



PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, 30 de Mayo del 2023

Señor (a)

JORGE ENRIQUE HERNANDEZ GUERRA

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.4638135

COORDINADOR ACADEMICO

Centro Agropecuario Y De Biotecnología El Porvenir

Ciudad

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual

Mes de mayo del año 2023

Referencia: No CO1.PCCNTR.4638135 del año 2023

MARY CRUZ RUIZ VERGARA, identificado con la cédula de ciudadanía **No. 1069487767** de Sahagùn Córdoba, en mi calidad de Contratista del SENA, Regional Córdoba, 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: un (01) pago proporcional de febrero por valor de \$1.140.750, Nueve (09) pagos iguales de marzo a noviembre por valor de \$3.802.500 IVA incluido, cada uno y un (01) pago proporcional de diciembre por valor de \$1.901.250 IVA incluido.

Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta de ahorros **Nº 09346725441 de Bancolombia**, cuyo titular es el (la) contratista.

Plazo: Será hasta el 15 de diciembre de 2023.

OBJETO:
CONTRATAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE INSTRUCTORES DE DIFERENTES AREAS DEL CONOCIMIENTO PARA IMPARTIR FORMACION PROFESIONAL EN EL PROGRAMA DE ATENCION DE LA POBLACION VICTIMA DE LA VIOLENCIA EN EL ÁREA DE COMERCIO Y VENTAS - GESTIÓN DE MERCADOS.



Obligaciones Específicas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planear e Impartir 160 horas mensuales de formación integral presencial a los aprendices en el área asignada dentro del programa de atención población víctimas del desplazamiento por la violencia, en las competencias, resultados de aprendizaje y actividades de los proyectos de formación programados dentro de los tiempos que para cada acción se determine por el centro de formación	<p>Se realizó alistamiento de procesos académicos, impartiendo formación, en los programas de formación,</p> <p>Fichas No. 2753257 y 2753292 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS en Sahagún Córdoba</p> <p>Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales</p> <p>Resultado de Aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar venta de productos o servicios teniendo en cuenta las condiciones del mercado • Estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y proceso de • Evaluar el proceso de venta teniendo en cuenta las condiciones del mercado y políticas de la organización • Implementar acciones de mejora en la oferta comercial de acuerdo con el perfil de los clientes y condiciones del mercado <p>Total Horas Mes: 160 horas</p>	<p>Anexo 1: Guías de Aprendizaje programa de formación Fichas No. 2753257 y 2753292 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS</p> <p>Anexo 2: Plan Concertado de la Fichas No. 2753257</p> <p>Anexo 3: Plan Concertado de la Fichas No. 2753292</p> <p>Anexo 4: Reporte de horas en sofía plus</p>
2	Asociar aprendices en el aplicativo Sofía Plus, dentro de los términos establecidos para ello.	<p>Se asociaron los aprendices en el aplicativo sofía plus, correspondientes a las Fichas No. 2753257 y 2753292 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS</p>	<p>Anexo 5 Pantallazo del proceso (asociar aprendices) FICHA N° 2753257</p> <p>Anexo 6 Pantallazo del proceso (asociar aprendices) FICHA N° 2753292</p>



3	<p>Apoyar y participar activamente en la gestión del programa de formación para el cumplimiento de metas y posicionamiento Regional de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato</p>	<p>Se aporó a la meta con la creación de las Fichas No. 2753257 y 2753292 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS</p> <p>Para un total de 60 aprendices de los cuales 32 pertenecen a población víctima (54%)</p> <p>Se aporó a la meta con el alistamiento de 2 fichas nuevas, 1 en el programa fortalecimiento en mercadeo y ventas y otra en el programa elaboración del plan de mercadeo Para un total, de 60 aprendices de los cuales 36 pertenecen a población víctima (60%)</p>	<p>Anexo 7 Listado verificado en vivo de la ficha N° 2753257 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS</p> <p>Anexo 8 Listado verificado en vivo de la ficha N° 2753292 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS</p> <p>Anexo 9 Listado verificado en vivo programa de formación en fortalecimiento en mercadeo y ventas</p> <p>Anexo 10 Listados verificados en vivo programa de formación elaboración del plan de mercadeo</p>
4	<p>Generar y ejecutar estrategias que permita la permanencia de los aprendices durante todo el tiempo de formación e informar oportunamente a la Coordinación Académica cualquier novedad presentada con los aprendices.</p>	<p>Se aplicaron las actividades didácticas plasmadas en las guías de aprendizajes como estrategias pedagógicas.</p>	<p>Anexo 1: Guías de Aprendizaje programa de formación Fichas No. 2753257 y 2753292 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS</p>
5	<p>Realizar el seguimiento de cada aprendiz mediante la orientación Y acompañamiento a las actividades de aprendizaje y reportar avances o dificultades de manera oportuna a la coordinación Académica en los formatos y tiempos que se dispongan para ellos.</p>	<p>Se realizó acompañamiento a los aprendices en las actividades programadas en las guías de aprendizajes desarrolladas.</p> <p>No se han reportado dificultades.</p>	<p>Anexo 11 Listados de asistencia de la formación de la ficha 2753257</p> <p>Anexo 12 Registros fotográficos de la formación de la ficha 2753257</p>



