PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Santa Marta, Septiembre de 2022

Señor (a)
DEYBI ALONSO NIEBLES MORA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **479529-00014**
Coordinador académico
Centro de Logistica y Promoción Ecoturistica del Magdalena
Santa Marta

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual
Mes Septiembre del año 2022

Referencia: No **479529-00014** del año 2022

Luis Alfredo Montenegro Pérez, identificado con la cédula de ciudadanía No. 72.154.804 de Barranquilla, en mi calidad de Contratista del SENA, en Centro de Logistica y Promoción Ecoturistica del Magdalena, 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:Se fija como valor total para el contrato la suma de TREINTA Y OCHO MILLONES TREINTA Y OCHO MIL PESOS M/CTE ($ 38.038.000). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: Nueve (09) pagos iguales correspondientes a los meses de marzo a noviembre de 2022, por un valor de TRES MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA MIL PESOS M/CTE ($ 3.990.000) cada uno. b) Un (01) ultimo pago correspondiente al mes de diciembre 2022, por un valor de DOS MILLONES CIENTO VEINTIOCHO MIL PESOS M/CTE ($ 2.128.000)

Plazo: Será hasta el 16 de Diciembre de 2022.

OBJETO:
Prestar servicios personales de carácter temporal para impartir formación profesional programada por el Centro de Logistica y Promoción Ecoturistica Regional Magdalena en los programas de formación Titulada, Titulada Virtual, Complementaria y/o Complementaria Virtual, en el programa de Mercadeo y Ventas.

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Orientar la formación de aprendices en el área, en las competencias, los resultados de aprendizaje y las actividades de los proyectos de formación programados dentro de los	Impartir formación presencial en el programa .de **Técnicas de ventas** Ficha No. 2603269, **Básico de Mercadeo y**	ANEXO No 1.

	tiempos que,para cada acción, se determine por parte del centro de formación.	**Ventas y Servicio al Cliente** Fichas No. 2623064, 2641852 y **Atención y Servcio al Cliente** Ficha No. 2624659	
2	Planear y ejecutar el desarrollo curricular del programa(s) que se le asigenen durante la ejecución de su contrato (proyecto de formación,planeación pedagógica y los recursos didácticos que incluyen guía de aprendizaje, material de apoyo a la formación e instrumentos de evaluación.	Presentación de la guía de aprendizaje, planeación pedagógica e instrumento de evaluación	PANTALLAZO. ANEXO No. 2
3	Identificar los aprendizajes previos, estilos y ritmos de aprendizaje del aprendiz que ingresa al proceso formativo, de acuerdo con los lineamientos instutcionales.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
4	Participar en el proceso de inducción de los aprendices.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
5	Realizar seguimientos a los aprendices en etapa productiva en su sitio de trabajo y seguimiento a la bitácora virtual del aprendiz cuando le sean asignados.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
6	Llevar control de las inasistencias de los aprendices a la formación, registrar en el aplicativo institucional las inasistencias y reportar a la coordinación academica las novedades para la aplicación del reglamento del aprendiz.	Presentación de la planilla de asistencia de los aprendices y acta de la Ficha No. 2603269	PANTALLAZO ANEXO No 3
7	Asociar los aprendices a la ruta de aprendizaje en el aplicativo institucional una vez el aspirante este en estado matriculado y verificar con el reporte que todos aparezcan en formación.	Se asocia los aprendices a la Ruta de Aprendizaje Ficha No. 2603269	PANTALLAZO ANEXO No 4
8	Emitir los juicios de evaluación con base en la valoración de las evidencias de aprendizaje y registrarlas en los aplicativos institucionales (adminsitrativo y académico), máximo tres (3) días después de alcanzado el resultado de aprendizaje.	Presentación de los juicios evaluativos de la ficha No. 2603269	PANTALLAZO ANEXO No 5

9	Usar y gestionar las diferentes plataformas tecnológicas institucionales de apoyo académico y administrativo relacionado con su rol, actualizando y registrando de manera veraz y oportuna cada una de las acciones que integran el proceso formativo.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
10	Participar en la formulación de proyectos de investigación aplicada a la innovación pedagógica y desarrollo tecnológico, de interés institucional SENNOVA.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
11	Participar en los equipos, grupos, comités, proyectos y demás instancias institucionales que lo requieran.	Asistencia a la reunión de seguimiento formación complementaria el dia 13 de septiembre.	PANTALLAZO ANEXO No. 6
12	Desplazarse a otras ciudades o municipios diferentes al domicilio contractual para el cumplimiento del contrato, en caso que se requiera	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
13	Presentar el reporte de eventos en SOFIA PLUS(Programación con visto bueno del coordinador académico o misional) en los días establecidos por el centro, al supervisor correspondiente y los demás soportes requeridos para la legalización del pago.	Presentación de los eventos del mes de septiembre 2022	PANTALLAZO ANEXO No. 7
14	Llevar y mantener actualizado el portafolio de evidencias del instructor según lo indica la guía para desarrollar procesos formativos.	Presentación del Portafolio del Instructor del mes de Septiembre 2022	ANEXO No. 8 PANTALLAZO
15	Responder por la custodia y buen uso de los equipos,bienes e inventario asiganado a su cargo o puesto bajo su cuidado, que el centro o lugar donde se desarrolla la formación le facilte para el desarrollo de su objeto contractual y hacer entrega formal de acuerdo con los lineamientos institucionales.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
16	Apoyar los procesos de Aseguramiento de la calidad cuandola entidad lo requiera.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
17	Apoyar la planeación y el alistamiento de los materiales de formación, propios de su área y apoyar los procesos de evaluación y/o parte	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro

	técnica de la supervisión de la adquisición de bienes y/o servicios cuando la entidad lo requiera de acuerdo con la Ley 1474 de 2011 y requerimiento de la institución.		
18	Adoptar en la formación las diferentes estrategias pedagógicas quela entidad dispone como son: Worldskiñns,Senasoft,Bootcamp, cocina gourmet, entre otras.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
19	Participar en procesos de promoción y divulgación de la,oferta educativa, servicios y actividades de divulgación tecnológica programada por el centro.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
20	Participar en las labores de montaje y puesta en marcha de equipos y maquinaria utilizados en la formación profesional integral, cuando esta sea requerida.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
21	Rendir oportunamente losinformes requeridos sobre las acciones encomendadas y los productos resultantes de procesos de formación profesional.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
22	Solicitar oportunamente los elementos necesarios para desarrollar eficazmente su labor técnico-pedagogica.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
23	Incorpar las tendencias tecnológicas pedagógicas y de gestión a las estructuras curriculares por competencias laborales de las diferentes acciones de formación profesional.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
24	Asegurar la organización, mantenimiento y adecuada utilización de los recursos que hay en su ambiente laboral.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
25	Presentar agendas e informes de legalización correspondiente alas ordenes de desplazamiento, cuando a esto se diera lugar, en un plazo máximo de 5 dias, posteriores a la finalización de la comisión.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro
26	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato.	Presentación de los soportes para la legalización de honorarios; Formato para pago de contrato por concepto de	Formato informe mensual de ejecución contractual.

		honorarios y/o prestación de serviciospersonales, pago de seguridad social del mes de agosto 2022, según planilla No.9438896761 de aportes en línea.	
27	Aplicar al proceso y aportar la certificación de la Norma de Competencia Laboral para la función de instructor, con plazo máximo a 30 de junio de 2022.	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro	Esta obligación no se ejecuto enn el periodo objeto de cobro

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. 9438896761) de la planilla de aportes en línea Agosto 2022. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “*Decreto Ley Antitrámites”*)

Declaración bajo la gravedad de juramento.

Me permito declarar **bajo la gravedad de juramento** que durante el periodo objeto de cobro SI____NO_x_ he suscrito otro u otros contratos con entidade(s) del Estado el (los) cual(es) se encuentra(n) en ejecución; la anterior declaración de acuerdo con lo establecido en el numeral 5º de la Directiva Presidencial No. 001 de 2022, a fin de identificar potenciales conflictos de interés y hacer la gestión del riesgos para la toma de decisiones dentro del principio de la debida diligencia frente a la ejecución de los contratos de prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión.

Nota: En el evento de señalar **SI,** el análisis efectuado por el supervisor y ordenador de pago deberá quedar documentado y publicado en el SECOP II en los documentos relacionados en el archivo Gestión Contractual GC_ del periodo objeto de cobro.

Evidencias en (22) folios

Cordialmente,

Firma
Luis Alfredo Montenegro Pérez
Contratista
C.C. No. 72.154.804 de Barranquilla

Recibí a satisfacción:

Firma
Deybi Alonso Niebles Mora
Supervisor(a) Contrato 479529-00014 de 2022
Coordinador Académico

ANEXO No.1 FORMACION TECNICAS DE VENTAS FICHA No. 2603269



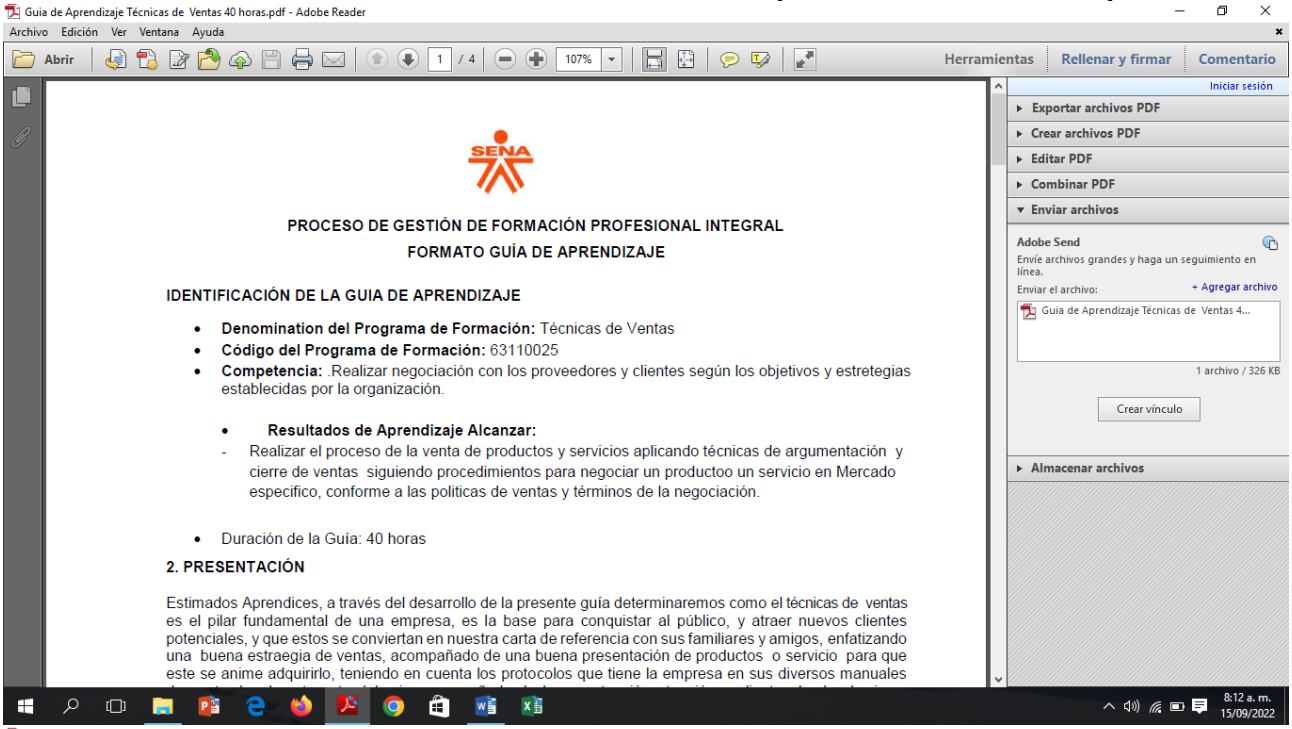




BASICO MERCADEO Y SERVICIO AL CLIENTE FICHA No. 2623064



ANEXO No. 2 PANTALLAZO DE LA GUIA DE APRENDIZAJE, PLANEACION PEDAGOGICA E INSTRUMENTOS DE EVALUACION FICHA No. 2603269 (TECNICAS DE VENTAS)



Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir 1 / 4 107% Herramientas Rellenar y firmar Comentario

Iniciar sesión

Exportar archivos PDF
Crear archivos PDF
Editar PDF
Combinar PDF
Enviar archivos

Adobe Send
Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.
Enviar el archivo: + Agregar archivo
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...
1 archivo / 326 KB
Crear vínculo

Almacenar archivos

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denomination del Programa de Formación:** Técnicas de Ventas
- **Código del Programa de Formación:** 63110025
- **Competencia:** .Realizar negociación con los proveedores y clientes según los objetivos y estretegias establecidas por la organización.

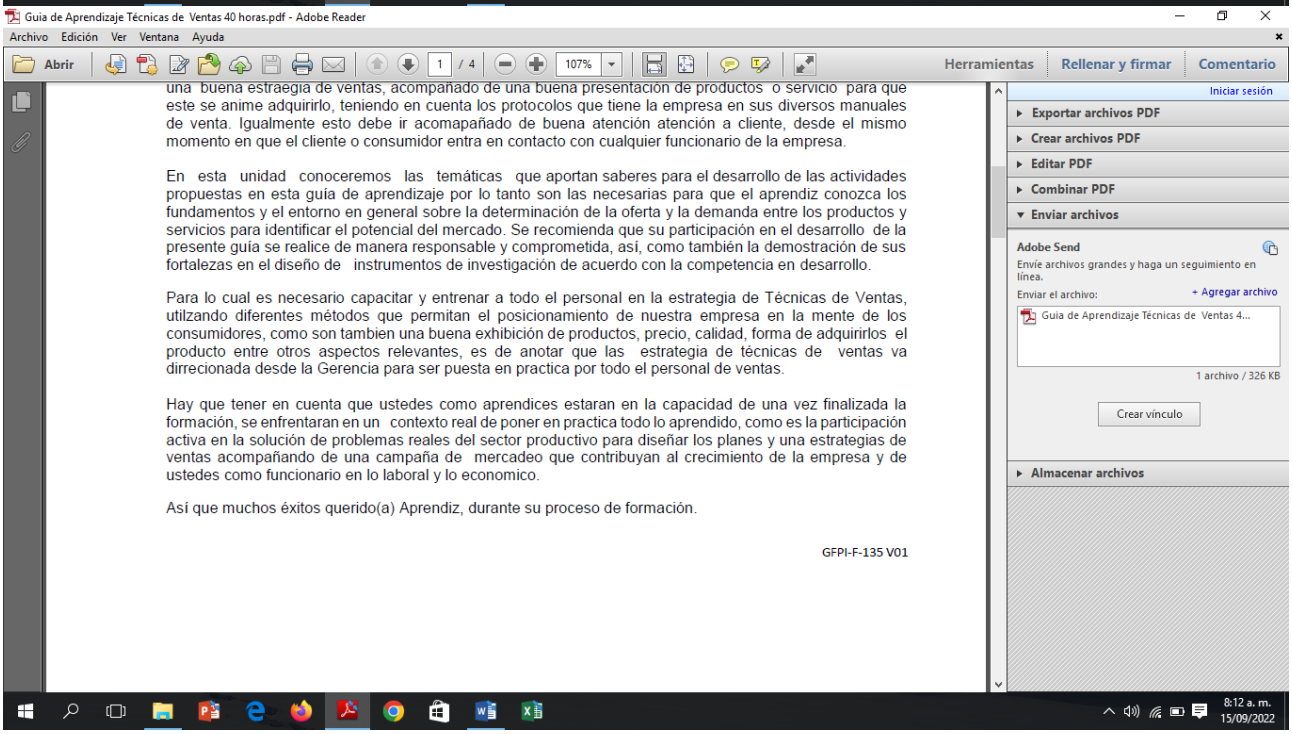
  - **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  - Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un productoo un servicio en Mercado especifico, conforme a las politicas de ventas y términos de la negociación.

- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimados Aprendices, a través del desarrollo de la presente guía determinaremos como el técnicas de ventas es el pilar fundamental de una empresa, es la base para conquistar al público, y atraer nuevos clientes potenciales, y que estos se conviertan en nuestra carta de referencia con sus familiares y amigos, enfatizando una buena estraegia de ventas, acompañado de una buena presentación de productos o servicio para que este se anime adquirirlo, teniendo en cuenta los protocolos que tiene la empresa en sus diversos manuales

8:12 a. m. 15/09/2022



Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir 1 / 4 107% Herramientas Rellenar y firmar Comentario

Iniciar sesión

Exportar archivos PDF
Crear archivos PDF
Editar PDF
Combinar PDF
Enviar archivos

Adobe Send
Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.
Enviar el archivo: + Agregar archivo
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...
1 archivo / 326 KB
Crear vínculo

Almacenar archivos

una buena estraegia de ventas, acompañado de una buena presentación de productos o servicio para que este se anime adquirirlo, teniendo en cuenta los protocolos que tiene la empresa en sus diversos manuales de venta. Igualmente esto debe ir acomapañado de buena atención atención a cliente, desde el mismo momento en que el cliente o consumidor entra en contacto con cualquier funcionario de la empresa.

En esta unidad conoceremos las temáticas que aportan saberes para el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje por lo tanto son las necesarias para que el aprendiz conozca los fundamentos y el entorno en general sobre la determinación de la oferta y la demanda entre los productos y servicios para identificar el potencial del mercado. Se recomienda que su participación en el desarrollo de la presente guía se realice de manera responsable y comprometida, así, como también la demostración de sus fortalezas en el diseño de instrumentos de investigación de acuerdo con la competencia en desarrollo.

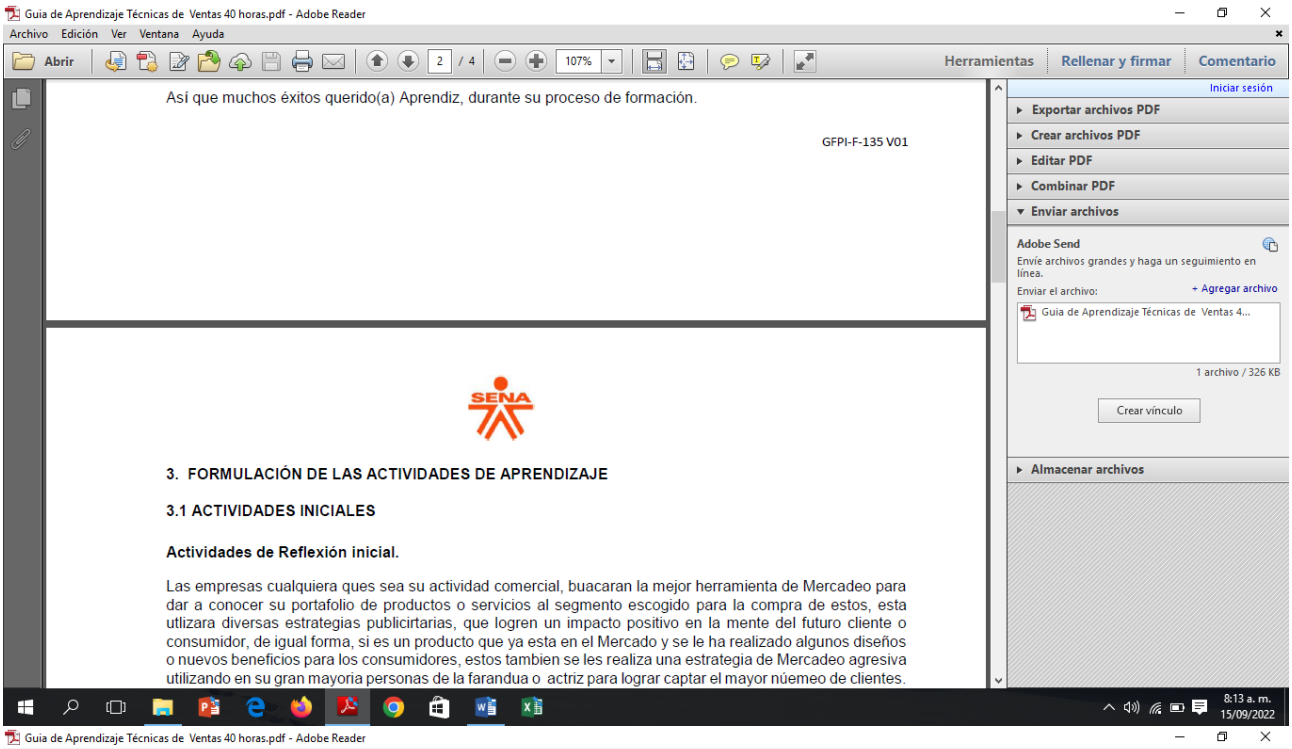
Para lo cual es necesario capacitar y entrenar a todo el personal en la estrategia de Técnicas de Ventas, utilzando diferentes métodos que permitan el posicionamiento de nuestra empresa en la mente de los consumidores, como son tambien una buena exhibición de productos, precio, calidad, forma de adquirirlos el producto entre otros aspectos relevantes, es de anotar que las estrategia de técnicas de ventas va dirrecionada desde la Gerencia para ser puesta en practica por todo el personal de ventas.

