PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Quibdo ,Junio de 2020

Señor (a)
HARRY EDUVAR MARTINEZ ASPRILLA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. . **1409154**
Cargo del supervisor: Coordinador Académico
Dependencia : Coordinación Académica
Quibdo

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Junio del año 2020

Referencia: No **1409154** del año 2020

WILSON MORENO QUEJADA, identificado con la cédula de ciudadanía No. 11.789.597, de Quibdó , en mi calidad de Contratista del SENA, en : Coordinación Académica, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: El valor total del presente asciende a la suma de $ VEINTITRES MILLONES OCOCIENTOS NOVENTA Y SEIS MIL PESOS $ 23.896.000) incluido IVA (de conformidad con el régimen tributario a que pertenezca el futuro contratista). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) un primer pago correspondiente a veintiocho días del mes de marzo de 2020, por valor de DOS MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS PESOS $ 2.688.300 MCTE y b) un segundo pago por los meses de abril a octubre en cuantía de DOS MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y SIETE MIL PESOS, (2.987.000) MCTE, cada y c) un tercer y último pago por tres días (3) del mes de noviembre por valor de DOSCIENTOS NOVENTA Y OCHO MIL SETECIENTOS PESOS ($ 298.700) Mcte. Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la dirección General, en la cuente de AHORRO N° 53076832-9 de BANCO AV VILLAS, cuyo titular es el (la) contratista. PARAGRAFO PRIMERO. El valor del contrato incluye todos los gastos, costos, derechos, impuestos, tasas, contribuciones y demás emolumentos relacionados con el cumplimiento del objeto contractual. PARAGRAFO SEGUNDO. El cambio de cuenta por parte del contratista deberá ser informado al supervisor del contrato con el fin de surtir los tramite pertinentes. PARÁGRAFO TERCERO. Para que el SENA pueda adelantar los tramite administrativos para el pago, el (la) contratista debe presentar la certificación expedida por el supervisor del contrato de cumplimiento y la certificación de pago de aportes al sistema general de salud, pensión y Riesgos Laborales. Así como el informe de ejecución, la planilla de pago y los demás documentos necesarios para el pago .

Plazo: . será hasta el 3 de noviembre de 2020

OBJETO:
CONTRATAR LA PRESTACION DE SERVICIOS DE CARÁCTER TEMPORAL DE UN (1) INSTRUCTOR PARA ATENDER PROCESOS DE FORMACION EN LA MODALIDAD COMPLEMENTARIA EN EL AREA DE PROYECTOS EN EL CENTRO DE RECURSOS NATURALES DE INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD.

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

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
A	Seleccionar estrategias de enseñanza-aprendizaje-evaluación según programa de formación profesional y el enfoque metodológico adoptado.	**ABORDAREMOS LOS SIGUIENTES** CONCEPTOS PARA AMBIENTAR A LOS APRENDICES SOBRE EL CURSO DE ATENCION SERVICIO AL CLIENTE.	Estructura curricular diseñada por el Sena
B	Seleccionar ambientes de aprendizaje con base en resultados propuestos y en las características y requerimientos de los aprendices	* SERVICIO AL CLIENTE. * TIPOS DE CLIENTES. * CLASIFICACION DEL CLIEN TE. * SERVICIO . * MOMENTOS DE VER DAD. * CICLO DEL SERVICIO. * VALOR AGREGADO. * FACTORES CLAVES PARA EL ÉXITO DEL SERVICIO AL CLIENTE. •	Estructura curricular
C	Orientar los procesos de aprendizaje según las necesidades detectadas en los procesos de evaluación, metodologías de aprendizaje y programas curriculares vigentes.	UNA VEZ DEFINIDO ESTOS CONCEPTOS ABORDAREMOS EN EL ANALISIS DE LAS SIGUIENTES TEMATICAS: LINEA MIENTO ESTRATEGICOS DE LA ORGANI ZACION. * MANUAL DE FUNCIONES •	Estructura Curricular
D	Programar las actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación de conformidad con los módulos de formación y el calendario institucional y el manual de procedimiento para la	* * MANUAL DE PROCEDIMIENTOS. * PORTAFOLIO DE SERVICIOS. * PROTO * PORTAFOLIO DE SERVICIOS. * PROTO COLO EMPRESARIAL. * NORMAS TECNI CAS DE LA CALIDAD VIGENTE PARA EL	Estructura Curricular

	ejecución de acciones de formación profesional	SERVICIO AL CLIENTE. * NORMAS DE ETIQUETA Y CORTESIA.	
E	Llevar los registros de evidencias de las actividades de enseñanza-aprendizaje en el portafolio personal para cuando sea requerido		
F	Reportar información académica y administrativa según las responsabilidades institucionales asignadas		
G	Apoyar las charlas informativas con especificaciones de los programas, así como el proceso de inducción de aprendices		
H	Evaluar la formación de los aprendices durante el proceso educativo de acuerdo con el manual de evaluación vigente		
I	Reportar 160 horas mes de labores en la formación titulada y/o complementaria		SOFIA PLUS
J	Aplicar a proceso de certificación de competencias, según las normas asignadas		N/A
K	Capacitarse en el idioma y aplicar a la certificación como mínimo nivel A2		N/A

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

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

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

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. de la planilla, 4340775854 de laplanilla integrada autoliquidación aportes correspondiente al mes de mayo año 2020 (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en ( ) folios

Cordialmente,

Firma
WILSON MORENO QUEJADA
Contratista
C.C. No. 11.789.597

Recibí a satisfacción:

Firma
HARRY EDUVAR MARTINEZ ASPRILLA
Supervisor(a) Contrato 1409154 de 2020
Cargo: Coordinador Académico

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

GUIA No 1

EL SERVICIO AL CLIENTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación Complementaria:** ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE
- **Código del Programa de Formación:** 13410561
- **Competencia:** 210601010 FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  - 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.
  - SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES
  - VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.