			<p>Anexo 13 Listados de asistencia de la formación de la ficha 2753292</p> <p>Anexo 14 Registros fotográficos en formación de la ficha 2753292</p>
6	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar los informes mensuales de la ejecución del contrato o los productos que se le requiera, además del informe mensual de actividades según la fase en que se encuentre el curso (planear, ejecutar y evaluar) durante el desarrollo del proceso de aprendizaje y de las actividades en general con sus respectivos anexos.	<p>Se participo de la reunión de tratamiento a víctimas restituidas</p> <p>Se presentó el informe mensual según requerimiento del supervisor del contrato.</p>	<p>Anexo 15</p> <p>Registros fotográficos de asistencia a la reunión</p>
7	Informar oportunamente sobre las novedades de ambientes de aprendizajes y materiales de formación.	Se realizó el reporte Inicial de novedad sobre el ambiente de formación de las Fichas No. 2753257 y 2753292 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS mediante el formato GFPI-F-021	<p>Anexo 16: reporte inicial de novedad del ambiente Fichas No. 2753257 y 2753292 FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS – formato GFPI-F-021</p>
8	Prestar los servicios profesionales con seriedad, responsabilidad, respeto, eficiencia, oportunidad y diligencia los servicios contratados.	Se dio cumplimiento oportuno de los entregables del proceso formativo. Los anexos del presente informe	Los anexos del presente informe



9	Atender según los requerimientos de la Subdirección de centro, actividades de apoyo a la supervisión de contratos y/o evaluación de propuestas según las competencias que su formación académica le permitan desarrollar.	Durante el periodo no se recibieron requerimientos por parte del subdirector del centro	No aplica.
10	Emitir los juicios evaluativos de cada resultado de aprendizaje en la plataforma Sofiaplus dentro de los 5 días hábiles siguientes a la finalización de cada resultado de aprendizaje impartido, dando a conocer los resultados de los mismos a los aprendices.	Durante el periodo se evaluó la ficha 41311512 Elaboración Del Plan De Mercadeo	Anexo 17 Juicios evaluativos de la ficha 41311512 Elaboración Del Plan De Mercadeo
11	Mantener en tiempo real el portafolio del instructor con la documentación requerida en el proceso de formación según la guía para desarrollar los procesos formativos.	Se actualizó las carpetas de evidencia en el DRIVE portafolio del instructor - programa de víctima.	Anexo 18 Pantallazo del portafolio del instructor (drive) https://sena4-my.sharepoint.com/personal/jhernandezg_sena_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?ct=1684007880612&or=OWA%2DNT&cid=b6b2e659%2D07d3%2D3bc2%2Db73%2D9de025f74296&ga=1&id=%2Fpersonal%2Fjhernandezg%5Fsena%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FPORTAFOLIO%20DE%20EVIDENCIAS%20INSTRUCTORES%20PROGRAMA%20VICTIMAS%202023%2FMARY%20CRUZ%20RUIZ%2FMARY%20RUIZ%20VERGARA%2FFORMACION%2FDOCUMENTOS%20DE%20LA%20FORMACION&view=0



12	<p>El contratista debe cumplir con las normas del Sistema General de Riesgos Laborales, en especial, las siguientes: 1. Procurar el cuidado integral de su salud. 2. Contar con los elementos de protección personal necesarios para ejecutar la actividad contratada, para lo cual asumirá su costo. 3. Informar a los contratantes la ocurrencia de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales. 4. Participar en las actividades de Prevención y Promoción organizadas por los contratantes, los Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo o Vigías Ocupacionales o la Administradora de Riesgos Laborales. 5. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST. 6. Informar oportunamente a los contratantes toda novedad derivada del contrato.</p>	<p>Se cumplieron las normas del sistema general de riesgos laborales, acatando todas las consideraciones</p> <p>Se realizó la Capacitación de protocolos de bioseguridad.</p>	<p>Anexo 19 certificado del curso SST</p>
----	--	---	--



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 de la planilla 1316005193, expedido por CAJACOPI EPS S.A. correspondiente al mes de Abril del año 2023 (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 entidad(es) 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 (39)
folios Cordialmente,

Firma

MARY CRUZ RUIZ VERGARA

Contratista

C.C. No. 1069487767 DE Sahagùn – Còrdoba

Recibí a satisfacción:

JORGE ENRIQUE HERNANDEZ GUERRA

Supervisor(a) Contrato No. CO1.PCCNTR.4638135 de 2023

COORDINADOR ACADEMICO

ANEXOS



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
- Código del Programa de Formación: 2753257 y 2753292
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada)
- Competencia: 260101047 Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
 - 26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO
 - 26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE
 - 26010104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y
 - POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
 - 26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL
 - DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO
- Duración de la Guía 96 HORAS

2. PRESENTACIÓN

En el presente año el SENA tiene como estrategia el fortalecimiento de saberes técnicos en distintas áreas, teniendo una gran fortaleza ya que cuenta con instructores del Centro Agropecuario y de Biotecnología el Porvenir.

Adicionalmente se tiene como objetivo el fortalecimiento de las habilidades comerciales en los aprendices con el fin de que el conocimiento técnico le permita generar proyectos de negocio, de esta manera obtener ingresos adicionales para mejorar la calidad de vida de la población vulnerable presente en la ciudad.

Bienvenidos al curso de Fortalecimiento de Mercadeo y Ventas, el cual fue diseñado para fortalecer los grupos, fundaciones, organizaciones de la Ciudad de Sahagun, dentro del programa de Atención a Población Víctima y Vulnerable, con herramientas de mercadeo que nos permitan generar estrategias para fortalecer las áreas de Ventas, Comercialización y Publicidad.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es)
- Definiciones de Mercadeo

Según Philip Kotler, el mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.

Para Jerome McCarthy es la realización de las actividades que pueden ayudar a que una empresa consiga las metas que se ha propuesto, anticipándose a los deseos de los consumidores y a desarrollar productos o servicios aptos para el mercado.

Por su parte John A. Howard, quien trabaja en la Universidad de Columbia, asegura que está convencido de que el marketing consiste en un proceso en el que es necesario comprender las necesidades de los consumidores, y encontrar qué puede producir la empresa para satisfacerlas. Y Al Ries y Jack Trout, opinan que marketing es sinónimo de “guerra” donde cada competidor debe analizar a cada “participante” del mercado, comprendiendo sus fuerzas y debilidades y trazar un plan a fin de explotarlo y defenderse.

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el marketing es una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto “para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones” y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes.

Estrategia Comercial

La Estrategia Comercial es el plan para llevar los productos al mercado y sobrevivir en el tiempo. Sin un plan, fácilmente podemos perder el rumbo y perder el negocio. Esta estrategia comercial o estrategia de marketing, es una combinación de herramientas que le permitirán llegar al mercado que usted busca. Estas herramientas se resumen en las “5 P” del marketing:

Las 5P del Marketing



**PRODUCTO:**

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, prestigio, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que nos satisface una necesidad, un deseo.

Las características de un producto son:

Núcleo: comprende aquellas propiedades físicas, químicas y técnicas del producto, que lo hacen apto para determinadas funciones y usos.

Calidad: valoración de los elementos que componen el núcleo, realizada en base a estándares objetivos y también subjetivos.

Precio: valor último de adquisición. Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios.

Envase: elemento de protección del que está dotado el producto y tiene un gran valor promocional y de imagen.