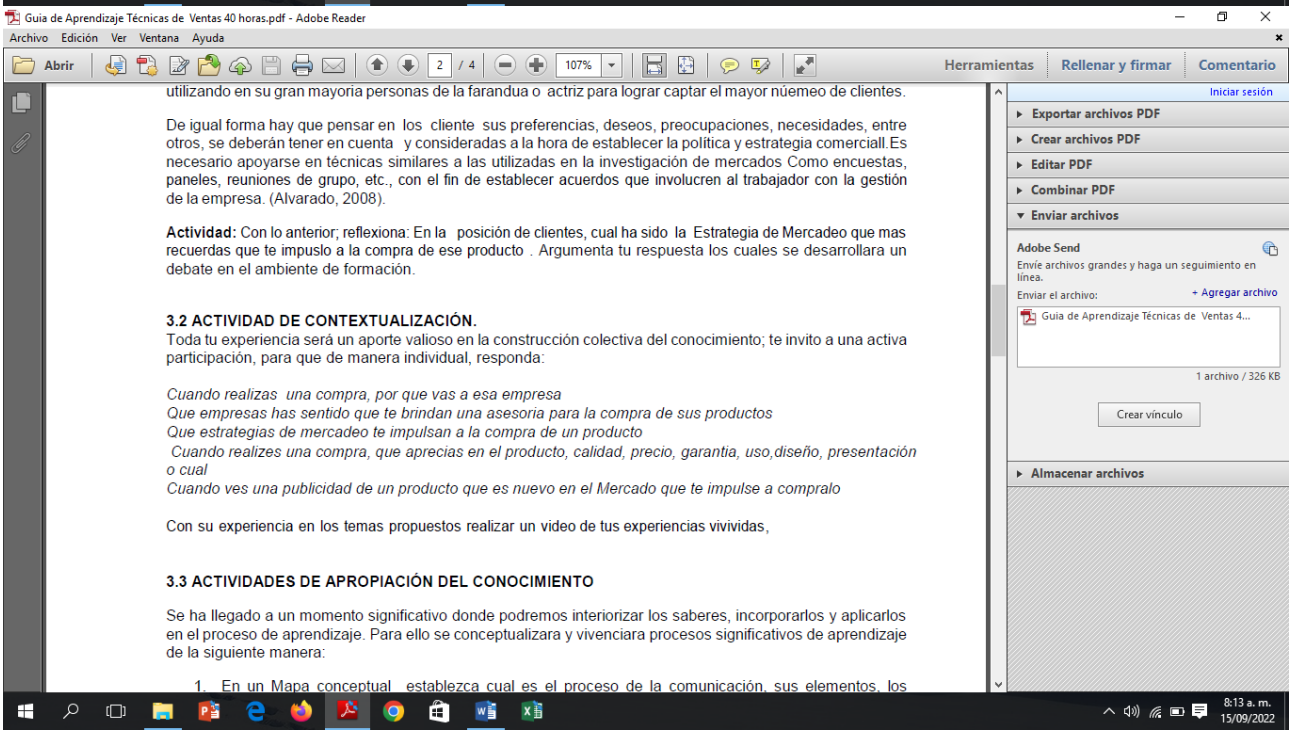
Hay que tener en cuenta que ustedes como aprendices estaran en la capacidad de una vez finalizada la formación, se enfrentaran en un contexto real de poner en practica todo lo aprendido, como es la participación activa en la solución de problemas reales del sector productivo para diseñar los planes y una estrategias de ventas acompañando de una campaña de mercadeo que contribuyan al crecimiento de la empresa y de ustedes como funcionario en lo laboral y lo economico.

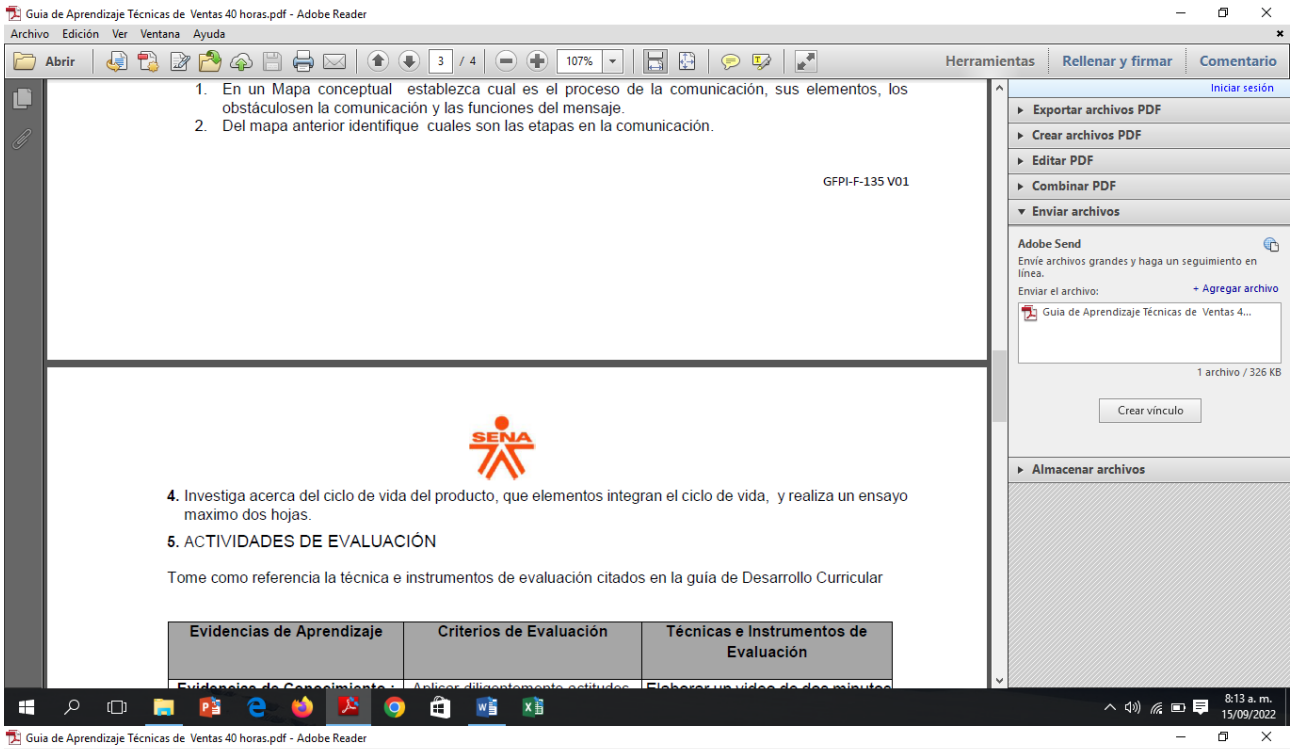
Así que muchos éxitos querido(a) Aprendiz, durante su proceso de formación.

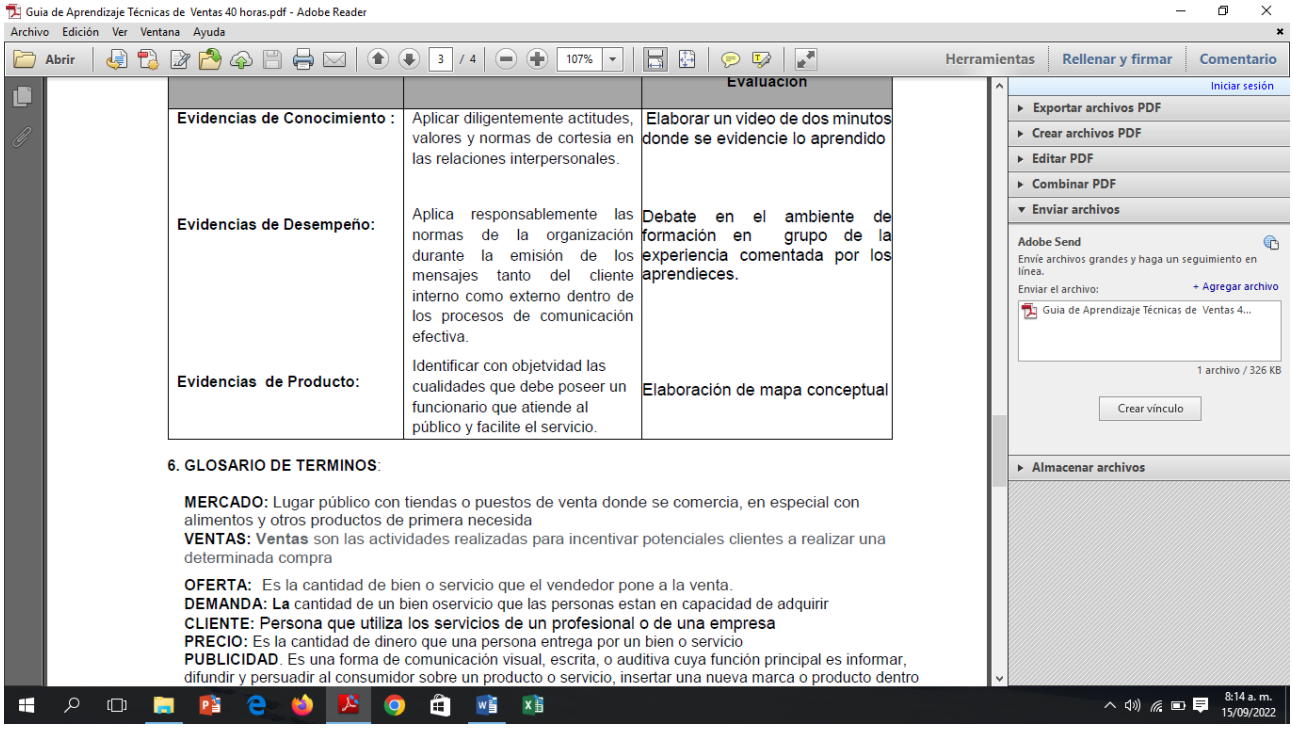
GFPI-F-135 V01

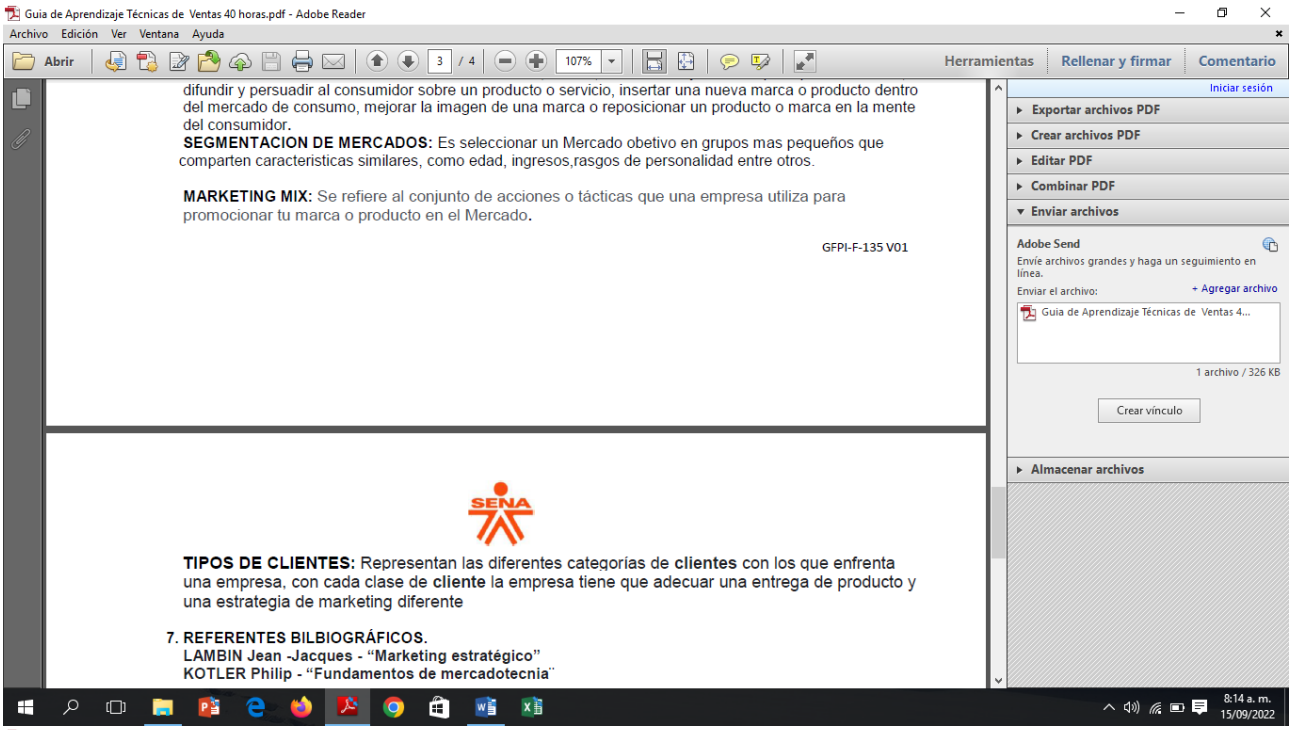
8:12 a. m. 15/09/2022

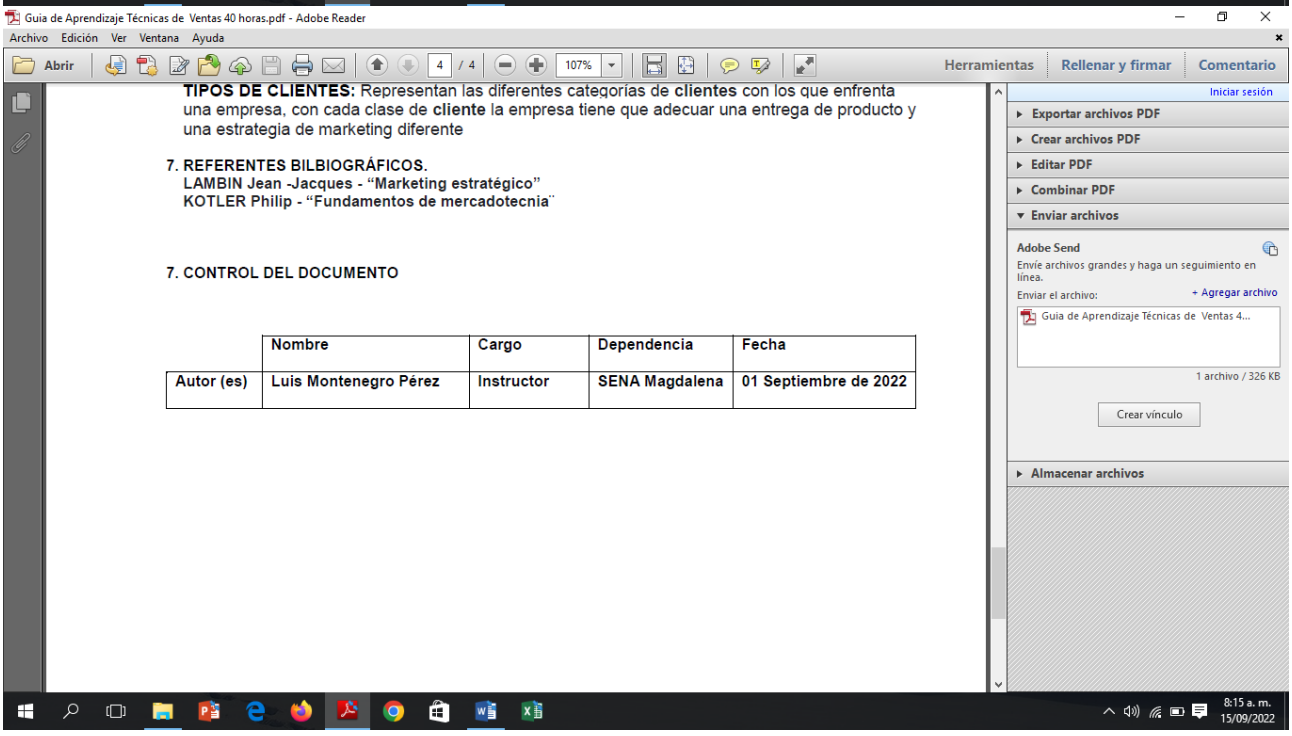

Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
Así que muchos éxitos querido(a) Aprendiz, durante su proceso de formación.
GFPI-F-135 V01
3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
3.1 ACTIVIDADES INICIALES
Actividades de Reflexión inicial.
Las empresas cualquiera ques sea su actividad comercial, buacaran la mejor herramienta de Mercadeo para dar a conocer su portafolio de productos o servicios al segmento escogido para la compra de estos, esta utlizara diversas estrategias publicirtarias, que logren un impacto positivo en la mente del futuro cliente o consumidor, de igual forma, si es un producto que ya esta en el Mercado y se le ha realizado algunos diseños o nuevos beneficios para los consumidores, estos tambien se les realiza una estrategia de Mercadeo agresiva utilizando en su gran mayoria personas de la farandua o actriz para lograr captar el mayor núemeo de clientes.

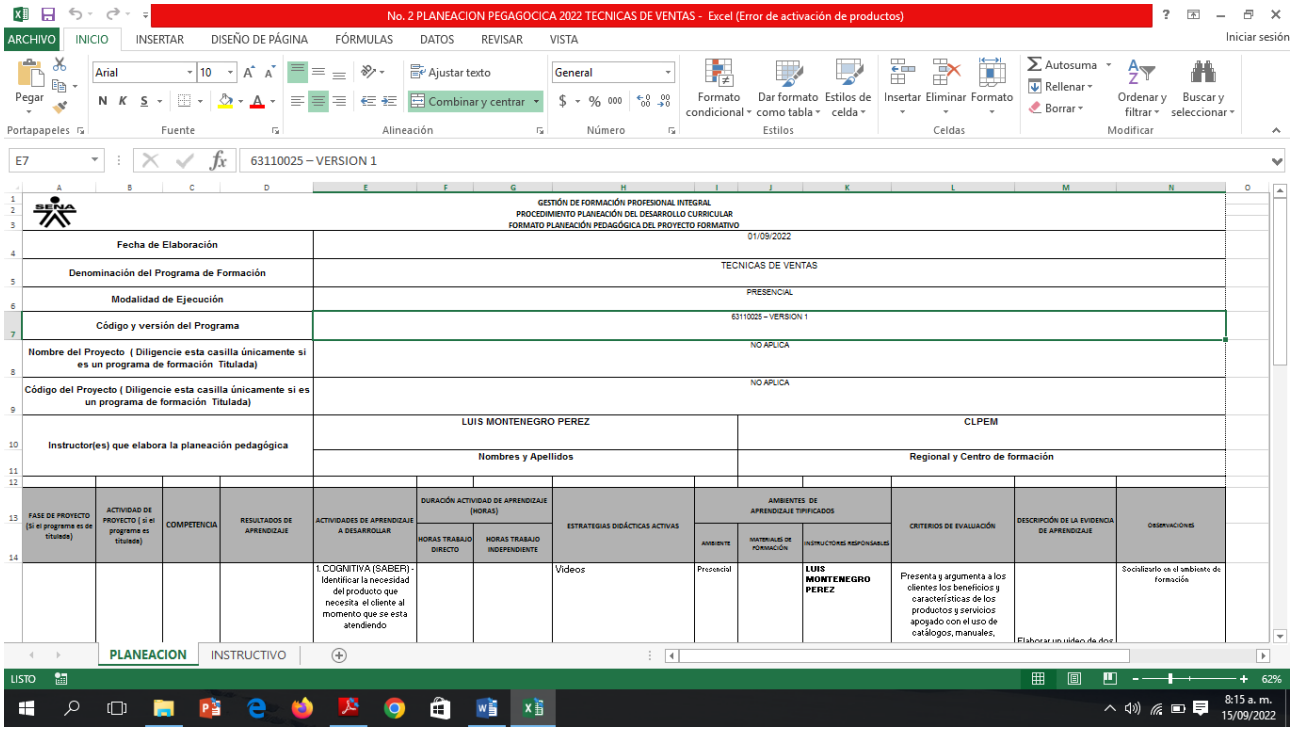

Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
utilizando en su gran mayoria personas de la farandua o actriz para lograr captar el mayor núemeo de clientes.
De igual forma hay que pensar en los cliente sus preferencias, deseos, preocupaciones, necesidades, entre otros, se deberán tener en cuenta y consideradas a la hora de establecer la política y estrategia comerciall.Es necesario apoyarse en técnicas similares a las utilizadas en la investigación de mercados Como encuestas, paneles, reuniones de grupo, etc., con el fin de establecer acuerdos que involucren al trabajador con la gestión de la empresa. (Alvarado, 2008).
Actividad: Con lo anterior; reflexiona: En la posición de clientes, cual ha sido la Estrategia de Mercadeo que mas recuerdas que te impuslo a la compra de ese producto . Argumenta tu respuesta los cuales se desarrollara un debate en el ambiente de formación.
3.2 ACTIVIDAD DE CONTEXTUALIZACIÓN.
Toda tu experiencia será un aporte valioso en la construcción colectiva del conocimiento; te invito a una activa participación, para que de manera individual, responda:
Cuando realizas una compra, por que vas a esa empresa
Que empresas has sentido que te brindan una asesoria para la compra de sus productos
Que estrategias de mercadeo te impulsan a la compra de un producto
Cuando realizes una compra, que aprecias en el producto, calidad, precio, garantia, uso,diseño, presentación o cual
Cuando ves una publicidad de un producto que es nuevo en el Mercado que te impulse a compralo
Con su experiencia en los temas propuestos realizar un video de tus experiencias vividas,
3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO
Se ha llegado a un momento significativo donde podremos interiorizar los saberes, incorporarlos y aplicarlos en el proceso de aprendizaje. Para ello se conceptualizara y vivenciara procesos significativos de aprendizaje de la siguiente manera:
1. En un Mapa conceptual establezca cual es el proceso de la comunicación, sus elementos, los

