PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Barranquilla, Diciembre 23 de 2021

Señor (a)
LINDA EVELIN PICHON RONCALLO
SUPERVISOR(A) CONTRATO **No CO1.PCCNT.2164553** de 2021
Cargo del supervisor Coordinadora Académica
Dependencia Centro de Comercio y Servicios
Ciudad

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Diciembre del año 2021

Referencia: No CO1.PCCNTR. 2164553

MARCO MEDINA MOLINA, identificado con la cédula de ciudadanía No. **79.478.428** de Bogotá, en mi calidad de Contratista del SENA, en Programa Comercialización, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación, presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: El valor total del presente contrato asciende a la suma de TREINTA Y OCHO MILLONES OCHOCIENTOS OCHENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS TRECE PESOS M/CTE ($38.886.513,00) incluido IVA de conformidad con el régimen tributario al que pertenezca el futuro contratista. Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: A) Un pago por valor de SETECIENTOS CUARENTA Y TRES MIL SETECIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS Y CUARENTA Y CINCO CENTAVOS M/CTE ($743.797,45) correspondiente al mes de enero. B) Nueve pagos de TRES MILLONES SETECIENTOS QUINCE MIL CIENTO SETENTA Y DOS PESOS Y NOVENTA Y UN CENTAVOS M/CTE (3.715.172,91) correspondiente a los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio, agosto, septiembre, octubre y noviembre, respectivamente C) Un pago correspondiente a días del mes de julio por valor de UN MILLÓN OCHOCIENTOS CINCUENTA Y SIETE MIL QUINIENTOS OCHENTA Y SEIS PESOS Y CUARENTA Y CINCO CENTAVOS M/CTE ($1.857.586,45) D) Un último pago correspondiente a días del mes de diciembre por valor de DOS MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y CUATRO PESOS M/CTE ($2.848.374). Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo con el cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta de ahorro No. **40435137600** de **DAVIVIENDA**, cuyo titular es el contratista.

Plazo: Será desde 25 de enero de 2021 hasta el 23 de diciembre de 2021.

OBJETO:

PRESTAR SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL PARA PLANEAR Y ORIENTAR LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL, EN EL ÁREA DE VENTAS QUE PROGRAME EL CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS DEL SENA REGIONAL ATLÁNTICO EN SUS DIFERENTES NIVELES Y MODALIDADES, ATENDIENDO LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.

Obligaciones Específicas:

No	**Obligaciones**	**Acciones realizadas**	**Evidencias**
1.	Desarrollar actividades de formación profesional en los programas definidos por el centro mediante su plataforma virtual.	FICHA GM 8 FDS - 2340198 Y GM 7 FDS - 2217362 TÉCNICO OCR 3 - 2279007	Reporte de Sofia Plus
2.	Entregar al equipo de Sofía plus la información requerida para la asignación de rol de instructor Sena y disponibilidad en el aplicativo.	Fichas matriculadas en Sofía	Asignación de Fichas de los diferentes programas
3.	Realizar la evaluación correspondiente a los cursos asignados.	Se han evaluado en SofiaPlus	Juicios evaluativos en Sofía Plus.
4.	El contratista deberá abstenerse de realizar actos obscenos al interior de la entidad que involucren la participación de miembros de la comunidad educativa.		
5.	Presentar informes mensuales de la ejecución del contrato, las demás que se requieran para la ejecución del contrato.		
6.	Atender los requerimientos del supervisor.		