Diseño: forma y tamaño que permiten, en mayor o menor grado, la identificación del producto o la empresa y, generalmente, configura la propia personalidad del mismo.

Marca: nombres y expresiones gráficas que facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo. Hoy en día es uno de los principales activos de las empresas.

Servicio: conjunto de valores añadidos a un producto que le permite marcar las diferencias respecto a los demás; hoy en día es lo que más se usa para diferenciarse de la competencia.

Imagen del producto: opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto "en sí mismo", es decir, sobre su núcleo, calidad, envase, diseño, servicio adicional, etc.

Imagen de la empresa: opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos. Una buena imagen de empresa avala, en principio, a los productos de nueva creación; así como una buena imagen de marca consolida a la empresa y al resto de los productos de la misma.

"La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor participación de mercado y ser altamente competitivo".

ACTIVIDAD:

1. Definición del Producto que se va a analizar
2. En un Diagrama presente las características de su producto o servicio
- 3.



➤ PLAZA



Buscando la "Plaza", es decir, dónde vender

Los canales de venta son el medio por el cual el producto llega desde el productor al consumidor.

Muchas veces se tiende a pensar en un solo canal de venta para comercializar los productos. Sin embargo, debemos pensar en distintos canales que nos permitan llegar al consumidor de variadas formas.

Es importante identificar quiénes y dónde están nuestros clientes o a quiénes quiero satisfacer.

- **Ambiente Requerido:** Auditorios, aulas de aprendizaje convencionales, ambientes virtuales, biblioteca.
- **Materiales:** Hojas de papel, esferos, lápices, tablero, marcadores, autoadhesivos.

Para elegir los canales de venta, se deben tener en cuenta:

- Dónde se llega a más clientes
- El costo del lugar
- Las facilidades y dificultades para llegar ahí con el producto/servicio
- La conveniencia para administrar relaciones duraderas con los clientes



- Dónde obtener mayor valor en imagen

Los siguientes son algunos de los canales de venta más comunes:

- Tienda propia: Es venta directa, ya sea en una tienda o espacio propio dentro de una departamental (representación).
- Punto de venta con comerciante intermediario: Esto es, presencia en una cadena de autoservicio o tienda departamental. Puede ir desde una simple exhibición hasta todo un espacio diferenciado y exclusivo, pagado por el fabricante.
- Vendedores independientes: Compran el producto para revenderlo.
- Agencias o corredores. Son Comisionistas que no adquieren título de propiedad. Es el caso de los viajes, los seguros y la publicidad, entre otras.
- Vendedores comisionistas: Empleados de la empresa.
- Internet: Por lo general, implica una distribución directa o selectiva. Representa además un importante foro de imagen.
- Ferias comerciales: Ya sea que la feria sea de consumo o temáticas, tener un módulo ahí facilita la venta y genera futuros negocios.
- Catálogo: La venta por catálogo se puede utilizar en negocios tanto que tienen un local para atraer clientes a la tienda como para empresas que no tienen local y no disponen de una vitrina para mostrar sus productos. La venta por catálogo se puede lograr telefónicamente.
- Telemarketing: Venta telefónica. Aunque puede llegar a ser molesto para muchos consumidores, ésta resulta muy útil para vender productos bancarios, seguros, viajes, o servicio de telefonía.

Si vende vía Internet, asegúrese de que la página sea atractiva, fácil de usar, funcional, con contenidos actualizados y relevantes. En cuanto a servicios, preocúpese de que facilite los mecanismos de contacto, ya sea vía correo electrónico, teléfono o en persona. Ofrezca beneficios gratuitos, tales como cuenta de correo, boletines informativos, foro de mensajes, artículos y/o material de consulta.