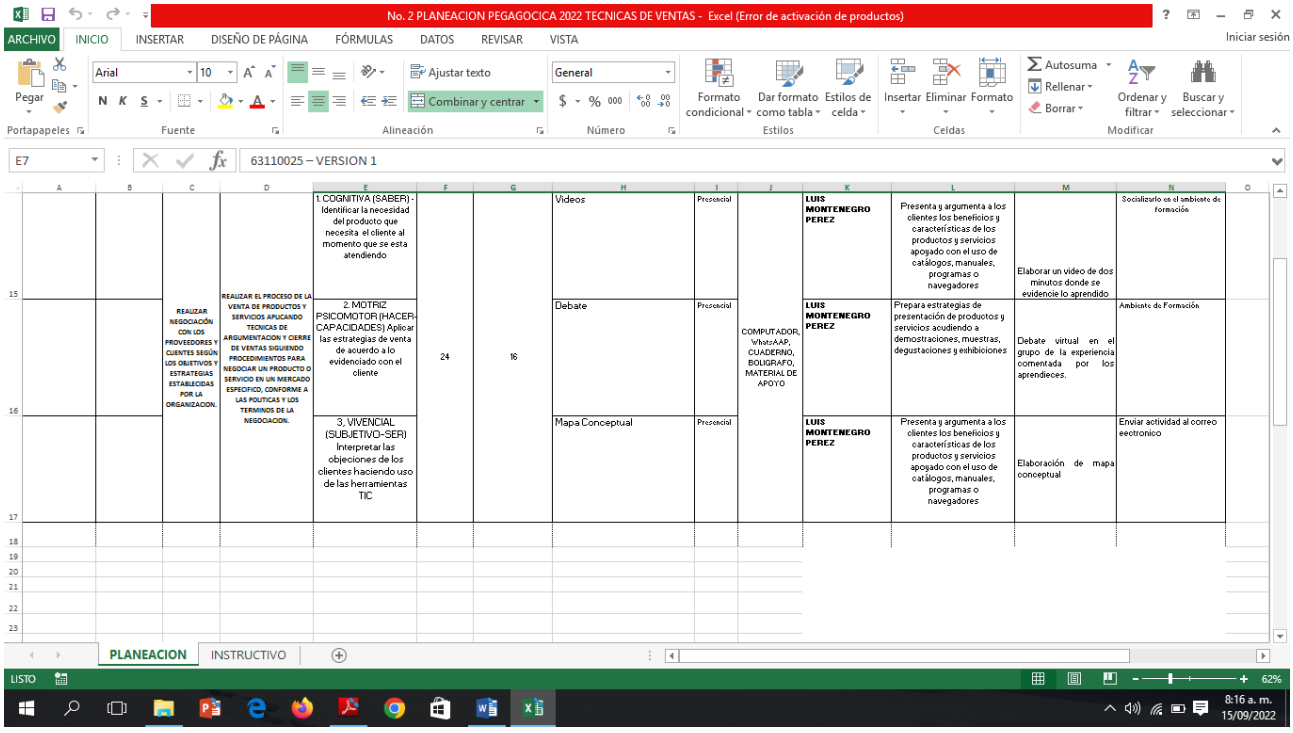

Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
Abrir
3 / 4
107%
Herramientas
Rellenar y firmar
Comentario
Iniciar sesión
Exportar archivos PDF
Crear archivos PDF
Editar PDF
Combinar PDF
Enviar archivos
Adobe Send
Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.
Enviar el archivo:
+ Agregar archivo
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...
1 archivo / 326 KB
Crear vínculo
Almacenar archivos
1. En un Mapa conceptual establezca cual es el proceso de la comunicación, sus elementos, los obstáculosen la comunicación y las funciones del mensaje.
2. Del mapa anterior identifique cuales son las etapas en la comunicación.
GFPI-F-135 V01
4. Investiga acerca del ciclo de vida del producto, que elementos integran el ciclo de vida, y realiza un ensayo maximo dos hojas.
5. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN
Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular
Evidencias de Aprendizaje
Criterios de Evaluación
Técnicas e Instrumentos de Evaluación
8:13 a. m.
15/09/2022

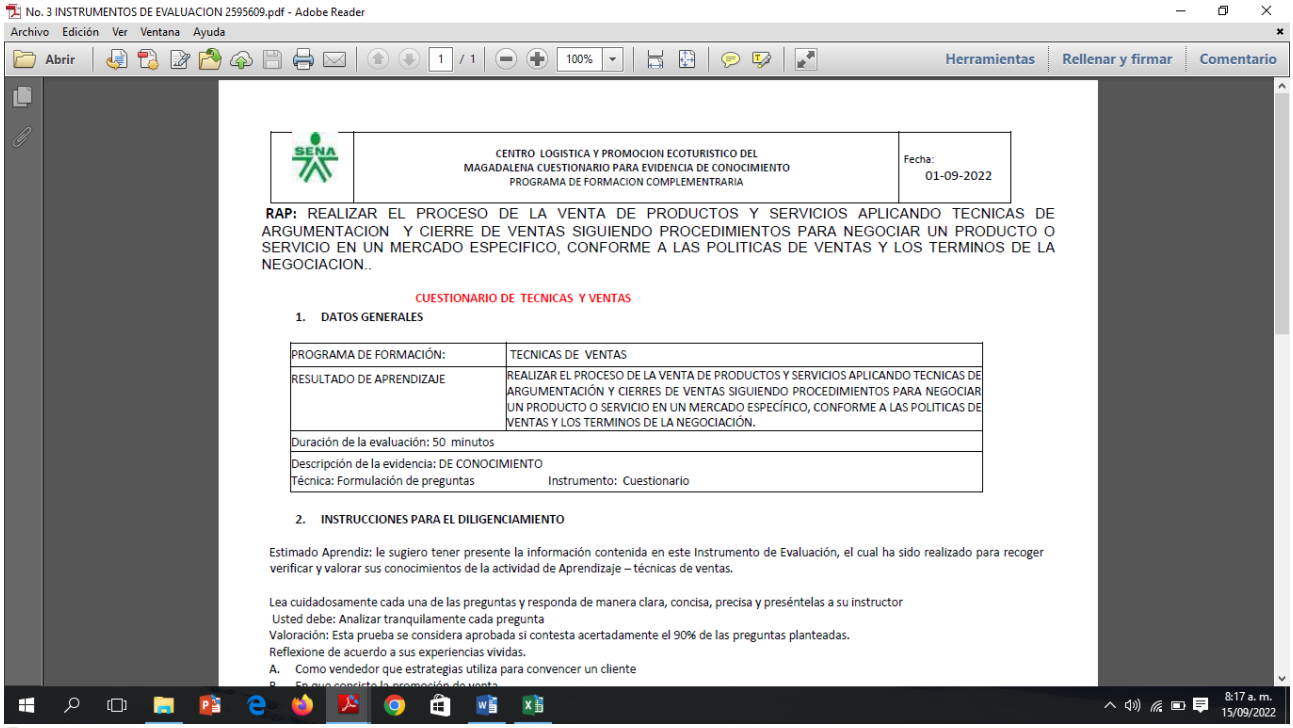

Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
Abrir
3 / 4
107%
Herramientas
Rellenar y firmar
Comentario
Iniciar sesión
Exportar archivos PDF
Crear archivos PDF
Editar PDF
Combinar PDF
Enviar archivos
Adobe Send
Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.
Enviar el archivo:
+ Agregar archivo
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...
1 archivo / 326 KB
Crear vínculo
Almacenar archivos
Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Aplicar diligentemente actitudes, valores y normas de cortesia en las relaciones interpersonales. Elaborar un video de dos minutos donde se evidencie lo aprendido
Evidencias de Desempeño: Aplica responsablemente las normas de la organización durante la emisión de los mensajes tanto del cliente interno como externo dentro de los procesos de comunicación efectiva. Debate en el ambiente de formación en grupo de la experiencia comentada por los aprendieces.
Evidencias de Producto: Identificar con objetvidad las cualidades que debe poseer un funcionario que atiende al público y facilite el servicio. Elaboración de mapa conceptual
6. GLOSARIO DE TERMINOS:
MERCADO: Lugar público con tiendas o puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesida
VENTAS: Ventas son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra
OFERTA: Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.
DEMANDA: La cantidad de un bien oservicio que las personas estan en capacidad de adquirir
CLIENTE: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa
PRECIO: Es la cantidad de dinero que una persona entrega por un bien o servicio
PUBLICIDAD. Es una forma de comunicación visual, escrita, o auditiva cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro
8:14 a. m.
15/09/2022


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
Abrir
3 / 4
107%
Herramientas
Rellenar y firmar
Comentario
Iniciar sesión
Exportar archivos PDF
Crear archivos PDF
Editar PDF
Combinar PDF
Enviar archivos
Adobe Send
Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.
Enviar el archivo:
+ Agregar archivo
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...
1 archivo / 326 KB
Crear vínculo
Almacenar archivos
difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente del consumidor.
SEGMENTACION DE MERCADOS: Es seleccionar un Mercado obetivo en grupos mas pequeños que comparten caracteristicas similares, como edad, ingresos,rasgos de personalidad entre otros.
MARKETING MIX: Se refiere al conjunto de acciones o tácticas que una empresa utiliza para promocionar tu marca o producto en el Mercado.
GFPI-F-135 V01
TIPOS DE CLIENTES: Representan las diferentes categorías de clientes con los que enfrenta una empresa, con cada clase de cliente la empresa tiene que adecuar una entrega de producto y una estrategia de marketing diferente
7. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS.
LAMBIN Jean -Jacques - "Marketing estratégico"
KOTLER Philip - "Fundamentos de mercadotecnia"
8:14 a. m.
15/09/2022


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
Abrir
4 / 4
107%
Herramientas
Rellenar y firmar
Comentario
Iniciar sesión
Exportar archivos PDF
Crear archivos PDF
Editar PDF
Combinar PDF
Enviar archivos
Adobe Send
Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.
Enviar el archivo:
+ Agregar archivo
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...
1 archivo / 326 KB
Crear vínculo
Almacenar archivos
TIPOS DE CLIENTES: Representan las diferentes categorías de clientes con los que enfrenta una empresa, con cada clase de cliente la empresa tiene que adecuar una entrega de producto y una estrategia de marketing diferente
7. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS.
LAMBIN Jean -Jacques - "Marketing estratégico"
KOTLER Philip - "Fundamentos de mercadotecnia"
7. CONTROL DEL DOCUMENTO
Nombre
Cargo
Dependencia
Fecha
Autor (es)
Luis Montenegro Pérez
Instructor
SENA Magdalena
01 Septiembre de 2022
8:15 a. m.
15/09/2022


No. 2 PLANEACION PEGAGOCICA 2022 TECNICAS DE VENTAS - Excel (Error de activación de productos)
E7
63110025 – VERSION 1
GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR
FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO
Fecha de Elaboración
01/09/2022
Denominación del Programa de Formación
TECNICAS DE VENTAS
Modalidad de Ejecución
PRESENCIAL
Código y versión del Programa
63110025 – VERSION 1
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)
NO APLICA
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)
NO APLICA
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica
LUIS MONTENEGRO PEREZ
Nombres y Apellidos
CLPEM
Regional y Centro de formación
FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)
ACTIVIDAD DE PROYECTO (Si el programa es titulada)
COMPETENCIA
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR
DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)
HORAS TRABAJO DIRECTO
HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
AMBIENTE
MATERIALES DE FORMACIÓN
INSTRUCTORES RESPONSABLES
CRITERIOS DE EVALUACIÓN
DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE
OBSERVACIONES
1.COGNITIVA (SABER) - Identificar la necesidad del producto que necesita el cliente al momento que se esta atendiendo
Videos
Presencial
LUIS MONTENEGRO PEREZ
Presenta y argumenta a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios apoyado con el uso de catálogos, manuales,
Socializarlo en el ambiente de formación
PLANEACION
INSTRUCTIVO
LISTO
62%
8:15 a. m.
15/09/2022


No. 2 PLANEACION PEGAGOCICA 2022 TECNICAS DE VENTAS - Excel (Error de activación de productos)
E7
63110025 – VERSION 1
1.COGNITIVA (SABER) - Identificar la necesidad del producto que necesita el cliente al momento que se esta atendiendo
Videos
Presencial
LUIS MONTENEGRO PEREZ
Presenta y argumenta a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios apoyado con el uso de catálogos, manuales, programas o navegadores
Elaborar un video de dos minutos donde se evidencie lo aprendido
Socializarlo en el ambiente de formación
REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACION.
REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TECNICAS DE ARGUMENTACION Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECIFICO, CONFORME A LAS POLITICAS Y LOS TERMINOS DE LA NEGOCIACION.
2. MOTRIZ PSICOMOTOR (HACER-CAPACIDADES) Aplicar las estrategias de venta de acuerdo a lo evidenciado con el cliente
Debate
Presencial
LUIS MONTENEGRO PEREZ
Prepara estrategias de presentación de productos y servicios acudiendo a demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones
Debate virtual en el grupo de la experiencia comentada por los aprendieces.
Ambiente de Formación
24
16
COMPUTADOR, WhatsAAP, CUADERNO, BOLIGRAFO, MATERIAL DE APOYO
3. VIVENCIAL (SUBJETIVO-SER) Interpretar las objeciones de los clientes haciendo uso de las herramientas TIC
Mapa Conceptual
Presencial
LUIS MONTENEGRO PEREZ
Presenta y argumenta a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios apoyado con el uso de catálogos, manuales, programas o navegadores
Elaboración de mapa conceptual
Enviar actividad al correo eectronico
PLANEACION
INSTRUCTIVO
LISTO
62%
8:16 a. m.
15/09/2022



No. 3 INSTRUMENTOS DE EVALUACION 2595609.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir | 1 / 1 | 100% | Herramientas | Rellenar y firmar | Comentario

SENA	CENTRO LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICO DEL MAGADALENA CUESTIONARIO PARA EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO PROGRAMA DE FORMACION COMPLEMENTRARIA	Fecha: 01-09-2022

RAP: REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TECNICAS DE ARGUMENTACION Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECIFICO, CONFORME A LAS POLITICAS DE VENTAS Y LOS TERMINOS DE LA NEGOCIACION..

CUESTIONARIO DE TECNICAS Y VENTAS

1. DATOS GENERALES

PROGRAMA DE FORMACIÓN:	TECNICAS DE VENTAS
RESULTADO DE APRENDIZAJE	REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TECNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRES DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLITICAS DE VENTAS Y LOS TERMINOS DE LA NEGOCIACIÓN.
Duración de la evaluación: 50 minutos	
Descripción de la evidencia: DE CONOCIMIENTO Técnica: Formulación de preguntas Instrumento: Cuestionario	

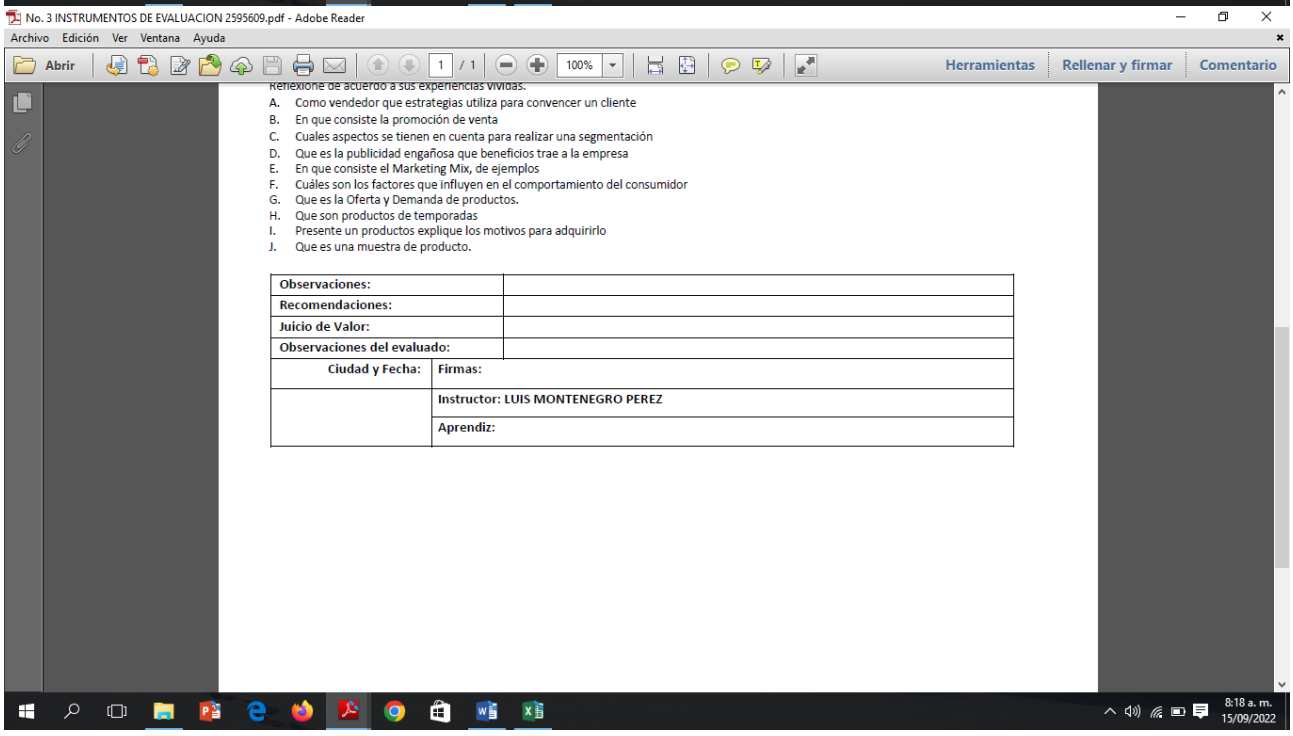
2. INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO

Estimado Aprendiz: le sugiero tener presente la información contenida en este Instrumento de Evaluación, el cual ha sido realizado para recoger verificar y valorar sus conocimientos de la actividad de Aprendizaje – técnicas de ventas.

Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y responda de manera clara, concisa, precisa y preséntelas a su instructor
Usted debe: Analizar tranquilamente cada pregunta
Valoración: Esta prueba se considera aprobada si contesta acertadamente el 90% de las preguntas planteadas.
Reflexione de acuerdo a sus experiencias vividas.

A. Como vendedor que estrategias utiliza para convencer un cliente
B. En que consiste la promoción de venta

8:17 a. m. 15/09/2022



No. 3 INSTRUMENTOS DE EVALUACION 2595609.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir | 1 / 1 | 100% | Herramientas | Rellenar y firmar | Comentario

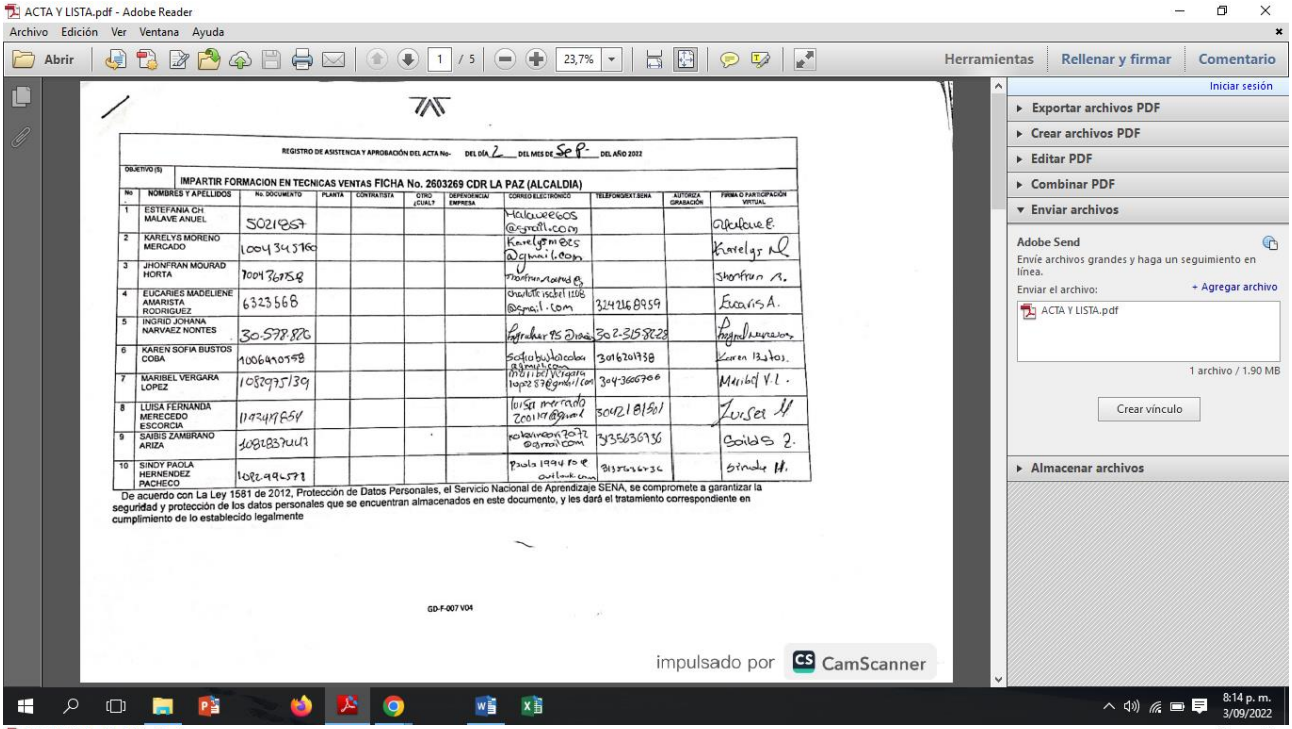
Reflexione de acuerdo a sus experiencias vividas.

