos referimos cuándo el cliente nos indica "dime con precisión tus tiempos de entrega, la hora en la que me entregarás la cotización o si mi negocio verdaderamente te interesa"?

A. Ayúdame a ayudarte

B.Justifica porqué te debo de comprar a ti

C. Siempre dime la verdad

10. ¿La voz del cliente se escucha en el contexto; en sus expresiones verbales, pero principalmente en los no verbales gestos, actitud, entusiasmo, grado de confianza?

A.Verdadero

B.Falso

Examen final de atención y servicio al cliente 2020

Este ejercicio de valoración del conocimiento de habilidad y destreza de muestra la capacidad analítica y critica de cada uno del participante de una manera concreta y objetiva de compresión de las realidades empresariales y de servicios que poseemos en el mundo actual lo cual les permitirá actuar de acuerdo al contexto del mercado para poder lograr la supervivencia y crecimiento como tal. El Valor de este es 20 puntos válidos para un total 100% de la competencia desarrollada durante un mes con clases magistrales e investigación y participación de cada uno, apoyado de medios tecnológicos y ejercicios prácticos. DONALDO PALACIOS CHAVERRA INSTRUCTOR enviar examen por este medio dpalacioch@gmail.com, WhatsApp 3206305883

BUENA SUERTE PARA TODOS@

Aprendiz (1) ----------identificación----------
Cel_____

Fecha

(1) En términos generales podemos decir que los bienes son objetos, aparatos o cosas, en tanto que los servicios son actos, esfuerzos actuaciones. La principal diferencia entre bienes y servicios es:

Marque con una x la repuesta correcta.

El Tamaño ( )
Color ( )

La Intangibilidad ( )

La Cantidad ( )

3. El triángulo de servicios concebido por Karl Albrecht representa la atención que se da a los anhelos y expectativas de los consumidores. Cuando se observa la visión esquemática del triángulo de servicios de Albrecht, se puede notar que el centro del modelo del triángulo de valor es:

Seleccione una respuesta.

a. El Cliente. ( )

b. Las Personas ( )

c. La Estrategia ( )

d. Los Sistemas ( )

2. Una de las estrategias preferidas por los ejecutivos del área de servicios de la empresa Alforjas Ltda. Es la estrategia de nichos de mercado, porque tienen la oportunidad de explorar para conseguir nuevos mercados para esta ocasión la empresa ha pedido a sus ejecutivos aplicar la estrategia de nicho especializado, porque le permitirá a la empresa:

à Llegar a un nuevo consumidor específico

à Situarse en un área geográfica determinada con un servicio que la competencia no pueda tener

à Copiar sin temor la estrategia de la empresa líder

à Acomodar su estrategia a la de la empresa líder

Seleccione una respuesta

a. 1 y 2 son correctas ( )

b. 1 y 3 son correctas ( )

c. 2 y 4 son correctas ( )

d. 3 y 4 son correctas ( )

3. Las empresas exitosas que tienen la filosofía de administrar las deserciones de los clientes, recurren a tácticas para retener los demostrándoles que ellos son importantes en la empresa y lo hacen como una de sus metas fundamentales. Identifique a continuación algunas tácticas eficaces para retener a los clientes:

1. Mantener contacto con los clientes cuando realicen las compras

2. Mantener el contacto con los clientes entre visitas.

3. Vigilar a los empleados y clientes en el momento de la compra

4. Crear relaciones de confianza.

4. Seleccione una respuesta.

a. 1 y 2 son correctas ( )

b. 1 y 3 son correctas ( )

c. 2 y 4 son correctas ( )
d. 3 y 4 son correctas ( )

(5) La imagen que las personas construyen de la marca viene directamente del cerebro, que es como el buzón de las marcas, la oficina central está ocupada por cerebro, el pensamiento. Para llegar a la mente del consumidor es necesario que la marca establezca un puente entre el mensaje de la marca y la mente, pues en la mente del consumidor existen dos compartimientos, identifíquelos a continuación:

1. Lo que se ve
2. Lo que se siente
3. Lo que lo enamora
4. Lo que lo ilusiona

Seleccione una respuesta.

a. 1 y 2 son correctas ( )

b. 1 y 3 son correctas ( )

c. 2 y 4 son correctas ( )

d. 3 y 4 son correctas ( )

(6) Muchos servicios no pueden producirse sin la presencia y cooperación del cliente, ya que no es posible almacenarlos y se producen en el mismo momento en que se consumen. Esta es una característica de los servicios conocida como:

Seleccione una respuesta.

a. Relación con los Clientes ( )

b. Perfectibilidad ( )

c. Inseparabilidad ( )

d. Intangibilidad ( )

(7) Un operador turístico del Sur de Huila entrega un volante a sus clientes turistas con la siguiente información: ¡Lo que el Sur del Huila no es! El sur del Huila no es una región improductiva, no está afectada con la presencia de grupos terroristas, no siempre hace mucho frio, no siempre se come lechona, sus sitios turísticos no son

incómodos y no están mal ubicados. Con lo anterior lo que el operador turístico pretende es hacer un: Seleccione una respuesta.

a. Manejar las expectativas de los clientes ( )

b. Buscar cliente ( )

c. Conseguir que le compren los paquetes turísticos ( )

d. Manejo de deseos y estímulos y satisfacción de los clientes ( )

(8) Según Regis Mackenna, la globalización y el aumento de la oferta de productos y servicios extranjeros disminuyen cada vez más la fidelidad a una marca. "En esta época de opciones explosivas y cambios imprevisibles, de numerosas ofertas para los clientes, las empresas enfrentan el fin de la fidelidad" por lo tanto las empresas deben diseñar y poner en marcha estrategias de Marketing para no perder sus clientes. En los siguientes enunciados identifique la estrategia de Marketing que le serviría a la empresa para conservar y fidelizar sus clientes:

Seleccione una respuesta.

a. Construir buenas y constantes relaciones con los clientes ( )

b. Dotar a sus clientes de buena publicidad ( )

c. Entregar información a los clientes y empleados ( )

d. Construir exclusiva relación con los empleados ( )

(9) Una compañía de tarjetas de crédito, con sede en el banco Bogotá ha mejorado su clasificación en la industria, pasando del lugar 40 al 6, y sus utilidades se han multiplicado. La empresa ha logrado multiplicar sus utilidades por motivar la lealtad de los clientes, detectar los puntos débiles hacia los que debe enfocar sus esfuerzos, la compañía refuerza ante los empleados la importancia de los clientes por medio de estructura de premios e igualmente se atienden todos los clientes que quieren suspender sus servicios. La rentabilidad de la compañía está directamente ligada a la implementación de las estrategias de:

1. Retención de los clientes
2. Satisfacción de los clientes
3. Sobrecarga de trabajo de los empleados

4. Tener variedad de servicios en tarjetas de

crédito Seleccione una respuesta.

a. 1 y 2 son correctas ( )

b. 1 y 3 son correctas ( )

c. 2 y 4 son correctas ( )

d. 3 y 4 son correctas ( )

(10) La Compañía Aérea Vuelo Seguro sorprendió el pasado mes de enero a sus pasajeros de vuelos internacionales con una sala VIP con derecho a baño y masajes después su largo vuelo. A cuál de los atributos físico de servicios está haciendo alusión la compañía aérea: Seleccione una respuesta.

a. Básicos ( )

b. Deseados ( )

c. Esperados ( )

d. Inesperados ( )

(11) En la actualidad las organizaciones que verdaderamente se destacan en su servicio al cliente, equipan a sus empleados común conjunto de instrumentos para atender, satisfacer y rescatar a sus clientes, y reparar las fallas cuando se presentan y cuando los clientes expresan sus quejas. Generalmente las quejas de los clientes deben ser consideradas como:

1. Oportunidades para mejorar el sistema de prestación del servicio

2. Oportunidad de asegurar que cliente quede satisfecho antes de que decida irse

3. Evaluación de quejas y reclamos de los clientes de servicios

4. Conocimiento de lo que piensan los clientes y como expresan sus quejas
Seleccione una respuesta.

a. 1 y 2 son correctas ( )

b. 1 y 3 son correctas ( )

c. 2 y 4 son correctas ( )

d. 3 y 4 son correctas ( )

(12) De acuerdo con John E. G. Bateson “La mente del consumidor sigue siendo un enigma para nosotros, es como una “caja negra “bien sellada. Podemos observar lo que entra en la caja y las decisiones que se toman en consecuencia, pero jamás en

realidad, cómo son procesados los materiales en entran (información)”Los gerentes de marketing en las empresas para comercializar debidamente sus servicios deben conocer los procesos de pensamiento que los consumidores aplican en las etapas del proceso de decisión de compra del consumidor. Cuáles son las etapas del proceso de decisión de compra del consumidor:

Seleccione una respuesta.

a. Etapa de compra, recompra y evaluación ( )

b. Etapa previa a la compra, la del consumo y la de evaluación posterior compra( )

c. Etapa de consumo a la compra y posterior evaluación ( )

d. Etapa inicial, posterior a la compra y satisfacción posventa ( )

(13) En una organización para establecer precios correctos a los servicios, se debe reconocer el valor que el cliente le otorga a un servicio, para con ello determinar el precio; puesto que la forma como los clientes perciben el valor representa una mezcla entre: Seleccione una respuesta.

a. Los beneficios que crean que obtendrán del producto o servicio y el servicio a perciben en términos del costo que pagaran.

b. La calidad que recibirán del producto y la forma como el vendedor los

c. El sacrificio que se perciben por el alto costo que pagaran y la comedí obtener el producto que nadie más tenga.

d. Los beneficios que le tiene que proporcionar el producto y el alto costó tuvieron que pagar

(14) Hospital San de la Hortua hace parte de los principales prestadores de servicios de salud del Departamento y está realizando un arduo trabajo en torno a cambiar la imagen del hospital y la experiencia del servicio en la mente de los pacientes y los que podrán serlo. Entre otras actividades están trabajando en disminuir las preocupaciones de los pacientes para tratar de cambiar la evaluación de éstos en la prestación del servicio, antes, durante y después de su estancia en el Hospital; entenderlas

necesidades y exigencias de los pacientes, atención especial en los servicios de salud de las mujeres, en fin el hospital tiene ahora como objetivo central cuando ingresan los pacientes disminuir su inquietud y angustia con las cómodas instalaciones, la actitud positiva del personal y calidad en la atención. De acuerdo a lo anterior el hospital está ejecutando una estrategia de: Seleccione una respuesta

a. Competencia ( )

b. Diferenciación ( )

c. Evaluación del consumidor ( )

d. Nuevos nichos de mercado ( )

(15) La tarea de retener a los clientes ha ido adquiriendo gran importancia para las empresas en los últimos tiempos, debido a que los clientes han cambiado, cada vez están más informados para las decisiones de compra. En consecuencia los clientes dela actualidad normalmente se fijan en las empresas que aplican prácticas para retener a los clientes y las premian repitiendo sus compras. En los siguientes enunciados identifique dos ventajas que representan para las empresas retener a los clientes:

1. Aumento en las utilidades porque aumenta la frecuencia de las compras.

2. Aumento en los clientes y empleados de la organización

3. Aumento en la rentabilidad porque los clientes están dispuestos a pagar más en situaciones de compra.

4. Aumento en la percepción de los clientes y rentabilidad de los clientes internos

Seleccione una respuesta.

a. 1 y 2 son correctas ( )

b. 1 y 3 son correctas ( )

c. 2 y 4 son correctas ( )

d. 3 Y 4 son correctas ( )

(16) Teniendo en cuenta que las estrategias tradicionales de los precios y los enfoques de la contabilidad de costos no ofrecen muchos beneficios a los consumidores de servicios ni a los prestadores. Por lo tanto las empresas deben considerar tres estrategias alternativas para la fijación de los precios y que a la vez

trasmitan valor al cliente, de esta forma los precios se fijarían basados en: Seleccione una respuesta.

a. En la satisfacción del empresario, la eficiencia en los costos y en las relación competidores. ( )

b. En la satisfacción, en las relaciones y en la eficiencia. ( )

c. En las relaciones organizacionales, en la eficiencia. ( )

d. En la satisfacción y eficacia en la fijación de los precios. ( )

(17) Para gerenciar las relaciones es necesario tener en cuenta el Imperativo competitivo, el cual explica que la empresa de servicios que carezca de capacidad de competencia no sobre vive solo con diferenciación de servicios; por lo tanto es preciso combinar:

1. La competencia.

2. Las Estrategias.

3. La diferenciación.

4. El Precio Seleccione

una respuesta.

a. 1 Y 2 son correctas. ( )

b. 1 y 3 son correctas. ( )

c. 2 y 4 son correctas. ( )

d. 3 y 4 son correctas. ( )

18) Cuando comenzó la renovación industrial japonesa de posguerra, la compañía Kaishinsha se hallaba entre los supervivientes. Pronto se le puso un nombre más sencillo: Nissan Motor Company. Nissan empezó a producir autos compactos populares en su mercado casero. Como en el caso de otros fabricantes japoneses exitosos, también consolidó un negocio de exportaciones hacia el Oriente y prosperó, lo mismo que su principal competidor, Toyota. Teniendo el caso anterior cuáles considera que fueron las estrategias que la empresa Nissan implementó:

1. Estrategia en círculo: buscando encontrar brechas en las estrategias de la empresa líder

2. Estrategias guerrilla: atacando los puntos débiles de la empresa líder para desmoralizarla

3. Estrategias de clonación: copiar sin temor la estrategia de la empresa líder.

4. Estrategia de adaptación: Acomodar su estrategia a la de la empresa líder.

Seleccione una respuesta.

a. 1 y 2 son correctas. ( )

b. 1 y 3 son correctas. ( )

c. 2 y 4 son correctas. ( )

d. 3 y 4 son correctas. ( )

(19) Para atender bien al cliente, un empleado primero debe saber qué quiere el cliente, lo cual presupone un conocimiento del servicio que vende y un espíritu orientado a la investigación, para descubrir las necesidades y los deseos de los clientes. En consecuencia, el buen desempeño de servicios depende de unos factores clave, entre los que se pueden mencionar:

1. El conocimiento del servicio y del mercado.

2. La habilidad y voluntad de servir.

3. Detectar las barreras a la buena atención.

4. Desarrollo de productos novedosos.

Seleccione una respuesta.

a. 1 y 2 son correctas. ( )

b. 1 y 3 son correctas. ( )

c. 2 y 4 son correctas. ( )

d. 3 y 4 son correctas. ( )

(20) La imagen de un servicio siempre debe estar asociada a los momentos placenteros o encantadores y, si es posible, inolvidables, normalmente las personas tienden a valorar servicios agradables. Para construir una buena imagen, las empresas de servicios deben tener en cuenta algunos preceptos básicos, como son:

1. Encantar con servicios inusitados.

2. Procurar satisfacer necesidades reales y latentes.

3. Darle gusto en tolo lo que se ocurre al cliente

4. Generar deseo y

anhelos

Seleccione una respuesta.

a. 1 y 2 son correctas. ( )

b. 1 y 3 son correctas. ( )

c. 2 y 4 son correctas.()

Nº FICHA DE CARACTERIZACION: 12210104 No. SOLICITUD_____
NOMBRE DE LA FORMACIÓN: **ETIQUETA Y PROTOCOLO EMPRESARIAL**
TIPO DE FORMACION: TITULADA: _____COMPLEMENTARIA: X
CODIGO PROGRAMA: 12210104 VERSION 1 SECTOR: CLIENTE
CONVENIO DEMANDA SOCIAL
PROGRAMA ESPECIAL: ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE
FECHA: INICIO 1 DE MAYO TERMINACIÓN: 30 de MAYO TOTAL HORAS: 40 HORAS
Nº APRENDICES: 31 MUNICIPIO: de Quibdó choco
VEREDA: _____DIRECCIÓN:_____

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas)	
		INICIO	FIN
LUNES	**virtual de aprendizaje**	**02:00 pm**	**06:00 pm**
MARTES	**virtual de aprendizaje**	**02:00 pm**	**06:00 pm**
MIERCOLES	**virtual de aprendizaje**	**02:00 pm**	**06:00 pm**
JUEVES	**virtual de aprendizaje**	**02:00 pm**	**06:00 pm**
VIERNES	**virtual de aprendizaje**	**02:00 pm**	**06:00 pm**
SABADO			
DOMINGO			
FESTIVO *	Fecha:		

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

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: DONALDO PALACIOS CHAVERRA CC. Nº **11.795.941**
TELEFONO 3206305883 EMAIL: dpalaciosch@gmail.com dopacha12@hotmail.com
NOMBRE EMPRESA ATENDIDA: HOTEL INTERPACIFIC
NIT Nº _____TELEFONO: (4)6737729 FAX:_____
DIRECCION: QUIBDO – CHOCO – SEDE PRINCIPAL
E-MAIL: reservashotelinterpacific@gmail.com
NOMBRE DEL GERENTE: PEDRO ABDO CORDOBA ANDRADE
No DE EMPLEADOS: 22 ACTIVIDAD ECONOMICA SERVICIO HOTELERO
DPTO: CHOCÓ MUNICIPIO: QUIBDÓ GREMIO:_____

