SENA

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	Código	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	Código	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	Código	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Andres felipe Echeverria		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3		
Fechas de evaluación	Primera Fecha	Segunda Fecha	Tercera Fecha

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:

RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda	Fecha presentación evidencias		
		1	2	
		S	N	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	X		si porque buscamos mostrar la vision de la marca

X

1

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		Si porque puede ser por la calidad y que el cliente diga su opinion
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	X		puede ser la respuesta rapida y la comunicacion con el cliente
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	X		ser creativo al conseguir al cliente con el producto
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		para ver la calidad como lo puede y las estrategias
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		dice lo que trata la marca y porque la creo te
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		Asi podemos Ayudar con las reglas por el contenido
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		Si porque al Hablar con el cliente Decimos todo lo que trata la marca
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, ' influencers, atención al cliente).	X		con la atencion al cliente y con una respuesta rapida y concleta

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación		

Natalia G

Firma del Evaluado

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

SENA

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	**Código**	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	**Código**	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	**Código**	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Vanessa Muñoz Vidal		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3		
Fechas de evaluación	**Primera Fecha**	**Segunda Fecha**	**Tercera Fecha**
	27/11/2025		

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:

RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	**Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda**	**Fecha presentación evidencias**		
		1	2	
		S	N	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	X		La misión es lo que se dogra con la marca, la visión es lo que se aspira a lograr y los valores de servicio son lo que hay que tener en cuenta para la atención al cliente

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		el público objetivo es el tipo de personas a las que se quiere llegar:
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	X		La marca se comunica mediante Insta y Whatsapp con un chat bot
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	X		La marca es enfocada en la honestidad y así como nos tratamos a nuestros clientes
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		El Brieff con información sobre su marca, sus valores propositos y debilidades
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		La marca es diferente a las otras y tiene propuestas innovadoras
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		Si su competencia tiene mejor impacto en redes la analiza y no le copia sino que mejora su propio contenido
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		Si, muestra quienes son sus clientes ideales, sus canales de difusión, la propuesta de valor, etc.
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).	X		Todo con la finalidad de poder sacar a flote la empresa y su concepto. para hacer marketing con diversos metodos

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación		

Natalia G

Firma del Evaluado

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

SENA

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	Código	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	Código	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	Código	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Kevin Andres Osorio Britto		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3		
Fechas de evaluación	Primera Fecha	Segunda Fecha	Tercera Fecha

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:

RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda	Fecha presentación evidencias		
		1	2	
		S	N	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	X		Nuestra marca es sobre vestidos de baños ecologicos, nuestra mision es dar un impacto en el medio ambiente y en las personas para que compren productos ecologicos nuestra vision es llegar a muchos paises y poder que estos vestidos de baño impacten el mercado y los valores del

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		Si, entre personas jóvenes y mujeres sin exceder el rango, tener paginas claras y buen desempeño y buena calidad.
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	X		Si, tenemos, instagram, facebook, entre otros y tenemos comunicación personalizada
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	X		Si, pq ese es el impacto que queremos generar en el cliente cada de nuestra marca y la estrategia de buena atención al cliente y que por esto regresen.
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		Si en canva y en word se presentan de una manera legible y con las normas para poder darle al cliente la importancia.
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		Si, pq queremos lograr ese impacto con vestidos de baños ecológicos y que sus colores y empaque trajan mucho cliente
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		Si, nuevamos en que fallamos y mejoramos las fotos, la publicidad mas constante y ser mejores.
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		Si, pq esto lo damos al cliente para saber cual es el ideal y encontrar la persona con el buyer persona.
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).	X		Si, la atención al cliente utilizamos IA, para ayudarnos en anuncios y ordenar ideas

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación	X	

Kat
Firma del Evaluado

Natalia G.
Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	Código	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	Código	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	Código	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Valentina Rodríguez Porras		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3		
Fechas de evaluación	Primera Fecha	Segunda Fecha	Tercera Fecha
	27/11/2025		

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:

RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	**Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda**	Fecha presentación evidencias		
		1	2	
		S	N	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	X		Si las entiendo y las describi-bi las ✓

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		Si, tengo claro el público objetivo de mi marca ✓
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	X		Si, al hablar de hacer trabajos con mi comprador ✓
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	X		Si, tengo muchas ideas para mi marca, estilo, los premios etc ✓
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		Si, ya lo subí a Drive ✓
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		Si, ya que pensamos mucho en la identidad visual y la propuesta ✓
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		le falta la descripción y mas conocimiento sobre lo que preguntan? X
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		Si, Psta en el Drive ✓
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).	X		Si, se usaron se integraron ✓ le falto describir Mejor cada concepto.

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación	X	

Valentina T.

Firma del Evaluado

Natalia G

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

SENA

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	**Código**	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	**Código**	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	**Código**	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Yeffreng Reyes ducuara		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3 27-11-25		
Fechas de evaluación	**Primera Fecha**	**Segunda Fecha**	**Tercera Fecha**

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:

RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	Interpreta los principios orientadores del **marketing digital para el sistema moda**	**Fecha presentación evidencias**		
		1	**2**	
		S	**N**	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.			marca: representa emar misión: expresar histor Vision: ser una marca referente en mode

Powered by CamScanner

SENA

	1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		es el publico que nosotros tenemos en mente
✓	1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	X		reels, contenido con stanite publicaciones y mensajes
✓	1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	X		si, trato de ser innovador con cosas nuevas siguiendo el molde de mi marca
✓	1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		siempre hago con coherencia y pongo buena ortografia
✓	1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		implemento videos tipo dibujos y transiciones digitales
X	1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		analizo las competencia a cercano y sus tendencias de steveas
✓	1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		los conecto coherentemente ya que todos son relacionados haciendolo en un documento
✓	1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).		X	

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación		X

Yeffrend Andres Reyes

Firma del Evaluado

Natalia G

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	Código	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	Código	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	Código	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Sofía Bavivia		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2 Sofía Bavivia		
	3		
Fechas de evaluación	Primera Fecha	Segunda Fecha	Tercera Fecha
			X

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:
RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda	Fecha presentación evidencias		
		1	2	
		S	N	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	X		Si marca representa la feminidad y es genial que sea viral.

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		a mujeres de 25 a 28 años de estrato medio
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	X		Si marca se basa en hacer tambien charlas de feminidad
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	X		Si aga que mis prendas estan creados con un proposito no las vendo porque si
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		Si todo esta bien argumentado y bien escrito
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		si siempre trato de ser unica y creativa
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		Si tambien frases motivacionales y reels creativos
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).	X		

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación		

Sofía Caviria B.

Firma del Evaluado

Natalia b

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	Código	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	Código	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	Código	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Marlon Pinedo Hernandez.		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3		
Fechas de evaluación	Primera Fecha	Segunda Fecha	Tercera Fecha
	27/11/2025.		

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:

RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda	Fecha presentación evidencias		
		1	2	
		S	N	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	X		Son los identidad con las que una marca se distingue.

1

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		Esto hace que la marca mejore en ventas.
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	X		es importante cuando interactuamos con la clientela
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.		X	X
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		algo que es muy bien presentado y muy visual
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		muy bien visualmente atractivo.
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		cada vez mas buscando la esencia de nuestra marca.
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		se hizo algo muy bien estructurado y coherente.
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).	X		

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación		

Marlon Pineda.
Firma del Evaluado

Natalia G
Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

FORMATO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN LISTA DE CHEQUEO (DESEMPEÑO – PRODUCTO)
F08-8543-007 / 07 - 10 Versión 3

Proceso: Ejecución de la Formación Profesional
Procedimiento: Desarrollo Curricular

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

1. DENTIFICACIÓN GENERAL

Regional: Risaralda		
Centro de Formación: DCITI		
	Nombre del Evaluado: Martin Pineda	Documento de Identidad 1039603436

2. IDENTIFICACIÓN LISTA DE CHEQUEO

Programa de Formación: Marketing Digital 2026	Ficha: 3158891	Duración etapa Lectiva	2 años
		Duración etapa productiva	2 años
		Duración de la Formación	2 años
Nombre del Proyecto: Fase análisis		Duración:	
Fase del Proyecto: Fase análisis		Duración:	
Actividad del Proyecto:		Duración:	
Resultados de Aprendizaje: RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.			

Clase de Evidencia **Desempeño** x **Producto** _____

Nombre de la Evidencia:

1. Observación Directa: Se observó el desempeño del aprendiz durante las actividades de inducción institucional.
2. Productos o Resultados: Se revisaron los productos generados durante las actividades, como, creaciones de marca, análisis de estrategias, segmentación de clientes
   Informes de Autoevaluación: Se consideraron las reflexiones y observaciones del aprendiz sobre su propio desempeño.

3. PRESENTACIÓN

Señor aprendiz después de haber desarrollado una serie de actividades correspondientes a la guía de aprendizaje, realizaremos una evaluación del desempeño y/o valoración del producto entregado, para determinar el dominio que posee frente a los resultados de aprendizaje establecidos.

Duración de la prueba. 40 minutos
Sitio de Aplicación: CDITI

Instrucciones para desarrollar el instrumento:
Señor Instructor:

- Diligencie los datos personales del aprendiz.
- Marque con una X en la columna SI o NO según corresponda.
- Justifique en la columna de observaciones cuando su concepto sea no satisfactorio.
- Recuerde que, para la aceptación total, el aprendiz debe aprobar todos los indicadores prescritos. Si no es así, proceda a concertar actividades remediales.
- Firme la evaluación.
- Comunique al evaluado, finalizada la evaluación, el resultado obtenido.

4. LISTA DE CHEQUEO DE PRODUCTO _____ Y/O DESEMPEÑO x

CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO	OBSERVACIONES
3.1 Actividades de Reflexión Inicial:			
Argumenta con claridad la diferencia entre el rol del Cliente y el Usuario en un escenario de compra de moda.	X		el cliente es el que compra, el y el usuario es el que prueba correcto
Identifica correctamente la 'C' de Calidad del servicio comprometida (Velocidad, Calidez, Soluciones o Gratitud) ante una queja simulada	X		esto mejora la venta
Reconoce un Momento de Verdad Negativo recurrente en el servicio digital de moda y describe su impacto		X	X
Analiza las emociones del cliente y cómo pueden afectar la experiencia de servicio.	X		historia de la marca cancelar el
Reflexiona sobre cómo el lenguaje y la actitud influyen en la percepción del cliente.	X		Saber tratar y dialogar con un cliente.
.2 Actividades de Contextualización e Identificación del Conocimiento:			
Incluye las cinco (5) partes principales (Información de la marca, Objetivo, Público, Mensaje y Plazos) del Brief de Diseño en su documentación	X		algo corto bien hecho y queda coherente.
Diferencia los canales de atención (redes sociales, email, presencial) y sus características principales.	X		hacen que cada cliente llegue.
Establece un Mensaje Principal (Idea Central) que es coherente con la identidad de la marca definida en el Brief	X		se define de buena manera coherente y argumentada.

Powered by CamScanner

FORMATO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN LISTA DE CHEQUEO (DESEMPEÑO – PRODUCTO)
F08-9543-007 / 07 - 10 Versión 3

Proceso: Ejecución de la Formación Profesional
Procedimiento: Desarrollo Curricular

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Define el Público Objetivo del proyecto usando características de Segmentación Psicográfica (valores, intereses, estilo de vida)		X	X
Reconoce cómo las herramientas digitales (chatbots, formularios, redes) influyen en la calidad del servicio.	X		Son muy buenas para una marca
3.3 Actividades de Apropiación:			
Propone soluciones creativas ante reclamos o problemas del cliente en la simulación.	X		Siempre hay que saber llevar al cliente
Aplica lenguaje asertivo y gestos adecuados para mantener una comunicación efectiva.	X		Cosas buena apariencia y perspectiva.
Integra las etapas del ciclo del servicio en la dramatización (saludo, atención, solución, cierre).	X		Son muy tres cosas e ganancias para a tuer cliente
Muestra disposición para trabajar en equipo, respetando roles de cliente y asesor.	X		Siempre.
Cierra la interacción con una muestra de Gratitud y la promesa de un Seguimiento	X		cuando veo o Mejora la atencion.
3.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento:			
Diseña publicidad en redes sociales que promueve el Engagement (conexión/participación) sobre el simple Alcance o Conversión	X		Utilizo herramientos como chat gpt
Integra los conocimientos de comunicación, empatía y protocolo al diseñar estrategias de servicio que fortalezcan la relación con su público objetivo.	X		Conectamos lo mejor decido para ayuda a acoger.
Evalúa críticamente experiencias de servicio reales (propias o de marcas conocidas), identificando aciertos y errores que puede aplicar o evitar en su proyecto personal.		X	X

VERIFICACIÓN

RECOMENDACIONES:	JUICIO DE VALOR: A: ___ D: ___
Dosquebradas – 9 de febrero	Firma del Evaluador (es): Natalia G
	Firma del Evaluado (a): Marlon Pineda Hernandez.

Powered by CamScanner

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	Código	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	Código	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	Código	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Valeria Cuartas Morales		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3		
Fechas de evaluación	Primera Fecha	Segunda Fecha	Tercera Fecha
	27/11/2025		

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:
RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda	Fecha presentación evidencias		
		1	2	
		S	N	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	X		Tenemos muy claro todo lo que nuestra marca quier lograr atraves de la misio visión y valores 1

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		Si, porque al crear nuestra buyer person ayuda a crear nuestro publico objetivo y comportamiento
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.		X	X
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	X		Mi marca representa creatividad y autenticidad y eso la destaca de las demás
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		X
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		Si, porque el estilo de la marca es innovación para este lado del mundo y para la cultura
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		Proponemos ideas para hacer resaltar la marca entre las demás
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		Si, porque en el brief se combinan todos los conceptos aprendidos para analizar la marca, que falta y oportunidad
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).	X		Si, porque la IA nos ayuda a tener ideas claras y los influencers a promocionar la mar

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación		

Valeria CH
Firma del Evaluado

Natalia G
Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

FORMATO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN LISTA DE CHEQUEO (DESEMPEÑO – PRODUCTO)
F08-9543-007 / 07 - 10 Versión 3

Proceso: Ejecución de la Formación Profesional
Procedimiento: Desarrollo Curricular

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

1. DENTIFICACIÓN GENERAL

Regional: Risaralda		
Centro de Formación: DCITI		
	Nombre del Evaluado: Valeria Cuartas Morales	**Documento de Identidad**

2. IDENTIFICACIÓN LISTA DE CHEQUEO

Programa de Formación: Marketing digital	**Ficha:** _3158891_	Duración etapa Lectiva	2 años
		Duración etapa productiva	2 años
		Duración de la Formación	2 años
Nombre del Proyecto: Fase análisis		Duración:	
Fase del Proyecto: Fase análisis		Duración:	
Actividad del Proyecto:		Duración:	
Resultados de Aprendizaje: RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.			

Clase de Evidencia **Desempeño** x **Producto** _____

Nombre de la Evidencia:

1. Observación Directa: Se observó el desempeño del aprendiz durante las actividades de inducción institucional.
2. Productos o Resultados: Se revisaron los productos generados durante las actividades, como, creaciones de marca, análisis de estrategias, segmentación de clientes

Informes de Autoevaluación: Se consideraron las reflexiones y observaciones del aprendiz sobre su propio desempeño.

3. PRESENTACIÓN

Señor aprendiz después de haber desarrollado una serie de actividades correspondientes a la guía de aprendizaje, realizaremos una evaluación del desempeño y/o valoración del producto entregado, para determinar el dominio que posee frente a los resultados de aprendizaje establecidos.

Duración de la prueba. 40 minutos
Sitio de Aplicación: CDITI

Instrucciones para desarrollar el instrumento:
Señor Instructor:

- Diligencie los datos personales del aprendiz.
- Marque con una X en la columna SI o NO según corresponda.
- Justifique en la columna de observaciones cuando su concepto sea no satisfactorio.
- Recuerde que, para la aceptación total, el aprendiz debe aprobar todos los indicadores prescritos. Si no es así, proceda a concertar actividades remediales.
- Firme la evaluación.
- Comunique al evaluado, finalizada la evaluación, el resultado obtenido.