A. Como vendedor que estrategias utiliza para convencer un cliente
B. En que consiste la promoción de venta
C. Cuales aspectos se tienen en cuenta para realizar una segmentación
D. Que es la publicidad engañosa que beneficios trae a la empresa
E. En que consiste el Marketing Mix, de ejemplos
F. Cuáles son los factores que influyen en el comportamiento del consumidor
G. Que es la Oferta y Demanda de productos.
H. Que son productos de temporadas
I. Presente un productos explique los motivos para adquirirlo
J. Que es una muestra de producto.

Observaciones:	
Recomendaciones:	
Juicio de Valor:	
Observaciones del evaluado:	
Ciudad y Fecha:	**Firmas:**
	Instructor: LUIS MONTENEGRO PEREZ
	Aprendiz:

8:18 a. m. 15/09/2022

ANEXO No. 3 PANTALLAZO PLANILLA DE ASISTENCIA DE LA FORMACION Y ACTA DE LA TECNICAS DE VENTAS FICHA No. 2603269



ACTA Y LISTA.pdf - Adobe Reader

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DEL DÍA 2 DEL MES DE Sep DEL AÑO 2022

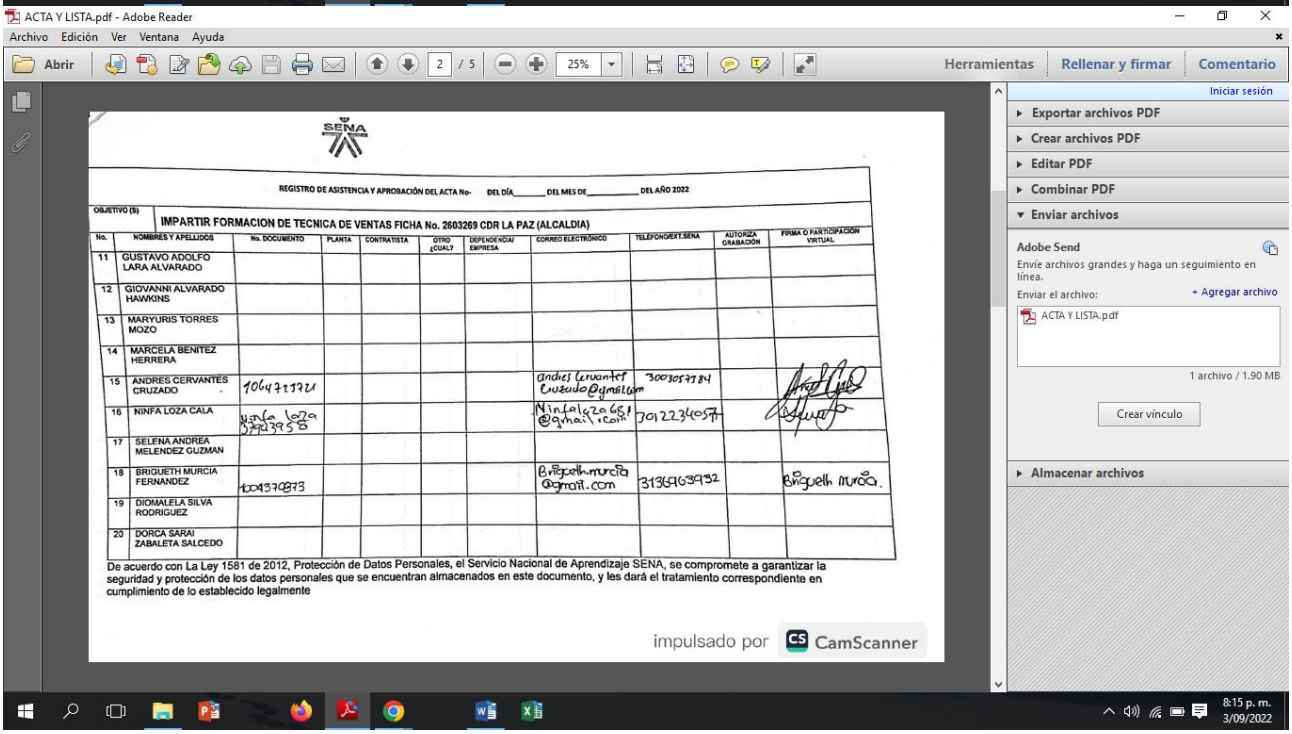
OBJETIVO (S): IMPARTIR FORMACION EN TECNICAS VENTAS FICHA No. 2603269 CDR LA PAZ (ALCALDIA)

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO/EXT.SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
1	ESTEFANIA CH. MALAVE ANUEL	5021857					Malaveegos @gmail.com			
2	KARELYS MORENO MERCADO	1004345760					Karelysmoreno @gmail.com			
3	JHONFRAN MOURAD HORTA	7004761858					Jhonfran.mourad @gmail.com			
4	EUCARIES MADELIENE AMARISTA RODRIGUEZ	6323568					charlitte.iscbel1108 @gmail.com	3142168959		
5	INGRID JOHANA NARVAEZ NONTES	30.578.870					Ingridnarvaez95@hotmail.com	302-3158028		
6	KAREN SOFIA BUSTOS COBA	1006490758					Sofiabustoscoba @gmail.com	3016201938		
7	MARIBEL VERGARA LOPEZ	1082975139					Maribel.vergara 1992 87@gmail.com	3043666706		
8	LUISA FERNANDA MERECEDO ESCORCIA	1142477854					luisa mercedo 2001178@gmail	3042181561		
9	SAIRIS ZAMBRANO ARIZA	1082837047					zairisson2072 @gmail.com	3135636736		
10	SINDY PAOLA HERNENDEZ PACHECO	1082.996573					Paola 1994 10 @ outlook.com	3135636736		

De acuerdo con La Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se compromete a garantizar la seguridad y protección de los datos personales que se encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente

GD-F-007 V04

impulsado por CamScanner



ACTA Y LISTA.pdf - Adobe Reader

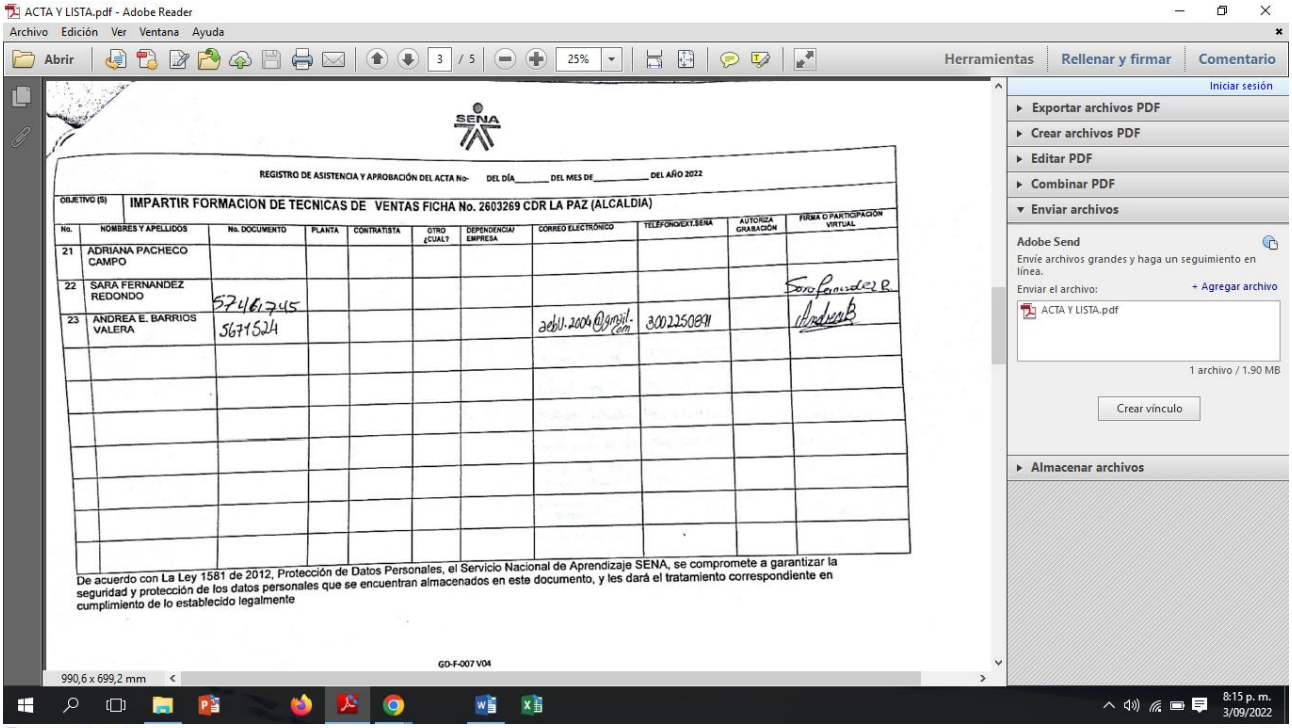
REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DEL DÍA_____ DEL MES DE_____ DEL AÑO 2022

OBJETIVO (S): IMPARTIR FORMACION DE TECNICA DE VENTAS FICHA No. 2603269 CDR LA PAZ (ALCALDIA)

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO/EXT.SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
11	GUSTAVO ADOLFO LARA ALVARADO									
12	GIOVANNI ALVARADO HAWKINS									
13	MARYURIS TORRES MOZO									
14	MARCELA BENITEZ HERRERA									
15	ANDRES CERVANTES CRUZADO	1064721721					andres.cervantes cruzado@gmail.com	3003057784		
16	NINFA LOZA CALA	Ninfa loza 52493958					Ninfaloza2065 @gmail.com	3012234057		
17	SELENA ANDREA MELENDEZ GUZMAN									
18	BRIGUETH MURCIA FERNANDEZ	1001370873					Brigueth.murcia @gmail.com	3135163932		
19	DIOMALELA SILVA RODRIGUEZ									
20	DORCA SARAI ZABALETA SALCEDO									

De acuerdo con La Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se compromete a garantizar la seguridad y protección de los datos personales que se encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente

impulsado por CamScanner



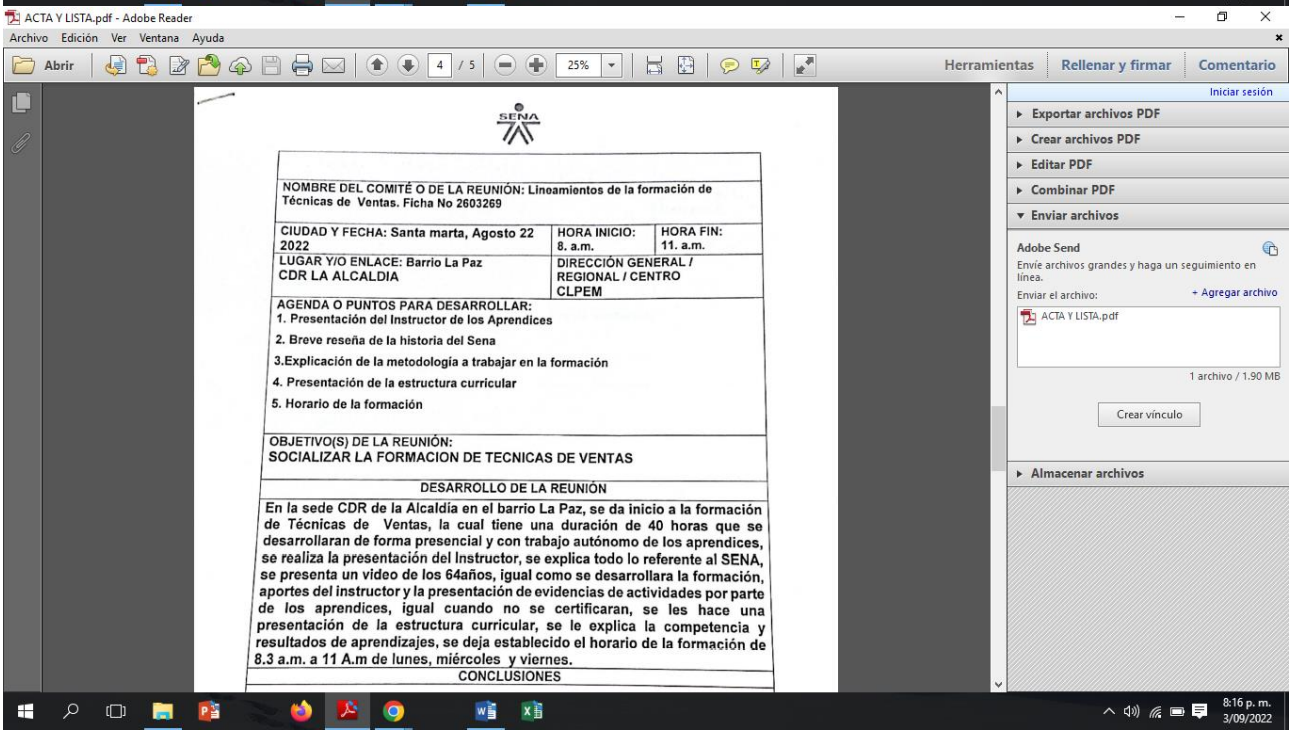
REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No- DEL DÍA_____ DEL MES DE_____ DEL AÑO 2022

OBJETIVO (S): IMPARTIR FORMACION DE TECNICAS DE VENTAS FICHA No. 2603269 CDR LA PAZ (ALCALDIA)

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELEFONO/EXT.SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
21	ADRIANA PACHECO CAMPO									
22	SARA FERNANDEZ REDONDO	57461745								
23	ANDREA E. BARRIOS VALERA	56715241					adbl.2004@gmail.com	3002250891		

De acuerdo con La Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se compromete a garantizar la seguridad y protección de los datos personales que se encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente

GD-F-007 V04



NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN: Lineamientos de la formación de Técnicas de Ventas. Ficha No 2603269

CIUDAD Y FECHA: Santa marta, Agosto 22 2022	HORA INICIO: 8. a.m.	HORA FIN: 11. a.m.
LUGAR Y/O ENLACE: Barrio La Paz CDR LA ALCALDIA	DIRECCIÓN GENERAL / REGIONAL / CENTRO CLPEM	

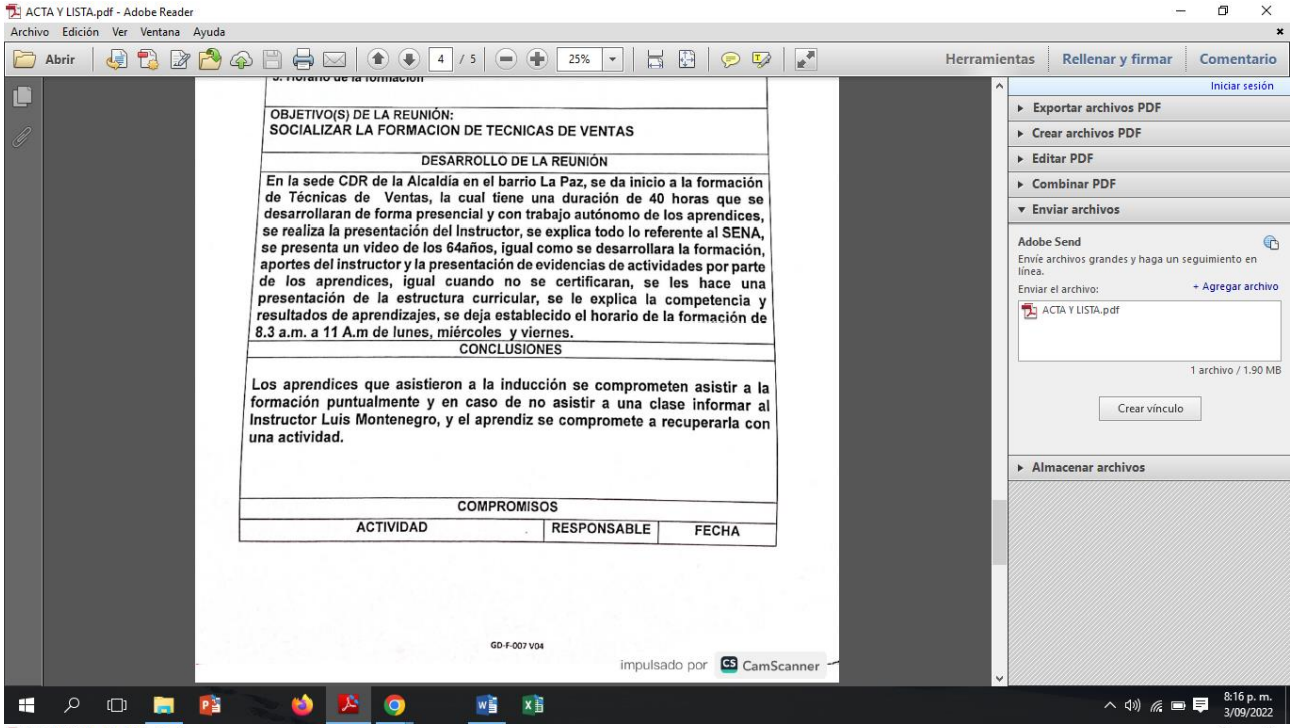
AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR:
1. Presentación del Instructor de los Aprendices
2. Breve reseña de la historia del Sena
3.Explicación de la metodología a trabajar en la formación
4. Presentación de la estructura curricular
5. Horario de la formación

OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN:
SOCIALIZAR LA FORMACION DE TECNICAS DE VENTAS

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

En la sede CDR de la Alcaldía en el barrio La Paz, se da inicio a la formación de Técnicas de Ventas, la cual tiene una duración de 40 horas que se desarrollaran de forma presencial y con trabajo autónomo de los aprendices, se realiza la presentación del Instructor, se explica todo lo referente al SENA, se presenta un video de los 64años, igual como se desarrollara la formación, aportes del instructor y la presentación de evidencias de actividades por parte de los aprendices, igual cuando no se certificaran, se les hace una presentación de la estructura curricular, se le explica la competencia y resultados de aprendizajes, se deja establecido el horario de la formación de 8.3 a.m. a 11 A.m de lunes, miércoles y viernes.

CONCLUSIONES



OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN:
SOCIALIZAR LA FORMACION DE TECNICAS DE VENTAS

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

En la sede CDR de la Alcaldía en el barrio La Paz, se da inicio a la formación de Técnicas de Ventas, la cual tiene una duración de 40 horas que se desarrollaran de forma presencial y con trabajo autónomo de los aprendices, se realiza la presentación del Instructor, se explica todo lo referente al SENA, se presenta un video de los 64años, igual como se desarrollara la formación, aportes del instructor y la presentación de evidencias de actividades por parte de los aprendices, igual cuando no se certificaran, se les hace una presentación de la estructura curricular, se le explica la competencia y resultados de aprendizajes, se deja establecido el horario de la formación de 8.3 a.m. a 11 A.m de lunes, miércoles y viernes.