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las

actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.
Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

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

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

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No**. 9427278679,** Aportes en Línea mes de Noviembre. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en () folios

Cordialmente,

Firma

MARCO MEDINA MOLINA
Contratista
C.C. No. 79.478.428 de Bogotá

Recibí a satisfacción:

Firma
LINDA EVELIN PICHON RONCALLO
Coordinadora Académica Comercialización
SUPERVISOR(A) CONTRATO No CO1.PCCNT.2164553 de 2021
C.C. No. 32.700.367

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: MARCO MEDINA MOLINA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 01/12/2021 00:00:00

FECHA FINAL: 23/12/2021 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2279007 - OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Procesar el recaudo de caja de acuerdo con normativa y manual técnico
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Surtir productos según plan y técnicas de merchandising

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

2. PREPARAR MERCANCÍA SEGÚN EL PROCEDIMIENTO DEL PUNTO DE VENTA 96H

3. EXHIBIR MERCANCÍA TENIENDO EN CUENTA FORMATOS COMERCIALES 96H

4. IMPULSAR PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA A PARTIR DEL PLAN PROMOCIONAL 144H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 48,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2217362 - GESTIÓN DE MERCADOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURACIÓN DEL MERCADO.

ELEGIR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE ACUERDO CON EL MERCADO META.

IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LAS METAS DE VENTAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	24,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2340198 - GESTIÓN DE MERCADOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURACIÓN DEL MERCADO.

ELEGIR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE ACUERDO CON EL MERCADO META.

IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LAS METAS DE VENTAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	26,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	98,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
10/12/2021	13/12/2021	OTROS	30,00

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 30,00

INSTRUCTOR: MARCO MEDINA MOLINA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN
CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES

CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.2164553** de 2021

NOMBRE DEL CONTRATISTA: MARCO MEDINA MOLINA

IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATISTA: C.C 79.478.428

OBJETO DEL CONTRATO Prestar servicios personales de carácter temporal para planear y orientar la formación profesional integral, en el área de ventas que programe el centro de comercio y servicios del SENA regional Atlántico en sus diferentes niveles y modalidades, atendiendo las políticas institucionales y la normatividad vigente.

OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:

1) Acatar la Constitución Política, la Ley, los principios de la contratación estatal y las demás normas concordantes y complementarias;
2) Responder por el adecuado y oportuno cumplimiento de las obligaciones contraídas del contrato (Electrónico o físico) ;
3) Participar en las reuniones que para la ejecución del contrato sean convocadas;
4) Entregar periódicamente y al finalizar el contrato o cuando el supervisor lo solicite, todos los documentos y archivos (físicos y electrónicos) a su cargo y que se produzcan en ejecución de sus obligaciones, debidamente inventariados conforme a las normas y procedimientos que establezca el Archivo General de la Nación y de acuerdo con el formato GD-F-004 Formato Único de Inventario Documental;
5) Entregar a la finalización del plazo de ejecución o del vínculo contractual o cuando el supervisor del contrato lo solicite, los bienes devolutivos que le hayan sido asignados para el cumplimiento del objeto del contrato;
6) Utilizar en debida forma las claves asignadas para el ingreso a los sistemas de información y gestión del SENA requeridos para la ejecución del contrato y al finalizar el mismo, informar para su desactivación, garantizando la seguridad y reserva de la información conocida por estos u otros medios durante la ejecución;
7) Colaborar en la elaboración de respuestas y suministro de información requerida por las autoridades y organismos de control del Estado Colombiano, en relación con la ejecución del contrato y de los asuntos relacionados con el mismo;
8) Solicitar autorización escrita del SENA para utilizar el nombre, emblema o sello oficial con fines publicitarios o ajenos a los establecidos en los lineamientos de la Entidad;
9) Cumplir con las normas de bioseguridad y reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo del SENA, según la normatividad vigente;
10) Entregar el examen médico pre-ocupacional al Grupo de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Dirección General y/o sus homólogos en los Centros de Formación y Direcciones Regionales de acuerdo con el profesiograma, el objeto a desarrollar y dentro de los plazos establecidos legalmente. (Decreto 723 de 2013 art. 18);
11) Adjuntar el certificado de aprobación de los conocimientos básicos del Subsistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, para el primer pago de los honorarios;
12) Mantener actualizados los sistemas de información sobre los cuales se le haya asignado usuario y contraseña durante la ejecución del contrato y entregar al supervisor las evidencias del estado en que se encuentre, en los informes de ejecución contractual parcial o final;
13) Realizar los pagos al SISS (salud, pensión y riesgos laborales) de acuerdo con la normatividad vigente, aportando los soportes de pago los cuales deben ser validados para constatar que en efecto el pago de la

