



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

INFORMACION GENERAL DEL PROGRAMA DE FORMACION		
CÓDIGO	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA:	
621114	BIOCOMERCIO SOSTENIBLE	
DURACION ESTIMADA APRENDIZAJE MESES	Lectiva	
	Total	
	18 meses	24 meses
Práctica		
	6 meses	
NIVEL DE FORMACIÓN	TECNÓLOGO	
JUSTIFICACION	<p>El programa TECNOLOGO EN BIOCOMERCIO SOSTENIBLE se creó para brindar al sector productivo de Comercio y Servicios, la posibilidad de incorporar personal con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico, social y tecnológico de su entorno y del país, así mismo ofrecer a los aprendices formación en los tres núcleos tecnológicos en: Sistemas de Seguimiento a Empresas, Sistemas de Información de Mercado y Sistemas de Transferencias de Tecnologías; suministrando información relevante a los empresarios y organizaciones locales y regionales sobre las oportunidades de adoptar técnicas productivas con buenas prácticas ambientales y sociales, asistiendo a las empresas para encontrar aliados estratégicos que les ayuden a penetrar mercados y a captar recursos financieros, buscando promover las exportaciones de productos no tradicionales relacionados con el manejo ambientalmente sostenible de la biodiversidad.</p> <p>Colombia es uno de los países más biodiversos a nivel mundial, cuenta con potencial productivo en Turismo basado en Naturaleza, Productos maderables, Productos Naturales no maderables y Sistemas agropecuarios que contribuyen a la conservación, al fortalecimiento y crecimiento socio-económico tanto a nivel regional como nacional. "Consecuente con lo anterior, el desarrollo sostenible debe forjarse en función de garantizar unas condiciones adecuadas y seguras de calidad de vida de los habitantes y las condiciones propicias para el crecimiento económico. Lo anterior implica integrar las consideraciones ambientales y del riesgo en los procesos de planificación, de manera que se promueva la adopción de modalidades sostenibles de producción y consumo, así como la reducción del riesgo y, la</p>	



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

	<p>prevención de la degradación ambiental” (Plan Nacional de Desarrollo Tomo I Capítulo 5, 2006 – 2010).</p> <p>Por lo tanto se depende en gran medida de un talento humano cualificado y calificado, capaz de responder integralmente a la dinámica del sector. El SENA estructura el programa de Tecnólogo en Biocomercio Sostenible con todos los elementos de formación profesional, sociales, tecnológicos y culturales, metodologías de aprendizaje innovadoras, acceso a tecnologías de última generación, estructurado sobre métodos más que contenidos, lo que potencia la formación de ciudadanos librepensadores, con capacidad crítica, solidarios y emprendedores, que lo acreditan y lo hacen pertinente y coherente con su misión, innovando permanentemente de acuerdo con las tendencias y cambios tecnológicos y las necesidades del sector empresarial y de los trabajadores, impactando positivamente la productividad, la competitividad, la equidad y el desarrollo sostenible del país.</p>
REQUISITOS DE INGRESO	<ul style="list-style-type: none">▪ Académicos: 11° grado.▪ Superar prueba de aptitud, motivación, interés y competencias mínimas de ingreso.▪ Otros específicos: entrevista si los requiere el programa.
COMPETENCIAS A DESARROLLAR:	
CÓDIGO	DENOMINACIÓN
260101027	Procesar la información recolectada, de acuerdo con los manuales de manejos de información.
210101031	Construir el modelo de integración de la cadena logística, según los eslabones.
260101001	Proyectar el mercado, de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios.
260101014	Diseñar prototipos de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes y cumplan la normatividad legal vigente.
270403016	Verificar la calidad del producto, de acuerdo con las normas de calidad establecidas por la empresa y las normas obligatorias vigentes.
260101044	Administrar proyectos de negocio on line, de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

210101008	Costear la cadena de la distribución física internacional, de acuerdo con los objetivos de la organización y normas internacionales.
210101003	Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.
220201004	Estructurar sistemas de gestión ambiental siguiendo normatividad ambiental.
210101024	Establecer los sistemas de distribución, según el mercado y los costos de la cadena.
270412020	Implementar la estrategia de mercadeo de productos agropecuarios ecológicos, según principios del comercio ecológico.
210101021	Operar los procesos de importación y exportación, según normas y políticas internas y externas.
260101034	Hacer seguimiento a clientes, con base en los acuerdos comerciales y el plan de servicio a clientes.
240201500	Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.
240201501	Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.
240201502	Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
RESULTADO DE APRENDIZAJE ETAPA PRÁCTICA	Aplicar en la resolución de problemas reales del sector productivo, los conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa de formación, asumiendo estrategias y metodologías de autogestión.
OCUPACIONES QUE PODRA DESEMPEÑAR	<ul style="list-style-type: none">▪ Supervisores de Ventas.▪ Supervisor de Ventas técnicas.▪ Supervisor de Zona.▪ Supervisor de Vendedores.▪ Administradores y Supervisores de Comercio al por menor.
PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR:	
Requisitos Académicos mínimos	El programa requiere de un equipo de instructores Técnicos, conformado por: <ul style="list-style-type: none">▪ Tecnólogo en Mercadeo y ciencias afines.▪ Profesional en programas de formación tales como: Mercadeo, Ingeniero Comercial, Ingeniero Logístico, Ingeniero en Administración ambiental y ciencias afines.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

Experiencia Laboral	<ul style="list-style-type: none">▪ Con experiencia laboral en el desarrollo de actividades relacionadas con el área de su profesión, mínimo de veinticuatro (24) meses.▪ Especialista o experto Mercadeo y/o en Administración Ambiental.
Competencias Mínimas	<ul style="list-style-type: none">▪ Formular, ejecutar y evaluar proyectos.▪ Trabajar en equipo.▪ Establecer procesos comunicativos asertivos.▪ Manejar herramientas informáticas asociadas al área objeto de la formación.
ESTRATEGIA METODOLOGICA	<p>Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.</p> <p>Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ El instructor - Tutor▪ El entorno▪ Las TIC▪ El trabajo colaborativo



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
260101027	1	Procesar la información recolectada de acuerdo con los manuales de manejos de información.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		160 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010102701	Clasificar los datos sobre la comercialización de productos y servicios de la biodiversidad, de acuerdo con las variables y parámetros ambientales requeridos en la investigación.	
26010102702	Procesar el conjunto de datos sobre la comercialización de productos y servicios de la biodiversidad, según el objetivo de la investigación.	
26010102703	Registrar la información y el plan de investigación sobre la comercialización de productos y servicios de la Biodiversidad, según el objetivo del mercado y la política ambiental.	
26010102704	Describir las actividades de entrenamiento, inspección y monitoreo ambiental, según políticas de la organización.	
26010102705	Analizar la aplicación de métodos de inferencia estadísticas, a partir de la información sobre comercialización de productos y servicios de la biodiversidad.	
26010102706	Verificar la calidad de la información sobre la comercialización de productos y servicios de la biodiversidad, de acuerdo con la política de la organización.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Información: Objetivos de la información, recolección de información, instrumentos, herramientas, técnicas de recolección y consolidación de la información (cuantitativa y cualitativa), ficha técnica de la información, tipos de información a suministrar, técnicas de clasificación de la Información, métodos de registro de información, técnicas de Interpretación y análisis de la información, tipos de informes, codificación de los datos, tipos y clases de registro.▪ Tecnología de la Información: Principios de informática, Tecnología de información, Código de barras (Conceptualización, Tipos de código y simbología, características del código de barras, tipos de impresión, colores correctos e incorrectos, altura y ubicación del código de barras, Generación de códigos de barras, verificaciones, unidades de comercialización). Intercambio electrónico de documentos EDI (Definición, componentes, aplicaciones, formatos, Software). Internet (Navegación, Páginas Web, búsqueda, negocios virtuales, Intranet, Navegación, Páginas Web).		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- **Software:** El entorno del software, Software (Archivos, Comandos, Ficheros), Elementos del computador, Componentes del sistema, Software especializado para consolidar y procesar información, Tipos de software, Almacenamiento, Manejo de software especializado.
- **Almacenamiento de Información:** Principios conceptuales. Diferencia de datos e información. Excel y base de datos. Hoja electrónica avanzada. Manejo de herramientas (Formulaciones, representación e interpretación gráfica de datos. Tipos de software) Manejador de base de datos (Access), Inglés técnico de la información que se maneja.
- **Matemáticas:** Operaciones básicas, medidas de superficie y medidas de volumen. Lógica matemática (Conceptos básicos, Conectores lógicos, Tablas de verdad, Argumentos válidos, Estructuras lógicas, Relaciones, Funciones, Tipos de funciones).
- **Estadística:** Estadística básica: Análisis de la desviación, Medida estándar típica, Proyecciones, Regresión lineal, Regresión no lineal, Series de tiempo, Tabulación (Planeación, proceso y tipos), Amplitud, Número, Marca de clase, Frecuencias (Frecuencias relativas, Frecuencias absolutas, Frecuencias acumuladas), Método de análisis univariado, Método de análisis multivariado, Categorización de procedimientos (Coeficiente correlación ordinal estándar o de Pearson. Relación entre dos variables ordinales, Relación entre dos variables nominales), Indicadores de evaluación estadísticas: Distribución Chi Cuadrado, Coeficiente de contingencia, Distribución F, Análisis de varianza, Análisis factorial (Análisis factorial de la varianza), Grupos de datos, Descomposición de las sumas de cuadrado (Interacción y razones), Serie de tiempo e índices (Componentes de la serie), Tendencias (Estacionalidad, Suavización exponencial, Promedios móviles, Índices simples, Índices agregados, Índices ponderados, Índices específicos).
- **Investigación:** Definición del perfil del proyecto, Problemas y objetivos de investigación (Identificación, análisis y formulación del problema, Justificación de la Investigación, Objetivos generales y específicos), Marco referencial de la investigación, Normas ICONTEC, Métodos de análisis (Pruebas de hipótesis), Metodología de la investigación, Estudios de la investigación (Mercado, Técnico, Financiero y viabilidad económica, Estudios de impacto ambiental, social, entre otros)
- **Codificación:** Concepto, Tipos, Normas internacionales de codificación, Organización adecuada de los códigos asignados a las diferentes respuestas, Proceso de codificación (Técnicas, métodos y normas internacionales).

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Organizar, revisar y clasificar los datos recogidos.
- Ordenar la información utilizando fichas, carpetas u ordenadores.
- Asignar la numeración de los formularios de estudio y los códigos a las respuestas de los diferentes ítems.
- Definir los códigos para cada categoría de respuesta y sus correspondientes rangos.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Asignar los códigos que respondan a catálogos específicos o a los listados establecidos para este fin.
- Procesar y depurar la información en amplitud y profundidad de contenidos.
- Tabular la información acorde al plan esquema básico de publicación de resultados, utilizando los equipos y software especializados para tal fin.
- Sintetizar los resultados y decidir sobre el esquema básico de publicación de los mismos.
- Depurar y procesar los datos recogidos.
- Registrar la información en forma organizada dentro del tiempo establecido.
- Redactar argumentos sostenidos en estructuras lógicas.
- Utilizar los conectores lógicos para expresar el sentido pretendido.
- Calcular los indicadores estadísticos utilizando los programas existentes para tal fin.
- Analizar las variables dependiendo del tipo de escala con que se han medido.
- Aplicar las medias de tendencia central y de dispersión.
- Describir la asociación entre variables mediante la aplicación del cociente de contingencia, la estadística del Chi cuadrado o el coeficiente de contingencia.
- Proyectar los datos cuantitativos aplicando las técnicas proyectivas.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Clasifica los ítems en categorías mediante la escala e instrumento apropiado considerando su validez, confiabilidad y factibilidad, teniendo en cuenta la asignación de códigos a factores y variables y la naturaleza de los datos.
- Determina los elementos de un resumen de datos mediante la aplicación de formatos y tablas de frecuencias, teniendo en cuenta el plan de tabulación y la codificación asignada para el análisis de la información.
- Construye variables de forma lógica a partir de las ya existentes mediante la aplicación de conectores lógicos y argumentos validos dentro del contexto de la lógica matemática para analizar la información.
- Aplica el idioma inglés y español para interpretar el software estadístico en la generación de documentos y archivos, teniendo en cuenta los requerimientos de la organización.
- Fracciona la información considerando el comportamiento de las variables cuantitativas, según la medida de tendencia central requerida para el análisis de la investigación.
- Interpreta el resultado del comportamiento de los datos mediante la aplicación del análisis estadístico de los resultados de las variables para la toma de decisiones.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210101031	1	Construir el modelo de integración de la cadena logística según los eslabones.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		190 horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CODIGO	DENOMINACIÓN
21010103101	Diseñar el plan de integración de la cadena de abastecimiento con responsabilidad social, según políticas de la organización
21010103102	Elaborar la estructura de la red geográfica y tecnológica de los procesos y la información con responsabilidad social, según necesidades de la organización.
21010103103	Evaluar los costos y el nivel de servicio de los eslabones de la cadena, según indicadores de gestión dados por la organización.
21010103104	Desarrollar el plan de integración del negocio a partir de la relación entre los eslabones de la cadena de abastecimiento, según tecnologías y herramientas de gestión.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- **Redes de distribución:** Concepto de Distribución, Concepto de Redes de Distribución, Geografía, Vías de acceso, Servicios, Rutas críticas, Puntos de origen y destino, Flujo de bienes e información. Análisis de costos y servicios dentro de la cadena de abastecimiento, Clases de redes (Red de Distribución con entregas directas, Red de Distribución con entregas consolidadas en centros de distribución, Red de Distribución con entregas consolidadas con plataforma Cross Docking, Red de Distribución con entregas por parte del minorista, Red de Distribución con entregas con servicio de Mensajería. Otras redes), Centros de distribución (Tiempos, Costos y Distancias). Transporte (Estrategias de transporte, Regulaciones de la distribución, Regulaciones de transito, Acuerdos, Flujos bienes, bienes y servicios).
- **Modelos:** Modelos del diseño de la distribución. Canales de distribución (Concepto, Tipos, Gestión de Canales, Intensidad del Canal). Lead time total Cadena de abastecimiento. Justo a tiempo. Costos y distancias entre los eslabones de la cadena productiva. Tecnología de procesos y la información requerida en cada uno de los eslabones de la cadena productiva.
- **Estrategias Integradoras y Colaborativas de los procesos:** Tipos de demanda. Formas de transacciones e commerce o B2C business to consumer, B2b – business to business, ERP Enterprise resource Planing, Nivel de servicio de los clientes. Indicadores de gestión. Rentabilidad. Tecnologías de información EDI, van-value added network-red valor agregado. Sistemas de seguridad computarizados.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

Cibernética de la organización. Factores (Climáticos y geográficos, Climáticos y sociales, Flujo de bienes y servicios, energía e información) Supply Chain Management, ECR Efficient consumer response, Cadena de valor, Estructura de la producción y restricciones. Tipos de tecnologías entre clientes y proveedores. Comercio electrónico (EDI, wam, intraned, Interned, intrared, Sistema de codificación. Estructura del flujo de materiales, energía e información).