CONCLUSIONES

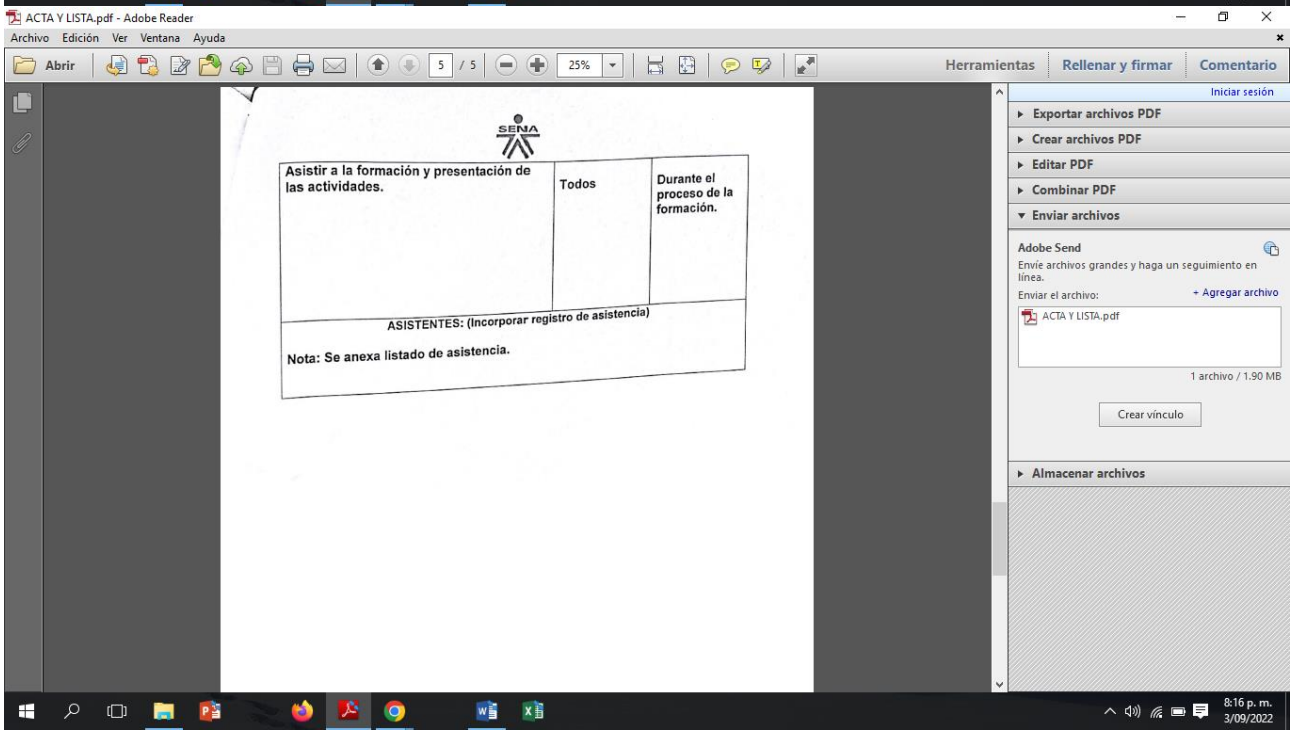
Los aprendices que asistieron a la inducción se comprometen asistir a la formación puntualmente y en caso de no asistir a una clase informar al Instructor Luis Montenegro, y el aprendiz se compromete a recuperarla con una actividad.

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA

GD-F-007 V04

impulsado por CamScanner

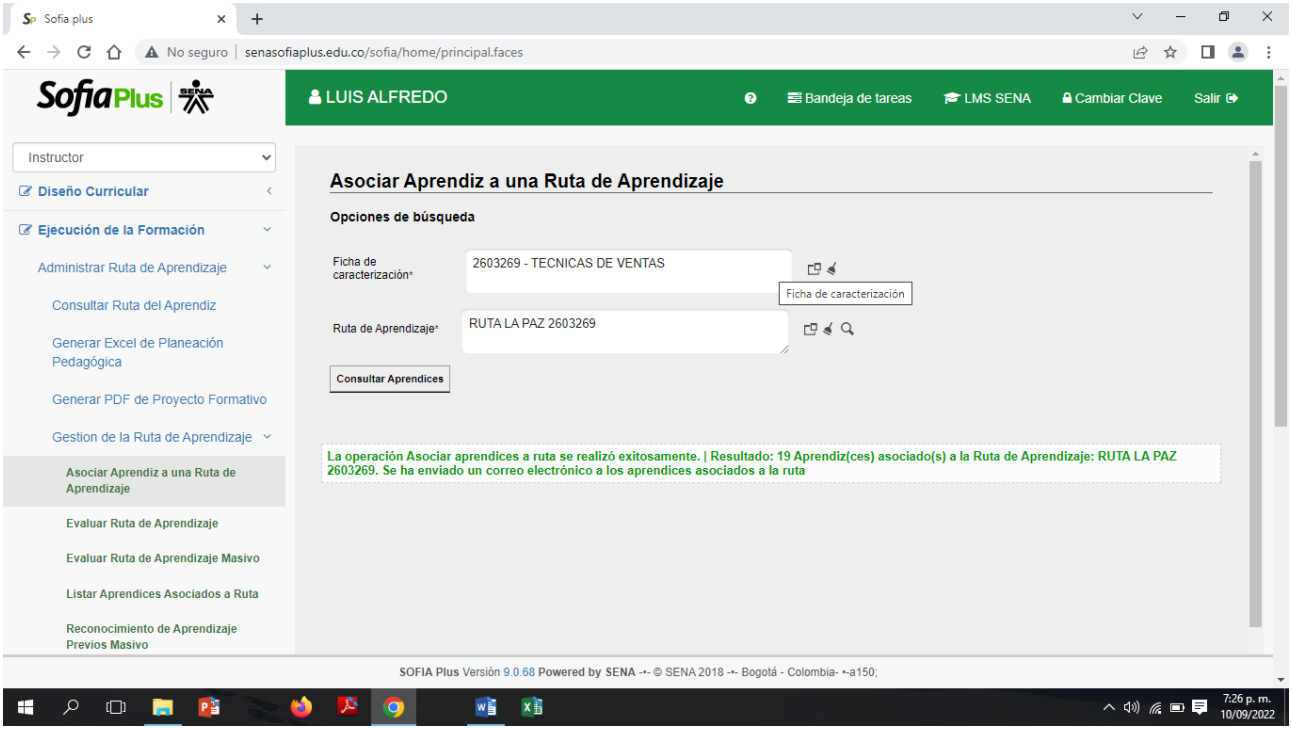


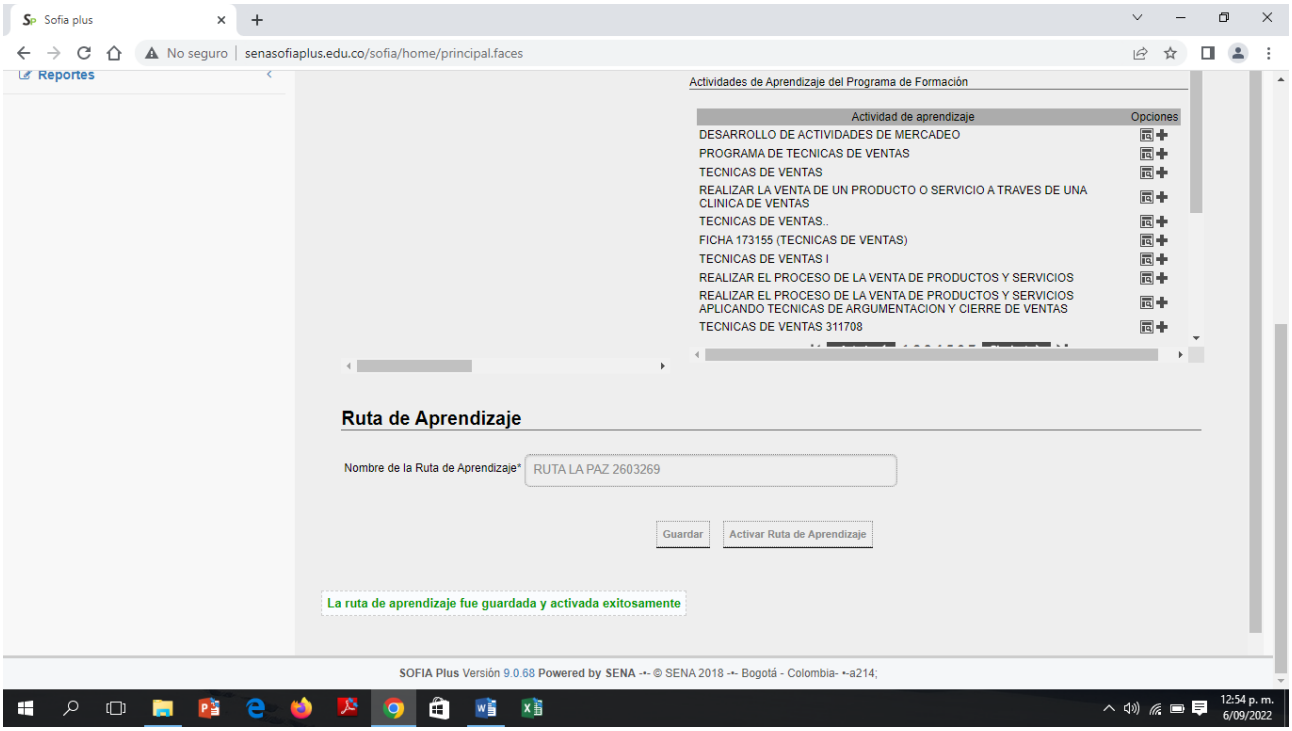
Asistir a la formación y presentación de las actividades.	Todos	Durante el proceso de la formación.

ASISTENTES: (Incorporar registro de asistencia)

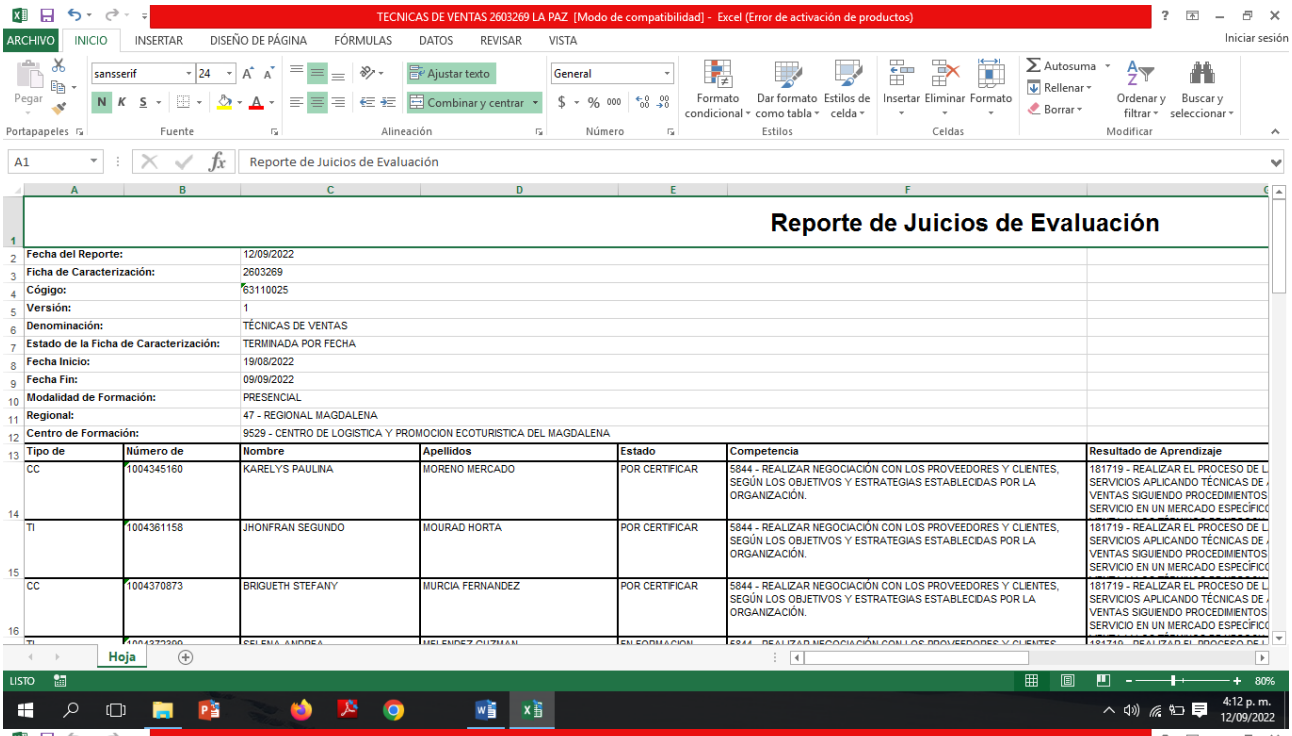
Nota: Se anexa listado de asistencia.

ANEXO No. 4 ASOCIAR APRENDICES A LA DE RUTA DE APRENDIZAJE FICHA No 2603269





ANEXO No 5 PANTALLAZO DE LOS JUICIOS EVALUATIVOS FICHA No. 2603269

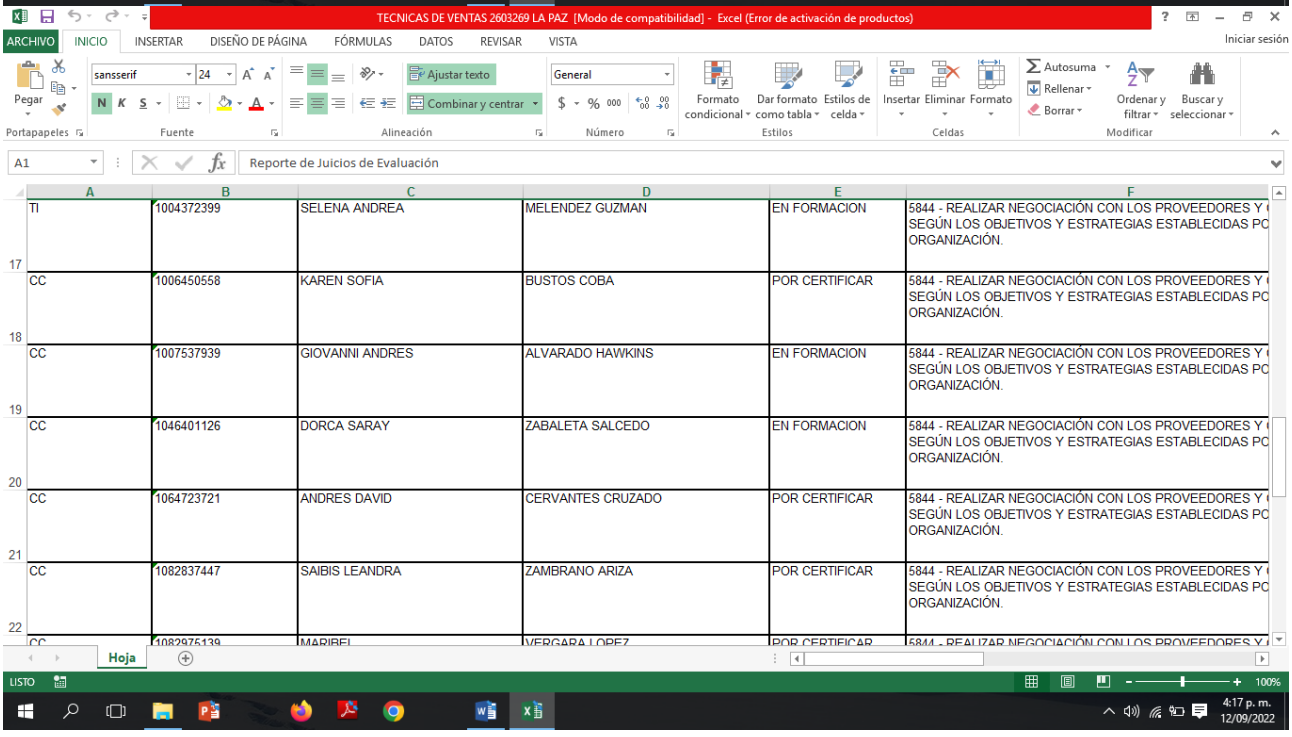


TECNICAS DE VENTAS 2603269 LA PAZ [Modo de compatibilidad] - Excel (Error de activación de productos)

Reporte de Juicios de Evaluación

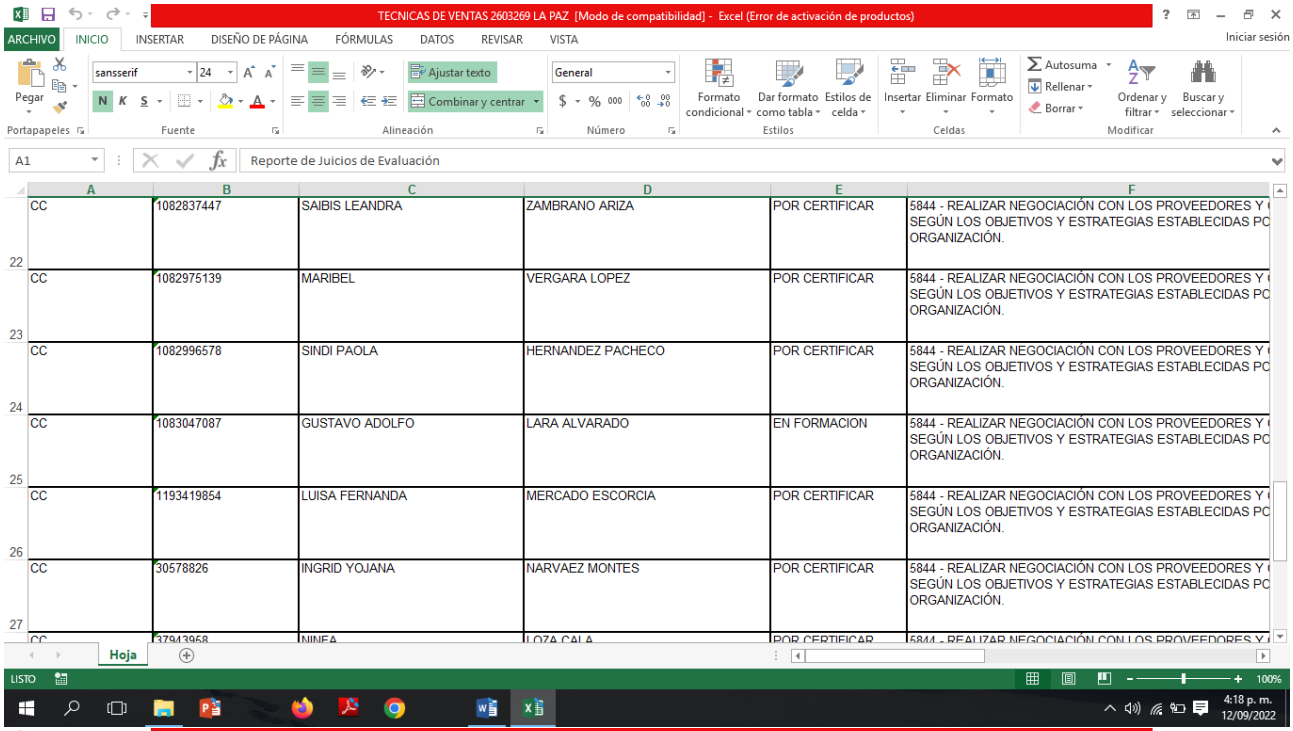
Fecha del Reporte:	12/09/2022
Ficha de Caracterización:	2603269
Cógigo:	63110025
Versión:	1
Denominación:	TÉCNICAS DE VENTAS
Estado de la Ficha de Caracterización:	TERMINADA POR FECHA
Fecha Inicio:	19/08/2022
Fecha Fin:	09/09/2022
Modalidad de Formación:	PRESENCIAL
Regional:	47 - REGIONAL MAGDALENA
Centro de Formación:	9529 - CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA

Tipo de	Número de	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resultado de Aprendizaje
CC	1004345160	KARELYS PAULINA	MORENO MERCADO	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.	181719 - REALIZAR EL PROCESO DE L SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE A VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO
TI	1004361158	JHONFRAN SEGUNDO	MOURAD HORTA	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.	181719 - REALIZAR EL PROCESO DE L SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE A VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO
CC	1004370873	BRIGUETH STEFANY	MURCIA FERNANDEZ	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.	181719 - REALIZAR EL PROCESO DE L SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE A VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO

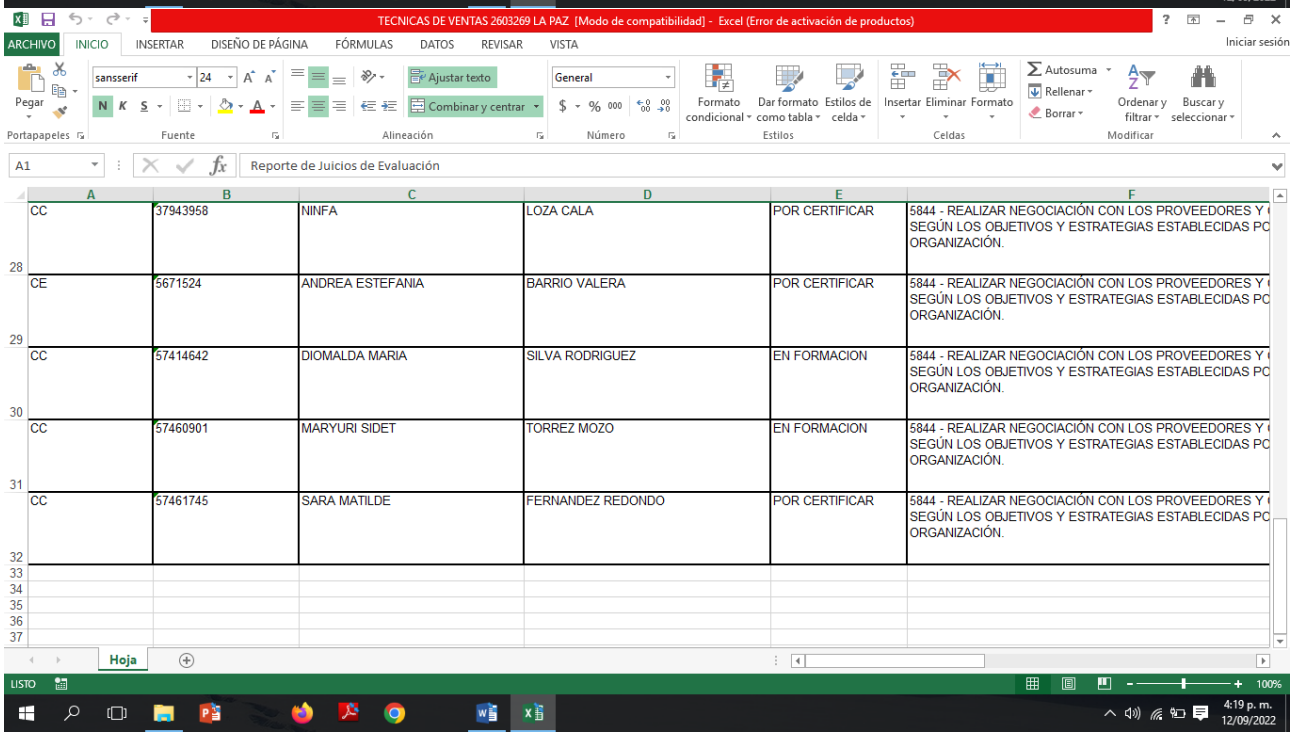


TECNICAS DE VENTAS 2603269 LA PAZ [Modo de compatibilidad] - Excel (Error de activación de productos)

TI	1004372399	SELENA ANDREA	MELENDEZ GUZMAN	EN FORMACION	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
CC	1006450558	KAREN SOFIA	BUSTOS COBA	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
CC	1007537939	GIOVANNI ANDRES	ALVARADO HAWKINS	EN FORMACION	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
CC	1046401126	DORCA SARAY	ZABALETA SALCEDO	EN FORMACION	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
CC	1064723721	ANDRES DAVID	CERVANTES CRUZADO	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
CC	1082837447	SAIBIS LEANDRA	ZAMBRANO ARIZA	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.

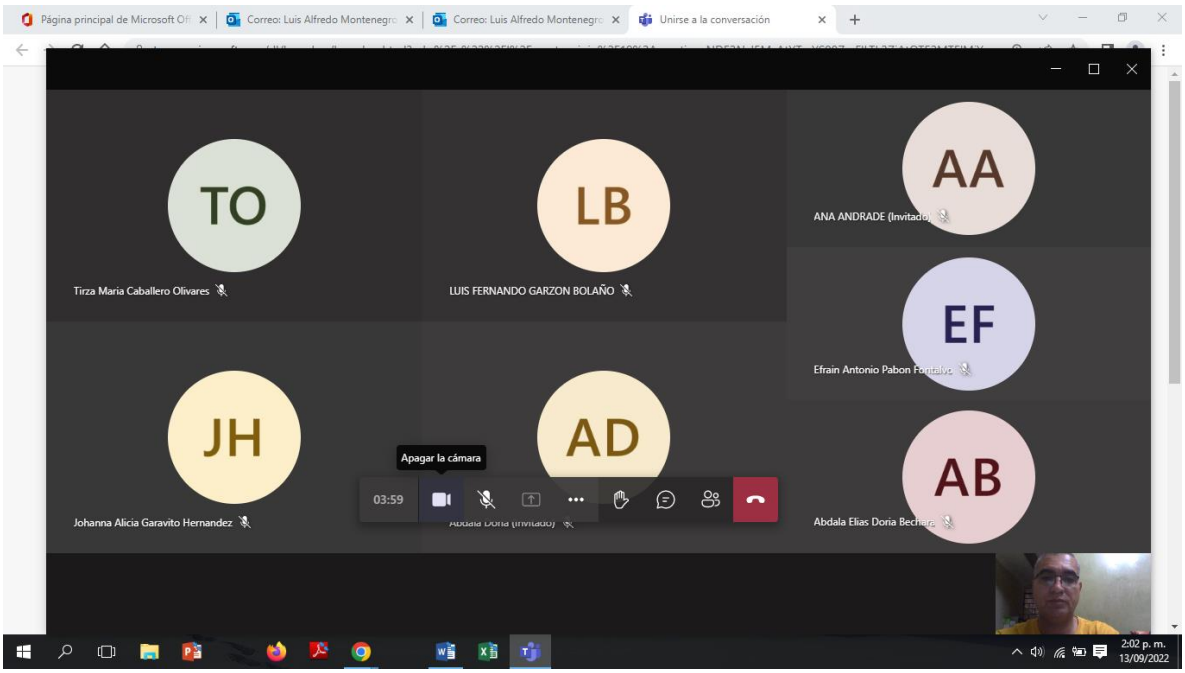


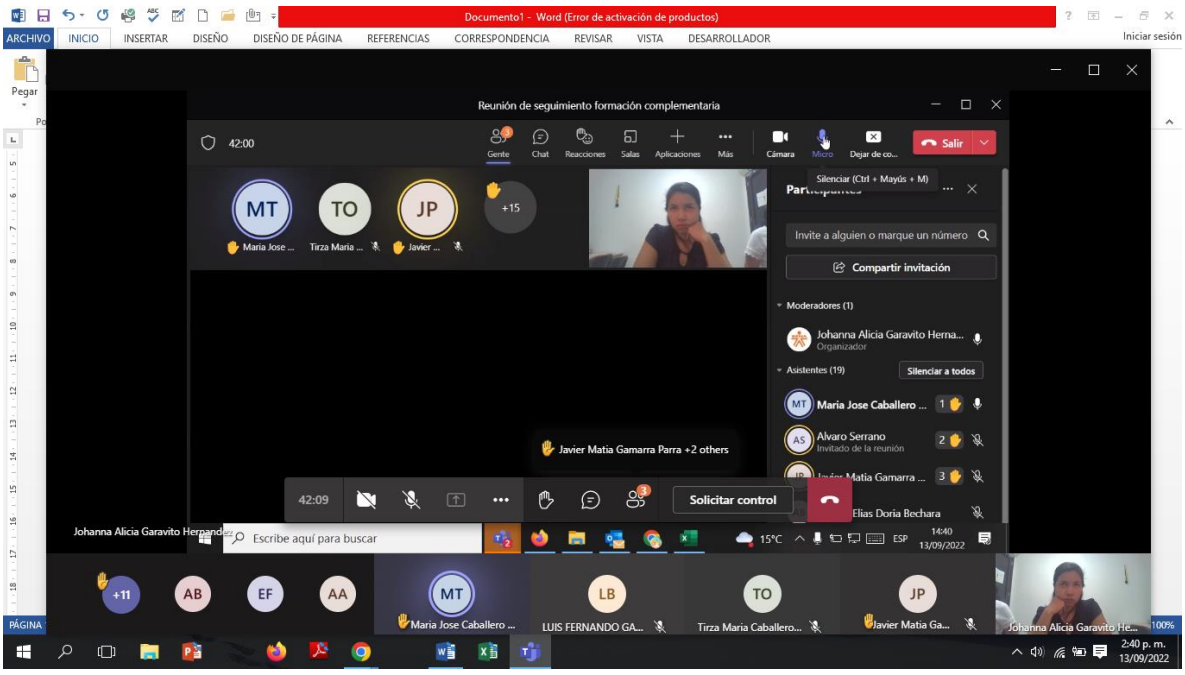
	A	B	C	D	E	F
22	CC	1082837447	SAIBIS LEANDRA	ZAMBRANO ARIZA	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
23	CC	1082975139	MARIBEL	VERGARA LOPEZ	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
24	CC	1082996578	SINDI PAOLA	HERNANDEZ PACHECO	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
25	CC	1083047087	GUSTAVO ADOLFO	LARA ALVARADO	EN FORMACION	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
26	CC	1193419854	LUISA FERNANDA	MERCADO ESCORCIA	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
27	CC	30578826	INGRID YOJANA	NARVAEZ MONTES	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
	CC	37943958	NINFA	LOZA CALA	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y



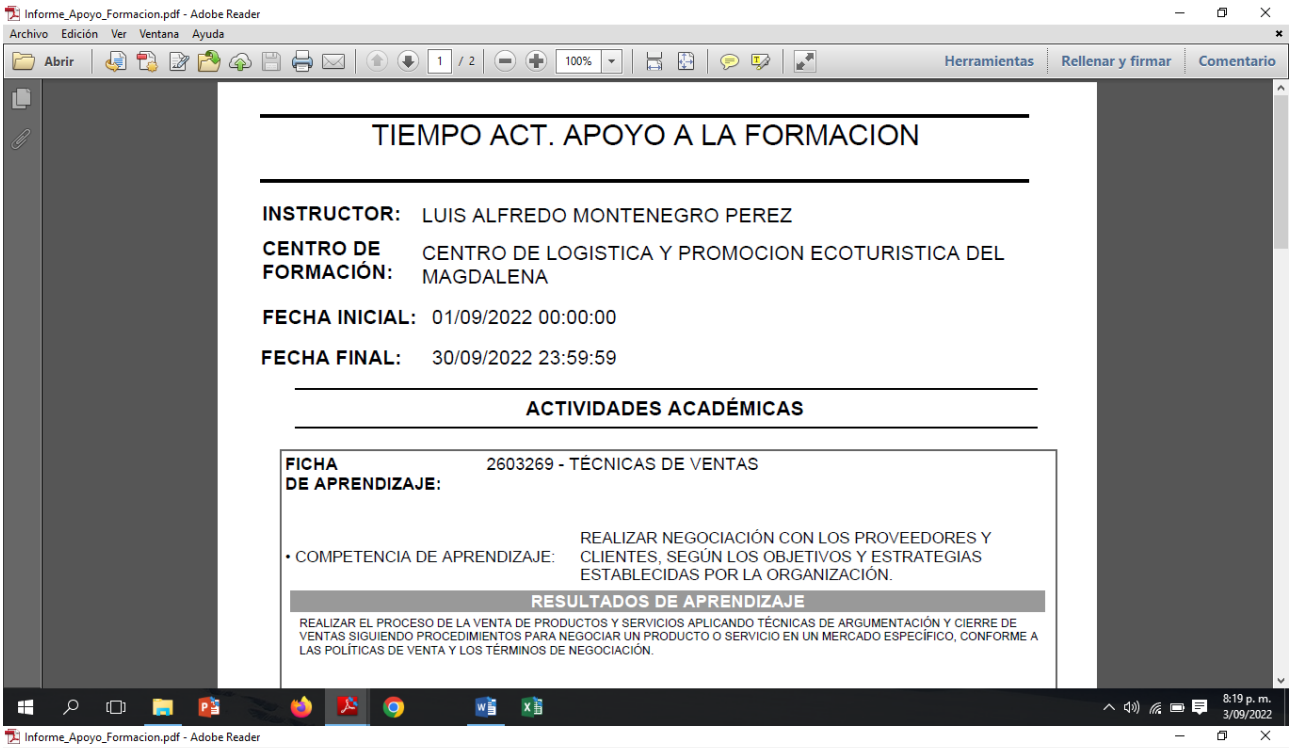
	A	B	C	D	E	F
28	CC	37943958	NINFA	LOZA CALA	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
29	CE	5671524	ANDREA ESTEFANIA	BARRIO VALERA	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
30	CC	57414642	DIOMALDA MARIA	SILVA RODRIGUEZ	EN FORMACION	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
31	CC	57460901	MARYURI SIDET	TORREZ MOZO	EN FORMACION	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
32	CC	57461745	SARA MATILDE	FERNANDEZ REDONDO	POR CERTIFICAR	5844 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS PO ORGANIZACIÓN.
33						
34						
35						
36						
37						

ANEXO No. 6 PANTALLAZO DE LA ASISTENCIA ALA REUNION SE SEGUIMIENTO FORMACIÓN COMPLEMENTARIA





ANEXO No. 7 PANTALLAZO CREACION DE EVENTOS



Informe_Apoyo_Formacion.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir 1 / 2 100% Herramientas Rellenar y firmar Comentario

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: LUIS ALFREDO MONTENEGRO PEREZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA

FECHA INICIAL: 01/09/2022 00:00:00

FECHA FINAL: 30/09/2022 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

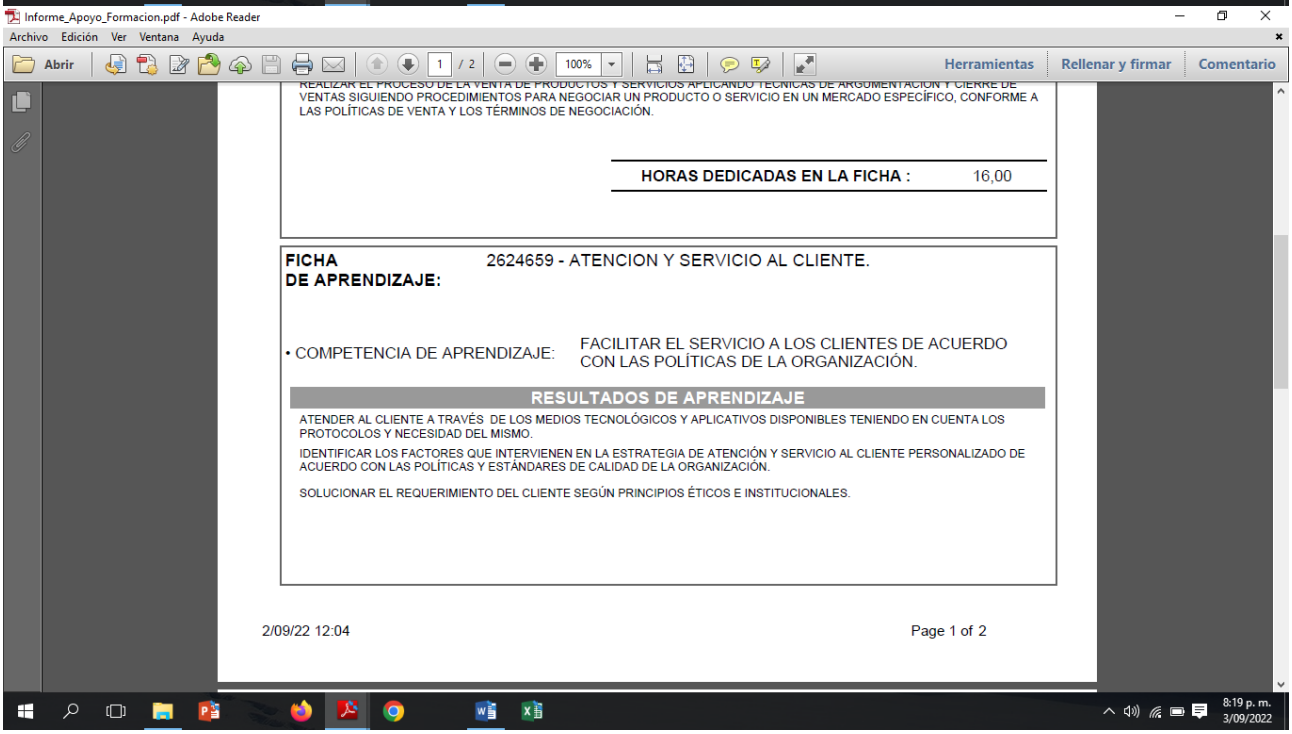
FICHA DE APRENDIZAJE: 2603269 - TÉCNICAS DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.

8:19 p. m. 3/09/2022



Informe_Apoyo_Formacion.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir 1 / 2 100% Herramientas Rellenar y firmar Comentario

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 16,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2624659 - ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

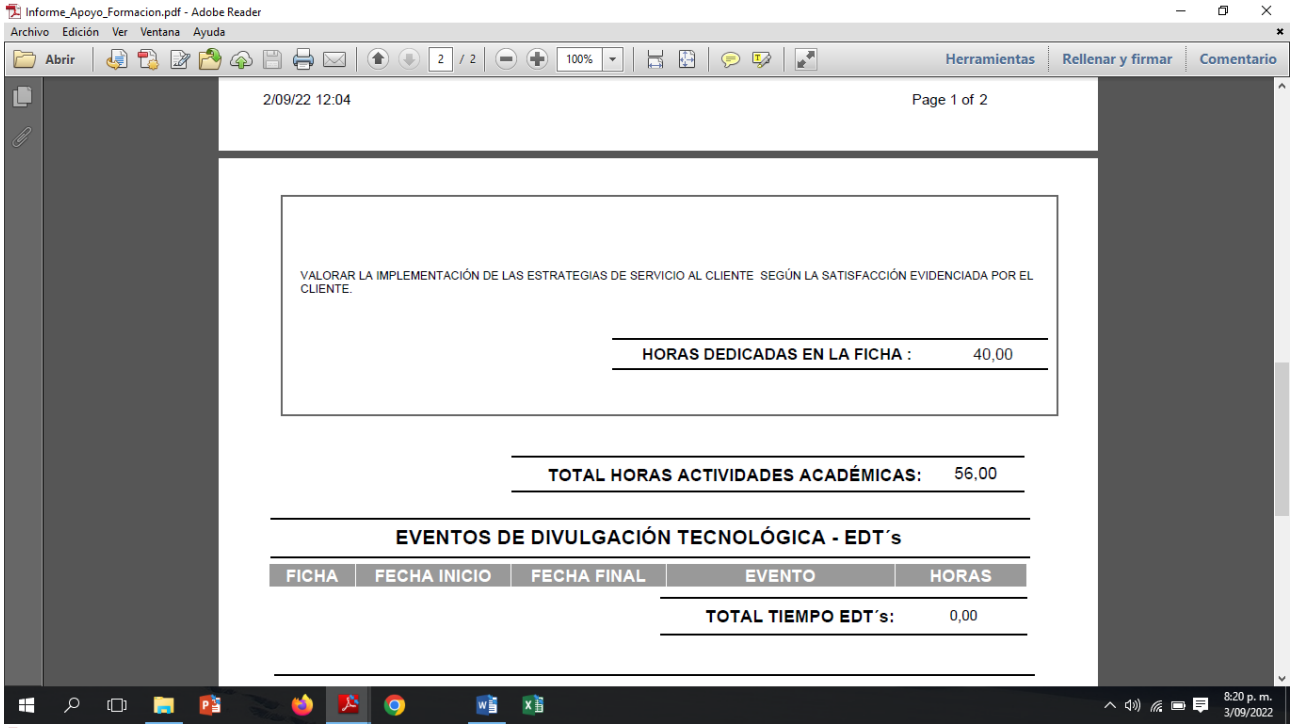
ATENDER AL CLIENTE A TRAVÉS DE LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS Y APLICATIVOS DISPONIBLES TENIENDO EN CUENTA LOS PROTOCOLOS Y NECESIDAD DEL MISMO.

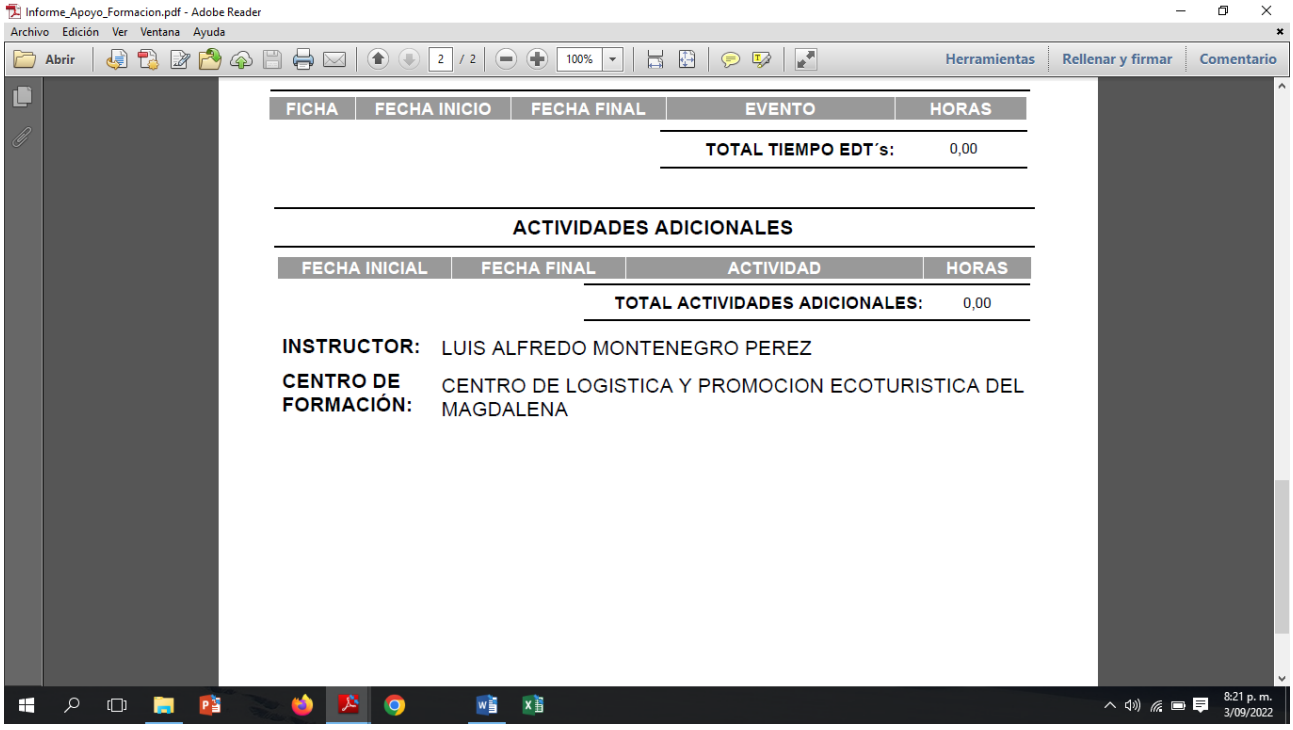
IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA ESTRATEGIA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE PERSONALIZADO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN.

SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES.

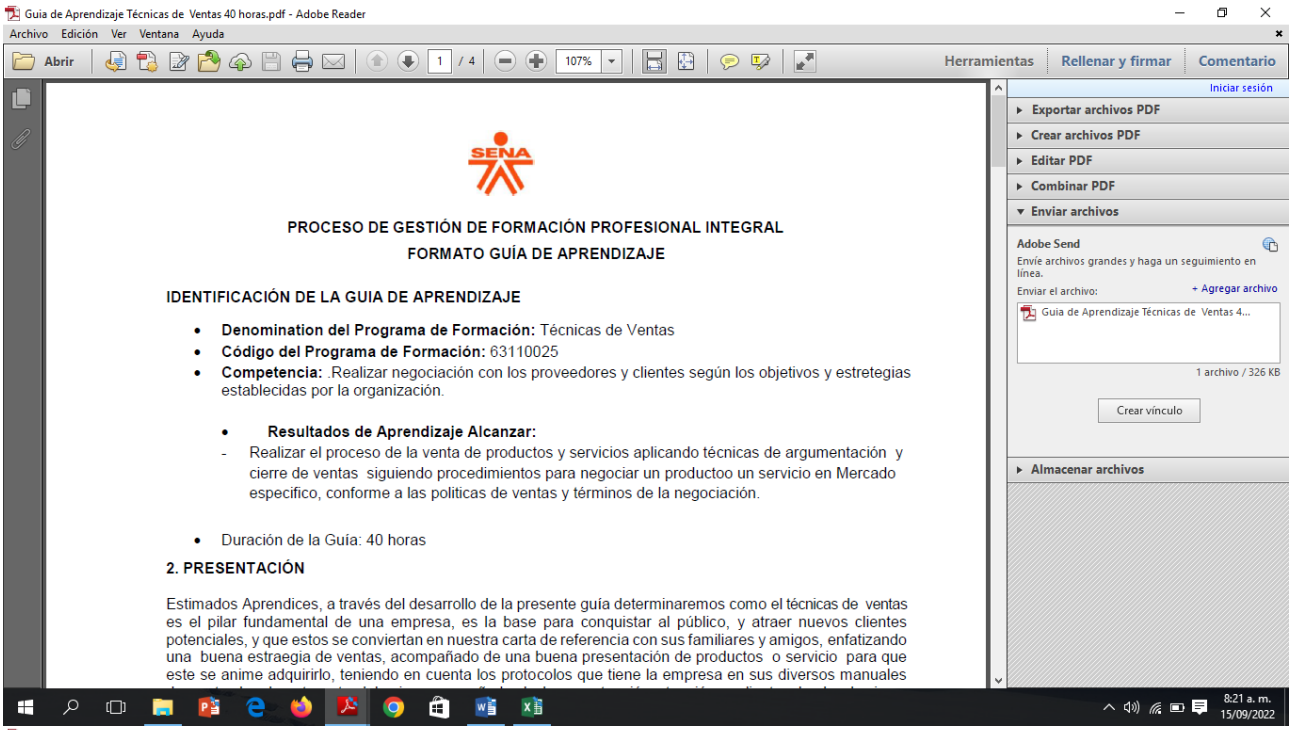
2/09/22 12:04 Page 1 of 2

8:19 p. m. 3/09/2022


Informe_Apoyo_Formacion.pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
Abrir
Herramientas
Rellenar y firmar
Comentario
2/09/22 12:04
Page 1 of 2
VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.
HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00
TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 56,00
EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s
FICHA FECHA INICIO FECHA FINAL EVENTO HORAS
TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00
8:20 p. m.
3/09/2022


Informe_Apoyo_Formacion.pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
Abrir
Herramientas
Rellenar y firmar
Comentario
FICHA FECHA INICIO FECHA FINAL EVENTO HORAS
TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00
ACTIVIDADES ADICIONALES
FECHA INICIAL FECHA FINAL ACTIVIDAD HORAS
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 0,00
INSTRUCTOR: LUIS ALFREDO MONTENEGRO PEREZ
CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE LOGISTICA Y PROMOCION ECOTURISTICA DEL MAGDALENA
8:21 p. m.
3/09/2022

ANEXO No. 8 PANTALLAZO PORTAFOLIO DEL INSTRUCTOR.


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir 1 / 4 107% Herramientas Rellenar y firmar Comentario

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denomination del Programa de Formación:** Técnicas de Ventas
- **Código del Programa de Formación:** 63110025
- **Competencia:** .Realizar negociación con los proveedores y clientes según los objetivos y estretegias establecidas por la organización.

  - **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  - Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un productoo un servicio en Mercado especifico, conforme a las politicas de ventas y términos de la negociación.

- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimados Aprendices, a través del desarrollo de la presente guía determinaremos como el técnicas de ventas es el pilar fundamental de una empresa, es la base para conquistar al público, y atraer nuevos clientes potenciales, y que estos se conviertan en nuestra carta de referencia con sus familiares y amigos, enfatizando una buena estraegia de ventas, acompañado de una buena presentación de productos o servicio para que este se anime adquirirlo, teniendo en cuenta los protocolos que tiene la empresa en sus diversos manuales

Iniciar sesión

Exportar archivos PDF

Crear archivos PDF

Editar PDF

Combinar PDF

Enviar archivos

Adobe Send

Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.

Enviar el archivo: + Agregar archivo

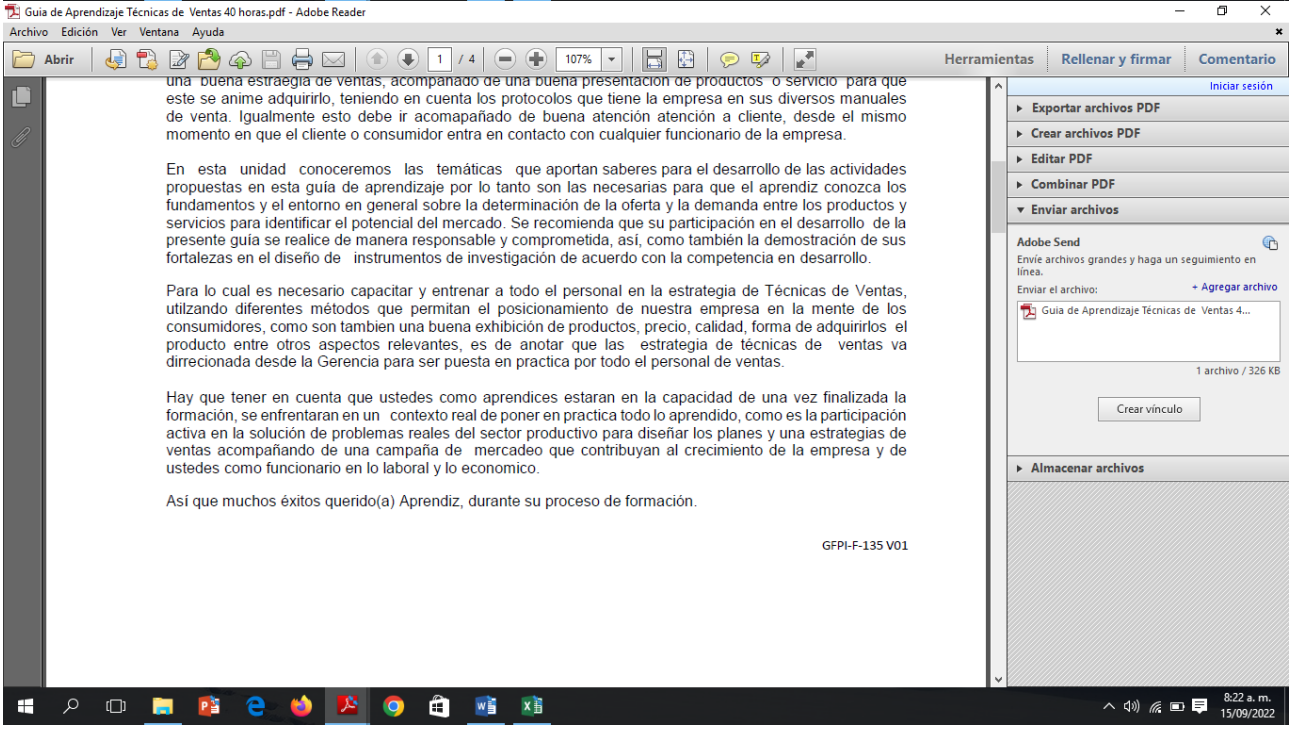
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...

1 archivo / 326 KB

Crear vínculo

Almacenar archivos

8:21 a. m. 15/09/2022


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir 1 / 4 107% Herramientas Rellenar y firmar Comentario

una buena estraegia de ventas, acompañado de una buena presentación de productos o servicio para que este se anime adquirirlo, teniendo en cuenta los protocolos que tiene la empresa en sus diversos manuales de venta. Igualmente esto debe ir acomapañado de buena atención atención a cliente, desde el mismo momento en que el cliente o consumidor entra en contacto con cualquier funcionario de la empresa.

En esta unidad conoceremos las temáticas que aportan saberes para el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje por lo tanto son las necesarias para que el aprendiz conozca los fundamentos y el entorno en general sobre la determinación de la oferta y la demanda entre los productos y servicios para identificar el potencial del mercado. Se recomienda que su participación en el desarrollo de la presente guía se realice de manera responsable y comprometida, así, como también la demostración de sus fortalezas en el diseño de instrumentos de investigación de acuerdo con la competencia en desarrollo.

Para lo cual es necesario capacitar y entrenar a todo el personal en la estrategia de Técnicas de Ventas, utilzando diferentes métodos que permitan el posicionamiento de nuestra empresa en la mente de los consumidores, como son tambien una buena exhibición de productos, precio, calidad, forma de adquirirlos el producto entre otros aspectos relevantes, es de anotar que las estrategia de técnicas de ventas va dirrecionada desde la Gerencia para ser puesta en practica por todo el personal de ventas.

Hay que tener en cuenta que ustedes como aprendices estaran en la capacidad de una vez finalizada la formación, se enfrentaran en un contexto real de poner en practica todo lo aprendido, como es la participación activa en la solución de problemas reales del sector productivo para diseñar los planes y una estrategias de ventas acompañando de una campaña de mercadeo que contribuyan al crecimiento de la empresa y de ustedes como funcionario en lo laboral y lo economico.

Así que muchos éxitos querido(a) Aprendiz, durante su proceso de formación.

GFPI-F-135 V01

Iniciar sesión

Exportar archivos PDF

Crear archivos PDF

Editar PDF

Combinar PDF

Enviar archivos

Adobe Send

Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.

Enviar el archivo: + Agregar archivo

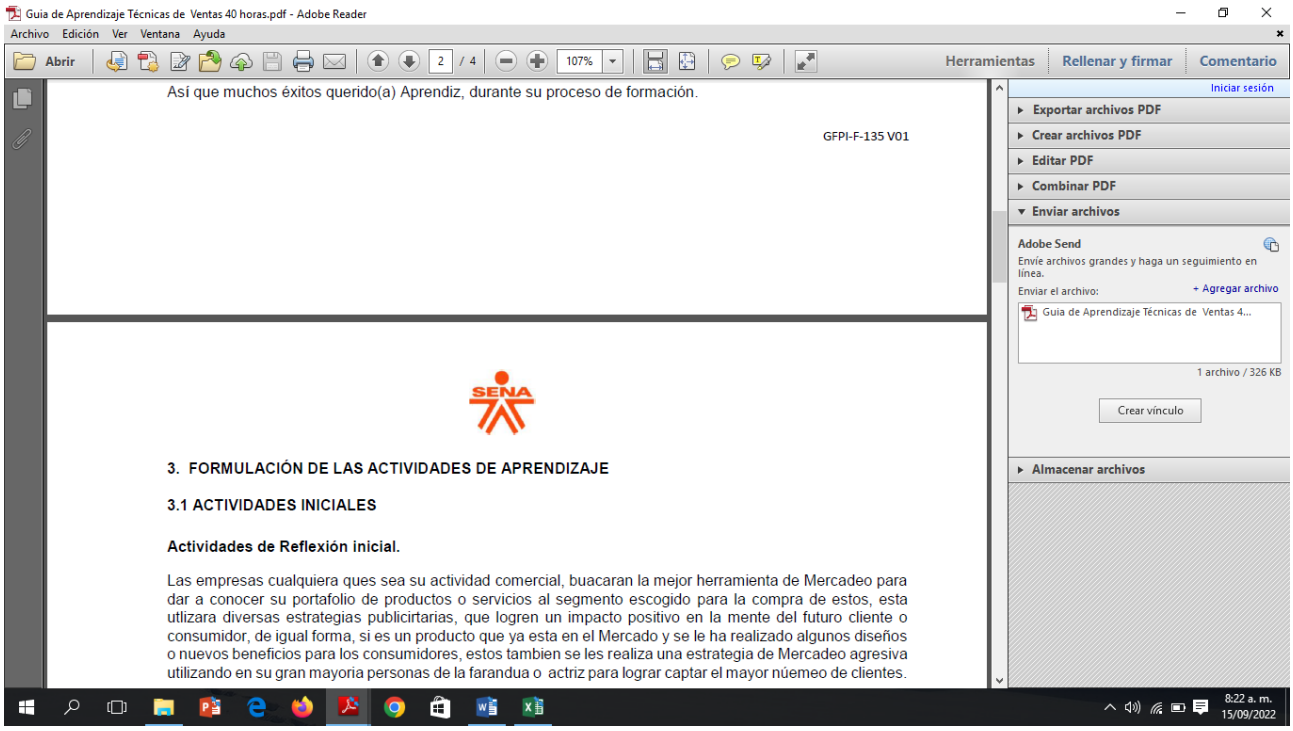
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...

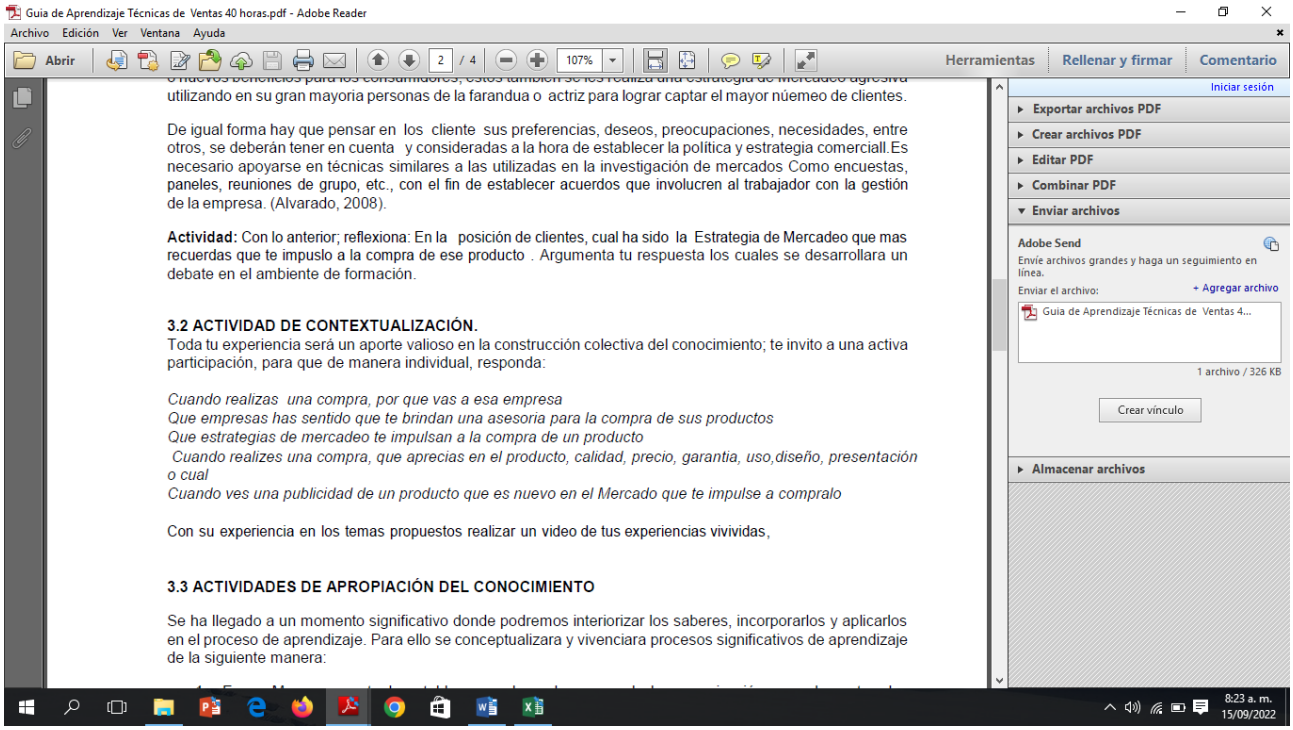
1 archivo / 326 KB

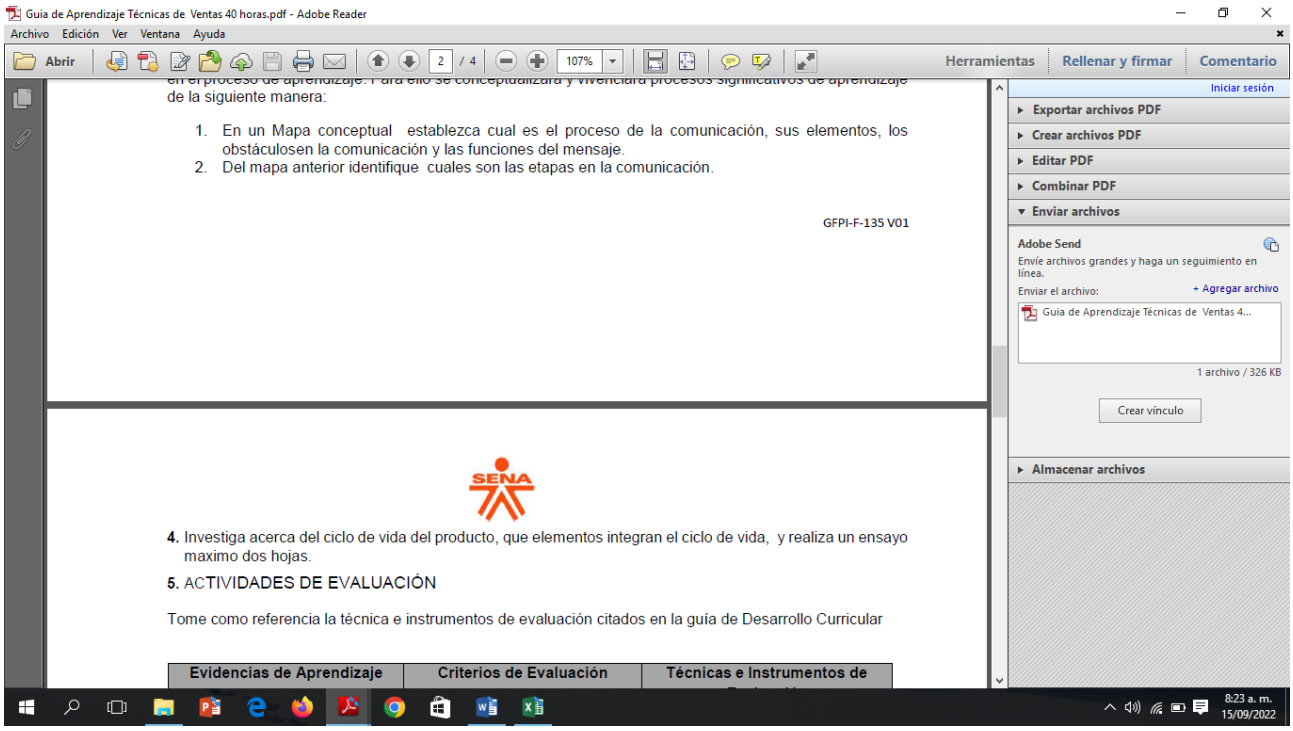
Crear vínculo

Almacenar archivos

8:22 a. m. 15/09/2022


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
Así que muchos éxitos querido(a) Aprendiz, durante su proceso de formación.
GFPI-F-135 V01
3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
3.1 ACTIVIDADES INICIALES
Actividades de Reflexión inicial.
Las empresas cualquiera ques sea su actividad comercial, buacaran la mejor herramienta de Mercadeo para dar a conocer su portafolio de productos o servicios al segmento escogido para la compra de estos, esta utlizara diversas estrategias publicirtarias, que logren un impacto positivo en la mente del futuro cliente o consumidor, de igual forma, si es un producto que ya esta en el Mercado y se le ha realizado algunos diseños o nuevos beneficios para los consumidores, estos tambien se les realiza una estrategia de Mercadeo agresiva utilizando en su gran mayoria personas de la farandua o actriz para lograr captar el mayor núemeo de clientes.
8:22 a. m.
15/09/2022


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
utilizando en su gran mayoria personas de la farandua o actriz para lograr captar el mayor núemeo de clientes.
De igual forma hay que pensar en los cliente sus preferencias, deseos, preocupaciones, necesidades, entre otros, se deberán tener en cuenta y consideradas a la hora de establecer la política y estrategia comerciall.Es necesario apoyarse en técnicas similares a las utilizadas en la investigación de mercados Como encuestas, paneles, reuniones de grupo, etc., con el fin de establecer acuerdos que involucren al trabajador con la gestión de la empresa. (Alvarado, 2008).
Actividad: Con lo anterior; reflexiona: En la posición de clientes, cual ha sido la Estrategia de Mercadeo que mas recuerdas que te impuslo a la compra de ese producto . Argumenta tu respuesta los cuales se desarrollara un debate en el ambiente de formación.
3.2 ACTIVIDAD DE CONTEXTUALIZACIÓN.
Toda tu experiencia será un aporte valioso en la construcción colectiva del conocimiento; te invito a una activa participación, para que de manera individual, responda:
Cuando realizas una compra, por que vas a esa empresa
Que empresas has sentido que te brindan una asesoria para la compra de sus productos
Que estrategias de mercadeo te impulsan a la compra de un producto
Cuando realizes una compra, que aprecias en el producto, calidad, precio, garantia, uso,diseño, presentación o cual
Cuando ves una publicidad de un producto que es nuevo en el Mercado que te impulse a compralo
Con su experiencia en los temas propuestos realizar un video de tus experiencias vivividas,
3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO
Se ha llegado a un momento significativo donde podremos interiorizar los saberes, incorporarlos y aplicarlos en el proceso de aprendizaje. Para ello se conceptualizara y vivenciara procesos significativos de aprendizaje de la siguiente manera:
8:23 a. m.
15/09/2022


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader

de la siguiente manera:

1. En un Mapa conceptual establezca cual es el proceso de la comunicación, sus elementos, los obstáculosen la comunicación y las funciones del mensaje.
2. Del mapa anterior identifique cuales son las etapas en la comunicación.