planilla haya sido recibido por la entidad correspondiente y en caso de incumplimiento total o parcial, responder por las consecuencias y sanciones que disponga la ley;
14) No subcontratar las actividades propias del objeto contractual, salvo, que dentro del desarrollo de la propuesta se haya previsto disponer de recurso humano, para lo cual deberá tener en cuenta que no podrá vincular menores de edad, dando aplicación a la Resolución No. 1677 de 2008 del Ministerio de Protección Social y los Pactos, Convenios y Convenciones Internacionales ratificados por Colombia, sobre los derechos de los niños;
15) En caso de que proceda el registro y asignación de una firma digital, usarla dentro de los límites impuestos por el objeto y las obligaciones del contrato (Electrónico o físico) y en todo caso con la debida autorización de quien corresponda;
16) Desplazarse dentro y fuera del territorio nacional cuando sea requerido para el cumplimiento de las obligaciones contractuales y legalizar las órdenes de viaje de acuerdo con los términos y lineamientos del SENA una vez culminado el desplazamiento;
17) Guardar reserva de la información asociada al objeto contractual que repose en bases de datos, sistemas de gestión, aplicativos, archivos magnéticos, respecto de los cuales se le haya concedido acceso mediante códigos, claves o contraseñas, respondiendo penal, civil y administrativamente por su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento, durante el plazo de ejecución del contrato y dos (2) años más, conforme a las disposiciones contenidas en la Ley 1266 de 2008, la Ley 1581 de 2012, la Ley 1273 de 2009 y las demás que las complementen, sustituyan o modifiquen; 18) En cumplimiento de lo dispuesto en el parágrafo 1° del artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, del artículo 6 de la Ley 1562 de 2012 y del Decreto 1273 de 2018 el contratista deberá acreditar que se encuentra al día en el pago mensual de los aportes del Sistema de Seguridad Social Integral, estos pagos podrán acreditarse mes vencido y únicamente por el sistema pila o de planilla asistida o el que determine el Ministerio del Trabajo. Cuando corresponda el contratista también debe acreditar el pago oportuno de los aportes al SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar (cuando corresponda);
19) El contratista deberá cumplir con los protocolos de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia generada por el nuevo Coronavirus COVID 19 (SARS-CoV-2), de acuerdo con los lineamientos y medidas tomadas por el Gobierno Nacional, por las autoridades departamentales, municipales, distritales e institucionales.
20) Las demás que sean necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual. PARÁGRAFO PRIMERO: En caso de requerirse el desplazamiento del contratista para desarrollar actividades relacionadas con objeto del contrato, será informado por parte del supervisor para que adelante las gestiones necesarias, bien sea dentro del territorio nacional o fuera de éste, de conformidad con lo establecido en la Resolución 092 de 2015 o la que la modifique y se encuentre vigente. PARÁGRAFO SEGUNDO: El contratista se obliga a legalizar los gastos de desplazamiento causados en las órdenes de viaje, dentro de los 5 días siguientes a su finalización

LUGAR DE EJECUCIÓN: El lugar de ejecución del presente contrato será la ciudad de Barranquilla. Centro Comercio y Servicio, SENA Regional Atlántico

PLAZO DE EJECUCIÓN: Será hasta el 23 de diciembre de 2021, sin exceder la presente vigencia presupuestal y empezará a contarse a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución indicados en este contrato.