    .
- **Duración de la Guía: 40 Horas**

  Mayo de 2020

2. PRESENTACION

El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una persona, con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente está basado en una serie de comportamientos y actitudes que se deben asumir de acuerdo al ambiente organizacional.

Este es un comienzo en la tarea para ser cada día mejores, mediante la proyección de la personalidad, incremento de la autoestima reflejada hacia la excelente convivencia con los demás a través de las relaciones interpersonales y empresariales.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

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.

3.2. ACTIVIDAD N° 2

CONSULTAR, LEER Y DEFINIR LOS TEMAS QUE A CONTINUACIÓN, RELACIONO.

- Tipos de cliente.
- Quien es el cliente
- Clasificación de los clientes cliente.
- Triangulo del servicio
- Ciclo del servicio.
- Pecados del servicio.
- Momentos de verdad.
- Valor agregado.
- Factores clave para el éxito del servicio a clientes.
- Cuales son los componentes que interviene en un buen servicio de finalos con sus propias palabras.
- Qué es un servicio y cuáles son sus características?

Trabajo individual. - Para realizar esta actividad deberán realizar una presentación **bien puede ser a través de power point y enviarlo al correo del instructor,** donde se evidencie que hubo comprensión de los temas**.** Igualmente deberá utilizar los materiales y herramientas que se requieran para la elaboración del documento.

3.3 ACTIVIDAD N° 3
TALLER DE REFLEXION : COMO MEJORAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE.
DEFINA CON SUS PROPIAS PALABRAS, LAS SIGUIENTES PREGUNTAS, RESPONDA CON SINCERIDAD ESTO LE SIRVE COMO AUTO EVALUACIÓN

- Invierte en la preparación de su equipo de trabajo?
- Atiende con agilidad y eficiencia, a sus clientes ?
- Tiene calma y paciencia al adenter a un cliente ?
- Crea nuevos canales de comunicación, con los clientes cuando no se hacen endenter ?
- Le Demuestra confianza a sus clientes ?
- Es sincero y transparente con sus clientes ?
- Se Céntra en la satisfacción del cliente ?

3.4 ACTIVIDAD N° 4.
Observar los videos que aparecen disponible en los siguientes link :

- T**ipos de clientes** http://youtube.com/watch?v=8sxeRFsWzWE
- ***El valor del servicio*** http://youtube.com/watch?v=HianSu9ZzkY
- ***Claves de la atención y del servicio al cliente*** https://www.youtube.com/watch?v=gIxRkx2IH3E
- **El poder de la sonrisa** https://www.youtube.com/watch?v=2lv1A_S-sBw

Conforme a lo visto en los videos, usted deberá describir o construir una situación basada en alguna experiencia vivida y que esté relacionada con los temas que aparecen en los videos y responder la siguiente pregunta:

Como puede usted proporcionar atención y servicio al cliente de manera personalizada

El documento debe enviarse al siguiente correo:

4.
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : **Responde a preguntas sobre:** Cliente Valor del servicio Atención Actitud. Momentos de verdad Evidencias de Desempeño Evidencias de Desempeño: Resultado de la observación de juego de roles aplicado a un caso de atención y servicio al cliente dentro del entorno departamental Evidencias de Producto: Resultado de la	**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**	**Técnica:** Formulación de preguntas. **Instrumento:** Cuestionario **Técnica** Observación directa **Instrumento** Lista de chequeo

observación de organización de procesos de conformación de equipos de trabajo con distintas intencionalidades.	**ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.** **COMUNICACIÓN, ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS. GESTIONA LAS NECESIDADES Y REQUISITOS DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS INSTITUCIONALES Y PRINCIPIOS ÉTICOS.**	

1. **GLOSARIO DE TERMINOS**
2. Cliente.
3. Tipos de cliente.
4. Clasificación del cliente.
5. Servicio.
6. Servicio al cliente
7. Triangulo del servicio
8. momentos de verdad.
9. Pecados del servicio.
10. Ciclo del servicio.

REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- El cliente y la atención
- Valor = Servicio al cliente
- Momentos de verdad
- Triángulo y Ciclos del servicio
- Clasificación del cliente de hoy
- Valor agregado al servicio
- Lo que buscan los clientes.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha

Autor (es)				

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: WILSON MORENO QUEJADA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD

FECHA INICIAL: 01/06/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 30/06/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2132172 - ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.

SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES.

VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 39,70

FICHA DE APRENDIZAJE: 2121860 - EMPRENDIMIENTO INNOVADOR

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 7,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2132173 - ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.

SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES.

VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 39,70

FICHA DE APRENDIZAJE: 2122355 - ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.

SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES.

VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 9,90

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	97,20

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

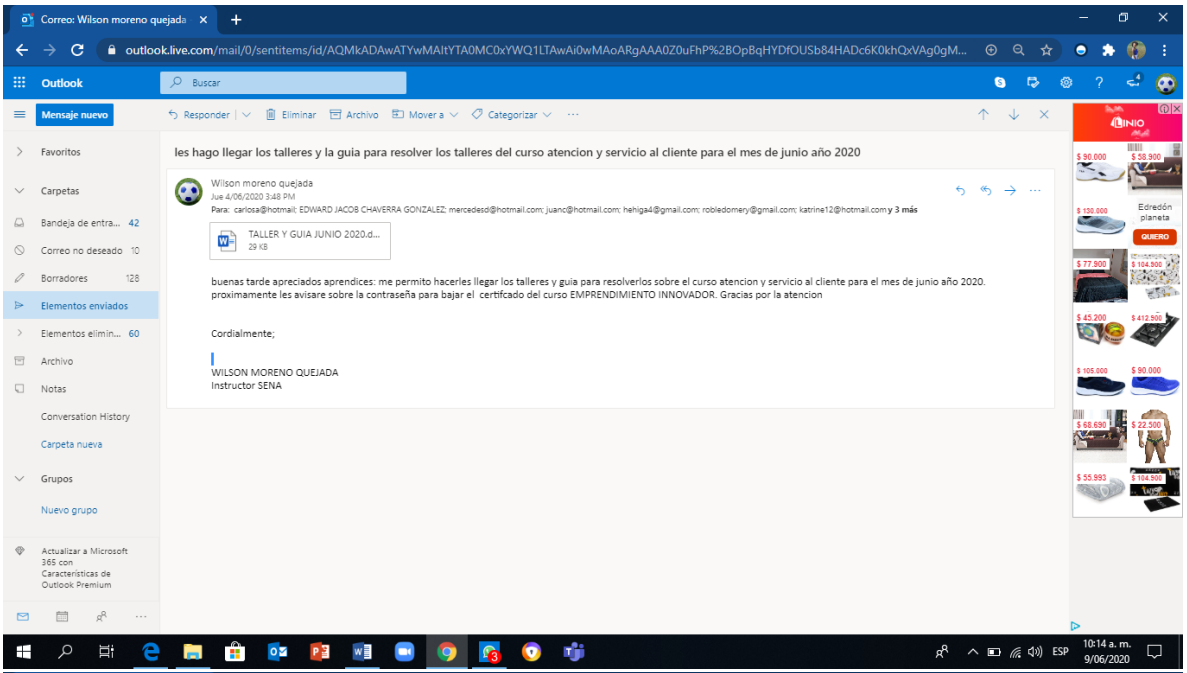
ACTIVIDADES ADICIONALES

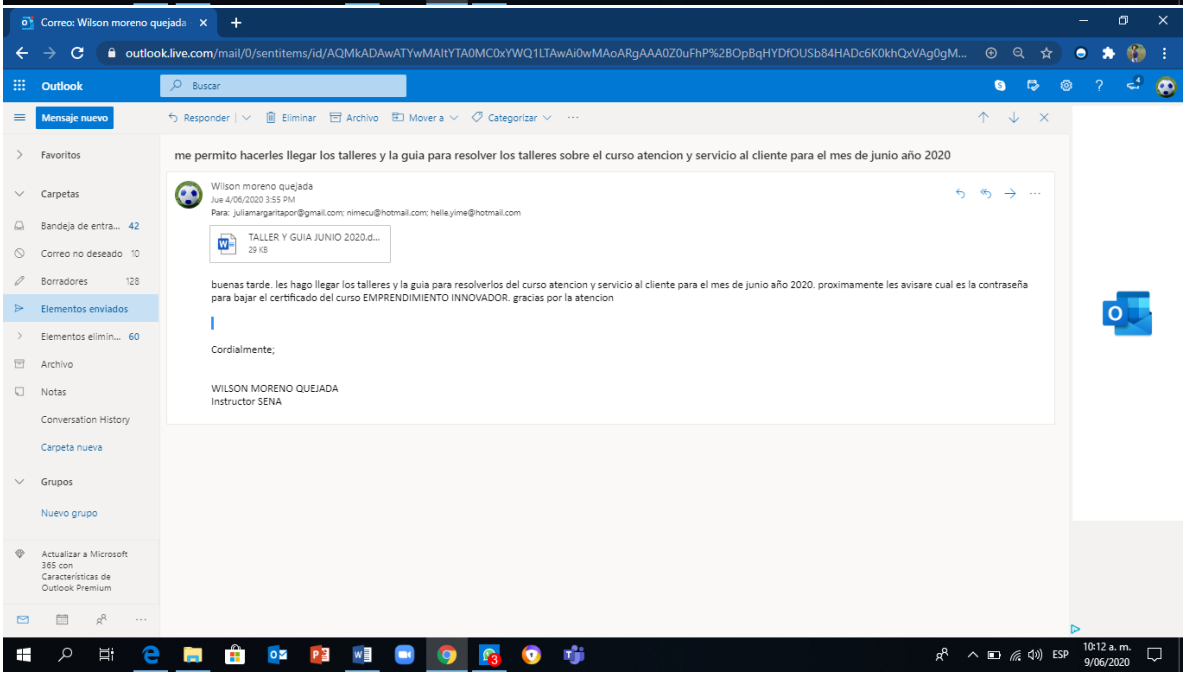
FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
01/06/2020	19/06/2020	OTROS	80,00

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	80,00

INSTRUCTOR: WILSON MORENO QUEJADA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD


Correo: Wilson moreno quejada
outlook.live.com/mail/0/sentitems/id/AQMkADAwATYwMAItYTA0MC0xYWQ1LTAwAi0wMAoARgAAA0Z0uFhP%2BOpBqHYDfOUSb84HADc6K0khQxVAg0gM...
Outlook
Buscar
Mensaje nuevo
Responder
Eliminar
Archivo
Mover a
Categorizar
Favoritos
Carpetas
Bandeja de entra... 42
Correo no deseado 10
Borradores 128
Elementos enviados
Elementos elimin... 60
Archivo
Notas
Conversation History
Carpeta nueva
Grupos
Nuevo grupo
Actualizar a Microsoft 365 con Características de Outlook Premium
les hago llegar los talleres y la guia para resolver los talleres del curso atencion y servicio al cliente para el mes de junio año 2020
Wilson moreno quejada
Jue 4/06/2020 3:48 PM
Para: carlosa@hotmail; EDWARD JACOB CHAVERRA GONZALEZ; mercedesd@hotmail.com; juanc@hotmail.com; hehiga4@gmail.com; robledomery@gmail.com; katrine12@hotmail.com y 3 más
TALLER Y GUIA JUNIO 2020.d...
29 KB
buenas tarde apreciados aprendices: me permito hacerles llegar los talleres y guia para resolverlos sobre el curso atencion y servicio al cliente para el mes de junio año 2020. proximamente les avisare sobre la contraseña para bajar el certifcado del curso EMPRENDIMIENTO INNOVADOR. Gracias por la atencion
Cordialmente;
WILSON MORENO QUEJADA
Instructor SENA
ESP
10:14 a. m.
9/06/2020