- **Sistemas de información:** Tipos de plataforma de la compañía, Benchmarking, Concepto de negocio, Necesidades de los clientes, Plan maestro de la organización. Tipos de estrategias y objetivos. Técnicas de graficación del modelo de Integración de la cadena. Características de los procesos (Flujo, salida/output), Desempeño, Organización, Tecnología. Eslabones de la cadena de Suministro, Formas de integrar los procesos, Balance scorcard. Tecnología de procesos y la información requerida en cada uno de los eslabones de la cadena productiva.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Definir la estructura de la red geográfica acorde a la tecnología, los procesos y la información requerida en cada eslabón de la cadena productiva.
- Estructurar la red geográfica acorde los indicadores de gestión, rentabilidad y estrategias globales de la organización.
- Reestructurar la red geográfica acorde a los aspectos climáticos, socioculturales y ambientales.
- Diseñar el plan de integración de la cadena de abastecimiento a partir del flujo de materiales, energía e información.
- Integrar la cadena de abastecimiento a partir del plan estratégico de la organización y necesidades de los clientes.
- Elaborar la integración de los procesos de abastecimiento.
- Integrar los procesos de aprovisionamiento, producción y distribución dependiendo de los estilos de fabricación y ventas.
- Analizar la integración de la cadena de abastecimiento.
- Evaluar los costos y el nivel de servicio de los eslabones de la cadena.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Identifica información de los puntos de origen y destino de los bienes, considerando las rutas críticas en el diseño de la red de transporte, la exactitud de los tiempos, costos y distancias de los diferentes clientes y centros o unidades de negocio, teniendo en cuenta los acuerdos internacionales, normas relacionadas con las actividades propias del transporte y las tecnologías de información.
- Define la red geográfica, de acuerdo con la estructuración de los canales de distribución de los clientes considerando el lead time total de la cadena de abastecimiento y la aplicación de la herramienta de gestión justo a tiempo.
- Examina las estrategias y objetivos globales de la organización, mediante la valoración de la tecnología, los procesos, la información y el flujo de bienes y servicios, energía e información en las transacciones entre la cadena de abastecimiento y la demanda del mercado.
- Integra los procesos de la cadena de abastecimiento mediante herramientas de gestión, teniendo en cuenta el plan maestro de la organización, los tipos de



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

tecnologías entre clientes, proveedores y la estructuración del flujo de materiales, energía e información según las necesidades de los clientes.

- Evalúa el diseño de la integración de la cadena de abastecimiento, teniendo en cuenta las relaciones entre los procesos de aprovisionamiento, producción, distribución, nivel de servicio de los clientes, indicadores de gestión y rentabilidad.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

CODIGO	VERSION	DENOMINACION
260101001	2	Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		140 horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CODIGO	DENOMINACIÓN
26010100101	Identificar segmentos de mercado, de acuerdo con los tipos de producto, servicios y políticas de sostenibilidad.
26010100102	Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio de la biodiversidad, según la política empresarial y las normas ambientales vigentes.
26010100103	Determinar los precios de los productos y servicios de la biodiversidad, mediante la aplicación de métodos de fijación precios vigentes.
26010100104	Evaluar el comportamiento de los precios en el mercado, de los productos y servicios, según políticas de la organización.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Participación en el mercado.
- Población y muestra, diseño la muestra: Sistemática, estratificada.
- Estimación de media, total y tabla de números aleatorios.
- Software aplicado.
- Políticas de segmentación de mercados.
- Criterios de segmentación en clientes de consumo: Psicográficos, geográficos, demográficos, estilo de vida, comportamiento de uso, comportamiento de compra.
- Nichos de Mercado.
- Perfiles del cliente.
- Aspectos a identificar en la Competencia: Productos, Precios, Sistemas de venta, sistemas de pago, publicidad, promoción, ubicación, organización.
- Fuentes de información primaria y secundaria.
- Técnicas establecidas para medir patrones de comportamiento de compra.
- Bases de datos.
- Planimetría.
- Sistema de información geográfica SIG.
- Inglés técnico de características de población
- Análisis cluster.
- Concepto de oferta y demanda.
- Estructura, estimación y proyección de la oferta y la demanda.
- Elasticidad de oferta y demanda.
- Factores determinantes internos y externos que afectan la oferta y la demanda.
- Métodos de previsión de la demanda.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Regresión y correlación.
- Tipos de productos y servicios.
- Análisis, estructura y tipificación del mercado y la competencia.
- Técnicas de proyección del mercado.
- Tipos de mercados.
- Interpretación de índices.
- Pronósticos de ventas.
- Costos y precios de los productos o servicios.
- Motivos de compra.
- Oferta exportable.
- Benchmarking.
- Naturaleza, concepto y tipos de precios.
- Políticas, estrategias y tácticas de fijación de precios: Desnatar el mercado, penetración, liderato, determinantes de la sensibilidad de precios.
- Función y componentes del precio. Tipos de precios: Penetración, psicológicos, simbólicos, impares, por líneas, profesionales, éticos, promocionales.
- Factores que inciden en la fijación de precios: Negociación de precios, descuentos, geográficos.
- Factores económicos, sociales, políticos, tecnológicos que inciden en la fijación de precios.
- Márgenes de contribución.
- Métodos y técnicas de fijación de precios: costo más un plus, margen flexible, precios imitativos o según la competencia, precios experimentales, precios a través de la aplicación de descuentos y bonificaciones.
- Antidumping y antisubvención.
- Barreras arancelarias y no arancelarias.
- Sistemas de políticas de fijación de precios: Supervivencia, utilidad, rendimiento sobre la inversión, participación en el mercado, flujo de caja, status quo.
- Convertibilidad de monedas y tipos de cambio.
- Estrategia de precios de la competencia.
- Cláusulas de Compra y Venta INCOTERMS: Precio de Exportación Ex-Fábrica, FAS, FOB, CFR, CIF.
- Estructura de costos dentro del precio.
- Métodos y estrategias de asignación y estimación de costos.
- Punto de equilibrio y análisis marginal.
- Software para fijación de precios.
- Tipos de mercados.
- Descuentos y devoluciones.
- Características y componentes de productos y servicios.
- Etapas del ciclo de vida del producto o servicio y su relación con la política de precios.
- Canales de distribución.
- Técnicas de investigación para la fijación de precios.
- Objetivos en las estrategias de precios, beneficio, volumen, competencia.
- Tipos de estrategias de fijación de precios: Precio mundial estándar, doble fijación de precios: Método costo-plus, Método del costo marginal y Fijación de precio



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

diferenciado por mercado.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Realizar la segmentación de las características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicos y socioeconómicas de cada estrato social de la población.
- Seleccionar los segmentos de mercado aplicando los métodos y técnicas de muestreo.
- Considerar la jerarquía de atributos que influyen en la preferencia de los consumidores, la intención de compra, el potencial actual y futuro, la competencia que existe en el mercado y el sistema de valores al momento de realizar la segmentación.
- Realizar la segmentación del mercado
- Identificar previamente las fuentes de información internas y externas sobre comportamientos, relaciones de causalidad, tamaño de muestra para realizar el proceso de segmentación.
- Identificar el marco muestral y las unidades representativas de la población objeto de estudio para realizar la segmentación.
- Considerar el número de habitantes, la distribución de la población por grupos de edad, el género y nivel de ingresos, la tasa de crecimiento y áreas de concentración en la segmentación del mercado.
- Dividir los segmentos en grupos homogéneos y en grupos de consumidores y usuarios que posean las mismas expectativas,
- Seleccionar los criterios de segmentación dependiendo de si se trata de segmentación de clientes de consumo o segmentación de clientes de inversión.
- Determinar el potencial de exportación, las dimensiones y característica de la demanda y los canales de distribución, para segmentar el mercado e identificar potenciales compradores de los productos o servicios.
- Definir las cantidades de oferta y la demanda con base en la tendencia de ventas, los eventos y actividades especiales, la participación de la empresa y peso del producto o servicio en el mercado.
- Evaluar el comportamiento de la demanda y oferta y sus coeficientes de elasticidad en la motivación, conductas y variables que inciden en la compra y venta de productos y servicios.
- Estimar la demanda y la oferta en cantidades físicas y monetarias de los productos para un lugar y periodo determinado.
- Proyectar las cantidades de oferta y la demanda, el mercado potencial, los inventarios, la capacidad de producción de la empresa, el crecimiento y evolución del sector, las políticas gubernamentales, el poder de la competencia y los volúmenes de productos sustitutos y complementarios.
- Aplicar las técnicas estadísticas para el cálculo de la oferta y la demanda apoyados con el software existentes.
- Considerar los elementos como el precio de los productos o servicios, el costo de producción, el ingreso y egreso de los consumidores, el número de integrantes de cada sector de consumidores en la determinación de la demanda y la oferta.
- Ajustar la oferta y la demanda a partir de la gestión de precios, las ofertas, el



almacenamiento de productos y la colocación de los mismos.

- Estimar la oferta exportable en cuanto al volumen susceptible de exportación, calidades, estacionalidades, envases, etiquetas y en general, todas las características del producto.
- Definir los criterios de fijación de precios con las políticas de precios de la empresa y el sector aplicando las estrategias y tácticas de fijación de precios
- Analizar los factores externos e internos de la empresa para definir los precios de los productos o servicios.
- Calcular los precios a partir de los costos, ingresos, punto de equilibrio, márgenes de rentabilidad, análisis de la oferta y la demanda, posicionamiento del producto o servicio y las estrategias de la competencia.
- Fijar los precios aplicando los métodos, técnicas, tecnologías y estrategias existentes para la fijación de precios.
- Establecer los rangos de precios en los costos de producción y distribución, acceso al canal, márgenes de intermediación, sistema de pago, nivel de competencia, satisfacción de la demanda. y objetivos de ventas.
- Seleccionar la política de fijación de precios en función de los objetivos de la empresa, la maximización de la utilidad y la participación en el mercado.
- Fijar los precios el tipo de mercado, clientes, productos, poder de compra, amistad, y otros factores.
- Formular las cotizaciones nacionales e internacionales en función de los objetivos de la empresa y de las condiciones del mercado y la competencia.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Caracteriza segmentos de mercado aplicando técnicas de análisis a poblaciones de acuerdo con criterios sicográficos, demográficos, culturales, geográficos, psicológicos y socioeconómicas según el producto o servicio a vender.
- Segmenta el mercado para un producto o servicio aplicando métodos y técnicas de segmentación a una población objeto según parámetros de segmentación y políticas de la empresa.
- Actualiza las listas de precios dentro de los tiempos establecidos por la organización y las condiciones del mercado, teniendo en cuenta los tipos de cambio, las restricciones legales y aduaneras, el antidumping, la anti subvención y el transporte.
- Analiza el comportamiento de la oferta y la demanda de un producto o servicio a partir de datos históricos utilizando métodos matemáticos y estadísticos de pronóstico con el apoyo de software, según variables relacionadas con el potencial del mercado y de la empresa.
- Evalúa los comportamientos de compra y venta a partir del cálculo de las elasticidades de la oferta y la demanda y teniendo en cuenta el tipo de producto o servicio y su desarrollo en el mercado.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
260101014	1	Diseñar prototipos de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes y cumplan la normatividad legal vigente.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		180 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010101401	Caracterizar las especificaciones del producto o servicio de la biodiversidad, de acuerdo con el resultado del estudio de mercado técnico de fabricación, los resultados del estudio de mercado y la factibilidad técnica e impacto ecológico.	
26010101402	Realizar las propuestas para el diseño de empaque ecológico, teniendo en cuenta la norma ambiental legal y la norma ISO para empaques.	
26010101403	Evaluar los empaques, teniendo en cuenta los parámetros establecidos en el diseño de comunicación visual, material acorde a las normas ambientales y políticas corporativas.	
26010101404	Determinar el proceso de creación y desarrollo de nombre y marcas, teniendo en cuenta aspectos técnicos legales del biocomercio.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Naturaleza y características extrínsecas e intrínsecas de productos o servicios.▪ Aspectos psico-sociales de los productos o servicios.▪ Infraestructura y tecnología empresarial.▪ Software aplicado a diseño.▪ Planeación y el desarrollo de productos y servicios.▪ Técnicas de evaluación de productos y servicios.▪ Características del mercadeo: Cliente, precio, comunicación y distribución.▪ El ciclo de vida de los productos o servicios.▪ Aspectos técnicos tecnológicos y legales de los productos y servicios.▪ Prototipo de productos.▪ Inglés técnico y comercial.▪ Oferta y demanda.▪ Pruebas de concepto.▪ Técnicas de diseño, bocetación y planimetría.▪ Ficha técnica de producto o servicios.▪ Factores en el diseño de productos.▪ Número mundial de artículo comercial EAN. UCC- GTIN.▪ Naturaleza, clasificación y tipos de empaques y envases: Rotulación de Empaques y Envases, diseño del empaque y envase. (b, d, e), tipos de materiales para empaques y envases, función del empaque en el mercadeo, reciclaje de empaques y envases, prueba de campo de empaques y envases, estándares de calidad de empaques y		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

envases.

- Técnicas y tecnologías aplicadas al diseño de empaques y envases.
- Normas ISO, legales y ambientales de los empaques, envases y embalajes.
- Ley de metrología y normalización.
- Política de comunicación comercial en la empresa para empaques.
- Legislación comercial, nacional e internacional frente a los nombres y marcas.
- Símbolos, emblemas y caracteres que identifican el nombre y la marca de productos y servicios.
- Carácter técnico y psico-social de la marca.
- Política de manejo.
- Objetivos de comunicación y ventas.
- Organismos de legislación y control frente a las marcas: Cámara de Comercio, ICONTEC, Ministerio de Desarrollo, Superintendencias Ministerio del Medio Ambiente, Invima.
- Procedimientos de inscripción, registro, modificación, control y restricciones de los nombres y marcas.
- Valor de la marca, marcas y patentes.
- Prueba de concepto de la marca y nombre.
- Teoría del color.
- Composición de textos.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Establecer las especificaciones de los productos o servicios con el análisis técnico, comercial y de información de mercado.
- Asignar nombres a los productos o servicios facilitando su recordación, identificación y programación, reflejando identidad, imagen y garantía.
- Asignar nombres a los productos o servicios.
- Sugerir nombres adaptables a cualquier medio de publicidad y que reúnan los requisitos indispensables para su registro y difusión.
- Determinar las marcas y nombres de los segmentos del mercado y los resultados de la investigación.
- Asignar el nombre al producto o servicio de manera que facilite las acciones de promoción y venta de la empresa.
- Definir el nombre y la marca del producto o servicio de manera que se diferencien frente a los de la competencia.
- Diseñar la marca y nombres de los productos o servicios utilizando símbolos, signos, textos y colores establecidos en las políticas y objetivos de la comunicación.
- Sugerir el empaque o envase con las características, calidad y materiales, adecuados al tipo de producto.
- Establecer la naturaleza y tipo de empaque o envase para un producto específico de acuerdo con la normatividad vigente.
- Determinar los empaques o envases teniendo en cuenta los materiales, tipo de empaque o envase, resistencia, reutilización y requerimientos ambientales.
- Ajustar los parámetros para el diseño de los empaques o envases a los elementos de comunicación visual y corporativa de la empresa.
- Definir los tipos de empaques o envases aplicando su peso, volumen y resistencia de



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

los productos.