FECHA DE INICIACIÓN CONTRATO: 25 DE ENERO DE 2021

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN
CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES

FECHA DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO: 23 DE DICIEMBRE DE 2021

VIGENCIA DEL CONTRATO: La vigencia del contrato es del 25 de enero al 23 de diciembre de 2021, Liquidación del Contrato: De conformidad con el artículo 217 del Decreto Ley 19 de 2012 que modificó el artículo 60 de la Ley 80 de 1993, no será liquidado el presente contrato cuando el supervisor del mismo certifique a su finalización que el objeto y todas las obligaciones del contrato fueron cumplida a satisfacción por el Contratista y que a éste se le canceló el valor total de los honorarios pactados. En caso contrario, o cuando el contratista presente reclamación que impida considerar que las partes han terminado el contrato a paz y salvo, el presente contrato será liquidado de mutuo acuerdo entre las partes, dentro de los cuatro (4) meses siguientes a la fecha de su terminación por cualquier causa; en el evento de que las partes no lleguen a un acuerdo, el SENA procederá a liquidarlo unilateralmente en las condiciones y términos establecidos en los artículos 60 de la Ley 80 de 1993 y 1 de la Ley 1150 de 2007.

VALOR DEL CONTRATO: $38.886.513

SUPERVISOR: LINDA EVELIN PICHON RONCAYO

IDENTIFICACIÓN DEL SUPERVISOR: C.C. 32.700.367

SUSPENSIONES Y AMPLIACIONES DE SUSPENSIÓN: SI____ NO_x__

ACTAS No.	TIEMPO	CAUSALES

BALANCE FINANCIERO:	
Valor total del contrato	**$38.886.513**
Valor Ejecutado	**$38.886.513**
Saldo de pendiente de cancelar al contratista	$0
Saldo a liberar	**0**

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN
CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES

PRODUCTOS O ACTIVIDADES EJECUTADAS:

Durante el periodo de ejecución del contrato, se realizaron las siguientes actividades:
Impartir formación profesional Titulada, complementaria y virtual en el área de mercadeo y ventas en los grupos asignados. En las siguientes fichas:
Tecnólogo en Dirección de Ventas Fichas 2205427 - 2279321
Tecnólogo en Negociación Internacional FDS Fichas 2182682 - 2217392
Tecnólogo en Gestión de Mercados Fichas 2217362 - 2340198
Técnico en Operaciones de Retail 3 Ficha 2279007
Apoyo a la coordinación académica como líder de programa del Tecnólogo en Dirección de Ventas.
Desarrollo Curricular en el programa de técnico en comercialización de productos masivos.
Crear ruta de aprendizaje y asociar aprendices, Atención oportuna de los requerimientos que hace el supervisor del contrato, Entrega de informe mensual de ejecución del contrato.

OBSERVACIONES DE LA SUPERVISIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS O ACTIVIDADES EJECUTADAS

SANCIONES: SI___ NO___

CUMPLIMIENTO FRENTE A LA OBLIGACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL: SI__ NO__

GRADO DE SATISFACCIÓN: EXCELENTE__ BUENO__ REGULAR__ INSUFICIENTE__

Atentamente,

FIRMA SUPERVISOR DEL CONTRATO

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: MARCO MEDINA MOLINA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 25/01/2021 00:00:00

FECHA FINAL: 23/12/2021 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2182682 - NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURACIÓN DEL MERCADO.

ELEGIR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE ACUERDO CON EL MERCADO META.

ELEGIR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DE MERCADO.

ESTABLECER LOS ESTÁNDARES DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES, EL NÚMERO DE PEDIDOS, CANTIDAD DE UNIDADES COMPRADAS, VENDIDAS Y DEVUELTAS, POR CADA CANAL EN UN TIEMPO DETERMINADO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, LA TECNOLOGÍA, TIPO DE EMPAQUES, PRECIO, FLETES SEGÚN LAS POLÍTICAS IMPLEMENTADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LAS METAS DE VENTAS DE LA EMPRESA.

