

INFORMACION GENERAL DEL PROGRAMA DE FORMACION TITULADA			
CÓDIGO		DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA:	
621203		GESTION COMERCIAL DE SERVICIOS	
DURACION ESTIMADA DEL APRENDIZAJE EN MESES	MAXIMA DEL EN	Lectiva	Total
		18 meses	24 meses
		Práctica	
		6 meses	
NIVEL DE FORMACIÓN		TECNÓLOGO	
JUSTIFICACIÓN		<p>El programa de TECNÓLOGO EN GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS 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 las tecnologías de ventas, mercadeo, logística, servicios financieros, asistencia administrativa y teleinformática.</p> <p>El Programa de Formación profesional integral; con cubrimiento Nacional, cuenta con potencial productivo en el sector comercio y servicios, su fortalecimiento y crecimiento socio-económico tanto a nivel regional como nacional, dependen en gran medida de talento humano cualificado y calificado, capaz de responder integralmente a la dinámica del sector.</p> <p>El SENA es una institución educativa que ofrece el programa 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, de los trabajadores, impactando positivamente la productividad, la competitividad, la equidad y el desarrollo del país.</p>	
REQUISITOS DE INGRESO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Académicos: 11º grado aprobado. ▪ Superar prueba de aptitud, motivación, interés y competencias mínimas de ingreso. ▪ Otros específicos: entrevista, si la requiere el programa. 	



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

CÓDIGO	DENOMINACIÓN
210601003	Intervenir en el desarrollo de los programas de mejoramiento organizacional que se deriven de la función administrativa.
260101022	Identificar los comportamientos del mercado, según resultados de la investigación y tendencias del entorno.
260101001	Proyectar el mercado, de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios.
260101027	Procesar la información recolectada, de acuerdo con los manuales de manejos de información.
260101021	Negociar productos y servicios, según condiciones del mercado y políticas de la empresa.
210301038	Definir objetivos financieros, de acuerdo con políticas organizacionales.
260101042	Interactuar con clientes, de acuerdo con políticas y estrategias de servicio de la compañía.
260101044	Administrar proyectos de negocio on line, de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.
210101020	Dar soporte a los procesos, según políticas y requerimientos de los clientes.
260101034	Hacer seguimiento a clientes, con base en los acuerdos comerciales y el plan de servicio a clientes.
210101004	Evaluar el resultado de los procesos, según indicadores de gestión establecidos por la organización.
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	(6212) Administradores y Supervisores de Comercio al Por Menor. <ul style="list-style-type: none">▪ Supervisor, almacén▪ Supervisor, almacén por departamentos▪ Supervisor, servicio al cliente - comercio al por menor▪ Supervisor, telemercadeo▪ Administrador, supervisor de comercio al por menor▪ Supervisor, cajeros - comercio▪ Supervisor, puntos venta (1213) Supervisores, empleados de información y servicio al cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordinador de información y estadística. ▪ Supervisor de empleados de información.
PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR:	
Requisitos Académicos mínimos	<p>El programa requiere de un equipo de instructores Técnicos, conformado por:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecnólogo y/o Profesionales en ciencias económicas y administrativas como: Contaduría pública, Mercadeo, Administración de empresas, economista. Con Postgrado en Mercadeo y/o Finanzas.
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 y/o Finanzas.
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
210601003	2	Intervenir en el desarrollo de los programas de mejoramiento organizacional que se deriven de la función administrativa.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		250 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
21060100301	Proponer programas de mejoramiento en la unidad administrativa, teniendo en cuenta las políticas y la normatividad vigente.	
21060100302	Realizar actividades administrativas, en las unidades de negocio según estándares de calidad.	
21060100303	Aplicar los procesos y procedimientos administrativos según políticas de la organización.	
21060100304	Evaluar la ejecución del plan de mejoramiento organizacional de acuerdo con las políticas de la organización.	
21060100305	Ajustar la ejecución del plan de mejoramiento organizacional de acuerdo con las políticas de la organización.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Teoría de la organización.▪ Estructura y diseño.▪ Metas y eficacia.▪ Evolución de la Teoría Administrativa.▪ Escuelas y enfoques de la Teoría Administrativa.▪ Entorno global.▪ Gestión del entorno.▪ Escuela de la Administración empírica: Teorías modernas o Modelos Gerenciales Administración en una página), Outsourcing, Administración estratégica, factoring, leasing, benchmarking, teoría Sistémica y metodologías para el diagnóstico de los programas de la función administrativa.▪ Planeación: Tipos, Ventajas, Proceso, misión, visión, objetivos, políticas, estructura organizacional, cultura de la Unidad administrativa, estándares de Calidad, el Concepto de estrategia.▪ Elementos de la estrategia: Niveles, Misión, Visión, Objetivos, Metas, Políticas, etc.▪ Análisis estratégico: Externo e Interno, formulación y selección de estrategias.▪ Teoría de la organización.▪ Estructura y diseño.▪ Metas y eficacia.▪ Evolución de la Teoría Administrativa.▪ Escuelas y enfoques de la Teoría Administrativa.▪ Gestión del entorno: Metodologías para el diagnóstico de los programas de la función administrativa.		



- Planeación: tipos, ventajas, proceso.
 - Norma ISO sobre ambiente de trabajo
 - Norma Técnica Colombiana sobre ambiente de trabajo
- Actividad, función administrativa, políticas empresariales, organización y procedimientos.
- Manual de funciones y procedimientos: concepto, características, naturaleza, clases de procedimientos, normas técnicas de acuerdo con la actividad.
- Recursos: concepto y tipos de recursos.
- Concepto y características de la coordinación: plan operativo: Características y componentes, plan de contingencia.
- Sistema de información.
- Evaluación de la seguridad de los sistemas de información: Importancia de la información, delitos informáticos.
- Proceso para actualizar la información: Indicadores de gestión del proyecto, objetivos del proyecto, evaluación de proyectos, presentación de la propuesta del proyecto y gestión del proyecto, los proyectos y los programas de mejoramiento organizacional.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.
- Elaborar conjuntamente con los miembros de la unidad administrativa las estrategias del plan operativo
- Elaborar los indicadores de gestión, de eficiencia, de eficacia, productividad para el control de los objetivos y sus respectivas metas
- Coordinar las actividades necesarias para el desarrollo de las actividades.
- Ejecutar las actividades dentro del marco del plan operativo.
- Actualizar la información
- Realizar plan de contingencia sobre los sistemas de información.
- Evaluar la seguridad de los sistemas de información.
- Intervenir en el desarrollo de los programas en cumplimiento de las políticas y procedimientos de la organización.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Analiza la estrategia empresarial, según el contexto de los programas de mejoramiento de cada unidad administrativa.
- Interpreta el plan operativo y propone el plan de contingencia de la unidad Administrativa, según las políticas de la empresa.
- Formula los proyectos y programa las actividades, de acuerdo al plan de mejoramiento de la unidad administrativa.
- Planea e implementa los programas de mejoramiento para la unidad administrativa, según las políticas de la empresa.
- Coordina las actividades de la unidad Administrativa, de acuerdo con los lineamientos de la organización.
- Aplica la teoría y los conceptos administrativos en la ejecución de programas de la unidad administrativa, según, normatividad vigente.
- Aplica la metodología para la evaluación de un plan de contingencia, de acuerdo a las políticas de la organización.
- Evalúa los programas (proyectos) propuestos para cada unidad administrativa, según políticas de la empresa.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- Ajusta las actividades, teniendo en cuenta el plan de contingencia.
- Presenta los informes, teniendo en cuenta el orden, la redacción, y la norma técnica.
- Verifica las metas cumplidas y las actividades por realizar, de acuerdo al plan estratégico de la empresa.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
260101022	1	Identificar los comportamientos del mercado según resultados de la investigación y tendencias del entorno.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		100 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010102201	Elaborar pronósticos y presupuestos de ventas, de acuerdo con el plan de ventas.	
26010102202	Analizar el comportamiento de compra de clientes y consumidores, según tipo y cobertura del mercado.	
26010102203	Proyectar las ventas, de acuerdo a resultados y tendencias del mercado.	
26010102204	Realizar seguimiento de los procesos, de acuerdo al plan de ventas.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teoría de los presupuestos: Indicadores económicos, Indicadores Monetarios, Indicadores financieros, de actividad industrial, índices de precios y salarios, indicadores del sector externo. ▪ Funciones e importancia de los presupuestos: Qué, cuánto, dónde, a quién vender ▪ Tipos de presupuestos: Por regiones y países, por productos y por clientes. ▪ Cuentas componentes de un presupuesto de ventas nacional e internacional: estados financieros, P y G, Cuentas de gastos, cuentas de costos, cuentas de flujo de ingresos, Inventarios. ▪ El forecast o presupuesto de ventas: Pronóstico estadístico, estimativo del personal de ventas, ingresos de ventas, presupuesto de gastos, presupuesto de gastos y utilidades. ▪ Métodos para determinar presupuesto: subjetivo, objetivo, análisis estadísticos ▪ Pronósticos de Ventas: Técnicas matemáticas, modelos matemáticos, potencial de mercado, volumen futuro de ventas. ▪ Sistemas de Proyección de ventas: Proyección optimista, proyección pesimista, proyección intermedia. Técnicas consultivas a vendedores, clientes y expertos. ▪ Condicionantes externos del comportamiento: macro entorno y micro entorno. ▪ Nivel socio económico. ▪ Influencias personales. ▪ macro tendencias de los mercados globales ▪ Cambios económicos ▪ Ampliación de mercados ▪ Barreras de ingreso-salida del mercado ▪ Modelos, características y modalidades en el comportamiento de compra. ▪ Economía global. 		



- Tendencias del mercado domestico.
- Momentos del comportamiento de consumo: antes, durante, después de la compra
- Factores del comportamiento de compra: culturales, sociales y personales
- Motivos y hábitos de Compra: El comportamiento, Las percepciones, La personalidad, Las necesidades y la motivación el aprendizaje.
- orientación del estudio del comportamiento de compra del consumidor: psicológica y económica
- Tipos de decisiones de los consumidores, clientes y usuarios: limitada, extensiva, rutinaria
- Elementos prioritarios de la prospectiva: La actitud prospectiva, el análisis prospectivo y la presupuestación.
- Características del consumidor actual y futuro: cambio de hábitos, cambio de actitudes
- El concepto de migración de valor: lo que gana valor, lo que pierde valor y preferencias del consumidor.
- Modelos del comportamiento del consumidor: modelos micro analíticos, modelos macro analíticos.
- Técnicas de evolución y control (Balance scorecard).

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Estimar el potencial de mercado y los pronósticos de ventas aplicando métodos y modelos matemáticos.
- Analizar los factores de influencia en el comportamiento de compra y consumo de clientes, consumidores y usuarios para determinar los motivos de compra.
- Establecer los presupuestos de ventas por regiones y países, productos y clientes con el fin de lograr los objetivos de ventas.
- Elaborar los pronósticos y presupuestos sobre el plan estratégico de la empresa.
- Evaluar los atributos y servicios que ofrece un producto o servicio y el concepto de migración de valor para interpretar los motivos de compra de clientes, consumidores y usuarios.
- Considerar las tendencias económicas 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.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Identifica las cuentas de ingresos y gastos relacionadas con la actividad de marketing, mediante la aplicación de principios contables y el conocimiento de las variables relacionadas, teniendo en cuenta el presupuesto destinado para el área de mercadeo de la empresa.
- Caracteriza a los clientes y consumidores, mediante la identificación de actitudes, comportamientos e intereses frente a los productos y servicios que ofrece la empresa.
- Elabora proyecciones apoyados por la aplicación de software a partir de la interpretación de los estados financieros, de acuerdo con la definición del plan de necesidades de las áreas o unidades de negocio.
- Realiza pronósticos de ventas a partir de la aplicación de técnicas estadísticas, con base en el comportamiento del mercado.
- Evalúa el comportamiento del mercado, de acuerdo el segmento, el producto y/o 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
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	Diseñar actividades para la recolección de información, teniendo en cuenta métodos, técnicas e instrumentos.	
26010100102	Identificar segmentos de mercado, de acuerdo con tipos de servicios y población establecidos en el plan de segmentación.	
26010100103	Determinar la oferta y la demanda del servicio, según política empresarial.	
26010100104	Establecer los precios de los servicios, según tipos de mercados.	
26010100105	Medir los resultados de la proyección de mercado, de acuerdo con las políticas de mercadeo de la compañía.	
26010100106	Ajustar los resultados, de acuerdo con los planes de mercadeo de la compañía.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Concepto de oferta y demanda: estructura, estimación, proyección de la oferta y la demanda de productos y servicios en el mercado.▪ Métodos de previsión de la demanda.▪ Tipos de mercados.▪ Etapas del ciclo de vida del producto o servicio y su relación con la política de precios.▪ Canales de distribución.▪ Tipos de productos y servicios.▪ Análisis, estructura y tipificación del mercado y la competencia.▪ Participación en el mercado.▪ Proceso de segmentación: criterios, mapas, micro-segmentación y macro-segmentación.▪ Segmentación transnacional▪ Segmentos diversos entre países.▪ Segmentación internacional: Grupos de países homogéneos, Segmentos universales.▪ Tipos y métodos de muestreo.▪ Tipos de Segmentos: Competidores, ganadores, presionados, adoptados y tradicionales.▪ Técnicas de segmentación.▪ Tipos y métodos de muestreo. Error de muestreo. Población y muestra.▪ Diseño la muestra: Sistemática, estratificada.▪ Estimación de media y tabla de números aleatorios.		



- Estimación de media y total
- Software aplicado
- Políticas de segmentación de mercados
- Identificación de variables mercadológicas en la Competencia.
- Fuentes de información primaria y secundaria
- Técnicas establecidas para medir patrones de comportamiento de compra.
- Bases de datos.
- Sistema de información geográfica SIG.
- Técnicas de proyección del mercado.
- Interpretación de índices.
- Motivos de compra.
- Naturaleza, concepto y tipos de precios
- Políticas, estrategias y tácticas de fijación de precios.
- Determinantes de la sensibilidad de precios, Función y componentes del precio.
- 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.
- Antidumping y anti subvención.
- 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.
- Métodos y estrategias de asignación y estimación de costos.
- Punto de equilibrio y análisis marginal.
- Técnicas de investigación para la fijación de precios.
- Objetivos en las estrategias de precios, beneficio, volumen, competencia.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Realizar la segmentación, con las variables mercadológicas.
- Seleccionar los segmentos de mercado aplicando los métodos y técnicas establecidos por la empresa.
- Identificar fuentes de información.
- Determinar la muestra de la población.
- Fijar precios y determinar la oferta y la demanda.
- 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.
- Aplicar las técnicas estadísticas para el cálculo de la oferta y la demanda apoyados con el software existentes.
- 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.
- 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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Realiza segmentación de acuerdo a las características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas y socioeconómicas según la población objeto de estudio.
- Selecciona los segmentos de mercado, según métodos y técnicas establecidas por la empresa.
- Establece la jerarquía de atributos, según categorías de segmentación.
- Utiliza las fuentes de información, para determinar comportamientos, relaciones de causalidad, tamaño de muestra para realizar el proceso de segmentación.
- Determina la muestra y unidades representativas de la población objeto de estudio, para realizar la segmentación.
- Determina la oferta y la demanda, con base al comportamiento del mercado.
- Evalúa el comportamiento de la oferta y la demanda que inciden en la compra y venta de productos y servicios.
- Proyecta las cantidades de oferta y la demanda teniendo en cuenta el comportamiento del mercado.
- Analiza los factores externos e internos de la empresa para definir los precios de los productos o servicios, según políticas de la empresa.
- Calcula 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.
- Actualiza las listas de precios dentro de los tiempos, según los tiempos 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
260101027	1	Procesar la información recolectada de acuerdo con los manuales de manejos de información.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		140 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010102701	Planificar el procesamiento de la información de acuerdo con los manuales de manejo de información.	
26010102702	Clasificar los datos obtenidos de acuerdo con las variables y parámetros requeridos en la investigación.	
26010102703	Registrar la información apoyado por tecnologías según el plan de investigación y los resultados obtenidos.	
26010102704	Procesar el conjunto de datos según al plan esquema básico de publicación de resultados.	
26010102705	Analizar la información según métodos de inferencia estadística y técnicas proyectivas.	
26010102706	Ajustar el procesamiento de la información de acuerdo con los manuales de manejo de información.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Marco referencial de la investigación.▪ Características y contenidos de las preguntas.▪ Tipos de datos. Cuantitativos y cualitativos.▪ Factores y variables.▪ Normas internacionales de codificación.▪ Organización adecuada de los códigos asignados a las diferentes respuestas▪ Proceso de codificación: Técnicas, métodos y normas internacionales.▪ Software aplicado.▪ Bases de datos▪ Lista de claves▪ Tabulación: Planeación, proceso y tipos▪ Amplitud, Número, Marca de clase▪ Frecuencias. Frecuencias relativas. Frecuencias acumuladas, absolutas▪ Manejo de hardware. software aplicado al registro de información▪ Problemas y objetivos de investigación.▪ Normas ICONTEC▪ Formatos y tablas para registro de información.▪ Tipos de información▪ Inglés aplicado al manejo estadístico de datos y software aplicado▪ El entorno del software		



- Archivos, comandos, ficheros
- Términos estadísticos
- Elementos del computador. El entorno de mercadeo. El entorno del software
- Lógica matemática:
 - Conceptos básicos, Conectores lógicos, Tablas de verdad, Argumentos válidos,
 - Estructuras lógicas, Relaciones, Funciones, Tipos de funciones.
- Categorización de procedimientos.
- Indicadores de evaluación estadísticas.
- Análisis de varianza (ANOVA)
- Análisis factorial.
- Descomposición de las sumas de cuadrado.
- Serie de tiempo e índices.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- 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 medidas de tendencia central y de dispersión a los datos obtenidos para verificar la confiabilidad de los resultados.
- Tabular la información acorde al plan esquema básico de publicación de resultados.
- Describir la asociación entre variables mediante la aplicación del cociente de contingencia, la estadística del Chi cuadrado o el coeficiente de contingencia.
- 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.
- Aplicar software requerido para el registro de información.
- Redactar argumentos sostenidos en estructuras lógicas.
- 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.
- 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 y procesar la información utilizando los equipos y software especializados para tal fin y acorde al desarrollo tecnológico.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Calcula los indicadores estadísticos según, las necesidades de la organización.
- Operacionaliza las variables según, escala medición utilizada.
- Aplica medidas de tendencia central para, verificar los resultados obtenidos con base en la investigación de mercado.
- Asigna códigos para la recolección de información, según el tipo de instrumento a utilizar.
- Tabula la información de acuerdo, al esquema básico de publicación de resultados.
- Aplica formatos para la recolección y administración de información, según, la necesidad de la organización.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- Registra información según, políticas de la empresa, tiempo establecido y plan de investigación.
- Realiza informes argumentados con estructuras lógicas según, hallazgos encontrados en proceso de investigación.
- Procesa datos capturados de acuerdo, con las variables y parámetros requeridos en las diversas investigaciones.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
260101021	2	Realizar negociaciones de productos y servicios según condiciones del mercado, objetivos de la empresa y normatividad vigente.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		250 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010102101	Acordar términos de negociación y condiciones comerciales, de acuerdo con los parámetros legales de negociación, políticas y procedimientos de la empresa.	
26010102102	Utilizar estrategias teniendo en cuenta características, beneficios y usos del servicio.	
26010102103	Realizar el proceso de la venta de servicios conforme a las políticas de venta y los términos de negociación.	
26010102104	Evaluar los procesos de negociación y venta de acuerdo con las políticas y procedimientos de la compañía.	
26010102105	Realizar seguimiento a los procesos de negociación y venta de acuerdo con las políticas y procedimientos de la compañía.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Características del mercado: tipos de clientes, segmentación del mercado de empresas, segmentación de la población, comportamiento de consumo de clientes reales y potenciales, comportamiento de compra, perfiles de clientes.▪ Producto o servicio: definición, objetivos, tipos, características (Intrínsecas, extrínsecas) (clasificación (según durabilidad y tangibilidad), clases de bienes, las materias primas y partes manufacturadas.▪ Clasificación internacional de productos y servicios.▪ Empaques, envases, embalajes: tipos.▪ Manual del fabricante: propiedades y beneficios del producto o servicio, marca, modos de uso o consumo, cuidados en el manejo y traslado de los productos y servicios, cuidados especiales.▪ Certificados de proveedores sobre los productos.▪ Presentación: al cliente, de la empresa, del vendedor, del producto, técnicas, protocolo y formas.▪ Tecnología para la presentación: manual y sistematizada.▪ Medios de apoyo en la presentación: manuales, catálogos, plegables y folletos.▪ Demostraciones: concepto, directas y virtuales.▪ Degustaciones: Tipos, fases, test de análisis sensorial, umbrales de percepción, de identificación y diferencial.▪ Muestra: concepto, tipos (directa, diferida, comercial y virtual).▪ Sitios de exposición: tipos de superficies expositoras: local, vivienda, caseta, Tótem y		



Kiosco.

- Labores que se ejecutan en la demostración: Ubicación de sitios para demostraciones, planeamiento de la demostración, plan de reuniones, reuniones de grupo, pruebas de laboratorios.
- La venta: concepto, objetivos, plan de venta, cobertura de la venta, fases de la venta, técnicas (AIDA – SPIN).
- Técnicas: resolución de conflictos, de persuasión, de prospectación, de objeciones, de cierre.
- Sistemas de ventas: por áreas geográficas, por productos, por clientes, mixtas.
- Tipos de decisiones de compra: Limitada, extensiva, rutinaria
- Negociación: Conceptos, estilos, estrategias, tácticas, proceso, clases, beneficios (garantías, descuentos, servicio post venta).
- Relaciones entre los diversos actores de la negociación, relaciones entre fabricantes y distribuidores: Trade Marketing y Customer Relationship Management.
- Riesgos en la negociación: Restricciones, validez de la oferta, permanencia en el mercado, condiciones de tiempo y devolución.
- Forma de relación con clientes para realizar la venta: Personal, telefónica, virtual.
- Canales y estrategias de venta y distribución: venta personal, venta directa, venta multinivel, e-commerce, tele-venta, venta por catálogo, venta por correo.
- E-commerce: concepto, tipos (B2B, B2C, C2C, C2B, B2G), leyes que rigen el comercio presencial y electrónico.
- Software de apoyo a la gestión de ventas: Internet, programas y navegadores.
- Técnicas de planteamiento psicocibernética o Técnica de simulación cerebral.
- Manejo del vocabulario en inglés para el cierre de venta de productos y servicios.
- Técnicas de expresión oral y escrita: La comunicación: Verbal y no verbal, barreras en la comunicación, factores Psicológicos, factores Sociológicos, factores ambientales y factores técnicos.
- Relaciones humanas: Técnicas, relaciones interpersonales, auto imagen, comunicación.
- El efecto del lenguaje corporal sobre las relaciones: Lenguaje corporal, formas de saludar, contacto visual, expresiones faciales, vestuario, imagen corporal, calidad de la voz y estrategias conversacionales que fortalecen las relaciones.
- Acuerdos comerciales: Concepto, tipos, características y usos.
- Tipos de acuerdos comerciales: Concesión, franquicia, leasing, en depósito, a término fijo, comisión, sociedades de intermediaciones.
- Condiciones comerciales nacionales e Internacionales en relación con variables como: Precios, formas de pago y plazos, impuestos y seguros, descuentos derechos arancelarios, transporte y gastos de envío, mercado cambiario y de divisas: Tasas de cambio, depreciación monetaria, inflación, reevaluación, garantías, tasas nacional: Nominal y efectiva e Internacional: Libor, prime rate, spread.
- Contratos: concepto, partes, tipos (Absoluto, limitado, general y especial), elementos de un contrato comercial: Cláusulas, término de renovación; relación entre las partes, deberes y derechos, reformas del contrato, confidencialidad y terminación.
- Aspectos legales de la negociación Nacionales, internacionales, normas cambiarias y de comercio Nacional e Internacional.
- Instrumentos de carácter legal y contractual: Cartas de crédito, pagares, pólizas de cumplimiento, manuales de envío: Nacionales e Internacionales.

- Entidades reguladoras: Cámaras de comercio, ministerios, embajadas, bancos y gremios.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Contactar a clientes potenciales.
- Presentar a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios apoyados con el uso de catálogos, manuales, programas o navegadores
- Argumentar sobre las características distintivas de exclusividad e innovación bondades y necesidades que satisfacen y resuelven los productos o servicios.
- Respaldar mediante certificación del productor la información sobre el producto o servicio a presentar.
- Plantear la información sobre garantías y servicio postventa para los productos adquiridos.
- Informar a los clientes sobre disponibilidad y condiciones de entrega.
- Determinar el escenario físico y de comunicación para la presentación y demostración de productos o servicios.
- Preparar estrategias de presentación de productos y servicios
- Reforzar la información sobre los productos y servicios con demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones.
- Identificar motivaciones, objetivos e intereses de las partes.
- Interpretar el interés y decisión de compra por parte del cliente.
- Aplicar estrategias de venta y negociación.
- Estructurar la argumentación frente a las preguntas y objeciones.
- Escuchar preguntas y objeciones de los clientes.
- Manejar las situaciones embarazosas o de riesgo generadas durante la venta.
- Lograr la partición activa y convicción del cliente
- Realizar las negociaciones a través del medio de comunicación establecido por la organización.
- Cerrar la venta
- Identificar los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes.
- Determinar condiciones de intermediación.
- Establecer los términos de la negociación
- Plantear condiciones comerciales de negociación al cliente.
- Formular beneficios y riesgos en la negociación.
- Acordar términos de negociación.
- Identificar los instrumentos de carácter legal y contractual.
- Legalizar condiciones y términos de negociación.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Argumenta a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios según, políticas comerciales de la organización.
- Prepara estrategias de presentación de productos y servicios acudiendo a demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones, de acuerdo a políticas empresariales.
- Informa a los clientes de manera adecuada, según políticas y legislación existente.
- Realiza las fases de la venta, de acuerdo a la planeación realizada por el Departamento comercial.
- Aplica estrategias de venta y negociación, según medio de comunicación establecido



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

por la organización.

- Maneja situaciones las preguntas y objeciones del cliente, de acuerdo, a la previa preparación de la venta.
- Establece condiciones de intermediación entre productores, proveedores, distribuidores y clientes según, políticas de la empresa y legislación vigente.
- Plantea condiciones comerciales y términos de negociación al cliente de acuerdo, con políticas y marco legal.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210301038	1	Definir objetivos financieros de acuerdo con políticas organizacionales.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		160 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
21030103801	Planear la recolección de la información financiera según, objetivos y políticas de la empresa.	
21030103802	Clasificar los datos obtenidos de acuerdo, con las variables y parámetros requeridos en la investigación.	
21030103803	Procesar el conjunto de datos según, el plan básico de publicación de resultados.	
21030103804	Registrar la información apoyado por tecnologías según, el plan de investigación y los resultados obtenidos.	
21030103805	Analizar la información según, métodos de inferencia estadística y técnicas proyectivas.	
21030103806	Ajustar resultados de la información financiera de acuerdo, a los objetivos de la empresa.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Plan financiero y políticas organizacionales, misión, visión. objetivos. Políticas, planes y programas de la organización▪ Interpretación de los presupuestos de la organización.▪ Interpretación y análisis de los estados financieros básicos de la organización.▪ Planeación Estratégica: Diagnostico de la situación interna y externa de la organización. Conocimiento de los Indicadores de Gestión de la Organización, análisis a través de la matriz DOFA de las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas de la organización, Conocimiento de políticas y procedimientos de la organización. Diseño de objetivos financieros, comerciales y de producción a mediano y largo plazo, Estrategias para alcanzar objetivos, Ejecución y control de las estrategias y análisis de los factores económicos, políticos y sociales que afectan la organización. Formulación del plan estratégico.▪ Proceso administrativo en las organizaciones.▪ Concepto, clasificación , elementos, áreas funcionales, departamentalización▪ Aplicación en estudio de casos de los principios de Planeación, Organización, Dirección y Control▪ Técnicas para elaboración y presentación de presupuestos: Plan financiero: Presupuesto de inversión. Presupuesto de financiación. Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos.▪ Tipos de presupuesto▪ Técnicas en elaboración de proyectos de inversión, financiación y operación de acuerdo con las políticas organizacionales. Análisis de sensibilidad. Métodos para		



medir la rentabilidad. Determinar los costos relacionados con el proyecto

- Herramientas informáticas para la elaboración de objetivos financieros
- Técnicas para elaboración y presentación de presupuestos.
- Plan financiero: Presupuesto de inversión. Presupuesto de financiación. Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos. Presupuesto Base Cero. Conceptos básicos de la Contabilidad Administrativa.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Aplicar técnicas de recopilación de información de la organización.
- Consolidar el Plan de Acción.
- Recopilar información por áreas y proyectos.
- Unificar resultados de cada plan.
- Estimar ingresos, costos de operación y financiación.
- Estimar Ingresos totales, Costos y gastos totales, Costo de inversiones, Costos de financiamiento.
- Proyectar el Balance general, estado de resultados y flujo de caja.
- Aplicar los principios y normatividad contable y fiscal para la presentación de informes financieros.
- Utilizar herramientas informáticas.
- Elaborar y presentar el presupuesto.
- Proponer y valorar las alternativas de inversión,
- Evaluar oportunidades financieras del mercado frente a estándares organizacionales.
- Aplicar los conceptos de procesador de texto, hojas electrónicas y manejo de paquetes especializados en el tema.
- Analizar financiera y económicamente los proyectos de inversión.
- Analizar con base en normas tributarias y política Organizacionales los proyectos de inversión.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Explica el proceso general de la Planeación estratégica según, la conformación del plan financiero y las políticas de la organización.
- Estructura la conformación presupuestal según, políticas de la organización.
- Explica la conformación de los Estados financieros, de acuerdo a las políticas de la organización.
- Reconoce la estructuración de los Estados de costeo, de acuerdo a la normatividad establecida.
- Aplica conceptos financieros para realizar indicadores de gestión, de acuerdo a la normatividad de la organización.
- Reconoce subsistemas de costos según, políticas la organización.
- Realiza presupuestos financiero, de acuerdo al comportamiento del mercado.
- Realiza el Balance General, el Estado de Resultados y el Flujo de Caja, según, las normas y principios contables.
- Argumenta conformación de los Estados financieros de la organización, de acuerdo, al comportamiento del mercado.
- Elabora estados financieros según plan estratégico 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
260101042	1	Interactuar con clientes de acuerdo con políticas y estrategias de servicio de la compañía.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		90 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010104201	Planificar los procesos de relación con los clientes y usuarios de acuerdo con las políticas y estrategias de servicio de la compañía.	
26010104202	Aplicar técnicas de comunicación, principios de comportamiento y su relación con los indicadores de gestión según acuerdos de negociación y programación del servicio.	
26010104203	Interpretar la identidad corporativa y su relación con la política del servicio al cliente, según los manuales, protocolos y portafolios de la organización.	
26010104204	Realizar seguimiento a clientes y usuarios de acuerdo con las políticas y estrategias de servicio de la compañía.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Misión y visión corporativa.▪ Políticas de servicio.▪ Organigrama de la organización.▪ Diagramas de flujo.▪ Etapas de planeación.▪ Manuales de procedimientos, flujos de procesos.▪ Protocolos de servicio.▪ Portafolio: Características, ventajas y beneficios de los productos y servicios.▪ Aseguramiento de la calidad del servicio.▪ Trazabilidad del servicio al cliente.▪ Técnicas de segmentación, Factores de segmentación.▪ Modelos psicológicos de comportamiento humano.▪ Principios de comportamiento humano.▪ Factores culturales.▪ Tipos de relaciones formales e informales.▪ Relaciones interpersonales.▪ Técnicas para saber escuchar.▪ Perfiles de interlocutores.▪ Técnicas de comunicación, Medios de comunicación.▪ Buenas prácticas de comunicación.▪ Normas de cortesía.▪ Técnicas de solución de conflictos.▪ Manejo de guiones y catálogos, folletos y formularios.		



- Operaciones básicas.
- Situaciones de servicio. Proveedores de servicio. Acuerdos de negociación del servicio.
- Estándares de servicio: tiempos, cumplimiento, satisfacción.
- Quejas y reclamos.
- Programación de atención a clientes.
- Indicadores de respuesta en el servicio.
- Registros de información.
- Flujos de información.
- Fuentes de información.
- Tipos de información.
- Utilidad de la información.
- Buenas prácticas de documentación.
- Tecnologías de la información.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Desarrollar actitudes de servicio
- Identificar el perfil de los interlocutores
- Aplicar los principios y valores
- Realizar la comunicación
- Escuchar los mensajes aplicando técnicas para escuchar.
- Establecer los rangos de personalidad
- Realizar las relaciones de servicio con los clientes cumpliendo los protocolos de la organización.
- Aplicar las técnicas de comunicación
- Desarrollar la inter-relación con los clientes
- Atender las situaciones de servicio de los clientes dentro de los plazos y tiempos establecidos.
- Resolver las situaciones de servicio frente a los clientes
- Resolver las situaciones de servicio frente a los clientes
- Solucionar las inquietudes y solicitudes de los clientes
- Identificar los proveedores del servicio y sus niveles de responsabilidad de acuerdo con etapas del proceso.
- Concretar las situaciones de conflicto aplicando técnicas de solución de conflictos.
- Analizar las causas y responder al tipo de situación presentada
- Revisar los eventos de acuerdo.
- Analizar las situaciones de servicio a partir de las características del producto o servicio.
- Evaluar la información entregada a los clientes
- Consultar los manuales de procedimiento de la organización
- Entregar información a los clientes que responda a las acciones del plan de mercadeo de la empresa.
- Entregar la información pertinente a clientes
- Suministrar la información sobre productos y servicios
- Contactar los clientes con las personas solicitadas en la organización de acuerdo con la programación.
- Identificar el canal de comunicación se acuerdo con los requerimientos de los clientes.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- Registrar la información suministrada por los clientes
- Reforzar la información suministrada a los clientes apoyándose en las herramientas y tecnologías establecidas por la empresa.
- Proporcionar el material informativo a los clientes
- Solicitar la información a los clientes según requerimientos del servicio.
- Utilizar el uniforme y los guantes desechables para manipular productos.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Identifica la cultura del servicio al cliente, de acuerdo con la identidad corporativa de la organización.
- Informa a los clientes sobre la política de servicio, de acuerdo al propósito del área de atención y servicio al cliente de la empresa.
- Interpreta los manuales y protocolos de servicio de la organización empresarial.
- Interpreta la política de calidad en relación con la trazabilidad y el aseguramiento de la calidad del servicio según política de la organización.
- Aplica técnicas de comunicación y principios de comportamiento y su relación con los indicadores de gestión en el manejo de situaciones de servicio, según acuerdos de negociación y programación del servicio.
- Interactúa en los diferentes contextos y con los diferentes actores relacionados con la política de servicio al cliente en la organización.
- Resuelve situaciones de conflicto en el desarrollo del servicio al cliente.



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	2	Administrar proyectos de negocio on line de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		110 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010104401	Diagnosticar las variables del entorno nacional y global de los negocios on-line de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.	
26010104402	Elaborar el plan de negocios online de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.	
26010104403	Diseñar el plan estratégico de negocio online de acuerdo con las políticas de la empresa.	
26010104404	Identificar la idea del negocio on line de acuerdo con las oportunidades del mercado.	
26010104405	Evaluar los resultados comerciales y financieros del negocio on-line de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.	
26010104406	Monitorear los planes de negocios on-line de acuerdo con las políticas de la empresa.	
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: dofa, espina de pescado, Ley de paretto.▪ 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.▪ Enterprise resource planning (erp).▪ Hábitos de consumo on-line.▪ 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

- Realizar diagnósticos de las variables del entorno nacional y global de los negocios on-line
- Identificar la idea del negocio on-line con el estudio de penetración en internet del mercado objetivo.
- Identificar el ambiente del negocio con las variables internas y externas de mercado.
- 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 base en información general, biografía, gráficos, datos demográficos y material de investigación.
- Diseñar los objetivos y estrategias del plan de negocios electrónico con base en el



perfil del cliente y el tipo de producto.

- Diseñar las estrategias de mercadeo para la web utilizando tecnologías de información y comunicación.
- Analizar los costos de acuerdo con requerimientos del sitio web.
- Establecer el cronograma de actividades de mercadeo en internet de acuerdo con el plan de mercadeo.
- Describir las características del negocio,
- 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, de acuerdo con la regulación, los códigos y acuerdos internacionales.
- Desarrollar los sitios de comercio electrónico, de acuerdo con el presupuesto e infraestructura de los administradores
- Evaluar los resultados comerciales y financieros del negocio on-line, de acuerdo con las políticas de comercialización y tecnología existente.
- Supervisar la audiencia y tráfico de visitas el sitio web o portal utilizando las metodologías existentes e indicadores de audiencia de acuerdo a los requerimientos establecidos por plan de comercio electrónico.
- Calcular el valor de los clientes aplicando métodos estadísticos de promedios.
- Analizar los esquemas y tipos de anuncios del sitio web, de acuerdo con la respuesta de clientes.
- Analizar los ratios de éxito o abandono, de acuerdo con los parámetros establecidos.
- Observar 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, de acuerdo el costo promocional realizado.
- Calcular el costo de adquisición de un cliente, con base en el número de visitas.
- Determinar 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 diagnóstico 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.
- Analiza 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 el 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,



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

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 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 teniendo en cuenta los 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
210101020	2	Dar soporte a los procesos según políticas y requerimientos de los clientes.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		180 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
21010102001	Planear los soportes logísticos a los procesos de comercialización de servicios de acuerdo a las políticas y procedimientos de la compañía.	
21010102002	Implementar programas para el desarrollo de alianzas estratégicas entre proveedores, clientes y usuario según necesidades de la organización, clientes, usuarios y proveedores.	
21010102003	Aplicar técnicas de contacto con el cliente y usuario según políticas de servicio al cliente.	
21010102004	Verificar la satisfacción del cliente y usuario de acuerdo con las políticas de la organización y la trazabilidad del servicio.	
21010102005	Evaluar la calidad de los procesos comerciales según indicadores de gestión y valor agregado del proceso.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Tipos de políticas de las organizaciones. La filosofía del negocio.▪ Indicadores de desempeño de la organización. Servicio al cliente: Políticas y estrategias, Tipos, tipos de soporte, trazabilidad. Relaciones públicas e interpersonales, respuesta eficiente del cliente. ECR.▪ Estrategias de publicidad y promociones para el manejo de compras. Servicio y calidad de los procesos y productos.▪ Crossdocking.▪ Clientes y proveedores: Tipos de asesorías en el manejo de procesos y productos, tipos de canales, clasificación.▪ Entregas certificadas.▪ Técnicas ABC –Pareto.▪ Intermediarios.▪ Administración de conflictos de Tipos de estrategias corporativas.▪ Tamaño del flujo de bienes y servicios. Valor agregado. Análisis de rentabilidad, costos, utilidades de la cadena de abastecimiento.▪ Estrategias financieras y tecnológicas entre proveedores y clientes.▪ Costos: Planificación y control, procesos de toma de decisión, inflación.▪ Medios virtuales de comunicación. Internet. Intranet. Extranet.▪ Intercambio electrónico de documentos.▪ Comercio electrónico.▪ Formas de entrega de pedidos.▪ Logística de reversa.		



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- Políticas ambientales, normas ISO 16031.

3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Atender los clientes externos como proveedores y consumidores
- Atender clientes face to face o por medios electrónicos,
- Atender los clientes y proveedores
- Cumplir los indicadores de desempeño de la organización
- Dar los soportes requeridos por los clientes
- Realizar las asesorías y soportes a los proveedores
- Aplicar las promociones, publicidad entre los proveedores y empresas
- Monitorear la calidad de los procesos entre los proveedores y empresas.
- Evaluar los canales de distribución para el desarrollo de alianzas entre proveedores y clientes
- Definir las entregas certificadas entre los proveedores y clientes
- Evaluar el desarrollo del mercado de los proveedores y clientes
- Informar a los proveedores, clientes de los cambios presentados en los procesos, o unidades de negocio a través de catálogos de información.
- Atender las solicitudes o requisiciones de los clientes
- Analizar en el flujo de transacciones según, políticas de la organización.
- Manejar formas de entregas y pedidos
- Acordar el intercambio de información con los proveedores y clientes
- Aplicar los principios éticos entre clientes y proveedores
- Acordar el costo integral de abastecimiento entre los proveedores y clientes
Contemplar en el plan corporativo las estrategias formuladas para el desarrollo de proveedores
- Monitorear, proveedores, clientes y alianzas acordadas, indicadores de gestión y valor agregado en cada proceso.
- Acordar el apoyo económico y de equipos para desarrollo de los negocios entre proveedores, empresas y clientes
- Acordar la logística de reversa entre proveedores y clientes

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Atiende los clientes externos como proveedores y consumidores personalmente o por medios electrónicos en un período determinado, teniendo en cuenta el requerimiento, las solicitudes y estrategias establecidas según políticas de trazabilidad de servicio al cliente
- Comprueba el cumplimiento de los procesos requeridos por los clientes, teniendo en cuenta las políticas de la organización y la trazabilidad del servicio según los indicadores de desempeño de la organización en los servicios prestados a los clientes.
- Evalúa de forma veraz los canales de distribución, el desarrollo del mercado de los proveedores y clientes mediante el monitoreo de la relación entre los actores de la cadena de abastecimiento, de acuerdo con las alianzas acordadas, indicadores de gestión, la calidad y valor agregado en cada proceso según políticas de las organizaciones, objetivos y estrategias del plan de mercadeo.
- Analiza el volumen y tamaño de la organización mediante el procesamiento de la información obtenida de proveedores y clientes informando los cambios presentados en los procesos, o unidades de negocio para elaborar debidamente el flujo de transacciones de la organización y el plan de estrategias corporativas.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- Acuerda de manera ética las estrategias entre proveedores y clientes para el desarrollo de alianzas definiendo el apoyo económico y de equipos, el costo integral de abastecimiento, la logística de reversa, las asesorías y soportes entre clientes y proveedores mediante el proceso de intercambio de información entre las partes para desarrollar los negocios en las cadena de abastecimiento, según el plan estratégico del negocio y objetivos de las organizaciones.
- Define de manera metódica todo tipo de entregas certificadas entre los proveedores y clientes, teniendo en cuenta las políticas organizacionales
- Atiende oportunamente las solicitudes y requisiciones de los clientes, de acuerdo a sus requerimientos
- Maneja con honestidad las formas de entregas y pedidos
- Aplica de forma dinámica todo tipo de promociones, de publicidad entre los proveedores y empresas, según objetivos de mercadeo, clientes, estrategias de distribución, acuerdos establecidos entre las partes, naturaleza del producto y requisiciones de los procesos.



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		140 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
26010103401	Organizar la estructura para desarrollar planes del servicio al cliente según política de la organización.	
26010103402	Programar las actividades de cobro de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.	
26010103403	Elaborar instrumentos para medir la satisfacción de los clientes y usuarios de acuerdo a las políticas de la Empresa.	
26010103404	Verificar la aprobación financiera y entrega de los productos y servicios según los acuerdos comerciales.	
26010103405	Verificar el manejo de cartera según políticas de administración de la Empresa.	
26010103406	Medir la efectividad de la venta de acuerdo con la política de la organización.	
26010103407	Medir el grado de satisfacción del cliente frente a los servicios ofrecidos según política de la organización.	
26010103408	Realizar seguimiento a los procesos de atención, entrega y satisfacción a los clientes y usuarios según políticas 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		



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

personal, Computador portátil, Correo postal y electrónico, Acceso rápido, Lista de correos de los clientes, Actualización constante de correo de los clientes, 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, Lenguaje corporal, 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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- Políticas y estrategias de servicios a clientes: Evaluación del servicio de la venta, 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
- 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
- Estructurar la comunicación y la mensajería con el fin de 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 los mensajes de clientes en los buzones de mensaje de voz y correo.
- Clasificar los mensajes recibidos
- 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.
- Diseñar la estrategia para abordar a cada cliente y al grupo de clientes
- Dar los soportes requeridos por los clientes
- Atender a los clientes cumpliendo la programación de zonas, rutas y cuotas establecidas en el plan de servicio.
- 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 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 en los acuerdos comerciales adquiridos con los proveedores y clientes.
- Cumplir con los acuerdos comerciales relacionados con tramitación de la entrega de productos y servicios.
- Registrar la política de cobro pactada con los clientes
- 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.



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 reportada
- 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 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 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 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, de 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 políticas de la organización.
- Aplica el proceso del knowledge 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.
- Interpreta la administración de recaudaciones necesarias para el establecimiento de políticas de financiamiento.
- Aplica los sistemas de cobro teniendo en cuenta las políticas de financiamiento, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la compañía.
- Determina los sistemas de financiamiento al cliente, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas por la empresa.
- Realizar el diligenciamiento de formatos necesarios 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, de acuerdo con 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 según 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 las condiciones favorables como: horarios extendidos, recibo de entrega a tiempo de la mercancía y garantías de los productos, según 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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- 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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210101004	1	Evaluar el resultado de los procesos según indicadores de gestión establecidos por la organización.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		90 horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	DENOMINACIÓN	
21010100401	Alistar los instrumentos para la evaluación de los procesos según indicadores de gestión establecidos por la organización.	
21010100402	Presentar informes del comportamiento de los procesos comerciales Según política de la organización.	
21010100403	Valorar el desarrollo de los procesos logísticos según el desempeño de la industria y la competencia nacional e internacional.	
21010100404	Realizar el seguimiento al cumplimiento de los términos de negociación según normas y políticas de la organización.	
21010100405	Rediseñar los procesos logísticos de acuerdo con los resultados de la evaluación, los indicadores de gestión y las exigencias del mercado.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
<ul style="list-style-type: none">▪ Identidad corporativa: Contexto comercial, Objetivos, Visión, Misión, Políticas.▪ Estrategias. Gerencia basada en Valor. GBV. o value based management.▪ Administración por categorías.▪ Benchmarking.▪ Exigencias del mercado.▪ Proceso: Definición, tipos, clasificación Modelo de diseño, Auditoria, Técnicas de monitoreo, Técnicas de control, Listas de chequeo.▪ Indicadores de gestión logística: Tipos, servicio, gestión de inventarios, transporte.▪ Software aplicado.▪ Análisis e interpretación de información.▪ Contratos: Tipos, Normas legales y comerciales.▪ Acuerdos comerciales.▪ Programación.▪ Lista de chequeo.▪ Ingles técnico.		
3.2 CONOCIMIENTOS DE PROCESO		
<ul style="list-style-type: none">▪ Evaluar periódicamente los procesos versus el desempeño de la industria y la competencia nacional e internacional.▪ Verificar los procesos frente a las actividades, tiempos y costos establecidos.▪ Evaluar los procesos utilizando las técnicas de seguimiento y control.▪ Analizar los resultados de los procesos frente a las políticas, objetivos y estrategias de la organización.▪ Ajustar los procesos de acuerdo con los resultados, los indicadores de gestión y las		



exigencias del mercado.

- Registrar en los instrumentos y sistemas los procesos desarrollados por la organización según contratos.
- Informar los resultados de la evaluación de los procesos a los responsables.
- Establecer el cumplimiento de los acuerdos y/o solicitudes entre las partes según la programación.
- Verificar el desarrollo de los acuerdos frente a lo planeado y a la programación de cada proceso.
- Verificar los acuerdos comerciales y/o solicitudes según el contrato y normas legales y comerciales.
- Verificar los acuerdos comerciales y/o solicitudes de los procesos según especificaciones e indicadores de gestión y control de la organización.
- Reportar los acuerdos comerciales y/o solicitudes que no cumplen las especificaciones señaladas al área o negocio correspondiente.
- Actualizar y retroalimentar los acuerdos y/o solicitudes.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Realiza seguimiento al desarrollo de los procesos logísticos, a partir de los resultados observados en los procesos seleccionados y el comportamiento del mercado según los requerimientos de la empresa.
- Interpreta resultados de la evaluación de los procesos logísticos para la toma de decisiones, según las políticas de la empresa.
- Ejecuta actividades de consulta y revisión de datos, según las normas legales establecidas.
- Verifica el cumplimiento, de los acuerdos entre las partes frente a la planeación de los procesos, especificaciones e indicadores de gestión, según las políticas de la organización.
- Elabora informes de gestión para comunicar resultados de evaluación, según los requerimientos de la empresa.

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
- Concepto de Inteligencia Emocional
- Concepto de Trabajo en Equipo
- Inteligencia Emocional



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- 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
- 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



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- 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, 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 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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- 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.
- 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



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- 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 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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- 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.

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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- 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

- **About me:** Adquisición de mayor habilidad comunicativa utilizando el lenguaje introductorio. Cómo presentarse presentarse y responder preguntas personales.
 - 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.
 - Articles, Negative, WH Questions who, what, Affirmative, Yes/No Questions, Verbs describring 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.
 - 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.
 - Comparatives, WH questions, Subject pronouns, Object pronouns, present progresive.
- **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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

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



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

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 son 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, etc	
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		



- 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
- Ubicación de Verbos y preposiciones.
- Superlatives: adjetivos y adverbios
- Adverbs conjuntivos
- Mixed conditional.
- Expresions: 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.



Sistema de Gestión
de la Calidad

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

- Expresar claramente acuerdo o desacuerdo sobre un tema o hecho particular.

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
- 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	Eliana Vargas	Instructora	Centro de Comercio/ Ventas y Comercialización	Nov. de 2009
	Alexander Lozano	Instructor	Centro de Comercio/ Ventas y Comercialización	
	Manuel Hernández	Instructor	Centro de Comercio/ Ventas y Comercialización	
	Diana C. Suaza O.	Diseñadora Curricular	Centro de Comercio/ Ventas y Comercialización	
Revisión	Hernando Oviedo	Asesor Pedagógico y metodológico	Dirección General	Nov. de 2009
	Ángela María Valderrama Vélez	Subdirectora de Centro	Centro de Comercio/ Ventas y Comercialización	Nov. de 2009

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	Enero 2010	



Sistema de Gestión
de la Calidad

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