- Determinar los empaques o envases utilizando las técnicas y tecnologías utilizadas en diseño.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica.
- Determina los productos o servicios a desarrollar, teniendo en cuenta la demanda y factores de éxito del mercado, la infraestructura de la empresa.
- Caracterizar los productos y servicios, teniendo en cuenta sus propiedades físico – químicas y fisiológicas.
- Caracterizar el producto o servicio, teniendo en cuenta la clasificación arancelaria, el nombre, la marca, el empaque, etiquetado y dimensiones.
- Realiza el informe de las propuestas para el diseño del empaque, teniendo en cuenta la norma ambiental, legal y la norma ISO para empaques.
- Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas, teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado.
- Definir los productos o servicios según el tiempo, costo y capital de trabajo de la empresa.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
270403016	2	Verificar la calidad del producto de acuerdo con las normas de calidad establecidas por la empresa y las normas obligatorias vigentes.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		190 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
27040301601	Determinar lotes para toma de muestras en productos de la biodiversidad, según protocolos técnicos.	
27040301602	Monitorear la calidad del producto en las etapas del proceso para asegurar la inocuidad y la seguridad alimentaria, según protocolos.	
27040301603	Registrar la información de las pruebas sensoriales, físico-químicas y microbiológicas aplicadas a los productos de la biodiversidad, según políticas de la empresa y normatividad vigente.	
27040301604	Realizar trazabilidad en la cadena biocomercial, de acuerdo a los protocolos y reglamentación vigentes.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Microbiología: Conceptos, características, tipos de microorganismos que afectan los alimentos, origen de los microorganismos en los alimentos, enfermedades transmitidas por alimentos, métodos de prevención, microbiología predictiva.▪ Protocolos: Conceptos, elaboración, aplicación.▪ Análisis de laboratorio: tipos, técnicas, procedimientos, equipos.▪ Muestreo: tipos, características, procedimientos.▪ Formatos y registros: conceptos, tipos, características, presentación.▪ Matemáticas: operaciones básicas, medidas de pesos y volumen, conversiones.▪ Normatividad vigente: normas ISO, legislación alimentaria, bioseguridad, salud ocupacional, seguridad industrial.▪ Estadística: herramientas, registros, interpretación.▪ Planes de aseguramiento de la inocuidad y la calidad: Elementos básicos, procedimientos y registros.▪ Trazabilidad: concepto, elementos.▪ Limpieza: Conceptos, características, tipos, sustancias limpiadoras, manejo y aplicación de limpiadores, protocolos.▪ Desinfección: Conceptos, tipos, sustancias desinfectantes, manejo y aplicación.▪ Informática: Registros, procesador de texto, hoja electrónica.▪ Tecnologías de comunicación: tipos de bases de datos, tablas dinámicas.▪ Análisis estadístico de datos.		
3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO		
<ul style="list-style-type: none">▪ Utilizar la dotación de seguridad industrial.▪ Tomar las muestras y ejecuta protocolos.		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Monitorear la condición del producto durante el proceso.
- Revisar el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura en el proceso.
- Recomendar acciones de mejoramiento del proceso para asegurar la inocuidad del producto.
- Identificar los puntos críticos de control del proceso.
- Monitorear las condiciones del proceso.
- Aplicar herramientas estadísticas para la interpretación de los datos.
- Comparar los resultados de los análisis con los estándares establecidos por la empresa.
- Revisar la conformidad del producto.
- Registrar la información de los análisis conforme con las evaluaciones estadísticas.
- Informar los resultados de los análisis a las áreas correspondientes.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Toma las muestras de acuerdo con las técnicas de muestreo definidas por la empresa.
- Ejecuta los instructivos y procedimientos de los métodos de análisis, de acuerdo con los procedimientos establecidos por la empresa.
- Realiza el muestreo, de acuerdo con las condiciones establecidas por la empresa.
- Manipula las muestras, de acuerdo con las normas establecidas por la empresa.
- Monitorea la condición del producto en todo el proceso, de acuerdo con los requerimientos del proceso.
- Revisa el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura en el proceso, según las normas establecidas por la empresa.
- Revisa las condiciones de las instalaciones físicas y equipos, de acuerdo con las buenas prácticas de manufactura.
- Valora las condiciones del proceso de acuerdo con las normas establecidas por la empresa y normas vigentes.
- Realiza las recomendaciones para el mejoramiento y cumplimiento, de acuerdo a las normas según las indicaciones dadas por la empresa.
- Identifica los puntos críticos de control del proceso, de acuerdo con las normas de calidad.
- Confronta las condiciones del proceso según los requerimientos del producto.
- Confronta la ficha técnica y/o tabla de especificaciones del producto frente a los resultados de proceso que corresponda con lo definido por la empresa y/o cliente.
- Compara los resultados de los análisis, de acuerdo con los estándares establecidos por la empresa.
- Revisa la conformidad del producto, de acuerdo con la norma establecida por la empresa.
- Registra la información de los análisis conforme con las evaluaciones estadísticas.
- Informa los resultados de los análisis a las áreas correspondientes, según condiciones establecidas por la empresa.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
260101044	1	Administrar proyectos de negocio on line de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		150 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010104401	Identificar la idea del negocio en el contexto del Biocomercio, de acuerdo con las oportunidades del mercado.	
26010104402	Realizar diagnósticos de la comercialización de productos y servicios de la biodiversidad en el entorno nacional y global de los negocios on-line, de acuerdo con las políticas de comercialización sostenible y tecnología existente.	
26010104403	Elaborar el plan de negocios on-line, de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente, tratados internacionales y normatividad ambiental vigente.	
26010104404	Elaborar el plan estratégico de negocio on-line, de acuerdo con las políticas de la empresa y la normatividad ambiental vigente.	
26010104405	Evaluar los resultados comerciales y financieros del negocio, de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Mercado objetivo.▪ Visión de negocio.▪ Entornos virtuales.▪ Variables del entorno.▪ Matrices de diagnostico: foda, espina de pescado, 20/80.▪ Indicadores económicos internacionales.▪ El internet como canal de ventas.▪ Mercado, clientes, productos y proveedores (b) Unidad de negocio on-line.▪ Weltansshauung(w), propietarios(o) y ambiente(e).▪ Factores claves del comercio electrónico análisis virtual de: competencia,▪ Metodología catwoe: clientes(c), actores(a), transformaciones.▪ Stakeholders.▪ Propiedad intelectual y privacidad.▪ Derechos y obligaciones, tanto del proveedor como del consumidor.▪ Unidad de negocio on-line.▪ Herramientas: i-advertising, i-mail marketing, i-mobil marketing.▪ Economía digital para la toma de decisiones.▪ Enterprice resource planning (erp).▪ Hábitos de consumo on-line .		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Visión de negocio: Requerimientos del negocio: recursos humanos, tecnología y publicidad del sitio.
- Lenguaje técnico de internet.
- Tecnologías en internet: tipos de buscadores., servidores, bases de datos, tipos de conexión, tipos de redes.
- Análisis de estadísticas.
- Tipo de negocio: negocio b2b, b2c, b2g, e-commerce, portal vertical.
- Comportamiento ciberusuario.
- Estudio crt (comisión reguladora de telecomunicaciones).
- Estudio general de medios en internet (egm).
- Costos y presupuestos del negocio on-line.
- Cronograma de actividades del negocio on-line.
- Metodologías para medir audiencia: user centric, ad centric, site centric.
- Medición de tráfico en línea.
- Tasas de conversión.
- Ratios de éxito y abandono.
- Ranking, ranke o posicionamiento.
- Tecnologías de análisis de audiencia: sistemas de análisis de logs y los contadores y trackers.
- Indicadores de audiencia: page views, visitas, visitas únicas, usuarios únicos, hits, impresiones.
- Variables a medir: tendencia de tráfico, perfil del visitante y tecnología que usa el visitante.
- Software y programas de análisis web.
- Herramientas de pagerank.
- Indicadores de flexibilización e impacto de clientes: situación actual del mercado en cuanto a: volúmenes por unidad de tiempo, ventas, previsión / proyección de ventas, recompra, clientes fidelizados / no fidelizados.
- Costos de cada cliente.
- Evaluación del grado de respuesta.
- Método rfmr: residencia, frecuencia, monetario, rango.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Identificar la idea del negocio on-line y el ambiente del negocio.
- Plantear el diagnostico de la empresa a partir de las variables del entorno virtual de ubicación del negocio.
- Analizar el internet como canal de ventas y distribución.
- Definir la identidad de la organización a partir de la metodología del catwoe o "definición de raíces".
- Elaborar el plan de negocios con base en la estructura y funciones de la unidad de negocio.
- Elaborar el plan de negocios con la información general, biografía, gráficos, datos demográficos y material de investigación.
- Diseñar los objetivos y estrategias del plan de negocios electrónico.
- Diseñar las estrategias de mercadeo para la web utilizando tecnologías de información y comunicación.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Analizar los costos de acuerdo con requerimientos del sitio web.
- Establecer el cronograma de actividades de mercadeo en internet.
- Describir las características del negocio, de acuerdo con el tipo de negocio en la internet.
- Verificar que el plan de negocios contiene los aspectos de la factibilidad económica de la iniciativa comercial de acuerdo con perspectivas de la empresa.
- Elaborar los planes con base en los principios, modelos y métodos de la economía digital.
- Diseñar el plan estratégico de acuerdo con el tipo de negocio on.line.
- Presentar las acciones estratégicas del negocio on line,
- Desarrollar los sitios de comercio electrónico
- Supervisar la audiencia y tráfico de visitas el sitio web o portal utilizando las metodologías existentes e indicadores de audiencia.
- Calcular el valor de los clientes aplicando métodos estadísticos de promedios.
- Analizar los esquemas y tipos de anuncios del sitio web.
- Analizar los ratios de éxito o abandono.
- Analizar la audiencia en la web apoyándose en paquetes de análisis web y tasas de conversión.
- Medir el tiempo de respuesta y de compra de los clientes.
- Calcular el costo de adquisición de un cliente con base en el número de visitas.
- Identificar los clientes que aportan beneficio a la empresa mediante el cálculo de la medición del valor de cada cliente.
- Determinar el tiempo de fidelidad de los clientes con base en el promedio de valor de vida de los clientes.
- Analizar los grupos meta de acuerdo con el método rfmr.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Plantea el diagnostico de la empresa e identifica la idea y el ambiente del negocio para la identificación del negocio on-line de acuerdo con el estudio de penetración en internet del mercado objetivo, las variables internas y externas de mercado y del entorno virtual de ubicación del negocio.
- Utiliza el Internet como canal de ventas y distribución, de acuerdo con requerimientos del negocio.
- Define la identidad de la organización y las características del negocio a partir de la metodología del catwoe o "definición de raíces" y el tipo de negocio en la internet.
- Elabora el plan del negocio on line describiendo las características con base en el tipo, la estructura y funciones de la unidad de negocio, información general, biografía, gráficos, datos demográficos y material de investigación, el perfil del cliente y el tipo de producto.
- Diseña las estrategias de mercadeo, analiza los costos de acuerdo con las necesidades del sitio web y establece el cronograma de las actividades de mercadeo, utilizando las TIC.
- Verifica en el plan de negocio los aspectos de la factibilidad económica de la iniciativa comercial de acuerdo con perspectivas de la empresa.
- Elabora los planes estratégicos con base en los principios, modelos, métodos y tipo de negocio on-line, con las acciones estratégicas del negocio de acuerdo con la



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

regulación, los códigos y acuerdos internacionales.

- Desarrolla los sitios de comercio electrónico de acuerdo con el presupuesto e infraestructura de los administradores.
- Supervisa la audiencia web o portal, el tiempo de respuesta y de compra de los clientes de acuerdo con el costo promocional realizado y las metodologías existentes.
- Analiza los esquemas y tipos de anuncios del sitio web, los ratios de éxito o abandono, la audiencia y tráfico de visitas el sitio en la web, los grupo meta de acuerdo con la respuesta de clientes, los indicadores de audiencia, el método rfmr apoyándose en paquetes de análisis web y tasas de conversión.
- Calcula el costo de adquisición de un cliente con base en el número de visitas y los requerimientos del sitio web.
- Identifica el valor de los clientes, el tiempo de fidelidad y los beneficios que aportan a la empresa mediante el cálculo de la medición del valor de cada cliente aplicando métodos estadísticos de promedios.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210101008	1	Costear la cadena de la distribución física internacional, de acuerdo con los objetivos de la organización y normas internacionales.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		190 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
21010100801	Identificar y clasificar los costos de los procesos y unidades de negocio sostenible y su posibilidad de implementación, según políticas de la empresa.	
21010100802	Desarrollar estrategias para reducir los costos en la cadena de la distribución física internacional (D.F.I.), según regulaciones nacionales e internacionales.	
21010100803	Medir el impacto de los costos generados en la cadena logística, según la forma de negociación internacional.	
21010100804	Clasificar y fijar los costos, según los procesos y unidades de negocio dentro de la cadena de distribución física.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Unidad empresarial: Identidad corporativa y principios administrativos.▪ Proceso administrativo: Componentes e interacción sinérgica, benchmarking nacional e internacional.▪ Planeación administrativa: organizacional, plan estratégico de negocios, proyecciones estadísticas.▪ Gestión logística: tipos de servicio, manejo de inventarios, de transporte, de almacenes, diseño de indicadores.▪ Procesos logísticos: Manejo de carga, aprovisionamiento, producción, distribución, almacenamiento, transporte intramural y extramural, rutas, alianzas estratégicas, Supply Chain Management.▪ Costos: Basados en actividades, por áreas, por categorías, tipo ABC, financieros, de oportunidad, ocultos, otros.▪ Análisis financiero: Relación costo beneficio, mercados y sistemas financieros internacionales, monedas, tasas de cambio, inflación, devaluación, revaluación, mercados libre, futuros, tradicionales, nuevos, índices financieros internacionales, NASDAQ, DOW JONES, fuentes de financiación, mercado de capitales, fondos internos y externos, factores de riesgo, políticas gubernamentales y comerciales.▪ Comercio exterior: Objetivos y formas de la negociación internacional, procesos de exportación e importación, regulaciones y trámites aduaneros, Incoterms, medidas sanitarias, seguros y fletes.		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Identificar y clasificar los costos según los procesos y unidades de negocio.
- Examinar los costos generados en la cadena logística.
- Analizar en la cadena logística el costeo A B C y sus posibilidades de implementación, en estudios comparativos de las estrategias utilizadas por las diferentes empresas.
- Aplicar en la cadena de la D.F.I. tiempos de los procesos de aprovisionamiento, producción y distribución medios y modos de transporte seleccionados, impuestos, trámites aduaneros, seguros y fletes, incoterms
- Incluir en la estructura de costos de la cadena las diferentes monedas y tasas de cambio y las regulaciones aduaneras a nivel nacional e internacional.
- Definir el comportamiento de los sistemas financieros y monetarios, la devaluación y revaluación de la moneda nacional frente a las extranjeras
- Analizar los mercados financieros según objetivos y estrategias de negociación.
- Evaluar los instrumentos y formas de pago internacional según los objetivos de la negociación.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Interpreta los objetivos, las estrategias y formas de negociación internacional teniendo en cuenta el movimiento de divisas a mediano y largo plazo y el comportamiento del mercado de capitales y sus factores de riesgo.
- Identifica los componentes de los costos logísticos por unidades de negocio, el comportamiento financiero de las tasas de cambio e interés, impuestos, tramites aduaneros, seguros y fletes que afectan la D.F.I en la cadena logística, de acuerdo con los criterios de la organización.
- Define los costos de la Distribución Física Internacional, mediante la aplicación de métodos y estrategias acordes con las operaciones logísticas de la empresa y su competitividad en el mercado, de acuerdo con las políticas empresariales y los indicadores de gestión establecidos por la entidad.
- Verifica el comportamiento de los mercados financieros, monetarios, sus índices y el movimiento del mercado internacional en el corto, mediano y largo plazo, para tomar decisiones de un negocio de acuerdo con los planes de negociación y los objetivos de la empresa.
- Evalúa el comportamiento de los procesos de los sistemas financieros y monetarios, las políticas del gobierno y las comerciales, las tasas de cambio, los tipos de monedas, la devaluación y revaluación, para establecer su incidencia en las actividades de importación y exportación según los criterios de decisión de un negocio, establecidos por la organización.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210101003	1	Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		170 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
21010100301	Identificar e interpretar las formas de pago de importación y exportación en una empresa, según las reglas, usos y normas cambiarias de acuerdos comerciales.	
21010100302	Manejar negociaciones, de acuerdo con los términos, parámetros legales y comerciales vigentes.	
21010100303	Verificar los documentos físicos para la firma del contrato, según acuerdos comerciales, reglas, usos, normas cambiarias y normas de comercio internacional.	
21010100304	Elaborar contratos comerciales, según acuerdos de negociación nacional o internacional y las características del servicio o producto de la biodiversidad.	
21010100305	Realizar contactos comerciales con los gremios, embajadas, ministerios, representaciones comerciales, según acuerdos multilaterales, las alianzas estratégicas y los objetivos del negocio.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Identidad corporativa: Objetivos, visión, misión valores.▪ Procesos o unidades de negocio: Objetivos, necesidades y/o requerimientos.▪ Eslabones de la cadena logística.▪ Negociación, planeación y estrategia, políticas y objetivos.▪ Técnicas y métodos.▪ Términos negociación estatal.▪ Formas de negociación: colectiva, bilateral, unilateral, cerrada, virtual, abierta o publica.▪ Formas de pago: carta de crédito, cobranzas, reembolso, giros.▪ Tipos de contratos: estatal, comercial, Outsourcing, alianza estratégica.▪ Descuentos: comerciales, por volumen, financieros.▪ Inteligencia emocional: Relaciones interpersonales negociación, Ética y principios, liderazgo en valores.▪ Procedimientos y trámites para compra y venta de objetos: Reglas administrativas, normas de elaboración, formas a diligenciar, Verificación de contenidos, flujo de información, flujos de actividad.▪ Procesos de compra y venta a nivel nacional e internacional.▪ Aspectos económicos del mercado: tendencias, competencia, economía intervenida		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

por el estado, economía de libre mercado, economía mixta, economía de escala, libre empresas, propiedad privada, Oferta y demanda.