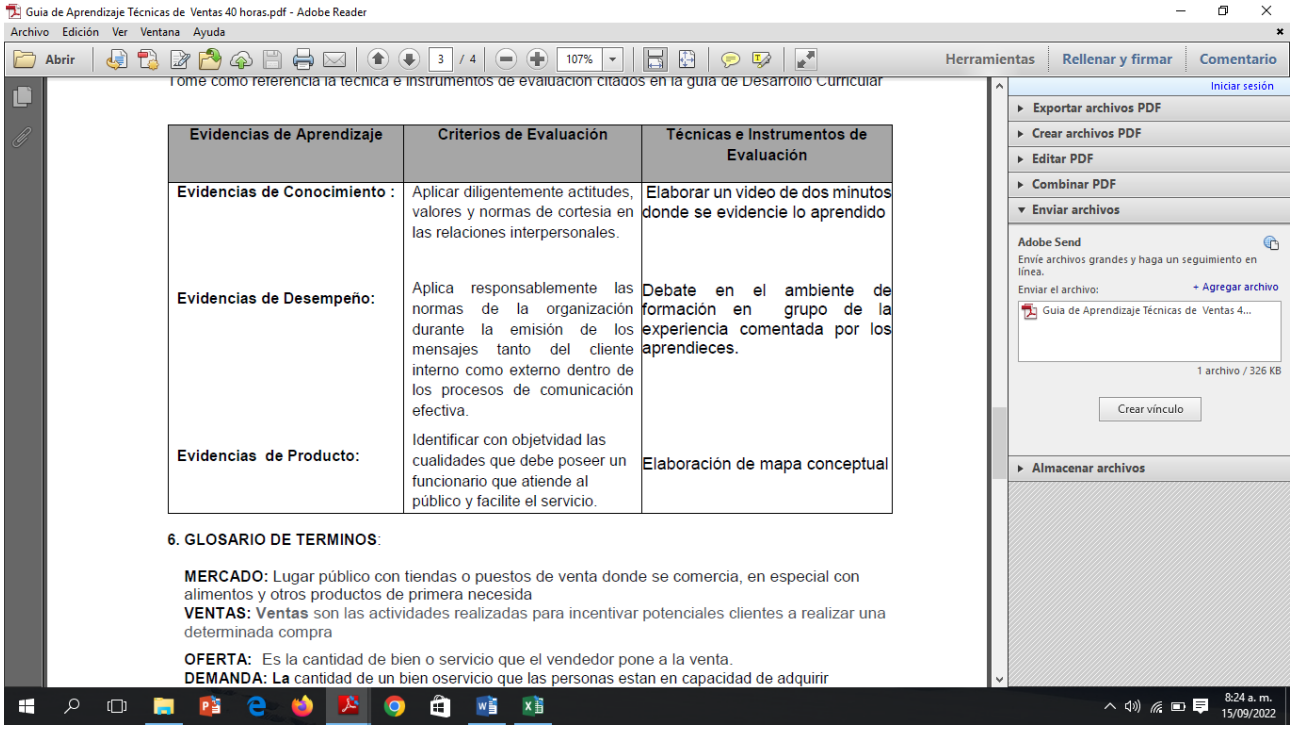
GFPI-F-135 V01

4. Investiga acerca del ciclo de vida del producto, que elementos integran el ciclo de vida, y realiza un ensayo maximo dos hojas.

5. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader

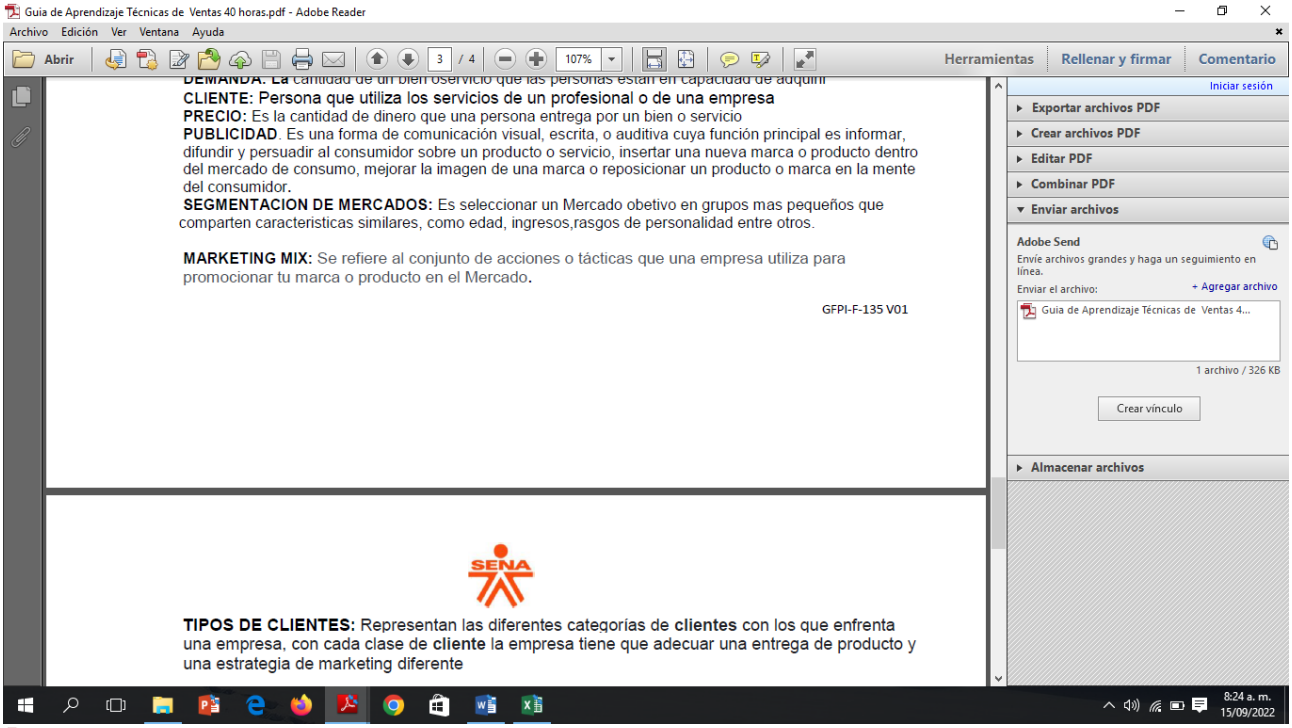
Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

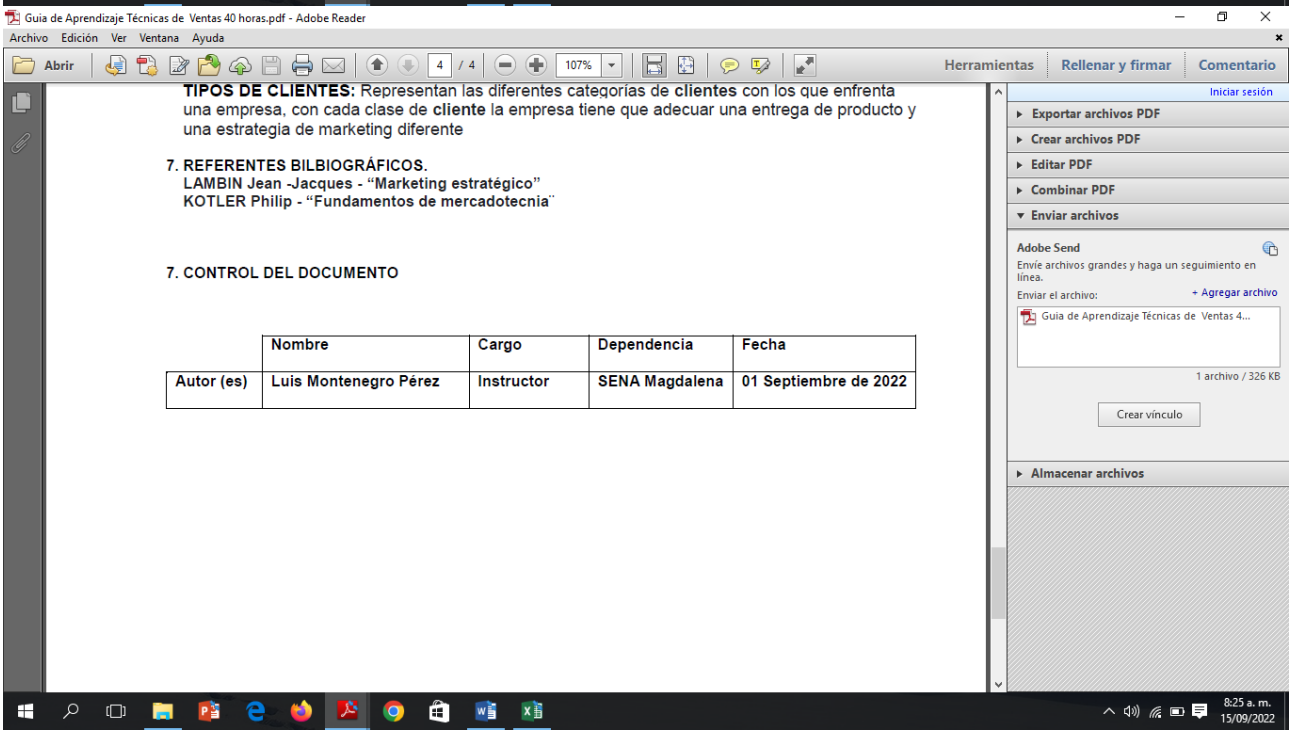
Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento :	Aplicar diligentemente actitudes, valores y normas de cortesia en las relaciones interpersonales.	Elaborar un video de dos minutos donde se evidencie lo aprendido
Evidencias de Desempeño:	Aplica responsablemente las normas de la organización durante la emisión de los mensajes tanto del cliente interno como externo dentro de los procesos de comunicación efectiva.	Debate en el ambiente de formación en grupo de la experiencia comentada por los aprendieces.
Evidencias de Producto:	Identificar con objetvidad las cualidades que debe poseer un funcionario que atiende al público y facilite el servicio.	Elaboración de mapa conceptual

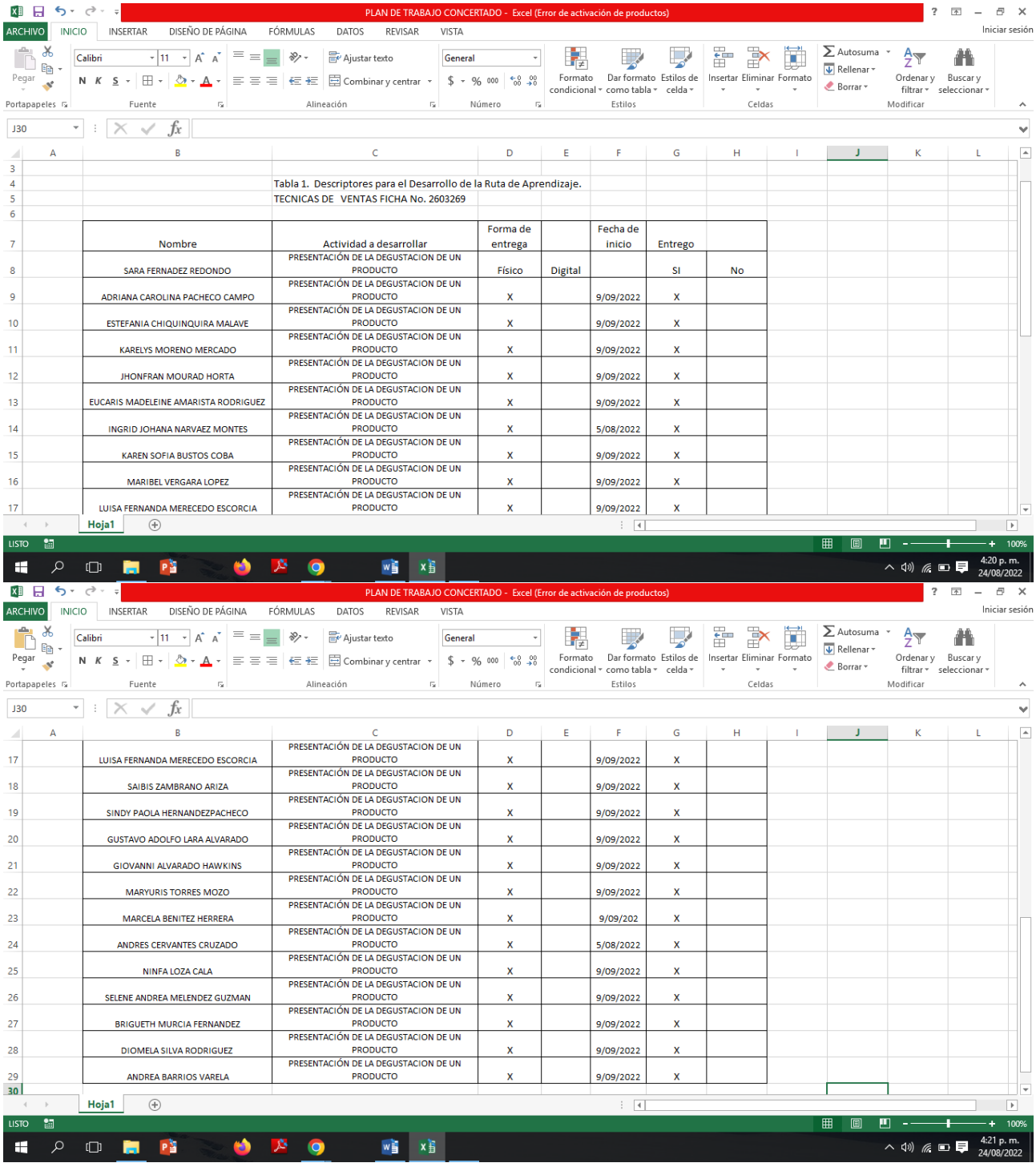
6. GLOSARIO DE TERMINOS:

MERCADO: Lugar público con tiendas o puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesida
VENTAS: **Ventas** son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra

OFERTA: Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.
DEMANDA: **La** cantidad de un bien oservicio que las personas estan en capacidad de adquirir


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
Abrir
3 / 4
107%
Herramientas
Rellenar y firmar
Comentario
Iniciar sesión
Exportar archivos PDF
Crear archivos PDF
Editar PDF
Combinar PDF
Enviar archivos
Adobe Send
Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.
Enviar el archivo:
+ Agregar archivo
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...
1 archivo / 326 KB
Crear vínculo
Almacenar archivos
DEMANDA: La cantidad de un bien o servicio que las personas están en capacidad de adquirir
CLIENTE: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa
PRECIO: Es la cantidad de dinero que una persona entrega por un bien o servicio
PUBLICIDAD. Es una forma de comunicación visual, escrita, o auditiva cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente del consumidor.
SEGMENTACION DE MERCADOS: Es seleccionar un Mercado obetivo en grupos mas pequeños que comparten caracteristicas similares, como edad, ingresos,rasgos de personalidad entre otros.
MARKETING MIX: Se refiere al conjunto de acciones o tácticas que una empresa utiliza para promocionar tu marca o producto en el Mercado.
GFPI-F-135 V01
TIPOS DE CLIENTES: Representan las diferentes categorías de clientes con los que enfrenta una empresa, con cada clase de cliente la empresa tiene que adecuar una entrega de producto y una estrategia de marketing diferente
8:24 a. m.
15/09/2022


Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 40 horas.pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
Abrir
4 / 4
107%
Herramientas
Rellenar y firmar
Comentario
Iniciar sesión
Exportar archivos PDF
Crear archivos PDF
Editar PDF
Combinar PDF
Enviar archivos
Adobe Send
Envíe archivos grandes y haga un seguimiento en línea.
Enviar el archivo:
+ Agregar archivo
Guia de Aprendizaje Técnicas de Ventas 4...
1 archivo / 326 KB
Crear vínculo
Almacenar archivos
TIPOS DE CLIENTES: Representan las diferentes categorías de clientes con los que enfrenta una empresa, con cada clase de cliente la empresa tiene que adecuar una entrega de producto y una estrategia de marketing diferente
7. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS.
LAMBIN Jean -Jacques - "Marketing estratégico"
KOTLER Philip - "Fundamentos de mercadotecnia"
7. CONTROL DEL DOCUMENTO
Nombre
Cargo
Dependencia
Fecha
Autor (es)
Luis Montenegro Pérez
Instructor
SENA Magdalena
01 Septiembre de 2022
8:25 a. m.
15/09/2022


PLAN DE TRABAJO CONCERTADO - Excel (Error de activación de productos)
ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA
Iniciar sesión
Tabla 1. Descriptores para el Desarrollo de la Ruta de Aprendizaje.
TECNICAS DE VENTAS FICHA No. 2603269
Nombre | Actividad a desarrollar | Forma de entrega | | Fecha de inicio | Entrego |
| | Físico | Digital | | SI | No |
SARA FERNADEZ REDONDO | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
ADRIANA CAROLINA PACHECO CAMPO | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
ESTEFANIA CHIQUINQUIRA MALAVE | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
KARELYS MORENO MERCADO | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
JHONFRAN MOURAD HORTA | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
EUCARIS MADELEINE AMARISTA RODRIGUEZ | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
INGRID JOHANA NARVAEZ MONTES | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 5/08/2022 | X |
KAREN SOFIA BUSTOS COBA | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
MARIBEL VERGARA LOPEZ | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
LUISA FERNANDA MERECEDO ESCORCIA | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
Hoja1
LISTO
4:20 p. m. 24/08/2022
PLAN DE TRABAJO CONCERTADO - Excel (Error de activación de productos)
LUISA FERNANDA MERECEDO ESCORCIA | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
SAIBIS ZAMBRANO ARIZA | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
SINDY PAOLA HERNANDEZPACHECO | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
GUSTAVO ADOLFO LARA ALVARADO | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
GIOVANNI ALVARADO HAWKINS | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
MARYURIS TORRES MOZO | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
MARCELA BENITEZ HERRERA | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/202 | X |
ANDRES CERVANTES CRUZADO | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 5/08/2022 | X |
NINFA LOZA CALA | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
SELENE ANDREA MELENDEZ GUZMAN | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
BRIGUETH MURCIA FERNANDEZ | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
DIOMELA SILVA RODRIGUEZ | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
ANDREA BARRIOS VARELA | PRESENTACIÓN DE LA DEGUSTACION DE UN PRODUCTO | X | | 9/09/2022 | X |
Hoja1
LISTO
4:21 p. m. 24/08/2022