TIPO DE EMPRESA

Ánimo de Lucro	Limitada		**Solidaria**	Precooperativas		**Instituciones Educativas**	
	Anónima			Cooperativas		Instituciones Educativas: Pública ☐ Privada ☐	
	En Comandita			Cooperativas Públicas		**Otros**	
	Economía Mixta			Empresas Comunales		Entes Territoriales	
	Colectiva			Mutuales		ONGS	
	Unipersonal			Fondo de Empleados		Grupos	

DONALDO PALACIOS CHAVERRA MARIA ISABEL PALOMEQUE PALACIOS 6 mayo 2020
INSTRUCTOR COORDINADOR ACADEMICO FECHA DE ENTREGA

GTH-F-062 V.06

FORMATO PARA LA INSCRIPCIÓN DE ASPIRANTES EN SOFIA PLUS v1.0						
Tipo de Identificación	Numero de Identificación	NOMBRES	APELLIDOS	Tipo poblacion Aspirante	Tipo de Organizaciòn	
35890434	CC	LILIA YANETH	TELLO RIVAS	AFROCOLOMBIANO		
1003930608	CC	ROSIRIS	CUESTA BORJA	AFROCOLOMBIANO		
35895096	CC	NELLY MARIA	GAMBOA CORDOBA	AFROCOLOMBIANO		
1078856437	CC	CAROLINA	MORENO SANCHEZ			
1077455154	CC	NUBIA TERESA	ANDRADE CORDOB	AFROCOLOMBIANO		
35604250	CC	KRISTELL PATRICIA	PADILLA GUTIERREZ			
1003851117	CC	HARVIN	MOSQUERA MOSQU	AFROCOLOMBIANO		
1010052944	CC	CARLOS ALBERTO	VALOYES ORTIZ	AFROCOLOMBIANO		
1077444316	CC	JUAN CARLOS	MARTINEZ MENA	AFROCOLOMBIANO		
1003929602	TI	YARLEIDY	PALACIOS CHAVERR	AFROCOLOMBIANO		
11798987	CC	ARIEL DELIO	RENTERIA SANCHEZ	AFROCOLOMBIANO		
1077474153	CC	YERLY PATRICIA	GAMBOA CORDOBA	AFROCOLOMBIANO		
35570132	CC	CARMEN	PALOMEQUE GIRALI	AFROCOLOMBIANO		
1078181278	CC	MARIA FERNANDA	ROMAÑA ARBOLED	AFROCOLOMBIANO		
1077466679	CC	SANDRA PATRICIA	CORDOBA PEREA	AFROCOLOMBIANO		
1077472554	CC	INGRI YARISA	PALACIOS PALACIO	AFROCOLOMBIANO		
1077469422	CC	ANDREA NATALIA	PARRA VALENCIA	AFROCOLOMBIANO		
1148194932	CC	ANGEL LUCIO	CHAVERRA PEREZ	AFROCOLOMBIANO		
1078857412	CC	EIMAR ENRIQUE	PEREA PALACIOS	AFROCOLOMBIANO		
1133649145	CC	LAURA LILIANA	PEREA PALACIOS	AFROCOLOMBIANO		
1004012588	CC	DANIEL HEMERSON	SANTOS PALACIOS	AFROCOLOMBIANO		
1001031800	CC	STIVINSON ANTONIO	MOSQUERA PLAZA	AFROCOLOMBIANO		
52231887	CC	RUBIELA	HINESTROZA ÁLACI	AFROCOLOMBIANO		
1077460530	CC	ANA MILENA	LARGACHA CONRADO			
1077464920	CC	DIANA LUCELLY	RIVAS REYES	AFROCOLOMBIANO		
1077428767	CC	BREINER ALEXANDER	LEUDO MENA	AFROCOLOMBIANO		
1010055670	CC	HEIDY JOHANA	MORENO MOSQUE	AFROCOLOMBIANO		
1077440255	CC	ELI JOHANA	IBARGUEN LONGA	AFROCOLOMBIANO		
54259037	CC	MARILUZ	CASAS MOSQUERA	AFROCOLOMBIANO		
1004010411	CC	HEIDY	SIERRA	AFROCOLOMBIANO		
1077473292	CC	MIRLEIVIS	MENA MENA	AFROCOLOMBIANO		
1130657603	CC	EMMA PATRICIA	RAGA PEREA	AFROCOLOMBIANO		
1077480898	CC	LISED NAIROVIT	PEREA LEMUS	AFROCOLOMBIANO		
registro y matricula mayo 2020						
ATENCION Y SERVICIO AL CLENTE						
CODIGO:13410561						