SELECCIONAR LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DEL MERCADO, LAS VARIABLES EVALUADAS EN CADA CANAL ANALIZANDO EL MERCADO, TAMAÑO, VOLUMEN, VENTA, COBERTURA Y CAPACIDAD FINANCIERA SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS EN LA REVISIÓN DEL INFORME DE ACUERDO CON LA MEZCLA DE PRODUCTOS Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ESTUDIAR EL NIVEL DE DESARROLLO, LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO Y LOS POSIBLES TRATADOS INTERNACIONALES CON OTROS MERCADOS, REGIONES O PAÍSES, PREVIAMENTE SELECCIONADOS ANALIZANDO LAS CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS, DE ESTABILIDAD POLÍTICA, COMPORTAMIENTO LEGAL Y CULTURAL, ANTES DE DETERMINAR LA POSIBILIDAD DE INGRESO Y DEFINIR EL AMBIENTE DE UN MERCADO QUE SE AJUSTE A LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LAS IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA DISPONIBILIDAD ECONÓMICA Y TECNOLÓGICA QUE RESPONDEN A LAS NECESIDADES DEL MERCADO EN RELACIÓN CON EL USO Y BENEFICIO DEL PRODUCTO, A PARTIR DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA Y OBJETIVOS TRAZADOS POR LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO Y LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PRONÓSTICO, PARA IDENTIFICAR EL POTENCIAL DE MERCADO Y CAPACIDAD DE VENTAS DE LA EMPRESA SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS.

IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA SU DIMENSIÓN Y COBERTURA, EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2279007 - OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Procesar el recaudo de caja de acuerdo con normativa y manual técnico
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Resultado de Aprendizaje de la Inducción.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Surtir productos según plan y técnicas de merchandising

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. ORGANIZAR INVENTARIOS DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS DEL PUNTO DE VENTA 48H
2. PREPARAR MERCANCÍA SEGÚN EL PROCEDIMIENTO DEL PUNTO DE VENTA 96H
3. EXHIBIR MERCANCÍA TENIENDO EN CUENTA FORMATOS COMERCIALES 96H
4. IMPULSAR PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA A PARTIR DEL PLAN PROMOCIONAL 144H

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 282,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2217392 - NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURACIÓN DEL MERCADO.

ELEGIR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE ACUERDO CON EL MERCADO META.

ELEGIR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DE MERCADO.

ESTABLECER LOS ESTÁNDARES DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES, EL NÚMERO DE PEDIDOS, CANTIDAD DE UNIDADES COMPRADAS, VENDIDAS Y DEVUELTAS, POR CADA CANAL EN UN TIEMPO DETERMINADO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, LA TECNOLOGÍA, TIPO DE EMPAQUES, PRECIO, FLETES SEGÚN LAS POLÍTICAS IMPLEMENTADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LAS METAS DE VENTAS DE LA EMPRESA.

SELECCIONAR LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DEL MERCADO, LAS VARIABLES EVALUADAS EN CADA CANAL ANALIZANDO EL MERCADO, TAMAÑO, VOLUMEN, VENTA, COBERTURA Y CAPACIDAD FINANCIERA SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS EN LA REVISIÓN DEL INFORME DE ACUERDO CON LA MEZCLA DE PRODUCTOS Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ESTUDIAR EL NIVEL DE DESARROLLO, LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO Y LOS POSIBLES TRATADOS INTERNACIONALES CON OTROS MERCADOS, REGIONES O PAÍSES, PREVIAMENTE SELECCIONADOS ANALIZANDO LAS CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS, DE ESTABILIDAD POLÍTICA, COMPORTAMIENTO LEGAL Y CULTURAL, ANTES DE DETERMINAR LA POSIBILIDAD DE INGRESO Y DEFINIR EL AMBIENTE DE UN MERCADO QUE SE AJUSTE A LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LAS IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA DISPONIBILIDAD ECONÓMICA Y TECNOLÓGICA QUE RESPONDEN A LAS NECESIDADES DEL MERCADO EN RELACIÓN CON EL USO Y BENEFICIO DEL PRODUCTO, A PARTIR DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA Y OBJETIVOS TRAZADOS POR LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO Y LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PRONÓSTICO, PARA IDENTIFICAR EL POTENCIAL DE MERCADO Y CAPACIDAD DE VENTAS DE LA EMPRESA SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS.

IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA SU DIMENSIÓN Y COBERTURA, EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	135,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2279321 - DIRECCIÓN DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ESTUDIAR EL NIVEL DE DESARROLLO, LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO Y LOS POSIBLES TRATADOS INTERNACIONALES CON OTROS MERCADOS, REGIONES O PAÍSES, PREVIAMENTE SELECCIONADOS ANALIZANDO LAS CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS, DE ESTABILIDAD POLÍTICA, COMPORTAMIENTO LEGAL Y CULTURAL, ANTES DE DETERMINAR LA POSIBILIDAD DE INGRESO Y DEFINIR EL AMBIENTE DE UN MERCADO QUE SE AJUSTE A LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LAS IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA DISPONIBILIDAD ECONÓMICA Y TECNOLÓGICA QUE RESPONDEN A LAS NECESIDADES DEL MERCADO EN RELACIÓN CON EL USO Y BENEFICIO DEL PRODUCTO, A PARTIR DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA Y OBJETIVOS TRAZADOS POR LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO Y LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PRONÓSTICO, PARA IDENTIFICAR EL POTENCIAL DE MERCADO Y CAPACIDAD DE VENTAS DE LA EMPRESA SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS.

IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA SU DIMENSIÓN Y COBERTURA, EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 108,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2205427 - DIRECCIÓN DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ESTUDIAR EL NIVEL DE DESARROLLO, LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO Y LOS POSIBLES TRATADOS INTERNACIONALES CON OTROS MERCADOS, REGIONES O PAÍSES, PREVIAMENTE SELECCIONADOS ANALIZANDO LAS CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS, DE ESTABILIDAD POLÍTICA, COMPORTAMIENTO LEGAL Y CULTURAL, ANTES DE DETERMINAR LA POSIBILIDAD DE INGRESO Y DEFINIR EL AMBIENTE DE UN MERCADO QUE SE AJUSTE A LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LAS IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA DISPONIBILIDAD ECONÓMICA Y TECNOLÓGICA QUE RESPONDEN A LAS NECESIDADES DEL MERCADO EN RELACIÓN CON EL USO Y BENEFICIO DEL PRODUCTO, A PARTIR DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA Y OBJETIVOS TRAZADOS POR LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO Y LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PRONÓSTICO, PARA IDENTIFICAR EL POTENCIAL DE MERCADO Y CAPACIDAD DE VENTAS DE LA EMPRESA SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS.

IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA SU DIMENSIÓN Y COBERTURA, EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES,

POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 104,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2217362 - GESTIÓN DE MERCADOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURACIÓN DEL MERCADO.

ELEGIR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE ACUERDO CON EL MERCADO META.

ELEGIR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DE MERCADO.

ESTABLECER LOS ESTÁNDARES DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES, EL NÚMERO DE PEDIDOS, CANTIDAD DE UNIDADES COMPRADAS, VENDIDAS Y DEVUELTAS, POR CADA CANAL EN UN TIEMPO DETERMINADO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, LA TECNOLOGÍA, TIPO DE EMPAQUES, PRECIO, FLETES SEGÚN LAS POLÍTICAS IMPLEMENTADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LAS METAS DE VENTAS DE LA EMPRESA.

SELECCIONAR LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DEL MERCADO, LAS VARIABLES EVALUADAS EN CADA CANAL ANALIZANDO EL MERCADO, TAMAÑO, VOLUMEN, VENTA, COBERTURA Y CAPACIDAD FINANCIERA SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS EN LA REVISIÓN DEL INFORME DE ACUERDO CON LA MEZCLA DE PRODUCTOS Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SEGÚN LA FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

SELECCIONAR EL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN QUE GENERE RESULTADOS ESPERADOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL CONTEXTO SOCIAL, SEGÚN EL TIPO DE INVESTIGACIÓN Y LOS OBJETIVOS FORMULADOS EN EL PROYECTO

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO Y LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PRONÓSTICO, PARA IDENTIFICAR EL POTENCIAL DE MERCADO Y CAPACIDAD DE VENTAS DE LA EMPRESA SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS.

IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA SU DIMENSIÓN Y COBERTURA, EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 142,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2340198 - GESTIÓN DE MERCADOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

APLICAR POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURACIÓN DEL MERCADO.

ELEGIR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE ACUERDO CON EL MERCADO META.

ELEGIR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DE MERCADO.

ESTABLECER LOS ESTÁNDARES DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES, EL NÚMERO DE PEDIDOS, CANTIDAD DE UNIDADES COMPRADAS, VENDIDAS Y DEVUELTAS, POR CADA CANAL EN UN TIEMPO DETERMINADO DE

ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, LA TECNOLOGÍA, TIPO DE EMPAQUES, PRECIO, FLETES SEGÚN LAS POLÍTICAS IMPLEMENTADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

IDENTIFICAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LAS METAS DE VENTAS DE LA EMPRESA.

SELECCIONAR LOS CANALES TENIENDO EN CUENTA LA NATURALEZA DEL PRODUCTO Y EL SEGMENTO DEL MERCADO, LAS VARIABLES EVALUADAS EN CADA CANAL ANALIZANDO EL MERCADO, TAMAÑO, VOLUMEN, VENTA, COBERTURA Y CAPACIDAD FINANCIERA SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS EN LA REVISIÓN DEL INFORME DE ACUERDO CON LA MEZCLA DE PRODUCTOS Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR EL PROYECTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA INVESTIGACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SEGÚN LA FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

SELECCIONAR EL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN QUE GENERE RESULTADOS ESPERADOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL CONTEXTO SOCIAL, SEGÚN EL TIPO DE INVESTIGACIÓN Y LOS OBJETIVOS FORMULADOS EN EL PROYECTO

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: DISEÑAR PROTOTIPOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES Y CUMPLAN LA NORMATIVIDAD LEGAL

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IMPLEMENTAR LAS ACCIONES DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO DE ACUERDO CON LA RENTABILIDAD Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MANEJAR CONTACTOS COMERCIALES DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DIAGNOSTICAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, GARANTIZANDO LA UTILIZACIÓN DE FUENTES CONFIABLES Y FIDEDIGNAS DE LA INVESTIGACIÓN, SEGÚN POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO Y LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PRONÓSTICO, PARA IDENTIFICAR EL POTENCIAL DE MERCADO Y CAPACIDAD DE VENTAS DE LA EMPRESA SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS.

IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA SU DIMENSIÓN Y COBERTURA, EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE SEGMENTACIÓN.

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 202,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 1013,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
25/01/2021	29/01/2021	OTROS	10,00
26/01/2021	30/01/2021	OTROS	4,00
01/02/2021	11/02/2021	OTROS	40,00
10/02/2021	15/02/2021	OTROS	10,00
01/03/2021	31/03/2021	OTROS	34,00
01/03/2021	13/03/2021	DISEÑO CURRICULAR	88,00

01/04/2021	30/04/2021	OTROS	17,00
01/04/2021	15/04/2021	DISEÑO CURRICULAR	80,00
01/05/2021	08/05/2021	OTROS	4,00
01/05/2021	15/05/2021	OTROS	96,00
01/06/2021	15/06/2021	OTROS	16,00
01/06/2021	15/06/2021	DISEÑO CURRICULAR	80,00
01/07/2021	31/07/2021	DISEÑO CURRICULAR	58,00
01/08/2021	17/08/2021	OTROS	6,00
01/08/2021	13/08/2021	OTROS	42,00
01/08/2021	13/08/2021	DISEÑO CURRICULAR	84,00
01/10/2021	01/10/2021	OTROS	8,00
10/12/2021	13/12/2021	OTROS	30,00

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 707,00

INSTRUCTOR: MARCO MEDINA MOLINA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS