



Código:
GFPI-F-147

Versión:04

PROCESO

GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

NOMBRE DEL FORMATO

FORMATO BITÁCORA DE SEGUIMIENTO ETAPA P

X

Pública

X

Pública Clasificada

☐

Pública Reservada

☐

Nombre de la persona con rol de aprendiz	Tipo de documento	Número de identificación	Teléfono de contacto	Correo electrónico institucional	Correo electrónico personal
DYLAN MATEO PEÑUELA DIAZ	C.C	1021673302	3232508000	zest.dmpenuelediaz@manuelabeltransoacha.edu.co	2.dwarft.king.2@gmail.com

Número de grupo	Programa de formación
2944645	Mantenimiento de equipos de cómputo

Nombre de la empresa, ente u organización donde está realizando la etapa productiva	NIT	Bitácora N°	Período a reportar
Manuelabeltran	832.002.888/0	10	1 de mayo hasta 31 de mayo

Nombre del Ente Coformador (jefe inmediato o responsable/supervisor)	Cargo del Ente Coformador	Teléfono de contacto	Correo electrónico
Mestor garabito	rector	3054564808	administrativo@manuelabeltransoacha.edu.co

Datos de la persona con rol de instructor de seguimiento			
Nombre de la persona con rol de instructor de seguimiento:	Yhon jairon duran martinez	Correo electrónico:	Yduran@minisena.edu.co

Seleccione con una X el tipo de alternativa de etapa productiva que está realizando, teniendo en cuenta el subtipo al cual pertenece ese caso:				
ALTERNATIVA DE ETAPA PRODUCTIVA	SUBTIPO DE ALTERNATIVA		ALTERNATIVA DE ETAPA PRODUCTIVA	SUBTIPO DE ALTERNATIVA
	Sena			
				institución estatal
				lucro.

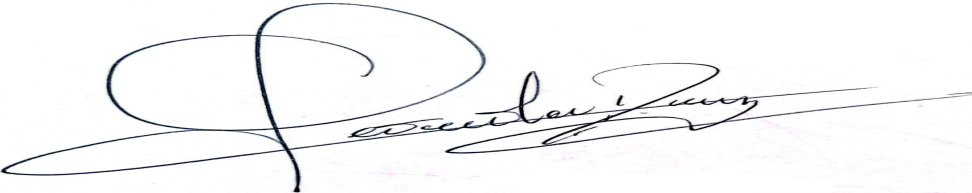
PROYECTO PRODUCTIVO	-Empresa		CONTRATO VÍNCULO FORMATIVO*	Apoyo a una unidad productiva familiar	
	Sena Proveedor Sena			De apoyo a una nacional, territorial, o a una ONG, o a una entidad sin ánimo de	
	Producción de Centros			Asesoría a pymes	
	Proyecto productivo bajo enfoque empresarial o de investigación, desarrollo e innovación I+D+i				
			*De acuerdo a la Resolución 623 de 2020, emanada del Mintrabajo, pasará a denominarse vínculo		

MONITORÍA	Proyectos Ruta Emprendedora SENNOVA			Vínculo formativo prácticas en la economía popular y/o campesina	
	Proyecto productivo prácticas en la economía popular y/o campesina		CONTRATO DE APRENDIZAJE	Contrato de aprendizaje (regular)	
	Proyecto productivo a través de convocatorias SENNOVA			Contrato de aprendizaje a través de convocatorias SENNOVA	
	Monitoría (regular)			Contrato de aprendizaje por medio de prácticas en la economía popular y/o campesina	
	Monitoría a través de convocatorias SENNOVA		VÍNCULO LABORAL	Vínculo laboral (regular)	
	Otra			Vínculo laboral por medio de prácticas en la economía popular y/o campesina	

(Ingrese cuantas filas sean necesarias) DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	N FECHA DE FIN	(Indique si corresponde a un documento, proceso, producto, entregable u otro) En anexo puede fortalecer la evidencia si es el caso.	OBSERVACIONES, INASISTENCIAS, DIFICULTADES Y/O COMENTARIOS REALIZADOS POR EL CONTROLADOR Y/O JEFE INMEDIATO DE LAS PERSONAS A CONTROL DE APRENDIZAJE
elaboración del formato de modelo de canvas	1 de mayo	31 de mayo	taller desarrollado	
taller bitácora relación con los clientes	1-may	31-may	taller desarrollado	
desarrollo de la bitácora 10	1-may	31-may	bitácora desarrollada y firmada	

Decreto 055 de 2015, por el cual se reglamenta la afiliación de estudiantes al Sistema General de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones	
Este espacio debe ser siempre diligenciado.	
Artículo 11. Obligaciones de la institución de educación. Corresponde a las instituciones de educación las que pertenezcan los estudiantes, que deban ser afiliados al Sistema General de Riesgos Laborales de conformidad con el presente decreto: 1. Revisar periódicamente que el estudiante en prácticas desarrolle labores relacionadas exclusivamente con su programa de formación o educación, que ameritaron su afiliación al Sistema General de Riesgos Laborales. 2. Verificar que el espacio de práctica cuente con los elementos de protección personal apropiados según el riesgo ocupacional.	

¿La persona a control de aprendiz se encuentra afiliado a la ARL?	Indique el nivel de riesgo actual	¿El nivel de riesgo de la ARL corresponde a las actividades que desarrolla la persona a control de aprendiz en la empresa?	SI	¿La persona a control de aprendiz cuenta con los elementos de protección personal (EPP), requeridos para desarrollar su etapa productiva?	SI
NO	1				



Firma de la persona a control de aprendiz

Persona a control de aprendiz: recuerde diligenciar completamente el formato bitácora y entregarlo o subirlo al espacio asignado para este

9/05/2025
Fecha de entrega bitácora

Firma de la persona con rol de jefe inmediato

Nota: Los datos proporcionados serán tratados de acuerdo con la Política de Tratamiento de Datos Personales del SEN Ayala Ley 1581 de 2012

Anexo: Es opcional relacionar evidencia fotográfica de las actividades desarrolladas

(No aplicados documentos de la empresa u otros aspectos sensibles)



Continuamos la aproximación al lienzo del modelo de negocio, cuarto de sus nueve módulos, las relaciones con clientes.

Una vez que ya has trabajado tus segmentos de clientes y tu propuesta de valor, y has definido qué canales vas a utilizar para conectar la propuesta de valor de tu proyecto con tus segmentos de clientes, debes pensar cómo será la relación que vas a establecer con los clientes de tu proyecto. Es en este punto, donde interviene el siguiente bloque del lienzo del modelo de negocio: las relaciones con clientes.



El bloque de relaciones con clientes del lienzo del modelo de negocio **describe la naturaleza de la relación** que estableces con tus clientes. Del mismo modo, el bloque de relaciones con clientes te permite **especificar cómo vas a adquirir, retener y hacer crecer** tu cartera de clientes.



.... Que tipo de relaciones puedo establecer con mis clientes?

Las relaciones con clientes del lienzo del modelo de negocio se pueden definir **a través de cuatro perspectivas** distintas.



•**Indirecta:** aquella en la que tus clientes sólo pueden conseguir tu propuesta de valor a través de intermediarios.



La empresa no mantiene una relación directa con los clientes, proveer todos los medios para que los clientes se atiendan sin intermediarios.

•**Directa:** aquella en la que tus clientes contactan contigo directamente para conseguir tu propuesta de valor.



Intimidad de la relación

•**Automatizada:** cuando tus clientes alcanzan la propuesta de valor de tu proyecto a través de una máquina. Lo que supone un bajo contacto entre tu proyecto y tus clientes.



•**Personal:** cuando tus clientes son atendidos por una persona concreta al adquirir la propuesta de valor de tu proyecto.