4. LISTA DE CHEQUEO DE PRODUCTO ____ Y/O DESEMPEÑO __x__

CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO	OBSERVACIONES
3.1 Actividades de Reflexión Inicial:			
Argumenta con claridad la diferencia entre el rol del Cliente y el Usuario en un escenario de compra de moda.	X		X
Identifica correctamente la 'C' de Calidad del servicio comprometida (Velocidad, Calidez, Soluciones o Gratitud) ante una queja simulada	X		Si, porque la C ayuda a construir la fidelidad del cliente hacia la marca
Reconoce un Momento de Verdad Negativo recurrente en el servicio digital de moda y describe su impacto		X	X
Analiza las emociones del cliente y cómo pueden afectar la experiencia de servicio.	X		Si, porque las emociones afectan a la hora de comprar
Reflexiona sobre cómo el lenguaje y la actitud influyen en la percepción del cliente.	X		Si, porque el como se trata al cliente hace que quiera o no volver
.2 Actividades de Contextualización e Identificación del Conocimiento:			
Incluye las cinco (5) partes principales (Información de la marca, Objetivo, Público, Mensaje y Plazos) del Brief de Diseño en su documentación	X		Si, porque todo esto ayuda a decir que debilidades y fortalezas tiene la marca
Diferencia los canales de atención (redes sociales, email, presencial) y sus características principales.	X		Si, porque en cada canal se promociona, atiende o ayuda al cliente
Establece un Mensaje Principal (Idea Central) que es coherente con la identidad de la marca definida en el Brief	X		Si porque el brief ayuda a analizar la marca

falta.

Powered by CamScanner

FORMATO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN LISTA DE CHEQUEO (DESEMPEÑO – PRODUCTO)
F08-9543-007 / 07 - 10 Versión 3

Proceso: Ejecución de la Formación Profesional
Procedimiento: Desarrollo Curricular

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Define el Público Objetivo del proyecto usando características de Segmentación Psicográfica (valores, intereses, estilo de vida)	X		Si, porque conocer al cliente ayuda a construir nuestro tipo de público.
Reconoce cómo las herramientas digitales (chatbots, formularios, redes) influyen en la calidad del servicio.	X		Si, como estas herramientas pueden ayudar a la marca a promocionarse
3.3 Actividades de Apropiación:			
Propone soluciones creativas ante reclamos o problemas del cliente en la simulación.	X		Si, porque a reacciones así se puede ayudar de manera creativa
Aplica lenguaje asertivo y gestos adecuados para mantener una comunicación efectiva.	X		Si, porque estas acciones son claves para mantener a la persona interesada en el producto o servicio
Integra las etapas del ciclo del servicio en la dramatización (saludo, atención, solución, cierre).	X		Es necesario integrar estas etapas en el servicio para que el cliente se sienta en un buen ambiente
Muestra disposición para trabajar en equipo, respetando roles de cliente y asesor.	X		Si cada rol es importante y se respeta
Cierra la interacción con una muestra de Gratitud y la promesa de un Seguimiento	X		Si, para hacer sentir comodo al cliente y tener buena imagen la marca
3.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento:			X
Diseña publicidad en redes sociales que promueve el Engagement (conexión/participación) sobre el simple Alcance o Conversión		X	X
Integra los conocimientos de comunicación, empatía y protocolo al diseñar estrategias de servicio que fortalezcan la relación con su público objetivo.	X		Si, porque hacer sentir comodo al cliente con la marca es esencial para conectar
Evalúa críticamente experiencias de servicio reales (propias o de marcas conocidas), identificando aciertos y errores que puede aplicar o evitar en su proyecto personal.	X		X

VERIFICACIÓN

RECOMENDACIONES:		**JUICIO DE VALOR:** A: ___ D: ___
Dosquebradas – 9 de febrero	Firma del Evaluador (es): Natalia G.	
	Firma del Evaluado (a): Valeria CM	

Powered by CamScanner

SENA

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	**Código**	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	**Código**	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	**Código**	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Bayron Sliver Hernandez Osorio		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3		
Fechas de evaluación	**Primera Fecha**	**Segunda Fecha**	**Tercera Fecha**
	27/Nov/2025		

2. Introducción

Estimado Participante, èl instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:
RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	**Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda**	**Fecha presentación evidencias**		
		1	**2**	
		S	**N**	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	X		Propongo ideas y acciones para una mayor desempeño

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	X		Si cumple ✓
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	X		lo hago mediante algunas redes o de voz a voz
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	X		Si cumple ✓
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	X		Si ya que pude adquirir algunos conocimientos sobre ideas nuevas
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	X		lo hice gracias a la ayuda de mis compañeros
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	X		mayor creatividad y coherencia en la creada de ideas
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	X		gracias a las plataformas logre crear algo mas ilustrado y estetico
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).	X		Si cumple ✓

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación	X	

Firma del Evaluado

Natalia G

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

1. Datos Generales			
Regional:	Risaralda	**Código**	3158891
Centro de Formación:	CDITI Dosquebradas.	**Código**	
Programa o Acción de Formación:	Fase análisis conexión vocacional	**Código**	
Proyecto Formativo:	Marketing digital para el sistema moda		
Competencia (s):	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA		
Resultado (s) de Aprendizaje Asociado (s):	RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		
Aprendiz evaluado:	Natras Grisaldo Ros		
Evaluador:	1 Natalia Grisales Osorio		
	2		
	3		
Fechas de evaluación	**Primera Fecha**	**Segunda Fecha**	**Tercera Fecha**
	27/11/25		

2. Introducción

Estimado Participante, el instrumento contiene los indicadores que sirven de parámetros para evaluar los siguientes criterios de evaluación:

RECONOCER EL ESTILO DE COMUNICACIÓN ASOCIADO AL SERVICIO AL CLIENTE EN REDES SOCIALES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Recuerda que debes alcanzar todos los criterios para considerar la evidencia como aprobada

3. Instrucciones para el diligenciamiento

Para iniciar la evaluación, por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- Anota tu nombre en el espacio correspondiente en la Identificación General.
- Lea con detenimiento cada indicador, pregunte a su instructor(a) si tiene cualquier duda o inquietud.

4. Estructura de la lista de verificación

No.	Criterios e indicadores	Cumple		Observaciones
1	**Interpreta los principios orientadores del marketing digital para el sistema moda**	**Fecha presentación evidencias**		
		1	**2**	
		S	**N**	
1.1	Describe claramente la marca, misión, visión y valores de servicio.	✓		Si, se claramente lo que mi marca quiere lograr y mostrar.

Powered by CamScanner

1.2	Define el público objetivo y su comportamiento digital.	✓		Si, se quiere es mr buyer persona y mr publico objetivo
1.3	Propone estrategias de comunicación y canales de atención.	✓		Si ya que propongo con mr marca estrategias de comunicación y aceptación.
1.4	Refleja creatividad, autenticidad y coherencia entre su identidad de marca y las estrategias de servicio.	✓		Si ya que mr marca busca diferenciarse gracias a lo que quiere lograr.
1.5	Presenta el documento con coherencia visual y ortográfica (puede ser en Canva o Word).	✓		Si, hacemos publicidad y brief para poder promocionar mr marca
1.6	Muestra creatividad e innovación en la propuesta visual y narrativa de la marca.	✓		Si, muestro creatividad con las prendas y lo visual.
1.7	Analiza a su competencia y propone oportunidades reales de mejora en redes sociales.	✓		Si, ya que queremos mejorar al decirles verdades a los clientes con publicidad.
1.8	Conecta coherentemente los contenidos aprendidos (brief, buyer persona, protocolo, comunicación, servicio y marketing digital) en un solo documento estructurado.	✓		Si, hicimos todo lo dicho para ampliar la marca y su propuesta de valor, dando una mejor imagen.
1.9	Integra conceptos vistos en clase (IA, visual merchandising, influencers, atención al cliente).	✓		Si, para poder mostrar ideas de creaciones y merchandising.

5. Resultado final de la evaluación:	Si	No
Cumple con todos los criterios de evaluación	✓	

Natalia Giraldo

Firma del Evaluado

Natalia G

Firma del Evaluador

Powered by CamScanner