Correo: Wilson moreno quejada
outlook.live.com/mail/0/sentitems/id/AQMkADAwATYwMAItYTA0MC0xYWQ1LTAwAi0wMAoARgAAA0Z0uFhP%2BOpBqHYDfOUSb84HADc6K0khQxVAg0gM...
Outlook
Buscar
Mensaje nuevo
Responder
Eliminar
Archivo
Mover a
Categorizar
Favoritos
Carpetas
Bandeja de entra... 42
Correo no deseado 10
Borradores 128
Elementos enviados
Elementos elimin... 60
Archivo
Notas
Conversation History
Carpeta nueva
Grupos
Nuevo grupo
Actualizar a Microsoft 365 con Características de Outlook Premium
me permito hacerles llegar los talleres y la guia para resolver los talleres sobre el curso atencion y servicio al cliente para el mes de junio año 2020
Wilson moreno quejada
Jue 4/06/2020 3:55 PM
Para: juliamargaritapor@gmail.com; nimecu@hotmail.com; helle.yime@hotmail.com
TALLER Y GUIA JUNIO 2020.d...
29 KB
buenas tarde. les hago llegar los talleres y la guia para resolverlos del curso atencion y servicio al cliente para el mes de junio año 2020. proximamente les avisare cual es la contraseña para bajar el certificado del curso EMPRENDIMIENTO INNOVADOR. gracias por la atencion
Cordialmente;
WILSON MORENO QUEJADA
Instructor SENA
ESP
10:12 a. m.
9/06/2020

PLAN DE TRABAJO MES DE JUNIO 2020

FICHAS

JORNADA: DIURNA Y TARDE

INSTRUCTOR: WILSON MORENO QUEJADA

NOMBRE DE APRENDICES	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	XXXX	
DIRYS NAYIBE PALACIOS PALACIO	**DURANTE EL MES**	**FISICO**	**DIGITAL**
OMARY PEREA QUEJADA	**ACTIVIDADES A DESARROLLAR**		X
ANGEL CUSTODIO ORTIZ CORDOBA	**ABORDAREMOS LOS SIGUIENTES**		X
CHARI ADRIANA ARIAS ARIAS	CONCEPTOS PARA AMBIENTAR A LOS		X
JEAN CALOS RENTERIA SANTOS	APRENDICES SOBRE EL CURSO DE		X
SIMENA QUEJADA CHALA	ATENCION SERVICIO AL CLIENTE.		X
JHON JAIRO CORDOBA PALOMEQUE	* SERVICIO AL CLIENTE. * TIPOS DE		X
JUNIOR DEMILSON OREJUELAMOSQUERA	CLIENTES. * CLASIFICACION DEL CLIEN		X
YENNY BEJARANO ROA	TE. * SERVICIO . * MOMENTOS DE VER		X
HEILER ANDRES CHALA CORDOBA	DAD. * CICLO DEL SERVICIO. * VALOR		X
YULIANA CORDOBA CHAVERRA	AGREGADO. * FACTORES CLAVES PARA		X
YURLEIDYS ROBLEDO MENA	EL ÉXITO DELSERVICIO ALCLIENTE.		X
DUVAN EMIR BARRIOS ARCE	UNA VEZ DEFINIDO ESTOS CONCEPTOS		X
DIANA PATRICIA GAMBOA BEJARANO	ABORDAREMOS EN EL ANALISIS DE		X
SAMUEL GIRON HEREDIA	LAS SIGUIENTES TEMATICAS: LINEA		X
JUAN YAIR CORDOBA RIVAS	MIENTO ESTRATEGICOS DE LA ORGANI		X
SHINTHIA MARCELA CORDOBA MOSQUER	ZACION. * MANUAL DE FUNCIONES		X
ARNELIO MANUGAMA QUERAGAMA	* MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.		X
YUSELIS ARIAS ARIAS	* PORTAFOLIO DE SERVICIOS. * PROTO		X
YANIBER SANCHEZ CAICEDO	* PORTAFOLIO DE SERVICIOS. * PROTO		X
VALENTINA BLANDON PALACIOS	COLO EMPRESARIAL. * NORMAS TECNI		X
EULISES MENA MENA	CAS DE LA CALIDAD VIGENTE PARA EL		X
MARCELA PATRICIA MOSQUERA PALACIO	SERVICIO AL CLIENTE. * NORMAS DE		X
NATALI ALENCIA MORENO	ETIQUETA Y CORTESIA.		X
ODILIA CHAMORRO MORROCO			X

FECHA DE ENTREGA		ENTREGO	
		SI	NO
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	
1/06/2020		X	

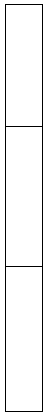
GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR
FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO

Fecha de Elaboración	JUNIO 2 DE 2020
Denominación del Programa de Formación	ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE
Modalidad de Ejecución	PRESENCIAL
Código y versión del Programa	13410561
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**REGIONAL CHOCO CRNIB**
Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE
					APLICA	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES		
		FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.	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.	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.	**01/06/2020 AL 30/06/2020**	40	TALLEES DE APRENDIZAJES MEDIANTE CORREOS ELECTRONICOS Y WHATSAPP	LUGAR DE RESIDENCIA DE CADA APRENDIZ	Guia de aprendizaje - Material teorico		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. COMUNICACIÓN, ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS. GESTIONA LAS NECESIDADES Y REQUISITOS DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS INSTITUCIONALES Y PRINCIPIOS ÉTICOS. .	**• TALLERES SOBRE COMO PRESTAR SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE-** **HAGA UNA BREVE RESEÑA DE LO QUE ES 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.**
				* ESTRUCTURAR UN GLOSARIO SOBRE: 2. Cliente. 3. Tipos de cliente. 4. Clasificación del cliente. 5. Servicio. 6. Servicio al cliente 7. Triangulo del servicio 8. momentos de verdad. 9. Pecados del servicio. 10. Ciclo del servicio	**01-06-2020 AL 30-06-2020**	40	TALLEES DE APRENDIZAJES MEDIANTE CORREOS ELECTRONICOS Y WHATSAPP	LUGAR DE RESIDENCIA DE CADA APRENDIZ	Guia de aprendizaje - Material teorico practico	NOMBRE DEL INSTRUCTOR		EJEMPLARIZAR LOSCONCEPTOS DE TIPOS DE CLIENTES, CLASIFICACION DEL CLIENTE, SERVICIO, SERVICIO AL CLIENTE, TRIANGULO DEL SERVICIO, MOMENTOS DE VERDAD, PECADOS DEL SERVICIO, CICLO DEL SERVICIO
				HAGA UNA BREVE RELACION ENTRE LO QUE ES :Cliente Valor del servicio Atención Actitud. Momentos de verdad	01-06-2020 AL 30-06-2020	40	EXPOSITIVAS: Clase magistral. CONSTRUCTIVA: TALLERES DE APRENDIZAJE. COLABORATIVAS METODO DE CASOS. PROBLEMATIZACION SIMULACION METODO DE GESTION	LUGAR DE RESIDENCIA DE CADA APRENDIZ	Guia de aprendizaje - Material teorico practico			EJEMPLARIZAR LA RELACION QUE TIENEN LOS CONCEPTOS DE CLIENTE, VALOR DEL SERVICIO , ATENCION, ACTITUD Y MOMENTOS DE VERDAD

				CUALES SERIAN LAS FORMAS EN PRESTAR UN SERVICIO AL CLIENTE EN EL MOMENTO EN QUE SE PRESENTEN MEDIDAS SANITARIAS COMO LA QUE SE VIVE ACTUALMENTE	01-06-2020 AL 30-06-2020	40	XPOSITIVAS: Clase magistral. CONSTRUCTIVA: TALLERES DE APRENDIZAJE. COLABORATIVAS METODO DE CASOS. PROBLEMATIZACION SIMULACION METODO DE ATENCION AL CLIENTE	LUGAR DE RESIDENCIA DE CADA APRENDIZ	uia de aprendizaje - Material teorico practico			EJEMPLARICE CUANDO HAY SITUACION SANITARIA PARA PODER ATENDER AL CLIENTE

OBSERVACIONES



TALLER N°1

TEMA**: SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE**

ACTIVIDAD A DESARROLLAR

- SEGÚN SU INTERPRETACION DEFINA CON SUS PROPIAS PALABRAS LOS SIGUIENTES CONCEPTOS:
- 1. SERVICIO AL CLIENTE
- 2. TIPOS DE CLIENTES
- 3. CLASIFICACION DEL CLIENTE
- 4. SERVICIO
- 5. MOMENTOS DE VEDAD
- 6. CICLO DEL SERVICIO
- 7. VALOR AGREGADO
- 8. FACTORES CLAVES PARA EL ÉXITO DEL SERVICIO A CLIENTES

TALLER Nº2

PARA LA SIGUIENTE ACTIVIDAD PUEDEN DESARROLLARLA EN GRUPOS DE TRES APRENDICES.

1. CUALES SON LOS LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS DE LA ORGANIZACIÓN

2. ELABOREN UN MANUAL DE FUNCIONES SEGÚN LOS PARAMETROS VISTOS DE UNA EMPRESA CREADA POR USTEDES (SUPUESTOS)

3. ELABORE EL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE SU EMPRESA

4. ELABORE EL PORTAFOLIO DE SERVICIO DE SU EMPRESA

5. ELABORE EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

6. ENUNCIE LAS NORMAS TECNICAS DE LA CALIDAD VIGENTES PARA EL SERVICIO AL CLIENTE

7. RELACIONE LAS NORMAS DE ETIQUETA Y CORTESIA

GUIA PARA RESOLVER LOS TALLERES DEL MES DE JUNIO 2020

El **servicio al cliente** es el **servicio** o atención **que** una empresa o negocio brinda a sus **clientes** al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.

El **servicio al cliente** es el **servicio** o atención que una empresa o negocio le brinda a sus **clientes** al momento de ofrecer productos y **servicios** correctos además de responder preguntas, dar solución a problemas en el momento adecuado y así dar un seguimiento continuo creando una fidelidad mayor.

10 claves de la atención al cliente

- El cliente es lo primero. ...
- Escuchar, escuchar y escuchar. ...
- Transmitir una imagen. ...
- Actuar. ...
- Hacer que el servicio de atención al cliente sea muy accesible. ...
- Empoderar al departamento de atención al cliente. ...
- Trabajar en equipo. ...
- Contar con un buen sistema de control de la calidad

La **importancia** de brindar un buen **servicio** o atención al **cliente** radica en los siguientes aspectos: ... -Los **clientes son** cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.

Gerencia del servicio al cliente como ventaja competitiva en la organización. Identificar los factores fundamentales en la prestación de un **servicio** con calidad, comprendiendo cuáles son las razones que llevan al consumidor a calificar positiva o negativamente el **servicio** que recibe de las organizaciones.

La cordialidad, siempre: el trato no **debe ser** distante o indiferente; es importante que quien esté en contacto con el **cliente** sea cortés y agradable. La cordialidad **debe** mantenerse aun cuando el **cliente** esté enojado o el empleado haya tenido un mal día. A nadie le gusta esperar: La atención **debe ser** eficiente.

La misión del **coordinador**/a de atención al **cliente** será: bajo la supervisión del responsable de Atención al **Cliente**, coordinará, supervisará e implementará a las actividades del equipo de Atención al **Cliente**, para garantizar la operativa del **servicio**, acorde con los objetivos definidos desde la dirección de la compañía ...

El **cliente** necesita escuchar y creer que tendrá apoyo durante el tiempo que posea el artículo que está adquiriendo. Además, esperará que le orienten para dar el mejor uso del **producto** o servicio.

El **triangulo** de **servicio** es un esquema que permite integrar cuatro elementos claves para una mejor gestión de los negocios y garantizar la satisfacción del cliente, de hecho, es este el que toma el protagonismo y es el centro de este modelo.

Unos servicios excepcionales al cliente no comienzan y finalizan dentro de las murallas de tu spa, salón u oficina. Un **servicio excepcional** también incluye pensar y reconocer a tu **cliente** después del **servicio**.

Calidad de Servicio es un concepto **que** deriva de la propia definición de **Calidad**, entendida esta como satisfacción de las necesidades y expectativas del **cliente** o, expresado en palabras de J. M. Juran, como aptitud de uso.

TALLER N°2

TEMA**: ENTORNO GEOGRAFICO**

ACTIVIDAD A DESARROLLAR

- IDENTIFIQUE LOS ELEMENTOS QUEHACEN PARTE DEL ENTORNO GEOGRAFICO.
- HAGA UNA DESCRIPCION DEL ENTORNO ECONOMICO.
- DESCRIPCION DEL ENTORNO DEMOGRAFICO DONDE ESTA UBICADA SU EMPRESA.

- DESCRIPCION DEL ENTORNO POLITICO DENTRO DEL CONTEXTO DE SU MUNICIPIO.

- EN EL MUNICIPIO DE QUIBDO CUAL DE LOS SECTORES ECONOMICOS PREVALECE MAS. HAGA UNA PEQUEÑA EXPLICACION

GUIA PARA DESARROLLAR EL TALLER N°1 Y N°2

EL ENTORNO

ES EL PRMER ASPECTO A TENER EN CUENTA EN LA FORMULACION DE UN PROYECTO. CONSISTE EN LA DETERMINACION CLARA Y CONCRETA DEL BARRIO, ZONA, CIUDAD, REGION, O PAISES PARA EL CUAL SERA FORMULADO.

EL ENTORNO ES EL AREA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO, DONDE SE HACE NECESARIO DESCRIBIR:

ASPECTOS GEOGRAFICOS

EN ESTOS SE ESTABLECEN LOS FACTORES NATURALES DEL AREA DE INFLUENCIA COMO:

- LIMITES Y EXTENSION, CON INDICACION DE LOS TERRITORIOS VECINOS POR LOS DIFERENTES PUNTOS CARDINALES CON SUS RESPECTIVAS EXTENSIONES Y EL AREA QUE COMPRENDE.

- RELIEVE, O ACCIDENTES NATURALES COMO MONTAÑAS, VALLES, COLINAS, COORDILLERAS Y DEPRESIONES MAS IMPORTANTES DE LA REGION.

- HIDROGRAFIA, CON INDICACION DE LOS RIOS, MARES, LAGOS, LAGUNAS, Y CIENEGAS MAS IMPORTANTES.

- CLIMA, PREDOMINANTE EN LAZONA, FRIO, CALIDO, TEMPLADO, HUMEDO

ASPECTOS DEMOGRAFICOS

ANALIZANDO LO RELATIVO AL ELEMENTO HUMANO EN LO QUE TIENE QUE VER CON:

- POBLACION, INDICANDO EL NUMERO DE HABITANTES, DISTRIBUCION REGIONAL, RANGO DE EDADES, TASA DE CRECIMIENTO, TASA DE NATALIDAD, TASA DE MORBILIDAD, TASA DE MORTALIDAD, ETC

- EDUCACION, ESTABLECIENDO EL GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LA POBLACION EN SUS DIFERENTES NIVELES.

- CULTURA, CON SUS DIVERSAS EXPRESIONES.

- RELIGION, CON INDICACION DE LAS CULTOS RELIGIOSOS PREDOMINANTES EN LA POBLACION.

ASPECTOS POLITICOS

QUE COMPRENDEN LOS FACTORES TERRITORIALES Y ADMINISTRATIVOS DEL ENTORNO TENIENDO EN CUENTA:

- REGIMEN TERRITORIAL, DEPENDIENDO DEL AREA DE INFLUENCIA DEL FENOMENO MATERIA DE INVESTIGACION.

- HISTORIA, INDICANDO SU ORIGEN Y EVOLUCION

- DIVISION POLITICA, QUE ESTABLEZCA LAS UNIDADES TERRITORIALES QUE CONFORMAN EL ENTE.

- INTEGRACION REGIONAL, ESTABLECIENDO LOS MECANISMOS DE UNIDAD ECONOMICA Y DE PLANIFICACION QUE SE TIENEN CON LOS TERRITORIOS VECINOS.

- PLAN DE DESARROLLO, ESBOZANDO LOS LINEAMIENTOS Y ASPECTOS GENERALES DE ESTE INSTRUMENTO DE PLANIFICACION VIGENTE

- **ASPECTOS ECONOMICOS**

REFLEJANDO EL GRADO DE DESARROLLO DE LA ZONA DE INFLUENCIA, MEDIANTE LA INDICACION DELPIB, NIVEL DE INVERSION, NIVEL DE AHORRO, CONSUMO, INGRESO, ENDEUDAMIENTO, GASTO PUBLICO, INFLACION, EXPORTACIONES, IMPORTACIONES, INCNTIVOS ARANCELARIOS, CRECIMIENTO ECONOMICO, BALANZA DE PAGOS RESERVAS, DIVISAS, ETC.

DIAGNOSTICO Y ANALISIS SECTORIAL

EL SEGUNDO GRAN ASPECTO PARTE DE UN DIAGNOSTICO DE LA SITUACION SOBRE LO QUE SE QUIERE INTERVENIR:

- **EL DIAGNOSTICO**

  TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL, DESARROLLAR UNA ADECUADA INTERPRETACION DEL PROCESO DE CAMBIO SOCIAL, TECNOLOGICO, ECONOMICO Y AMBIENTAL EN UNA REGION DETERMINADA COMO BASE PARA DISEÑAR UN CONJUNTO SISTEMATICO DE ACCIONES DIRIGIDAS Y ASEGURAR LA OBTENCION DE BENEFICIOS SUSTENTABLES. ESTO ES, DEBE PROVEER INFORMACION ADECUADA Y OPORTUNA PARA:

- ESTABLECER CUAL ES EL PROBLEMA O LOS PROBLEMAS PRINCIPALES QUE ENFRENTA EN LA ACTIVIDAD EL AREA EN ESTUDIO; FOCALIZANDOSE EN PARTICULAR EN LAS RELACIONES ENTRE LA SITUACION A NIVEL DE PRODUCTOR Y LA SITUACION DEL AREA EN LA CUAL ESTOS ACTUAN.

- ESTABLECER LAS CAUSAS Y EFECTOS DE LOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS. ESTO PERMITE DIRIGIR EL ANALISIS HACIA AQUELLAS CAUSAS QUE PUEDEN RESOLVERSE MEDIANTE SOLUCIONES TECNICAMENTE FACTIBLES.

- IDENTIFICAR LAS MEDIDAS OPTIMIZANTES DE LA SITUACION ACTUAL, ESTO ES, DE QUE MANERA PUEDE MEJORARSE LA SITUACION PRESENTE.

- PROYECTAR LA ACTUAL SITUACION OPTIMIZADA SIN EL PROYECTO, PARA ESTABLECER QUE SUCEDERIA SI EL MISMO NO SE HACE (Y, POR DIFERENCIA, PARA IDENTIFICAR LOS BENEFICIOS Y COSTOS ATRIBUIBLES ESPECIFICAMENTE ALPROYECTO).

RELACION DIAGNOSTICO-PROBLEMA- SITUACION CON Y SIN PROYECTO

DIAGNOSTICO

PERMITE LA

PROYECCION DE LA SITUACION CON PROYECTO

PERMITE LA IDENTIFICACION

PROYECTO. (SITUACION CON PROYECTO)

PROYECCION DE LA SITUACION SIN PROYECTO

PERMITE LA IDENTIFICACION

SITUACION ACTUAL.OPTIMIZADA.

DE LA COMPARACION SURGE

BENEFICIOS Y COSTOS ATRIBUIBLES AL PROYECTO

ADICIONALMENTE EL DIAGNOSTICO PERMITE IDENTIFICAR LOS MARGENES DE CONFIABILIDAD DEL ESTUDIO: CUANTO MAS POBRE ES UN DIAGNOSTICO (POR FALTA DE DATOS, DIFICULTADES TECNICAS, ETC) MAS LIMITADO ES EL ESTUDIO DEL PROYECTO. EN CONSECUENCIA, UN BUEN DIAGNOSTICO ES LA BASE SOBRE LA CUAL SE APOYA TODO EL EDIFICIO ANALITICO DE FORMULACION Y DEFINICION DEL PROYECTO.

EL PROCESO DE DIAGNOSTICO COMPRENDE LOS SIGUIENTES PASOS:

- ZONIFICACION, O LA DETERMINACION DE LAS AREAS RELEVANTES PARA EL ESTUDIO Y EL PROYECTO.

- ENFOQUE O LA DETERMINACION DEL MARCO ANALISIS Y DE LA ESTRATEGIA DEL ESTUDIO.

- RECOLECCION DE LOS DATOS, UTILIZANDO TECNICAS APROPIADAS AL CASO Y A LA POBLACION OBJETIVO.

ASI ELDIAGNOSTICO LLEVA AL PROBLEMA Y ESTE AL PROYECTO, PERO LA EVOLUCION DEL MISMO PUEDE AYUDAR A REDEFINIR ELPROBLEMA Y A REVISAR Y EVENTUALMENTE REHACER EL DIAGNOSTICO, LO CUAL A SU VEZ VOLVERA A INFLUIR EN LA FORMULACION DEL PROYECTO

EL ESTUDIO DE LALOCALIZACION DE UN PROYECTO COMPRENDE LAS SIGUIENTES ETAPAS:

- MACROLOCALIZACION; TIENE EN CUENTA ASPECTOS SOCIALES Y NACIONALES DE LA PLANEACION BASANDOSE EN LAS CONDICIONES REGIONALES DE LA OFERTA Y LA DEMANDA Y EN LA INFRAESTRUCTURA EXISTENTE, DEBE INDICARSE CON UN MAPA DEL PAIS O REGION, DEPENDIENDO DEL AREA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO.
- MICROLOCALIZACION; ABARCA LA INVESTIGACION Y LACOMPARACION DE LOS COMPONENTES DEL COSTO Y UN ESTUDIO DE COSTO PARA CADA ALTERNATIVA, SE DEBE INDICAR CON LA UBICACIÓN DEL PROYECTO EN EL PLANO DEL SITIO DONDE OPERARA.

LA DEMANDA

LA EXISTENCIA DE UNA NECESIDAD A SATISFACER CON EL PROYECTO O SERVICIO A OFRECER, REFLEJA UNA OPORTUNIDAD SOBRE LADEMAND POTENCIAL QUE DEBE CUANTIFICARSE A TRAVES DE FUENTES PRIMARIAS Y/O SECUNDARIAS, DEPENDIENDO DE LA ETAPA EN QUE SE ENCUENTRE EL PROYECTO Y SUS CARACTERISTICAS PARTICULARES.

SE DENOMINA FUENTES SECUNDARIAS LAS PROVENIENTES DE TEXTOS, ESTADISTICA DEL GOBIERNO, LIBROS, REVISTAS, DATOS DE LA PROPIA EMPRESA, ETC. CON COSTOS MUY BAJOS EN RELACION A LA RECOLECCION DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS DIRECTAS A LOS POSIBLES USUAIOS QUE HAN MOSTRADO INTERES POR EL PRODUCTO Y /O SERVICIO; SIN EMBARGO, NI SIQUIERA LA CONSULTA DIRECTA GARANTIZARA LA VALIDEZ DE LAS PROYECCIONES. LOIMPORTANTE ES OBTENER UNA RSPUESTA

APROXIMADA DE VALOR PARA LA DEFINICION E IMPLEMENTACION DE LAS ESTRATEGIAS DE MERCADO.

ANALISIS DE LA DEMANDA

LADETRMINACION DE LA DEMNDA ES UNO DE LOS PUNTOS MAS CRITICOS EN EL ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONOMICO- FINANCIERO DE UN PRODUCTO, CUYA EXPERIENCIA SE HA DEMOSTRADO A TRAVES DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL CALCULO DE LA RENTABILIDAD CON UNA MARCADA INCERTIDUMBRE; DE AHÍ LA IMPORTANCIA QUE TIENE ELANALISIS DE SENSIBILIDAD DE LA RENTABILIDAD ANTE VARIACIONES EN LOS NICHOS DE DEMANDA.

ES EL ELEMENTO MAS IMPORTANTE Y MAS COMPLEJO DEL MERCADO, ESTA INTEGRADO POR NECESIDADES SENTIDAS, PODER ADQUISITIVO, POSIBILIDAD DE COMPRA, TIEMPO DE CONSUMO Y CONDICIONES AMBIENTALES DE CONSUMO, ASI:

- POLITICAS EMPRESARIALES
- PODER DE COMPRA
- POSIBILIDAD DE COMPRA
- CONDICIONES AMBIENTALES DE COMPRA
- TIEMPO DE CONSUMO
- LIMITACIONES DEL MERCADO

NECESIDADES

DEMANDA EFECTIVA

ESTRATEGIA DE MER CADO

EL ANALISIS DE LA DEMNDA PERMITE CONOCER:

- LA ESTRUCTURA DEL CONSUMO
- LA ESTRUCTURA DE LOS CONSUMIDORES
- LA ESTRUCTURA GEOGRAFICA DE LA DEMANDA
- LA INTERRELACION DE LA DEMANDA
- MOTIVOS QUE ORIGINAN LADEMANDA
- NECESIDAD POTENCIAL A LA FUENTE
- POTENCIAL DE MERCADO

LOS FACTORES QUE DETERMINAN LOS DESPLAZAMIENTO DE LA DEMANDA SON:

- EL NIVEL Y LA DISTRIBUCION DE INGRESOS
- ALTERACIONES EN LA DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LA POBLACION
- CAMBIOSEN LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES
- LA EXITENCIA DE BIENES SUSTITUTOS Y COMPLENTARIOS
- EL PRECIO DELPRODUCTO O BIEN
- EL GUSTO DE LOS CONSUMIDORES

- LAS EXPECTATIVAS FUTURAS
- EFECTO DEMOSTRACION
- SUCESO MISCELANEOS

LA OFERTA

EL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPETIDORES ACTUALESY POTENCIALES PROPORCIONA UNA INDICACION DIRECTA E INDIRECTA DE SUS INTENCIONES, MOTIVOS OBJETIVOS, ESTRATEGIAS ACTUALES Y SUS CAPACIDADES PARA SATISFACER CON EFICIENCIA LAS NECESIDADES DE PARTE O DEL TOTAL DE CONSUMIDORES ACTUALES Y POTENCIALES PARA ESTABLECER ESTRATEGIAS QUE PERMITAN DESEMPEÑARSE MEJOR QUE OTRAS EMPRESAS.

LOS COMPETIDORES DEL PROYECTO APARECEN EN DOS GRANDES GRUPOS LOS QUE COMPITEN CON EL PROYECTO EN ELMERCADO DE

PRODUCTOS Y LOS QUE COMPITEN CON EL PROYECTO EN LOS MERCADOS DE FACTORES (MANO DE OBRA, TIERRA, SERVICIOS RELACIONADOS, ETC).

LOS COMPETIDORES EN EL MERCADO DELPRODUCTO.EN ESTE ASPECTO SE DEBEN CONSIDERAR:

- CARACTERISTICAS DE LOS COMPETIDORES DIRECTOS
- ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION
- BARRERAS, FORTALEZAS Y DEBILIDADES DELMERCADO
- CARACTERISTICA DE LOS COMPETIDORES INDIRECTOS

EN TERMINOS GENERALES SE ESTUDIAN LOS SIGUIENTES ASPECTOS:

a) IDENTIFICACION DE LOSCOMPETIDORES
b) ESTRUCTURA DE COSTOS
c) SITUACION FINANCIERA
d) FORTALEZAS COMPETITIVAS
e) DEBILIDADES COMPETITIVAS
f) CARACTERISTICAS PRODUCTIVAS

LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA OFERTA DE UN BIEN O SERVICIO SON LOS SIGUIENTES:

a) EL COSTO DEPRODUCCION DEL BIEN OSERVICIO
b) EL NUMERO DE COMPETIDORES EN ELMERCADO
c) LA TECNOLOGIA UTILIZADA
d) EL PRECIO DE VENTA EN EL MERCADO
e) LA LOCALIZACION DE LA EMPRESA
f) LA CALIDAD DEL BIEN O SERVICIO