Relación con clientes: Reflexiona sobre cuál va a ser tu relación con los clientes. Dónde empieza y dónde acaba esta relación. También tu estrategia en Redes Sociales y en Marketing online será clave en tu relación con clientes. *también: Asistencia personal y call-center para atender el servicio postventa*

@SENAdcomunica www.sena.edu.co



¿Como generar confianza en el cliente?



1. Que sienta tu preocupación por sus intereses
2. Que eres capaz de cumplir con lo pactado
3. Que eres único y autentico



Que queremos conseguir en nuestro modelo de negocio



Captar nuevos clientes



Fideliza a los clientes



Estimular ventas



Establecer tipos de relación específicos con los segmentos de mercado identificados, hace que sea difícil para los clientes cambiar los productos y/o servicios, hace que el cliente olvide el precio, hace que el cliente olvide productos sustitutos y mejor aún su competencia.



Aplicalo en tu modelo de negocio



Larelació

nconlosc

lientesde

laempre

sa

Raptor

gamer

es

Buena atención a clientes, calidad de trabajo, buena presentación, promociones, descuentos, puntos. Haremos publicidad a través de Facebook, Instagram y TikTok para atraer clientes nuevos para lograr tener cada vez más clientes y hacer crecer el negocio



El empleo
es de todos

Mintrabajo

CANA



@SENAcomunica

www.sena.edu.co



Identifica cuál va a ser el medio por el que vas a hacer llegar tu propuesta de valor a tu segmento de cliente objetivo. A veces tu estrategia de Marketing online será clave en este apartado y otras menos. *Imaginar Tiendas propias y modelo de franquicia*



@SENAcomunica



www.sena.edu.co



.... Que tipo de canales hay para implementar en mi idea de negocio?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING



MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

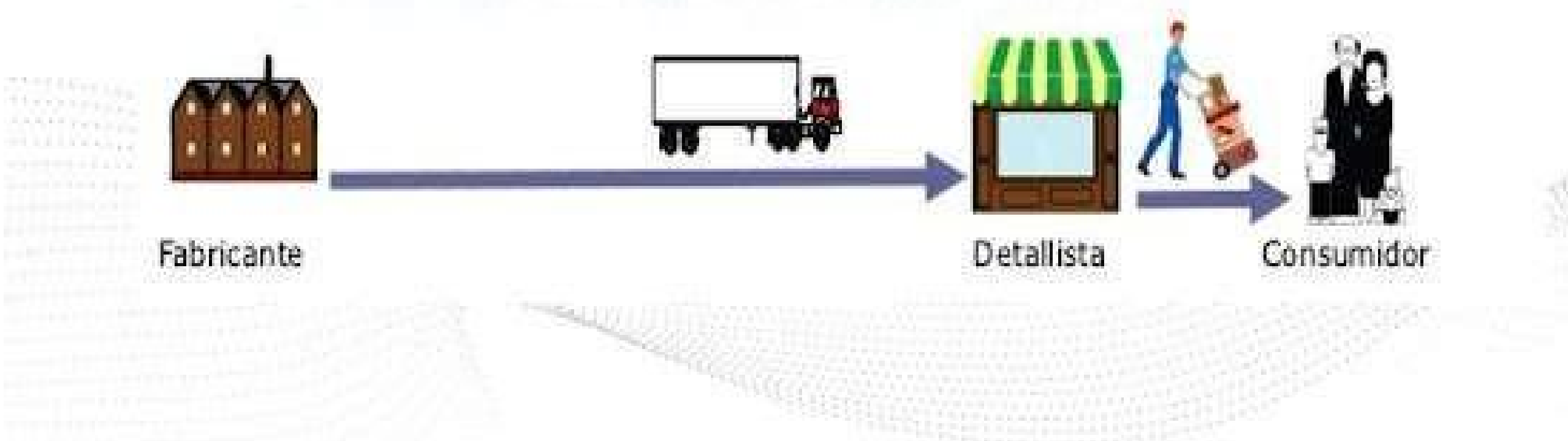
- Voz a voz: la recomendación del producto o servicio por parte de los clientes
- Recompensa: premiando al cliente por fidelidad
- Anuncios: cupones publicitarios, frase que llame la atención.
- publicidad medios online (blog, pagina Web, redes sociales)



CANAL CORTO

El número de intermediarios se reduce y, habitualmente, los fabricantes utilizan tan solo un intermediario para llegar al consumidor final..