- Normas lcontec, ISO 9000, requisitos técnicos, procedimientos.
- Productos y servicios: Ficha técnica, requisitos técnicos análisis de producto, estándares de calidad, condiciones de rechazo, fijación de precios, costos, márgenes de contribución y producción, tipos de presupuesto, Políticas de pago, métodos de pago.
- Publicidad, medios visuales, medios impresos, medios sonoros, tiempos de ejecución, costos publicitarios.
- Nivel de servicios en: Recibo, entrega y distribución.
- Informes contables: Balances financiero, estados de p&g, análisis financiero.
- Aspectos legales en los acuerdos: Cumplimiento de tiempos, cláusula penal, arras o salvaguardia, garantías títulos valor, avales o codeudores, sanciones y multas.
- Acuerdos de negociación comercial: cantidades, lugar de entrega, forma de pago, tiempo, Calidad, incumplimiento, contratos, tipos de contratación, partes que componen un contrato, tiempo de ejecución, montos, aspectos legales, presupuesto asignado formas de pago, otorgamiento de poderes, caducidad y extinción de contratos, extensión o cesión de contratos.
- Habilidades de comunicación y Contratos.
- Clases: Comerciales Estatal, Mixto.
- Tipos de contratos: Financiero, servicios, asociaciones, compra venta Arrendamiento, Outsourcing Joint Venture, alianzas estratégicas, maquila, franquicia, gremial multilateral, bilateral.
- Contratación: condiciones de contratación, políticas de contratación, requisitos económicos, requisitos técnicos.
- Procedimiento para acceder a un contrato estatal.
- Procedimientos para elaboración de contratos comerciales.
- Formatos y formularios, políticas de impresos, políticas de sistematizados, normas de presentación de contratos.
- Aspectos comerciales: cantidad, costos, formas de pago, tiempos de entrega, descuentos, montos, imputación de pagos, tiempos de ejecución.
- Aspectos financieros: tipos de cambio y moneda, líneas de crédito, normas financieras, tasas de interés y plazos, inflación, devaluación, revalidación, tasas de cambio.
- Aspectos legales y jurídicos: Cláusulas penales, otorgamiento de poderes, caducidad y extinción, extensión o cesión, Garantías, multas y sanciones, costos y gastos judiciales, legalización de contratos, seguros y pólizas, impuestos obligaciones.
- Requisitos legales de contratación.
- Trámites ante entidades gubernamentales: Cámara y Comercio, Notarias, Superintendencia de Industria.
- Aspectos comerciales: cantidad, costos, formas de pago, tiempos de entrega.
- Descuentos, montos, imputación de pagos, tiempos de ejecución.
- Aspectos financieros: Tipos de cambio y moneda, líneas de crédito, normas financieras, tasas de interés y plazos, inflación, devaluación, revalidación, tasas de cambio, movimiento de las tasas internacionales: Libor, Prime rate, Spread.
- Aspectos legales y jurídicos: cláusulas penales otorgamiento de poderes caducidad y



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

extinción extensión o cesión garantías multas y sanciones, costos y gastos judiciales, legalización de contratos, seguros y pólizas, impuestos obligaciones, requisitos legales de contratación.

- Acuerdos de negociación: cantidades negociadas, tiempo de entrega de objetos.
- lugar de entrega, forma de pago, fechas de pagos, valor a cancelar, tasa financiera, comercio exterior, procesos de exportación, procesos de importación normas cambiarias, tendencias del comercio, normas de comercio internacional.
- Cartas de crédito: clase de cartas de crédito, procedimientos y trámites, condiciones para apertura, entidades financieras que la expiden, reglas y requisitos para las cartas de crédito, procesos desarrollados por el vendedor y comprador, operaciones matemáticas, matriz de costos.
- Divisas, márgenes de contribución, normas cambiarias, costos, proyección de pagos, tipos de divisas y aranceles, tipos de cambio y moneda.
- Medios electrónicos de pago, giros directos, internet, pago electrónico, redes de comunicación financiera, transferencia electrónica de fondos, acuerdos de negociación, cantidades negociadas, tiempo de entrega de objetos, lugar de entrega, forma de pago, fechas de pagos, valor a cancelar, tasa financiera comercio exterior, procesos de exportación, procesos de importación, normas cambiarias, tendencias del comercio, normas de comercio internacional.
- Mercado cambiario: reglamentación, normatividad, movimiento de las tasas internacionales: Libor, Spread, Prime Rate, tipos de divisas y aranceles, tipos de cambio y moneda, entidades financieras, normas financieras, comisiones, gastos de exportación e importación costos financieros tasas de interés plazos, reembolsos, tasas de cambio giros directos inflación devaluación revaluación, formas de pago: swap o cambio, forwards o protección, hedging o cobertura.
- Costos, proyección de pagos, tipos de divisa y aranceles, tipos de cambio y moneda.
- Cálculo numérico, tablas en Excel.
- Cámaras de comercio, Nacionales, Internacionales.
- Cobranzas: Características, concepto y usos, desventajas, tipos.
- Inteligencia de mercados.
- Medios virtuales de comunicación: internet, manejo de páginas web, portales, sitios web, motores de búsqueda, diseños de cronogramas.
- Fuentes Nacionales: Cámaras de comercio, entidades estatales, Proexport.
- Carces, base de datos.
- Asociaciones empresariales.
- Call center.
- Ministerios.
- Indicadores.
- Nivel de servicios: En tiempos, en costos.
- Manejo de bases de datos, Access.
- Organismos reguladores.
- Servicios de apoyo al comercio en: entidades consulares y embajadas, gremios y asociaciones, entidades estatales.
- Inglés Técnico.
- Regulaciones y aspectos básicos legales internacional y nacional.
- Organismos reguladores.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Identidad corporativa y valores empresariales: objetivos, visión, misión, valores.
- Servicios de apoyo al comercio en: Entidades consulares y embajadas.
- Gremios y asociaciones.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Identificar los requerimientos, objetivos y necesidades de la identidad corporativa de cada organización.
- Verificar los requerimientos, objetivos y necesidades identificados en cada organización.
- Precisar en la negociación los planes y la estrategia a seguir.
- Diseñar el procedimiento para la compra y venta de objetos.
- Describir los trámites utilizados para la compra y venta de objetos.
- Redactar los procedimientos y trámites para la compra y venta de objetos.
- Enunciar los requisitos económicos, legales y técnicos exigidos por la organización para definir los términos de negociación.
- Comprobar el cumplimiento de los requisitos económicos, legales y técnicos exigidos por la organización para definir los términos de negociación.
- Fijar los términos de negociación.
- Escoger los estándares mínimos de calidad que se aceptan.
- Revisar en la ficha técnica de los productos y servicios los estándares de calidad.
- Investigar en el mercado los parámetros de precio, costo, publicidad, distribución y descuentos.
- Valorar las diferentes alternativas publicitarias ofrecidas en el mercado.
- Calificar el nivel de servicio del proveedor.
- Solicitar los estados financieros de la organización.
- Evaluar la capacidad financiera de la empresa.
- Acordar las modificaciones y consecuencias frente al incumplimiento.
- Relacionar en los contratos las modificaciones y consecuencias frente al incumplimiento entre las partes.
- Definir las sanciones y multas por incumplimiento del acuerdo comercial.
- Establecer las sanciones y multas por incumplimiento de los acuerdos.
- Examinar que las formas de pago y los tiempos de entrega de los objetos estén de acuerdo con los términos de negociación.
- Decidir sobre la mejor opción de pago dependiendo del tipo de contrato.
- Elaborar el acuerdo comercial contemplando forma de pago, calidad, cantidad, lugar y tiempo de entrega de los objetos.
- Distinguir y seleccionar entre los tipos de contratos comerciales y estatales que existen, aquel cuyo objeto se adapta a las características del servicio o producto a contratar.
- Solicitar ante las entidades estatales el procedimiento establecido para contratación.
- Elaborar un procedimiento para contratación comercial de servicios o productos en la organización.
- Seguir el procedimiento establecido para la contratación comercial o estatal.
- Identificar el formato o formulario para la elaboración del contrato.
- Emplear las normas de elaboración de contratos.
- Transcribir en los documentos los aspectos comerciales acordados.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Comparar el valor del contrato celebrado contra el presupuesto asignado.
- Relacionar los aspectos financieros y las características del tipo de contrato perfeccionado.
- Discriminar los requisitos legales en el incumplimiento de acuerdos: sanciones y cláusulas penales.
- Precisar las sanciones, multas y responsabilidades por incumplimiento de acuerdos entre las partes.
- Elegir el seguro y la póliza de cumplimiento.
- Definir otorgamiento de poderes, reajuste de obligaciones, extensión o cesión de contratos.
- Verificar los documentos físicos para la firma del contrato.
- Firmar y legalizar los contratos ante las instancias gubernamentales y empresariales.
- Consultar el acuerdo comercial celebrado entre las partes.
- Estudiar las normas de comercio exterior que rigen para efectuar pagos a clientes o proveedores nacionales e internacionales.
- Indagar en el entorno financiero los costos, las comisiones, los gastos y demás conceptos que permitan seleccionar la mejor forma de pago.
- Analizar las normas bancarias establecidas para pagos financieros.
- Investigar todos los sistemas de financiación en dólares.
- Solicitar las cartas de crédito a las entidades financieras autorizadas.
- Reunir los requisitos exigidos por la entidad financiera para acceder a la carta de crédito.
- Confirmar que las cartas de crédito cumplen con los requisitos exigidos.
- Examinar en el mercado financiero los tipos de divisas y las normas cambiarias para pagos en moneda extranjera.
- Evaluar los tipos de divisas frente a las normas cambiarias.
- Aplicar las normas de la Superbancaria y las reglas de usos uniformes.
- Liquidar la carta de crédito según normas de los bancos y las reglas de usos uniformes.
- Identificar las normas de la Cámara de comercio internacional, las reglas y usos uniformes para constatar que las cobranzas están soportadas por los documentos legales.
- Realizar las cobranzas y pagos según los acuerdos comerciales.
- Rembolsar la mercancía con posterioridad al despacho.
- Realizar los giros previamente al despacho de la mercancía.
- Efectuar el pago según el acuerdo comercial.
- Interpretar los objetivos de la organización para reconocer las oportunidades de negocios comerciales favorables del entorno.
- Investigar las oportunidades de negocios en el entorno nacional e internacional.
- Buscar en la web posible fuente de negocios para realizar pactos comerciales.
- Utilizar cronogramas para organizar el trabajo.
- Clasificar las fuentes potenciales de negocios.
- Consultar las bases de datos nacionales e internacionales, virtuales y empresariales.
- Identificar los contactos comerciales potenciales extraídos de las bases de datos.
- Organizar los datos mediante el uso de programas computarizados.
- Clasificar los contactos comerciales utilizando el idioma inglés para la realización de



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

negocios de acuerdo con los servicios de apoyo al comercio.

- Elaborar una base de datos con la información recolectada de las entidades que apoyan al comercio.
- Establecer los contactos comerciales a través de medios directos y virtuales utilizando inteligencia emocional.
- Realizar los contactos comerciales según los objetivos de la organización y necesidades del negocio.
- Evaluar los contactos comerciales teniendo en cuenta los acuerdos multilaterales y las alianzas estratégicas.
- Propiciar los negocios a través de acuerdos comerciales.
- Precisar las regulaciones y el aspecto legal en los acuerdos internacionales.
- Desarrollar los negocios a través de contactos comerciales.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Verifica los procesos de elaboración y aplicación de contratos, de acuerdo con las normas de contratación.
- Formaliza los contratos de acuerdo con las normas establecidas.
- Utiliza la carta de crédito como mecanismo de negociación, teniendo en cuenta la moneda extranjera.
- Aplica el procedimiento relacionado con las formas de pago en el sistema financiero, de acuerdo a normatividad vigente.
- Busca contactos comerciales a través de entidades estatales y organizaciones privadas.
- Efectúa negocios con proveedores y clientes identificados, teniendo en cuenta la normatividad vigente.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
220201004	2	Estructurar sistemas de gestión ambiental siguiendo normatividad ambiental.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		120 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
22020100401	Diagnosticar el desempeño del sistema de gestión ambiental, según la política de la organización.	
22020100402	Describir las actividades de entrenamiento, inspección y monitoreo ambiental, según política de la organización.	
22020100403	Implementar sistemas de calidad en procesos y servicios del manejo ambiental, según la normatividad nacional e internacional.	
22020100404	Monitorear el sistema de gestión ambiental en la empresa, de acuerdo con parámetros normativos establecidos.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Fases y características de una evaluación de ciclo de vida.▪ Tipos de registro e información.▪ Normas ambientales nacionales e internacionales.▪ Materias primas e inventario. Entradas y salidas.▪ Características de contaminantes específicos.▪ Tipos de indicadores.▪ Aspecto ambiental: elementos de las actividades, productos o servicios de una organización.▪ Ciclo de vida: etapas consecutivas e interrelacionadas de un sistema de un producto, proceso o servicio, evaluación del ciclo de vida, Evaluación del impacto del ciclo de vida, interpretación del ciclo de vida, sistema de producto.▪ Proceso unitario y unidad funcional.▪ Factores para la implementación del sistema: política de la organización, posición en el mercado, relaciones corporativas.▪ Técnicas de organización empresarial.▪ Organigramas y flujo gramas.▪ Técnicas de medición y evaluación.▪ Tipos de control operacional: investigativo y desarrollo, almacenamiento, procesos de producción y mantenimiento.▪ Fichas de seguridad para manejo de material peligroso, residuos.▪ Sistemas de información.		
3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO		
<ul style="list-style-type: none">▪ Conformar el inventario de aspectos ambientales.▪ Evaluar los impactos ambientales potenciales.▪ Interpretar los resultados de la evaluación ambiental.		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Identificar las oportunidades de mejora de aspectos ambientales.
- Seleccionar los indicadores de desempeño ambiental.
- Proponer las técnicas de medición y monitoreo.
- Estructurar los principios y requisitos generales para conducir y reportar los estudios de evaluación del ciclo de vida.
- Determinar los requisitos legales y los aspectos ambientales.
- Desarrollar la política ambiental de la empresa.
- Evaluar el desempeño ambiental en la empresa.
- Establecer las actividades de prevención de la contaminación con el fin de reducir los impactos ambientales, mejorar la eficiencia y reducir los costos.
- Establecer las prácticas empresariales, materiales o productos que eviten problemas de contaminación.
- Identificar los requisitos legales y regulatorios de las actividades, productos o servicios que pueden generar impactos o inconvenientes ambientales significativos.
- Establecer las prácticas y procedimientos de seguridad y manejo ambiental.
- Establecer los indicadores de gestión dentro del sistema de manejo ambiental.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Conformar el inventario de aspectos ambientales, de acuerdo con el sistema de gestión desarrollado en el sector productivo.
- Valorar los impactos ambientales potenciales, de acuerdo con el sistema de gestión ambiental.
- Explicar los resultados de la evaluación ambiental, de acuerdo con los requerimientos del sistema.
- Identificar las oportunidades de mejora de aspectos ambientales, de acuerdo con lo establecido en el ciclo de vida del proceso.
- Elige los indicadores de desempeño ambiental, de acuerdo con los parámetros del sistema de gestión ambiental.
- Plantea las técnicas de medición y monitoreo, de acuerdo con los procedimientos establecidos por la empresa.
- Estructura los principios y requisitos generales para conducir y reportar los estudios de evaluación del ciclo de vida, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- Establece los requisitos legales y los aspectos ambientales, de acuerdo con requerimientos del sistema.
- Desarrolla la política ambiental de la empresa, teniendo en cuenta sus características.
- Ajusta el desempeño ambiental en la empresa, de acuerdo con parámetros normativos establecidos.
- Establece las actividades de prevención de la contaminación con el fin de reducir los impactos ambientales, mejorar la eficiencia y reducir los costos, de acuerdo con procedimientos internos.
- Establece las prácticas empresariales, materiales o productos que eviten problemas de contaminación, de acuerdo con la normatividad vigente.
- Identifica los requisitos legales y regulatorios de las actividades, productos o servicios que pueden generar impactos o inconvenientes ambientales significativos de acuerdo con los procedimientos establecidos por las autoridades ambientales.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Establece las prácticas y procedimientos de seguridad y manejo ambiental, de acuerdo con los procedimientos empresariales.
- Establece los indicadores de gestión dentro del sistema de manejo ambiental, de acuerdo con las políticas, metas y objetivos de la organización.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210101024	1	Establecer los sistemas de distribución, según el mercado y los costos de la cadena.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		160 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
21010102401	Elegir los canales de distribución, teniendo en cuenta la definición de los acuerdos comerciales.	
21010102402	Organizar el canal en la red de distribución, según políticas de la organización.	
21010102403	Establecer las estrategias de distribución, de acuerdo con la misión y los objetivos de la organización, así mismo, con las variables de mercadeo, la logística y la sostenibilidad.	
21010102404	Determinar los sistemas de distribución, teniendo en cuenta la forma de entrega del producto, el costo, el tiempo, el lugar y el nivel programado de servicio al cliente; considerando la variable ambiental.	
21010102405	Definir los medios y modos de transporte, teniendo en cuenta los embalajes de los objetos y el trayecto a recorrer.	
21010102406	Determinar las redes de transporte mundial, según los canales de distribución y el nivel de servicio.	
21010102407	Evaluar el sistema de distribución, teniendo en cuenta la estructuración de las redes y las variables logísticas de los procesos comerciales.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Formatos comerciales: Centros comerciales, comercio especializado, establecimientos de descuento, franquicias, mercados de abastos, tiendas libres de impuestos, mataderos, mercados centrales, distribución comercial.▪ Distribución: Sistemas, tipos, clases, objetivos y políticas, diseño de la estructura, red de distribución: número de escalones, número de elementos del escalón, factores, aspectos técnicos y legales.▪ Cadena de distribución: Planeación, DRP (Distribution Resources planning).▪ Programación de distribución, tipos de distribución, análisis, matriz, resumen de costos, y tiempos por cadena.▪ Producción y mercados exteriores: contrato de fabricación, licencia de fabricación y establecimientos de centros de producción.▪ Tipos de intermediarios y Franquicias.▪ Modelos internacionales de distribución.▪ Bloques económicos.▪ Forma de entrada a los mercados exteriores.▪ Exportación indirecta: intermediarios, independientes, tradings.▪ Exportación directa: venta directa, agentes, distribuidores y subsidiarias de ventas.		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Exportación concentrada: Piggy back, consorcios de importación, joint venture, AEIE, franquicias, alianzas estratégicas.
- Canales de distribución: Estrategias, Crossdocking, sistemas, barreras de entrada al canal, funciones y características de los clientes, administración, tipos de canales, estructura, administración.
- Selección de canales: Métodos, puntuación de criterios ponderados, orden por preferencia jerárquica, análisis multicriterios, aspectos legales en la distribución de productos.
- Perfil del agente distribuidor: Almacenistas, comerciantes, cooperativas detallistas, distribuidores, empresas comerciales, fabricantes, intermediarios, productores, comisionistas, vendedores al por mayor, correo directo, ubicación geográfica, frecuencia de sus compras, cantidades.
- Productos: atributos, carácter perecedero, volumen, naturaleza, grado de estandarización, exigencias de servicio, valor por unidad.
- Zonas geográficas, mapas de países, terminales de carga, vías de acceso, tipos de muelles.
- Redes mundiales de transporte, tipos de transporte: unimodal, multimodal, intermodal
Carga: naturaleza, características de la carga, embalajes de exportación, riesgo de la carga, contenedores (20 pies, 40 pies, especiales) Variables a considerar en las redes de transporte.
- Costos de distribución, sistemas de distribución, canales de distribución, cadenas, corredores.
- Embarques internacionales, Incoterms, operadores del transporte multimodal.
- Plataformas logísticas de carga.
- Transporte: Análisis de capacidad, acuerdos y regulaciones sobre el transporte multimodal.
- Ubicación de mercados y proveedores.
- Niveles de servicio de los modos.
- Inglés comercial.
- Técnicas y métodos de graficación.
- Tiempos de tránsito.
- Tecnología de rastreo GPS.
- Rutas de rastreo.
- Plan maestro de transporte.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Considerar la selección del canal, lugar de venta incompatibilidad, márgenes comerciales factores legales, referencias comerciales y respaldo económico.
- Analizar selección del canal, compradores e importadores, vendedores, puntos de venta, zona geográfica, servicios postventa, distribución, funciones esperadas, fortalezas y debilidades de intermediarios.
- Seleccionar canales a partir de características del mercado objetivo, ciclo de vida del producto, clientes, los intermediarios, competencia y empresa.
- Organizar los canales en red de distribución.
- Clasificar canales magnitud, metas, segmento del mercado, cobertura, capacidad financiera, combinación, mezcla de productos, experiencia en distribución tamaño,



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

volumen de ventas, comportamiento demanda, nivel servicio, esfuerzo promocional y desarrollo técnico.

- Definir canales de comercialización líneas de distribución lineamientos generales de operación plan estratégico de mercadeo.
- Elegir canales de distribución acuerdo con oportunidad de los pedidos cumplimiento en pagos, la evaluación de precios, compromisos y ayudas.
- Designar canales teniendo en cuenta políticas de precios, términos y condiciones de venta, derechos territoriales, niveles de responsabilidad y acuerdos comerciales con clientes.
- Analizar estructura del canal, vendedores, logística, cubrimiento, alcance, fortaleza económica y tradición en mercado.
- Determinar grado de control de la empresa el producto los costos de distribución conocimiento del mercado en el canal de distribución.
- Definir sistema de distribución hábitos de compra, naturaleza de los productos, tipo de distribuidor, evolución, oportunidades del mercado y capacidad financiera.
- Determinar sistema y niveles, tamaño del mercado y políticas distribución de la organización.
- Establecer sistema de distribución y la forma de entrega del producto, costo, tiempo, lugar nivel programado de servicio al cliente.
- Seleccionar sistema de distribución considerando sistemas de producción mercadeo objetivo, canales, ciclo de vida de producto estrategia promocional de la organización.
- Evaluar estrategias de distribución de la logística y del mercadeo.
- Identificar interconexiones de transporte con diferentes países.
- Evaluar rutas asignadas, costos, distancias infraestructura.
- Analizar muelles de carga según el modo y naturaleza de la carga para definición de la red.
- Evaluar embarques internacionales según productos a exportar.
- Considerar embalajes de carga internacional.
- Identificar redes de transporte según mercados y proveedores.
- Definir redes según canales de distribución, cadenas, corredores plataformas logísticas de carga.
- Seleccionar redes de transporte, ubicación geográfica, interconexiones con diferentes puertos y red de carreteras.
- Asignar redes según capacidad de transporte.
- Evaluar redes mundiales de transporte según la naturaleza de la carga
- Verificar redes de transporte aéreo, marítimo, fluvial terrestre de acuerdo al nivel de servicio.
- Graficar redes del transporte según métodos y técnicas.
- Apoyar redes de transporte según tecnologías de información.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Selecciona el canal, a partir de características del mercado objetivo, el ciclo de vida del producto, los diferentes clientes, la competencia y la empresa, teniendo en cuenta el lugar de venta, factores legales, referencias comerciales y el respaldo económico de los compradores y las funciones esperadas, las fortalezas y las



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

debilidades de los intermediarios.

- Establece el grado de control sobre los canales seleccionados teniendo en cuenta el producto, los costos de distribución, el cubrimiento, la fortaleza económica, la tradición en el mercado y el alcance, según el cumplimiento en los pagos, la evaluación de los precios y los compromisos y las políticas de la empresa.
- Estructura los canales en la red de distribución teniendo en cuenta el flujo de bienes y servicios en el canal, las variables del mercado, la capacidad financiera, nivel servicio y desarrollo técnico según los lineamientos generales de operación y el plan estratégico de mercadeo.
- Define el sistema de distribución mediante el análisis del comportamiento de las variables de mercadeo, la naturaleza y ciclo de vida del producto, tipo de distribuidor, canales y capacidad financiera, de acuerdo con los niveles de distribución, de servicio al cliente y políticas de distribución de la organización.
- Determina los modos y medios de transporte, teniendo en cuenta el origen y destino, la infraestructura y naturaleza de cargue y descargue y el proceso logístico del manejo de la carga.
- Identifica las interconexiones de transporte con los diferentes países mediante la evaluación de las diferentes rutas, las redes de transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre, los costos, las distancias e infraestructura, según la naturaleza de la carga y el nivel de servicio.
- Establece las redes mundiales de transporte mediante la graficación del plan de rutas apoyados en tecnologías de la información, según ubicación de puntos de origen y destino, la infraestructura geográfica de transporte, plataformas logísticas de carga, canales de distribución, y la capacidad del modo de transporte según el nivel de servicio.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

CODIGO	VERSION	DENOMINACION
270412020	1	Implementar la estrategia de mercadeo de productos agropecuarios ecológicos según principios del comercio ecológico.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		150 horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CODIGO	DENOMINACIÓN
27041202001	Diagnosticar el comportamiento de las actividades del Biocomercio, teniendo en cuenta las tendencias del mercado y la normatividad vigente.
27041202002	Implementar las estrategias de mercadeo en Biocomercio, según el plan estratégico de la organización.
27041202003	Verificar el plan estratégico, según los indicadores de gestión y los principios del comercio ecológico y normas ambientales.
27041202004	Realizar trazabilidad en la cadena biocomercial, de acuerdo a los protocolos y reglamentación vigente.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- **Biocomercio:** Productos ecológicos (Pre cosecha, cosecha y Pos cosecha de productos ecológicos), comportamiento del productor ecológico (Cultura, status social, grupos de referencia, necesidades y motivos, percepciones).
- **Comercialización:** (Gestión comercial, prospectiva, tendencias y oportunidades de negocios, asistencia para impulsar empresas verdes, información sobre entidades de fomento, e investigaciones de mercados de productos amigables con la biodiversidad).
- **Sistemas de información de mercado:** (Registros internos de la empresa, actividades de inteligencia de mercados, proceso de investigación de mercados).
- **Análisis de mercado:** Estrategia, tipo de estrategias, análisis FADO, Matriz de valor de desempeño y riesgo, matriz de factores internos, estudios del mercado consumidor, estudios de viabilidad técnica, estudios de viabilidad económica y financiera.
- **Mezcla de mercadeo:** Productos ecológicos (Concepto, tipos, naturaleza, empaque y embalaje ecológico, perfil del consumo), precio, Canales de distribución de productos orgánicos (Concepto, redes de distribución, Tipos, gestión de canales, funciones del canal), Promoción y venta (Publicidad, relacionamiento corporativo, inteligencia de mercados).
- **Plan de mercadeo:** Concepto, tipos: corporativo, producto, mercado, funcionales.
- **Logística comercial:** Distribución física (Características de la carga, naturaleza, riesgos en la movilización, almacenamiento, bodegaje, modos y medios de transporte).
- **Asesorías:** Concepto, tipos, herramientas, fases dentro de la asesoría, informes.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- **Contratos de mercado:** Concepto, tipos (Marco, específico), naturaleza.
- **Sistemas de certificación:** Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología, Beneficios de la Certificación, Inocuidad de los alimentos, análisis de peligros y puntos críticos de control “HACC”, Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Buenas prácticas agrícolas (BPA), Gestión de la Calidad y Sistemas de la Calidad y Mejora Continua según normas de la Serie ISO 9000, BASC.
- **Trazabilidad:** (Concepto, Trazabilidad descendente o aguas abajo, Trazabilidad ascendente o aguas arriba, sistemas de registro de la información).

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Identificar las tendencias económicas del biocomercio y la ampliación de los mercados de las empresas para la captación y tratamiento de la información de los mercados en relación con el comportamiento de clientes, consumidores y usuarios.
- Evaluar los atributos y servicios que ofrece un producto ecológico y el concepto de migración de valor para interpretar los motivos de compra de clientes, consumidores y usuarios.
- Elaborar la estrategia de comercialización y las tendencias y oportunidades de negocios e investigaciones de mercados de productos amigables con la biodiversidad.
- Diseñar el plan de mercadeo teniendo, los productos y el mercado objetivo, el plan estratégico de la organización y principios del comercio ecológico.
- Determinar los tipos de empaque y embalaje y la naturaleza de los productos, tipo de carga, canales de distribución y modos de transporte.
- Identificar los canales distribución del comercio y productos ecológicos y las estrategias de mercadeo definidas por la organización.
- Garantizar la trazabilidad en el manejo, seguimiento y la transparencia de la movilidad de los productos ecológicos para la protección de la salud de los consumidores.
- Hacer seguimiento a la gestión bio-comercial a través de métricas internas y benchmarking, retroalimentando y mejorando continuamente el sistema de comercialización.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Identifica las tendencias económicas del biocomercio y la ampliación de los mercados de las empresas para la captación y tratamiento de la información de los mercados.
- Evalúa los motivos de compra de los clientes, consumidores y usuarios teniendo en cuenta los atributos que ofrecen los productos ecológicos.
- Valora el plan de mercadeo de los productos biológicos y su mercado objetivo, comparativamente con el plan estratégico de la organización.
- Desarrolla la estrategia de comercialización teniendo en cuenta las oportunidades de negocios con base en las tendencias y e investigaciones de mercados de productos amigables con la biodiversidad.
- Identifica los canales de distribución propicios para la distribución de productos ecológicos, teniendo en cuenta la estrategia de mercado.
- Aplica buenas prácticas en la trazabilidad de los productos ecológicos para la protección de la salud de los consumidores.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Mide la gestión estratégica tanto interna como externa de la organización, retroalimentando y mejorando continuamente el proceso de comercialización.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210101021	3	Operar los procesos de importación y exportación según normas y políticas internas y externas.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		150 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
21010102101	Analizar las mercancías motivo de los procesos de importación y exportación, según normas legales y el sistema armonizado.	
21010102102	Clasificar la mercancía en la subpartida arancelaria, establecida en las notas legales del sistema armonizado, considerando su origen y destino y los acuerdos comerciales.	
21010102103	Ejecutar procedimientos para la nacionalización de las mercancías, de acuerdo con las políticas de la compañía y las normas legales aduaneras vigentes.	
21010102104	Realizar procedimientos para la exportación de mercancías, de acuerdo al régimen aduanero y de exportación, la normatividad establecida y las diversas modalidades de exportación.	
21010102105	Realizar seguimiento a los procesos de importación y exportación, de acuerdo a las políticas de la organización.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Objetos: Clasificación naturaleza, usos, composición, y características.▪ Clasificación arancelaria.▪ Selección de la Subpartida Arancelaria.▪ Características Técnicas.▪ Información Adicional.▪ Fotografías Fichas técnicas Planos Diagramas.▪ Requisitos que deben cumplir los objetos de calidad, aspectos legales de los objetos.▪ Tipos de proveedores según requisiciones y objetos definidos.▪ Normas de Calidad, normas legales, normas aduaneras.▪ Tipos de aranceles.▪ Sistemas de codificación de mercancías con base en las reglas de interpretación OMA.▪ Desgravaciones Arancelarias.▪ Tipos de desgravaciones que existen en los diferentes acuerdos.▪ Tratados y acuerdos comerciales.▪ Apta, ALCA, Can, G3, SGP.▪ T.L.C. con E.E.U.U. Chile.▪ CAN/MERCOSUR.▪ Sistema Armonizado.▪ Impuestos.		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Ubicación de mercancías.
- Tipos de depósitos para almacenar mercancías de importación.
- Normas que regulan la cantidad de los objetos importados y exportados.
- Reglas, origen y destino de los objetos.
- Clases de importaciones.
- Permisos y registros sanitarios.
- Tipos inspecciones de las mercancías.
- Requisitos previos.
- Requisitos de nacionalización de mercancías.
- Tipos de documentos de importación.
- Legislación aduanera.
- Las sociedades de intermediación aduanera.
- Plazos y presentación de documentos por el banco intermediario.
- Tipos de inspección de mercancías: Física, documental, descargue directo.
- Nacionalización de Mercancías.
- Los documentos, la representación, el plazo y el pago de los derechos de importación.
- Pago de tributos Aduaneros: Retiro de Mercancías. Pedidos de los clientes.
- Exportación: modalidades, entidades reguladoras que intervienen en el proceso, requisitos legales, tipos de documentos.
- Agentes de carga internacional.
- Inscripción ante la DIAN como exportador.
- Legislación aduanera.
- Régimen de garantía.
- Documentos que amparan las mercancías.
- Requerimientos de embarque (solicitudes).
- Tipos de autorizaciones y vistos para exportar.
- Internet, EDI.
- Inglés técnico.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Solicitar las requisiciones a los procesos o unidades de negocio.
- Identificar los requisitos de calidad de los objetos.
- Determinar las subpartidas arancelarias y el sistema de armonizado de designación y codificación de mercancías.
- Clasificar las subpartidas arancelarias con la naturaleza, composición y uso del producto.
- Determinar las subpartidas arancelarias con las notas legales del sistema.
- Determinar los aranceles con base en los tratados y acuerdos comerciales, origen y destino de los objetos. o impuesto, el régimen y el IVA.
- Identificar los impuestos según la subpartida arancelarias determinada.
- Ubicar los objetos en el sitio determinado según legislación aduanera.
- Identificar las operaciones aduaneras de acuerdo con el régimen aduanero.
- Inspeccionar las mercancías de acuerdo con las normas aduaneras.
- Realizar la nacionalización de los requisitos de la legislación aduanera.
- Nacionalizar las mercancías.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Realizar los pagos de los derechos de aduana y los tributos aduaneros.
- Realizar la obtención del levante de las mercancías
- Identificar los servicios de apoyo logístico para la exportación
- Diligenciar los documentos de exportación
- Elaborar los documentos de embarque.
- Revisar los documentos y vistos buenos requeridos para la exportación
- Realizar los trámites documentales ante las entidades gubernamentales según la normatividad establecida.
- Solicitar los documentos de exportación del sistema de información establecida por los entes respectivos.
- Verificar las mercancías con las características y los documentos que la amparan.
- Presentar los documentos de exportación según la normatividad nacional.
- Requerir la solicitud de autorización de embarque ante las autoridades competentes.
- Presentar la mercancía requerida para la inspección de acuerdo con los tiempos establecidos.
- Recibir el certificado de embarque con el manifiesto conforme con los procedimientos aduaneros.
- Realizar las exportaciones de acuerdo con sus modalidades.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Analiza la tecnología aplicada en la transformación y conservación de las mercancías de acuerdo con su naturaleza y características para su respectiva codificación arancelaria, teniendo en cuenta el arancel externo común o un arancel de valoración y las políticas establecidas por cada país en procesos arancelarios.
- Interpreta las normas nacionales e internacionales que rigen la clasificación arancelaria de mercancías objeto de la transacción comercial y los decretos y las resoluciones de cada ente normalizador de aranceles seleccionando los impuestos a pagar de acuerdo con la clasificación, la naturaleza de la mercancía y normas legales.
- Diligencia la documentación que soporta la clasificación arancelaria de la mercancía de acuerdo con la discriminación correcta del gravamen arancelario y todos aquellos exigidos por los entes estatales relacionados con la acreditación y certificación de calidad de la mercancía objeto de importación.
- Identifica los requisitos previos para la nacionalización de la mercancía una vez clasificada arancelariamente considerando la consecución de los permisos, registros y tipos de documentos en un proceso de nacionalización de mercancías según la normatividad nacional e internacional.
- Alista y diligencia los tipos de documentos requeridos en la nacionalización de mercancías de acuerdo con la intencionalidad de la transacción comercial y los procedimientos establecidos legalmente para su ejecución según la normatividad vigente.
- Evalúa la documentación soporte de la recepción del embarque y nacionalización requerida para realizar el respectivo levante de la mercancía, teniendo en cuenta la ubicación donde la mercancía ha de ser retirada una vez nacionalizada.
- Desarrolla las actividades relacionadas con la exportación de las mercancías, de



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

acuerdo con las características y los documentos que la amparan cumpliendo con los trámites documentales ante las instancias respectivas y las condiciones establecidas en la normatividad nacional.

- Efectúa las exportaciones de las mercancías mediante la selección de los oferentes de servicios de apoyo logísticos para la exportación de la mercancía, de acuerdo con sus modalidades y los procedimientos aduaneros.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
260101034	2	Hacer seguimiento a clientes con base en los acuerdos comerciales y el plan de servicio a clientes.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		160 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010103401	Organizar la estructura para desarrollar planes del servicio al cliente, según política de la organización.	
26010103402	Medir el grado de satisfacción del cliente frente a los servicios ofrecidos, según política de la organización.	
26010103403	Verificar la aprobación financiera y entrega de los productos y servicios, según los acuerdos comerciales.	
26010103404	Programar las actividades de cobro, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.	
26010103405	Medir la efectividad de la venta de los productos o servicios de la biodiversidad, de acuerdo con la política de la organización.	
26010103406	Verificar el manejo de cartera, según políticas de la administración.	
26010103407	Verificar el proceso de atención a los requerimientos de los clientes, de acuerdo con el medio de comunicación y la política de servicio de la empresa.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Principios organizacionales: Definición, tipos, características, modelos.▪ Modelos de planificación y seguimiento del ciclo comercial: Flujo de procesos ERP, DRP, know ledge Management.▪ Tipos de planes: Definición, clasificación, componentes, estructuración, implementación.▪ Servicio al cliente: Definición, política, estructuración, estrategias, procedimientos, programación de requerimientos.▪ Estrategias de comunicación: Definición, proceso., clasificación, características, técnicas.▪ Administración de correo de voz, celular, avantel, Beeper: cobertura, tecnología.▪ Asesoría de los medios: Ingles técnico comercial sobre las estrategias de abordamiento a clientes y manejo de los medios electrónicos necesarios para responder las solicitudes de los clientes.▪ Navegadores de Internet: Categorías, Sistema operativo, Actualizaciones, Dinámica de la web, Instalaciones.▪ Digitalización de documentos: Scanner, Fotocopias, Fax, Manejo de agenda digital personal, Computador portátil, Correo postal y electrónico, Acceso rápido, Lista de correos de los clientes, Actualización constante de correo de los clientes,		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

Retroalimentación de correos a los clientes.

- Tipos y Manejo del software: de programación, zonificación, rutas y cuotas de ventas, manejo de cartera.
- Relaciones interpersonales: Auto imagen, vestuario, comunicación, el efecto del lenguaje corporal sobre las relaciones, formas de saludar, contacto visual, expresiones faciales, calidad de la voz, conversacionales que fortalecen las relaciones.
- Perfil de clientes: información básica, temperamentos y perfiles caracterológicos.
- Análisis de los clientes: Tipos, clasificación, actividad y perfil económico, Información básica del cliente.
- Parámetros sobre la trazabilidad del servicio: Definición, estructuración, componentes, instrumentos de recolección de información, requerimientos de los clientes, información sobre nivel de satisfacción de los clientes, indicadores.
- Momentos del servicio al cliente: de verdad, amargos, y estelares.
- Medición de calidad en el servicio: Definición, técnicas, análisis, interpretación, toma de decisiones, formulas de evaluación.
- Niveles de satisfacción: vinculados al personal, vinculados al producto o servicio, vinculados a la empresa.
- Indicadores cuantitativos de la gestión de ventas: No. de clientes nuevos, contactos, clientes visitados, cotizaciones, edad, cartera, % de quejas y reclamos, efectividad, cotizaciones aprobadas, portafolio de productos trabajados, clientes a cargo, volumen de ventas.
- Indicadores cualitativos: conocimiento de políticas, de productos, de clientes de la competencia.
- Sistemas de financiamiento: créditos, hipotecas, incoterms, Leasing, factoring, Notas débitos, notas de créditos, diligenciamiento de formatos de créditos, estudio de créditos, referencias comerciales, referencias personales, aprobación de formulario de créditos, conocimiento sobre el proceso del crédito, políticas de cobro, cuentas por cobrar a clientes y proveedores, tipos de pago, cartera de clientes, facturas de ventas y pagares, cartas de crédito, IVA, Retenciones, ICA, zonas de cobranza, calendario de cobros.
- Logística en prestación de servicios comerciales: evaluación y control: Importancia de un sistema de evaluación en la entrega de los productos, dificultades de la evaluación de la logística.
- Desarrollo del proceso de venta: Estándares de desempeño del vendedor frente a la entrega de los productos, alistamiento de los vendedores en la atención de los clientes, factores de desempeño de los vendedores frente al servicio al cliente.
- Monitoreo: Modos de efectuar monitoreo, definición de una política de control, estudio de la clientela por región o por sector de venta, clientes, perfil de los clientes, formas de compras, formas de pago, clasificación de los clientes, Análisis de los clientes, zonificación geográfica.
- Servicio al cliente: Horarios, recibo de entrega, cumplimiento, garantía.
- Administración de recaudaciones: Sistemas de cobro, tipos de monedas, reportes de administración de cartera, estado de cuenta corriente, análisis de cartera, detalle de los documentos por cobrar, letras por cobrar.
- Políticas y estrategias de servicios a clientes: Evaluación del servicio de la venta,



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

Indicadores de gestión, formas de entrega del producto, estándares de calidad.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Reconocer las políticas del servicio en la organización en relación con el servicio al cliente.
- Diseñar la estrategia para abordar o responder al cliente.
- Preparar el material oral o escrito para ofertar el servicio al cliente.
- Manejar los diferentes medios electrónicos utilizados en el servicio al cliente.
- Definir acuerdos en la prestación del servicio al cliente
- Estructurar la comunicación y la mensajería para dar respuesta a los clientes en el tiempo establecido.
- Prestar la atención al cliente a través del medio establecido y los acuerdos estipulados por la organización.
- Consultar y clasificar los mensajes de clientes en los buzones de mensaje de voz y correo.
- Establecer las rutas de atención de los clientes.
- Establecer procedimientos de atención al cliente las zonas, rutas y cuotas establecidas para ofertar el servicio al cliente.
- Dar los soportes requeridos por los clientes a partir de la trazabilidad del servicio
- Atender a los clientes cumpliendo la programación de zonas, rutas y cuotas establecidas en el plan.
- Identificar la problemática con clientes.
- Medir las causas de satisfacción e insatisfacción de clientes.
- Elaborar las actas de reuniones con clientes y ubicarlas en las respectivas carpetas.
- Establecer las políticas de financiamiento y cobro al cliente.
- Aplicar las liquidaciones de compras.
- Estudiar créditos de los clientes.
- Analizar los tiempos de cobro en los clientes.
- Reconocer las fecha de cubrimientos de pago y cobros de los clientes.
- Identificar la política financiera de la empresa.
- Comparar el comportamiento financiero del cliente frente a la política empresarial.
- Definir el cálculo de facturas e importes causados en la negociación.
- Expedir la factura de venta de acuerdo con los requerimientos exigidos en dicho documento y las políticas comerciales.
- Distribuir la información y ejecución de la orden de compra al interior de la organización.
- Evaluar los tiempos de ejecución, la documentación y la relación Calidad/Precio para medir la satisfacción de los Clientes.
- Monitorear los procesos de despacho y entrega de los productos y servicios
- Cumplir con los acuerdos comerciales relacionados con tramitación de la entrega de productos y servicios.
- Registrar la política de cobro pactada con los clientes y con el sistema establecido para la emisión de facturas e importes de pago.
- Programar y controlar las zonas de cobranza de la empresa, las rutas y las fechas de cobro de acuerdo con el calendario de cobros establecido por la empresa.
- Definir las rutas de los cobradores.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Registrar el manejo del crédito y compras que mantienen los clientes con las empresas para determinar el estado de cuenta de los mismos.
- Calificar los Clientes y las cuentas reportadas y el comportamiento en el manejo de los pagos, créditos y plazos.
- Registrar las operaciones con los clientes en el módulo de cuentas por cobrar en la moneda con la que se originaron los documentos de negociación.
- Recibir y verificar pagos de compradores extranjeros.
- Verificar el comportamiento en el manejo de pagos de los clientes.
- Revisar la efectividad del desarrollo del crédito.
- Auditar el cumplimiento de plazos de pagos definidos en la negociación.
- Generar las notas débito y crédito a favor o en contra de los clientes.
- Confirmar el desarrollo de la transacción entre las partes.
- Verificar los resultados de la acción de ventas frente a las metas y presupuestos de ventas
- Evaluar la acción de ventas frente a los indicadores cuantitativos y cualitativos de gestión establecidos por la empresa.
- Evaluar la compra y reiteración de compra para determinar la satisfacción e insatisfacción de los clientes.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Aplica los principios organizacionales necesarios en la actividad diaria del servicio, según política de la administración.
- Establece las políticas institucionales del servicio al cliente, de acuerdo con el protocolo del servicio.
- Determina las estrategias de comunicación teniendo en cuenta la cobertura, tecnología, los beneficios y la asesoría de los medios necesarios para abordar clientes, de acuerdo con el medio de comunicación y la política de servicio de la empresa.
- Emplea los soportes de las políticas de la organización y de servicio al cliente De acuerdo con el protocolo del servicio.
- Interpreta el inglés técnico comercial aplicado al diseño de las estrategias de abordamiento y de los medios necesarios para responder las solicitudes de los clientes, según los acuerdos comerciales.
- Clasifica el correo postal y electrónico necesario para el acercamiento con el cliente acuerdo con el medio de comunicación y la política de servicio de la empresa.
- Utiliza la digitalización de los diferentes documentos a través de los diferentes medios como el scanner, la fotocopidora y el fax, de acuerdo con el medio de comunicación y la política de servicio de la empresa.
- Aplica los diferentes tipos de software dependiendo de las actividades a realizar en ventas, de acuerdo con el medio de comunicación y la política de servicio de la empresa.
- Establece las relaciones interpersonales necesarias para abordar y mantener clientes de acuerdo con el protocolo del servicio.
- Define los diferentes perfiles de los clientes para la aplicación de estrategias para medir el grado de satisfacción del servicio, según políticas de la organización.
- Determina los modelos de planificación y seguimiento del ciclo comercial, según



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

políticas de la organización.

- Aplica el proceso del know ledge Management necesario para la identificar las tendencias de ventas, según políticas de la organización.
- Atiende los clientes cumpliendo con la programación de zonas, rutas y cuotas establecidas según políticas de administración.
- Identifica la problemática con clientes mediante diálogos y solución frente al cumplimiento de metas, según políticas de la organización.
- Aplica los indicadores de trazabilidad del servicio, según políticas de la organización.
- Establece los parámetros necesarios para definir la trazabilidad del servicio, según políticas de la organización.
- Define los indicadores cuantitativos de la gestión de ventas sobre el número de clientes, según políticas de la organización.
- Determina indicadores cualitativos sobre el conocimiento de los productos y de la competencia, según políticas de la organización.
- Explica la administración de recaudaciones necesarias para el establecimiento de políticas de financiamiento.
- Aplica los sistemas de cobro teniendo en cuenta las políticas de financiamiento y las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Determina los sistemas de financiamiento que más se acomoden al cliente, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la empresa.
- Realizar el diligenciamiento de formatos necesarios para agilizar los créditos de los clientes, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Realiza el seguimiento de los créditos de los clientes para su aprobación, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Establece los reportes de cartera importantes para realizar seguimiento en los pagos de los clientes, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Explica las políticas de cobro necesarias en la organización de procedimientos para los clientes, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Aplica cuentas por cobrar a clientes y proveedores necesarios para la organización de procedimientos de cobranzas, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Establece las rutas de cobros por territorios, según políticas de la organización.
- Determina el calendario de cobro, teniendo en cuenta los vencimientos de cartera y las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Realizar el diligenciamiento de formatos necesarios para agilizar los créditos de los clientes, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Verifica que los documentos del crédito entregados por el cliente estén de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Realiza el seguimiento de los créditos de los clientes para su aprobación de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Determina el perfil de los clientes las formas de compra, teniendo en cuenta el volumen de la venta y los acuerdos comerciales.
- Aplica el análisis de los clientes manteniendo el seguimiento en el reporte de ventas, según políticas de la organización.
- Identifica el servicio al cliente y las condiciones favorables como: horarios extendidos, recibo de entrega a tiempo de la mercancía y garantías de los productos, según



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

políticas de administración de la empresa.

- Aplica los sistemas de cobro teniendo en cuenta las políticas de financiamiento de la empresa, según políticas de la organización.
- Maneja la administración de recaudaciones necesarias para el establecimiento de políticas de financiamiento, según políticas de la organización.
- Establece los reportes de cartera importantes para realizar seguimiento en los pagos de los clientes, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Determina los sistemas de financiamiento que más se acomoden al cliente, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Determina las políticas y estrategias en la evaluación del proceso de la venta según políticas de administración.
- Aplica el análisis de las ventas necesarias para la evaluación del proceso, según política de la organización.
- Establece el seguimiento de las estrategias de la organización en la venta, según los acuerdos comerciales.
- Desarrolla el valor agregado en el proceso de ventas, según políticas de administración.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
240201500	1	Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
24020150001	Interactuar en los contextos Productivos y Sociales en función de los Principios y Valores Universales.	
24020150002	Asumir actitudes críticas, argumentativas y propositivas en función de la resolución de problemas de carácter productivo y social.	
24020150003	Generar procesos autónomos y de trabajo colaborativo permanentes, fortaleciendo el equilibrio de los componentes racionales y emocionales orientados hacia el Desarrollo Humano Integral.	
24020150004	Redimensionar permanentemente su Proyecto de Vida, de acuerdo con las circunstancias del contexto y con visión prospectiva.	
24020150005	Desarrollar procesos comunicativos eficaces y asertivos dentro de criterios de racionalidad que posibiliten la convivencia, el establecimiento de acuerdos, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas de carácter productivo y social.	
24020150006	Asumir responsablemente los criterios de preservación y conservación del Medio Ambiente y de Desarrollo Sostenible, en el ejercicio de su desempeño laboral y social.	
24020150007	Generar hábitos saludables en su estilo de vida para garantizar la prevención de riesgos ocupacionales, de acuerdo con el diagnóstico de su condición física individual y la naturaleza y complejidad de su desempeño laboral.	
24020150008	Aplicar técnicas de cultura física para el mejoramiento de su expresión corporal, desempeño laboral, según la naturaleza y complejidad del área ocupacional.	
24020150009	Desarrollar permanentemente las habilidades psicomotrices y de pensamiento en la ejecución de los procesos de aprendizaje.	
24020150010	Reconocer el rol de los participantes en el proceso formativo, el papel de los ambientes de aprendizaje y la metodología de formación, de acuerdo con la dinámica organizacional del SENA	
24020150011	Asumir los deberes y derechos con base en las leyes y la normativa institucional en el marco de su proyecto de vida.	
24020150012	Gestionar la información, de acuerdo con los procedimientos establecidos y con las tecnologías de la información y la comunicación disponibles.	



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

24020150013	Identificar las oportunidades que el Sena ofrece en el marco de la formación profesional, de acuerdo con el contexto nacional e internacional.
24020150014	Concertar alternativas y acciones de formación para el desarrollo de las competencias del programa formación, con base en la política institucional.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Relaciones interpersonales: Conceptos, tipología.
- Sociedad y Cultura.
- Conceptos de: Libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad.
- Alteridad
- Dignidad humana
- Derechos Humanos
- Principios y Valores éticos universales
- Normas de convivencia
- Constitución Política de Colombia
- Criticidad.
- Pensamiento Creativo.
- Inteligencias múltiples.
- Pensamiento Crítico
- Resolución de problemas: Argumentación, criterios de solución. alternativas creativas, lógicas y coherentes
- Objetividad-Subjetividad-Intersubjetividad
- Toma de decisiones
- Asertividad
- Lógica
- Coherencia
- Autonomía
- Desarrollo Humano Integral
- Motivación y Auto aprendizaje
- Trabajo en Equipo
- Racionalidad
- Inteligencia Emocional
- Entorno y Contexto
- Conocimiento de sí mismo
- Proyecto de Vida
- Resiliencia
- Pensamiento creativo
- Autogestión
- Mejoramiento personal
- Trabajo colaborativo
- Construcción colectiva en contextos sociales y productivos.
- Componentes racionales y emocionales.
- Concepto de Racionalidad



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Concepto de Inteligencia Emocional
- Concepto de Trabajo en Equipo
- Inteligencia Emocional
- Globalización: conceptos, políticas para la globalización
- Contexto Social y productivo en el mundo, el país, el departamento y/o municipio y la región: Características, oportunidades.
- Sector productivo: Conceptos, tipos, características, actores y dinámicas de organización, las políticas, las leyes, los planes, situación actual y prospectiva
- Entorno laboral: definición, descripción, función, características, procedimientos, requerimientos
- Normas y Leyes: Conceptos, características, tipos,
- Constitución Política de Colombia: Características y estructura del Estado, derechos y deberes de los ciudadanos.
- Derechos y deberes de los trabajadores
- Sistema educativo: Instituciones y relaciones con el SENA.
- SENA: Historia, políticas, elementos de identidad corporativa, normativa referente a la formación profesional. (Normas de convivencia, reglamento de aprendices, Contrato de aprendizaje, Fondo de la Industria de la Construcción, Apoyos de sostenimiento, Bienestar a los Aprendices).
- Centro de Formación: Organización, estructura y funcionamiento.
- Entorno formativo y laboral.
- Actividades formativas y productivas.
- Formación Profesional para el desarrollo de competencias: Conceptos, características, metodologías de aprendizaje, fuentes para la construcción del conocimiento.
- Líneas tecnológicas: Conceptos, tipos (Tecnologías de la información y la comunicación, diseño, producción y transformación, materiales y herramientas, cliente).
- Programa de formación: Concepto, características.
- Aprendizaje autónomo: Concepto, estrategias.
- Proyecto de Formación: Concepto, tipos, fases.
- Evaluación de la formación profesional: Concepto, tipos, actores, roles e instancias.
- Proyecto de Vida: concepto, propósito y componentes.
- Aprendizajes previos: Concepto, utilidad y metodologías de identificación.
- Principios y Valores: Concepto, tipos.
- Trabajo en equipo: Conceptos, tipos, técnicas; estrategias de gestión.
- Innovación y Desarrollo tecnológico: Concepto y relaciones con la formación por proyectos.
- Emprendimiento: Concepto, ventajas, características del emprendedor.
- Comunicación: Conceptos, proceso, componentes y funciones tipos, características, comunicación asertiva.
- Procesos comunicativos, racionales y argumentados
- Comunicación Verbal
- Comunicación No Verbal Kinetésica
- Comunicación No Verbal Proxémica
- Comunicación No Verbal Paralingüística



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Convivencia
- Empatía
- Resolución de Conflictos
- Conocimiento: Concepto, tipologías
- Conocimiento Científico
- Recursos renovables y no renovables
- Conceptos: Ecología, Medio Ambiente.
- Desarrollo Sostenible
- Normatividad Ambiental
- Utilización de Tecnologías más Limpias
- Problemáticas Urbanas
- Desarrollo a Escala Humana
- Conceptos de público y privado
- Desarrollo Humano Integral
- Solución de conflictos
- Racionalidad, la argumentación y la asertividad.
- Resolución de problemas
- Residuos: Disposición, normas de clasificación.
- Ficha antropométrica: definición, características, clasificación, aplicaciones, tipos.
- Técnicas de valoración: definición, tipos, características, selección, aplicación, formulas, baremos, índices
- Test: Definición, clases, características, aplicaciones.
- Formatos: Clases, Características, Técnicas de diligenciamiento.
- Baremos: Definición, Clases, Características, Interpretación.
- Métodos de entrenamiento físico: Definiciones, Clasificación, Características y Aplicación.
- Sistemas: Definición, características, aplicación, clasificación.
- Series: Definición, Aplicación, Clases
- Repetición: Definición y aplicación
- Ejercicio: Definición, Clases, Tiempos de aplicación, Condición, Características, Beneficios.
- Cargas de trabajo: Definición, Función, Aplicación, Riesgos, Clasificación.
- Manejo.
- Salud ocupacional: Definición, propósito, conceptos básicos
- Factores de riesgo ocupacional: concepto, clasificación
- Riesgos ocupacionales: accidentes de trabajo y enfermedad ocupacional; concepto, marco legal, prevención y control.
- Prevención de riesgos ocupacionales: Concepto, Beneficios.
- Riesgo ergonómico: Definición, características, manejo, medición, análisis
- Riesgo Psicosocial: Definición, Características, Manejo, Medición, Análisis.
- Desempeño laboral: Definición, Duración, Cuidados, Clasificación.
- Actividad física: definición, características, componentes, ventajas
- Biopsicosocial: definición, dimensión, aplicación, características. Desarrollo.
- Beneficios: definición, características, clases, ventajas.
- Rendimiento laboral: definición, aplicación, características, desarrollo, requerimientos.
- Motricidad: definición, clasificación, aplicación, teorías, características, métodos,



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

beneficios, desarrollo.

- Programas deportivos: definición, clasificación, aplicación, estrategias de desarrollo, objetivos, clases, requerimientos, ventajas y desventajas.
- Recreación: definición, clases, métodos, aplicaciones, estrategias, características.
- Integrar: definición, métodos, beneficios, características.
- Bienestar laboral: definición, clasificación, alcances, estrategias de desarrollo, cobertura, requerimientos.
- Competencias laborales: definición, características, desarrollo y requerimientos.
- Reacción Mental: definición, características, desarrollo, técnicas, métodos, teorías, características.
- Destreza motora: definición, características, desarrollo, técnicas, ventajas, aplicaciones.
- Psicomotricidad: definición, clases, técnicas y procedimientos.
- Productividad laboral: definición, características, indicadores, test de valoración, ventajas, desventajas.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Establecer procesos comunicativos asertivos que posibiliten la convivencia en los contextos social y productivo
- Facilitar los procesos de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa.
- Establecer relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad.
- Analizar de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas.
- Argumentar y acoger los criterios que contribuyen a la resolución de problemas
- Proponer alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas
- Desarrollar actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal
- Abordar procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos.
- Armonizar los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo.
- Identificar e integrar los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
- Vivenciar su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral
- Resolver conflictos de manera colaborativa mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad, estableciendo consensos y acuerdos
- Aportar elementos para la construcción colectiva del conocimiento
- Optimizar los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas, con base en los procedimientos establecidos.
- Contribuir en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral.
- Aplicar metodologías para la identificación y control de factores de riesgo ocupacional
- Disponer los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.
- Mantener limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

productivas

- Diligenciar la ficha antropométrica según las técnicas de valoración.
- Registrar los resultados del test de acuerdo con los formatos establecidos.
- Analizar los resultados del test de acuerdo con los baremos.
- Interpretar métodos de entrenamiento físico según sistemas establecidos.
- Definir los tiempos de aplicación de cada ejercicio según los resultados del test.
- Determinar el número de series y repeticiones de cada ejercicio según el resultado del test.
- Establecer los tiempos de pausas de acuerdo a los métodos de entrenamiento.
- Interpretar las cargas de trabajo ergonómicas y psicosociales según la naturaleza del desempeño laboral
- Determinar los ejercicios específicos para la prevención del riesgo ergonómico y psicosocial.
- Seleccionar los elementos, materiales, equipos e implementos según el plan de acondicionamiento físico.
- Aplicar el plan de acondicionamiento físico según el diagnóstico establecido.
- Analizar las ventajas de la actividad física en la dimensión Biopsicosocial según su criterio.
- Interpretar los beneficios que se adquieren para su rendimiento en el desempeño laboral.
- Organizar actividades orientadas al desarrollo de programas recreodeportivos según las necesidades de su entorno.
- Ejecutar e integrar acciones encaminadas a la promoción y participación en los eventos de acuerdo a las políticas de bienestar.
- Identificar las técnicas de coordinación motriz fina y gruesa relacionadas para el desarrollo de las competencias definidas en su perfil ocupacional.
- Seleccionar técnicas que le permitan potencializar su capacidad de reacción mental, y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza propia de entorno laboral.
- Valorar las técnicas y procedimientos necesarios para lograr su desempeño psicomotriz de acuerdo con el área ocupacional.
- Implementar las técnicas y procedimientos para lograr mayor productividad en su desempeño laboral.
- Identificar las funciones de los recursos disponibles en relación con su proceso de aprendizaje.
- Relacionar los procesos y procedimientos vigentes en el SENA con su proceso de formación.
- Identificar el rol de los participantes y las fuentes del conocimiento en el proceso de formación.
- Identificar las características generales de la formación para el desarrollo de competencias.
- Ubicar su rol en función de los derechos y deberes constitucionales, laborales e institucionales.
- Ubicar el SENA en la estructura del Estado y del sistema educativo Colombiano.
- Regular su comportamiento actuando con base en normas, principios y valores universalmente reconocidos.
- Documentar su proceso de aprendizaje utilizando los recursos disponibles.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Identificar las oportunidades que ofrecen las organizaciones relacionadas con las actividades productivas del programa.
- Identificar las posibilidades de acceso al portafolio de servicios del SENA.
- Identificar fuentes de financiación del Estado.
- Reconocer su condición humana frente a diferentes dimensiones del ser.
- Definir propósitos, estrategias y metas a partir del reconocimiento de su condición humana.
- Definir alternativas y acciones viables para una situación determinada con base en información documentada y valorada.
- Identificar las competencias a desarrollar establecidas en el programa de formación dentro de las cinco líneas tecnológicas.
- Examinar los aprendizajes previos frente al programa.
- Definir la ruta de aprendizaje a partir de los proyectos elegidos.
- Identificar los resultados de aprendizaje del programa de formación frente a los proyectos de la ruta de aprendizaje.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Realiza las actividades de aprendizaje, utilizando eficientemente la metodología, los recursos y ambientes de aprendizaje.
- Argumenta la importancia de actuar dentro del marco de las leyes y el ordenamiento ciudadano e institucional.
- Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad, de acuerdo con las normas de convivencia y el rol de cada uno de los participantes en el proceso formativo.
- Establece relaciones interpersonales de acuerdo con los criterios del trabajo en equipo.
- Utiliza con criterio técnico las tecnologías de la información y la comunicación de acuerdo con las actividades a desarrollar.
- Identifica en el entorno nacional e internacional las oportunidades que le ofrece el programa de formación.
- Referencia diversas fuentes de información en la realización de los trabajos.
- Emplea instrumentos y estrategias para formular propuesta de proyecto de vida teniendo en cuenta aspectos personales y laborales.
- Presenta las evidencias de manera oportuna y de acuerdo con lo concertado.
- Explica la relación del programa de formación en el cual está matriculado con el proyecto de formación que desarrollará para lograr los resultados de aprendizaje.
- Identifica la estructura organizacional del SENA, y los procedimientos administrativos y formativos.
- Distingue el ambiente de aprendizaje y la metodología que se utilizará en el proceso de formación.
- Establece los dominios y debilidades con las que llega al proceso de formación según el programa en el cual se encuentra matriculado reconociendo su perfil como aprendiz del SENA.
- Identifica la contribución del programa de formación al desarrollo social y productivo del sector y del país. Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

contribuyen a la resolución de problemas.

- Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas
- Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas
- Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal
- Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos.
- Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo.
- Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
- Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral
- Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa.
- Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo
- Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.
- Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas.
- Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento
- Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas.
- Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral.
- Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.
- Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas.
- Aplica los test de condición física según estándares.
- Selecciona los ejercicios para el plan de acondicionamiento físico
- Elabora el plan de acondicionamiento físico, según sistemas de entrenamiento físico
- Diagnóstica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral.
- Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales.
- Implementa técnicas de cultura física para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales
- Valora el impacto de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida y su efecto en el entorno familiar social y productivo.
- Implementa estrategias que le permitan liderar actividades físicas deportivas y culturales en contexto social y productivo.
- Participa en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa de forma individual y grupal.
- Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

5. PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos:

Para el desarrollo integral de esta competencia se requiere la participación de diferentes profesionales asociados a perfiles académicos relacionados con los resultados de aprendizajes específicos, así:

- Opción 1: Certificación en formación basada en competencias laborales y/o en aprendizaje por proyectos o relacionadas.
- Opción 2: Profesional que tenga competencias humanísticas y formación en Ciencias Humanas.
- Opción 3: Profesional educación física, recreación y deportes.
- Opción 4: Profesional ciencias de la salud ocupacional.

Experiencia Laboral:

- Tener experiencia mínima en procesos de formación o actividades laborales de 2 años en el área de desarrollo humano con el enfoque basado en competencias laborales.

Competencias:

- Gestionar procesos de desarrollo humano según las particularidades de los contextos sociales y productivos.
- Interactuar idóneamente consigo mismo con los demás y con la naturaleza según los contextos sociales y productivos.
- Promover el desarrollo de las actividades físicas que posibiliten el desempeño laboral seguro y eficaz, un estilo de vida saludable y el mejoramiento de la calidad de vida
- Trabajar interdisciplinariamente en la planeación – ejecución y evaluación y mejoramiento del proceso de inducción.
- Propiciar la integración y participación de los aprendices en el proceso de aprendizaje.
- Orientar las actividades de aprendizaje para el logro de los resultados de aprendizaje del proceso de inducción motivando la actuación protagónica de los aprendices.
- Integrar a los procesos de la inducción los recursos tecnológicos disponibles.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
240201501	1	Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		180 Horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CÓDIGO	DENOMINACIÓN	
24020150101	Comprender frases y vocabulario habitual sobre temas de interés personal y temas técnicos.	
24020150102	Comprender la idea principal en avisos y mensajes breves, claros y sencillos en inglés técnico	
24020150103	Leer textos muy breves y sencillos en inglés general y técnico.	
24020150104	Encontrar información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos	
24020150105	Encontrar vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc.	
24020150106	Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica	
24020150107	Realizar intercambios sociales y prácticos muy breves, con un vocabulario suficiente para hacer una exposición o mantener una conversación sencilla sobre temas técnicos.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ About me: Adquisición de mayor habilidad comunicativa utilizando el lenguaje introductorio. Cómo presentarse y responder preguntas personales. <ul style="list-style-type: none"> - Be affirmative. Yes/ No Questions, Contractions, Short Answers, Present Simple. ▪ My Day: Adquisición del lenguaje que se utiliza diariamente para hablar de ocupaciones y rutinas diarias. <ul style="list-style-type: none"> - Articles, Negative, WH Questions who, what, Affirmative, Yes/No Questions, Verbs describiring day to day activities, ▪ Supermarket and Clothes Shopping: Adquisición de lenguaje y vocabulario necesarios para hacer compras en un Súper Mercado, conocimiento de nombres de de alimentos y bebidas. Vocabulario sobre ropa, colores y meses del año. <ul style="list-style-type: none"> - This/That/These/Those, Singular/Plural, There Is/There Are, comparative and superlative adjectives. ▪ Places: Vocabulario y habilidades comunicativas para trasladarse, visitar ciudades, solicitar información, desenvolverse en una ciudad. <ul style="list-style-type: none"> - Comparatives, WH questions, Subject pronouns, Object pronouns, present progresive. 		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- **Food and restaurant:** Vocabulario y habilidades comunicativas para leer y comprender la carta, hacer preguntas, ordenar o sugerir un plato, pedir la cuenta.
 - WH Questions, when, where, why, how, presente simple vs Presente Progresivo.
- **Permission and request. Talking about ability.**
 - Modals for hability: can/can't, Modals for permission and request: can/could, Countable and uncountable nouns.
- **Travel and transportation:** Vocabulario y expresiones relativas a viajes, transporte y desplazamiento.
 - Past simple, Past of To Be, Past Simple vs Past Progressive.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Reconocer palabras y expresiones muy básicas que se usan habitualmente relativas a sí mismo y a su entorno.
- Reconocer vocabulario técnico básico.
- Participar en una conversación de forma sencilla si el interlocutor está dispuesto a repetir lo que ha dicho o a usar un vocabulario básico, y a reformular lo que ha intentado decir.
- Utilizar expresiones y frases sencillas para describir su entorno y relacionarse en su sitio de práctica o trabajo.
- Escribir postales cortas y sencillas y anuncios cortos.
- Llenar formularios o registros con datos personales.
- Comprender la idea principal en avisos y mensajes breves, claros y sencillos en inglés técnico.
- Leer textos muy breves y sencillos en inglés general y técnico.
- Obtener información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos.
- Obtener vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc.
- Interactuar en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.
- Realizar intercambios sociales y prácticos muy breves,
- Describir con términos sencillos su entorno y entablar conversaciones cortas, utilizando una serie de expresiones y frases en inglés general y técnico.
- Escribir notas y mensajes breves y sencillos relativos a sus necesidades inmediatas, mediante la utilización de un vocabulario básico de inglés general y técnico.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Interpreta un texto sencillo y puede construir un mapa conceptual basado en el mismo.
- Pronuncia adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma
- Sostiene conversaciones con vocabulario básico y técnico aprendido.
- Estructura adecuadamente una opinión sobre un tema conocido de su especialidad.
- Elabora resúmenes cortos sobre textos sencillos, y con contenido técnico.
- Escribe o presenta descripciones de sí mismo, su profesión y su entorno.
- Plantea y responde preguntas sobre sí mismo.

5. PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos:

Profesional en Idiomas o Lenguas Modernas, con conocimiento del idioma inglés.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

Debe tener y demostrar mediante examen internacional acreditado, un nivel mínimo de C1, de acuerdo al MCER.

Experiencia laboral:

Demostrar vinculación laboral mínimo de dos años, como docente en una institución educativa pública o privada, o en un instituto de enseñanza de lenguas.

Competencias:

- Formular y desarrollar proyectos
- Capacidad para trabajar en equipo
- Conocer el Marco Común Europeo de Referencia para la Enseñanza de una Segunda Lengua, y aplicar los criterios de conocimiento y evaluación de acuerdo a los niveles establecidos en esta norma.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
240201502	1	Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		180 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CÓDIGO	DENOMINACIÓN	
24020150201	Reproducir en inglés frases o enunciados simples que permitan expresar de forma lenta ideas o conceptos.	
24020150202	Identificar formas gramaticales básicas en textos y documentos elementales escritos en inglés	
24020150203	Comprender una amplia variedad de frases y vocabulario en inglés sobre temas de interés personal y temas técnicos.	
24020150204	Comprender las ideas principales de textos complejos en inglés que tratan de temas tanto concretos como abstractos, incluso si es de carácter técnico, siempre que estén dentro de su campo de especialización.	
24020150205	Leer textos complejos y con un vocabulario más específico, en inglés general y técnico.	
24020150206	Buscar de manera sistemática información específica y detallada en escritos en inglés, mas estructurados y con mayor contenido técnico	
24020150207	Encontrar y utilizar sin esfuerzo vocabulario y expresiones de inglés técnico en artículos de revistas, libros especializados, páginas web.	
24020152008	Relacionarse con hablantes nativos en un grado suficiente de fluidez y naturalidad, de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de los interlocutores.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Expresiones: de cortesía, saludos y despedidas de acuerdo con el momento del día▪ Tiempos verbales: presente simple, presente progresivo▪ Gramática: sustantivos, adjetivos, artículos, demostrativos, pronombres▪ Verbos: en presente y pasado; ser o estar, haber, tener, hacer, regulares, irregulares▪ Tiempos verbales: presente simple, pasado progresivo▪ Vocabulario técnico o temas indispensables:<ul style="list-style-type: none">- Relaciones interpersonales, problemas y preocupaciones- Descripción de situaciones de trabajo, elementos y equipos de trabajo- Medios de comunicación aplicados a su ocupación- La prensa- Como expresarse sobre temas técnicos de actualidad.▪ Contenidos:<ul style="list-style-type: none">- Used to, en todas las formas		



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Perfect present tense: Simple y continuo
- Future: Perfecto, simple y continuo
- Simple past tense: modos pasivo y activo
- Simple present tense: modos pasivo y activo
- Modal verbs: Utilizados en suposiciones.
- Adjectives y prepositions: Ubicación
- Ubicacion de Verbos y preposiciones.
- Superlatives: adjetivos y adverbios
- Adverbs conjuntives
- Mixed conditional.
- Expressions: para indicar posesión.
- Clauses: de lugar, tiempo, forma, causa y propósito.
- Adverbs: definidos e indefinidos en Noun Phrases.
- Adquisición de multi-word verbs

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Reconocer en lengua inglesa, verbos regulares e irregulares en tiempo presente y pasado
- interpretar mapas utilizando preposiciones de lugar en inglés
- Formular al interlocutor preguntas en tiempo pasado y presente de forma amable y cortés
- Relatar en inglés historias breves en tiempo pasado
- Comprender discursos y conferencias extensas, e incluso seguir líneas argumentales complejas.
- Identificar y extraer información relevante de un discurso o argumentación.
- Identificar las ideas principales y secundarias de un discurso o una argumentación.
- Reconocer vocabulario técnico intermedio
- Comprender programas de televisión, documentales y películas relacionadas con temas de la especialidad y que contengan vocabulario especializado o técnico.
- Participar en una conversación con cierta fluidez y espontaneidad, tomando parte activa en debates desarrollados sobre temas especializados
- Escribir textos claros y detallados sobre una amplia serie de temas relacionados con su especialidad.
- Comprender y seguir los puntos principales de un escrito.
- Analizar y extraer temas importantes de un escrito, así este o no familiarizado con el tema de que se trata el texto.
- Comprender e identificar los contenidos generales y específicos de un texto.
- Identificar significados que no están explícitos en el texto.
- Entender y expresar hechos, ideas y puntos de vista, en una secuencia adecuada y en detalle, Presentar a otros y hacer comparaciones.
- Especular sobre eventos, personas y situaciones, así como comentar asuntos que otros le han contado o mencionado.
- Expresar con claridad puntos de vista. Describir procesos.
- Discutir sobre problemas, inconvenientes y dar consejo o instrucciones.
- Hacer recomendaciones.
- Expresar claramente acuerdo o desacuerdo sobre un tema o hecho particular.



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Saluda en inglés utilizando expresiones de cortesía de acuerdo con el momento del día
- Dramatiza en inglés una historia breve utilizando verbos regulares e irregulares
- Ubica al interlocutor en un punto geográfico específico empleando preposiciones en inglés.
- Traduce del inglés documentos técnicos sencillos en tiempo presente y pasado
- Explica y defiende sus opiniones técnicas en un debate, utilizando expresiones en inglés.
- Proporciona explicaciones, argumentos y explicaciones lógicas sobre aspectos técnicos de su profesión en un debate.
- Explica claramente su punto de vista sobre un tema técnico de actualidad en su profesión.
- Explica claramente las ventajas y desventajas de una posible decisión en lo técnico.
- Toma parte activa en debates informales dentro de contextos de trabajo habituales.
- Plantea, explica y contesta hipótesis técnicas.
- Sostiene una conversación con naturalidad, fluidez y eficacia, incluso sobre temas especializados de su profesión.
- Puede iniciar un discurso, tomar la palabra, y terminar una conversación técnica de su profesión.
- Puede interactuar fácil y espontáneamente con hablantes nativos.
- Puede extraer información adecuada y precisa y tomar nota de una conversación, programa, clase, etc.; referido a su profesión.
- Puede completar frases basado en información leída previamente en un texto.
- Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.
- Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés.
- Puede relacionar textos en inglés con imágenes o con títulos que le sean adecuados.
- Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés.
- Puede inferir el significado de una palabra u oración dentro de un texto en inglés, así este no esté explícito.

5. PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos:

Profesional en Idiomas o Lenguas Modernas, con conocimiento del idioma inglés. Debe tener y demostrar mediante examen internacional acreditado, un nivel mínimo de C1, de acuerdo al MCER.

Experiencia laboral:

Demostrar vinculación laboral mínimo de dos años, como docente en una institución educativa pública o privada, o en un instituto de enseñanza de lenguas.

Competencias:

- Formular y desarrollar proyectos
- Capacidad para trabajar en equipo



Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

- Conocer el Marco Común Europeo de Referencia para la Enseñanza de una Segunda Lengua, y aplicar los criterios de conocimiento y evaluación de acuerdo a los niveles establecidos en esta norma.





Sistema de Gestión
de la Calidad

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA: CLIENTE
RED TECNOLÓGICA :
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia / Red	Fecha
Autores	Javier Alexander Luna Ramírez	Instructor	Centro de Comercio y Servicios / Ventas y Comercialización	Octubre 2009
	Luis Carlos Agudelo Hernández	Instructor		
	Diana Cecilia Suaza Osorio	Diseñadora Curricular		
	Hernando Oviedo Vera	Asesor Pedagógico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información.	
	Jose Molina de la Cruz	Profesional	Centro de Comercio y Servicios / Ventas y Comercialización	Dic de 2009
	Eliana Vargas	Instructora	Centro de Comercio y Servicios / Ventas y Comercialización	Dic de 2009
	Antonio Castañeda	Instructor	Centro de Comercio y Servicios / Ventas y Comercialización	Dic de 2009
Revisión	Santos Inés Rodríguez R.	Asesora Pedagógica y Metodológica	Dirección de Formación Profesional	Octubre 2009
	Hernando Oviedo	Asesor Pedagógico y Metodológico	Dirección de Formación Profesional	Dic de 2009
Aprobación	Rocío López Alzate	Subdirectora	Centro Comercio y Servicios, Risaralda.	Dic de 2009
	Ángela María Valderrama Vélez	Subdirectora	Centro Comercio, Antioquia.	

CONTROL DE CAMBIOS

Descripción del cambio	Razón del cambio	Fecha	Responsable (cargo)
Programa de formación nuevo, requerido por el sector productivo.	Programa elaborado con base en los lineamientos de diseño curricular	Octubre de 2009	