CANAL INDIRECTO CORTO: UN NIVEL



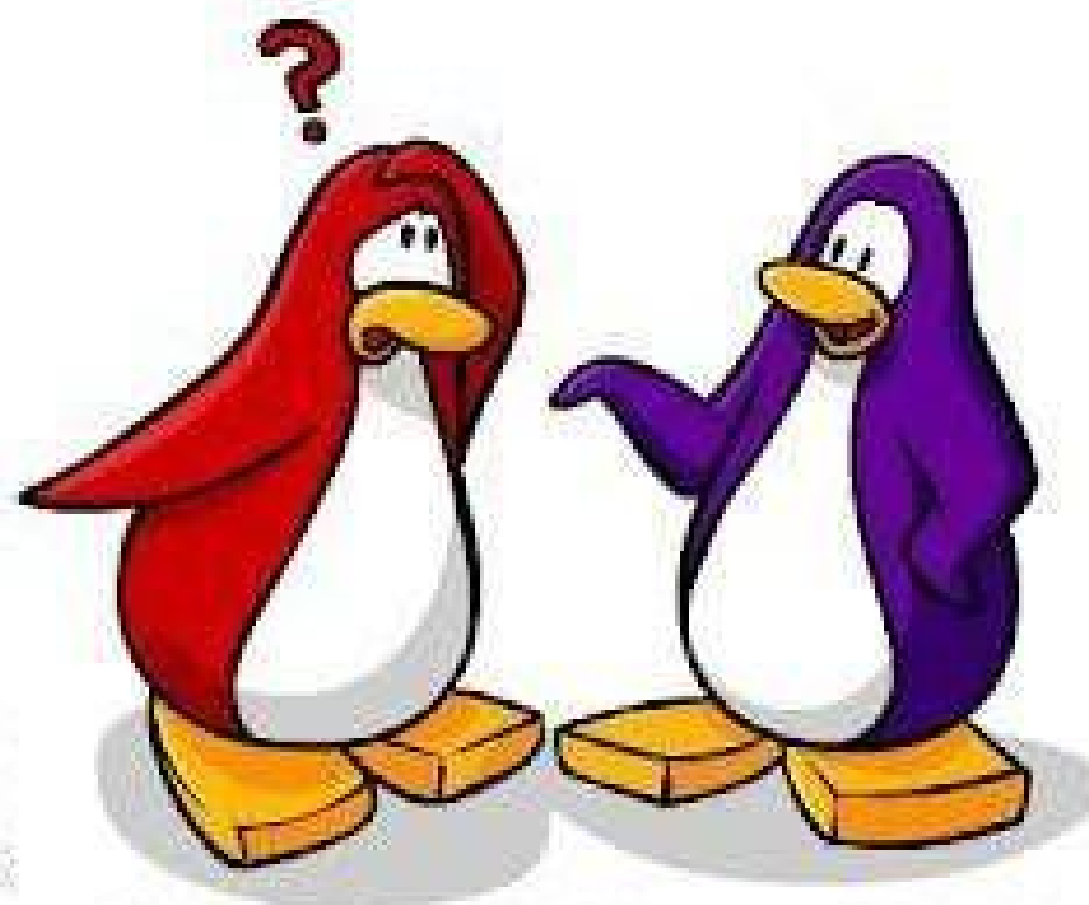
CANAL LARGO

El número de intermediarios distintos que se utilizan para la distribución es el máximo posible, donde un fabricante, para acceder al consumidor final, utiliza mayoristas de origen y de destino.

CANAL INDIRECTO LARGO: DOS O MÁS NIVELES



COMO ME DOY A CONOCER MI PROPUESTA DE VALOR



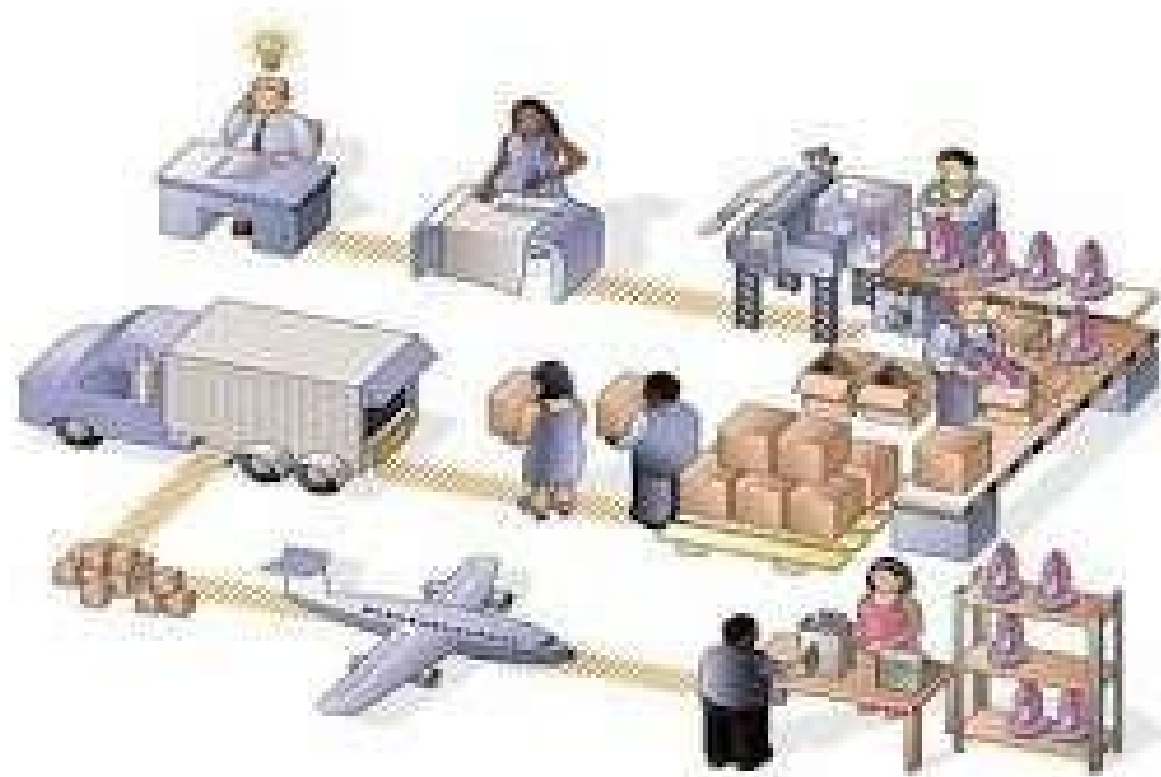
CANAL DIRECTO

Es aquel que se realiza sin intermediación entre fabricante y consumidor



CANAL DE DISTRIBUCIÒN

Esta constituido por la trayectoria que han de seguir un bien o servicio desde su punto de origen o producción hasta su consumo.



CANAL INDIRECTO

Es aquel que se realiza con intermediarios entre fabricante y consumidor





La manera de hacer llegar mi producto a los clientes será mediante la venta online a través de la página web y el envío del producto mediante un transporte de mercancías.

Además dispondré de atención telefónica y via mail para solucionar las incidencias, preguntas y demás temas que surjan.



1 Propuesta de valor

Venta y servicio técnico de coches eléctricos de gama alta.
Concesionario de una marca específica.

4 Relación con clientes

- Asesoramiento en tienda.
- Mostrar valor de la Marca en página web y RRSS

3 Canales

- Televisión (anuncios).
- Página Web.
- Tienda física (concesionario)

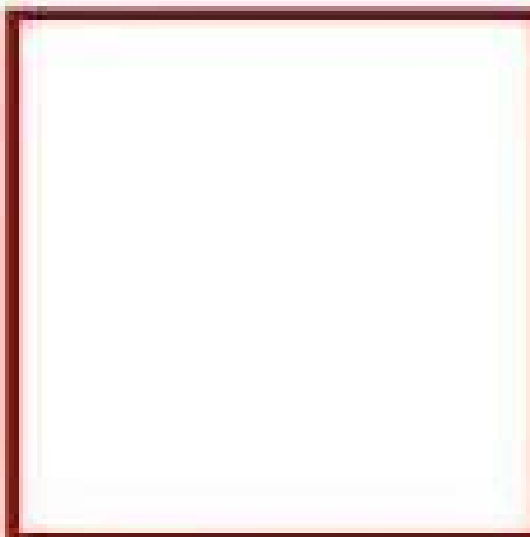
2 Segmento de clientes

Hombres de 35-40 años. Empresarios, con buenos ingresos. Se preocupa por el medio ambiente y gusta de las nuevas tecnologías.

1

Propuesta de valor

Servicios de diseño y decoración de interiores en donde el cliente se involucre y pueda decir que lo ha hecho él mismo, trabajando de la mano de diseñadores locales para la promoción de su trabajo.



3

Canales

- Presencia en RRSS como Instagram y Pinterest.
- Página Web.
- Anuncios pagos (internet)
- Colaboraciones en blogs relacionados con la decoración.

2

Segmento de clientes

Mujeres, profesionales, dueñas de casa, que quieren que sus ambientes sean representativos de su estilo de vida. Con gustos por la decoración que no tienen tiempo, ni conocimientos para hacerlo por sí mismas.

Los canales que usaremos en nuestra empresa **ACTUALIYA!** son:

- **Canales Directos (Venta Directa al Cliente)**

- Tienda física/taller: Ofrecer el servicio localmente con atención personalizada.
- E-commerce propio: Vender a través de un sitio web con opciones de personalización.
- Ventadirectaaempresas(B2B): Contactar con PYMEs, escuelas u oficinas que necesiten actualizar sus equipos.

- **C**

a
n
a
l
e
s
l
n
d
i
r
e
c
t
o
s
(
T
e
r
c
e
r
o
s
)

-
M
a
r
k
e

t
p
l
a
c
e
s
e
n
l
í
n
e
a
:

MercadoLibre,Amazon,eBay(parakitsdeactualizaciónoequiposrenovados).

-

- Páginasespecializadas(comoBackmarket,silaempresao
peraenEuropa). Aliadoscomerciales:

- Tiendassuinformaticaslocalesquevendancomponentesy puedanrecomendar
servicio. tu

- Talleresdereparaciónquenoofrezcanactualizacionesperopuedanderivar

clientes. Distribuidoresmayoristas:Sidecidesvenderkitsdeactualizaciónao trasem
presas.

CanalesDigitalesyMarketing

- - Redessociales:Facebook,Instagram,TikTok(mostrandoantes/despuésdelas
actualizaciones).
YouTube:Tutorialesodemostracionesdecómosemejoraun
aPCvieja.
SEOyGoogleAds:Atraertráficobúsquedascomo"actualizarPCvieja"o"mejor
ar
computadora antigua".

● **CanalesEspecializados**

- Forosycomunidades:Reddit,Hardwaresecrets,Taringa(seg
únregión).
Eventosdetecnología:Feriasdehardwareomeetupsdeentusiastas.

● **Recomendaciónclave:**

- Situmodeloesservicio(elclientellevasuPC),enfócateencanaleslocales+
marketing digital.
- Siesventadeequiposactualizados,usamarketplacesye-commerce.
- ParaB2B,priorizaventadirectacondemostracionestécnicas.