ACTIVIDAD:

1. Definición del Producto a Analizar
2. Defina los canales de venta más apropiados para su producto, teniendo en cuenta el canal en el cual se logrará atender a más clientes, que canal es más conveniente para administrar relaciones duraderas con los clientes y canales me permitirán obtener mayor valor de imagen

➤ CLIENTE



El consumidor está cada vez más formado e informado y es más exigente, y con el incremento del nivel de vida, el deseo determina los hábitos de compra que generalmente prioriza el valor añadido de productos a su funcionalidad. Además, debemos tener en cuenta que en todo mercado competitivo existen una serie de grupos sociales, cuyas reacciones incidirán de forma directa en nuestros resultados. A continuación se indican los más representados:

- Compradores o utilizadores de los productos comercializados por nuestra empresa.
- Compradores o utilizadores de los productos comercializados por las empresas de la competencia.
- Compradores o utilizadores potenciales que en la actualidad no consumen nuestros productos ni los de la competencia, cualquiera que sea la razón.
- Los no compradores absolutos del producto que, sin embargo, pueden incidir en un momento determinado positiva o negativamente en su comercialización. Ejemplo: los ecologistas con respecto a ciertos productos industriales derivados del petróleo, etc.
- Los prescriptores o indicadores son aquellos que conociendo el producto pueden influir por diferentes motivos en la adquisición o no de un bien determinado. Ejemplo: directores de bancos con respecto a determinados productos (seguros, Bolsa, inmobiliaria, etc.), profesores de golf con respecto al material utilizado (palos, pelotas, etc.).
- Los líderes de opinión son las personas que debido principalmente a su posicionamiento y reconocimiento social pueden incidir fuertemente en la opinión general del mercado, según sea su inclinación hacia un determinado producto. Este tipo de personajes suelen ser utilizados en el mundo de la comunicación y la publicidad para ayudar a sensibilizar a un determinado estrato social frente a una idea.

Una vez definidos los diferentes tipos de consumidores que existen teóricamente en el mercado, conviene hacer una reflexión sobre los resultados que se obtienen tanto de los denominados «clientes satisfechos» como de los denominados por Peter Druker «clientes internos» que son todos aquellos que componen la plantilla de una compañía, ya que en ambos casos intervienen fuertemente en la comercialización de una empresa.



Tipos de clientes

El marketing actual se acentúa menos en la venta del producto y pone mayor énfasis en aprovechar la relación en el tiempo con el cliente, es decir, **fidelizarlo**. Aquí es donde el término de **marketing relacional** vuelve a adquirir importancia, ya que trata de establecer una relación rentable entre cliente y empresa. Pero para ello es preciso conocer lo mejor posible al cliente y así poder adecuar nuestra oferta a sus necesidades.

A continuación indico en una matriz de trabajo los diferentes tipos de clientes que existen **por nivel de fidelidad**, en base al grado de satisfacción y fidelidad que mantienen con nuestros productos.

		Nivel de fidelidad	
		Bajo	Alto
Nivel de satisfacción	Bajo	Opositor	Cautivo
	Alto	Mercenario	Prescriptor

- Opositor. Busca alternativas a nuestro servicio. Descontento. Generador de publicidad negativa que puede destruir el mejor marketing.
- Mercenario. Entra y sale de nuestro negocio, sin ningún compromiso. Al menos no habla de nosotros.
- Cautivo. Descontento. Atrapado, no puede cambiar o le resulta caro. Es un vengativo opositor en potencia.
- Prescriptor. Alto grado de satisfacción. Fiel. Amigo y prescriptor de la empresa. Un buen complemento de nuestro marketing.

Por nivel de compra los clientes pueden clasificarse de la siguiente forma:

- **Low cost.** El objetivo del comprador *low cost* es ahorrar todo lo que pueda. Se les identifica porque son compradores frecuentes, con cestas pequeñas y dominan el arte de descubrir los precios más bajos. Su producto preferido, las marcas del distribuidor.
- **Cestas pequeñas.** Definitivamente, es un perfil en auge. Compradores que viven solos, en viviendas de reducidas dimensiones, con pocos armarios y neveras pequeñas. Hacen pocas compras por obligación, porque no les cabe más en la despensa.
- **Adictos a las compras.** No pueden evitarlo, comprar es su mayor placer y son los que más gastan. Son parejas jóvenes con hijos de mediana edad. Viven en las ciudades de más de 100.000 habitantes y en las grandes áreas metropolitanas.
- **Pragmáticos.** Hacen la compra porque la nevera no puede quedar vacía, pero adquieren solo lo necesario. Buscan las marcas de siempre, las que conocen y saben que no le acarrearán problemas. Reclaman, ante todo, una compra fácil.
- **Tradicional.** Llama a los tenderos por su nombre de pila. Le gusta hablar con ellos, pasearse, comentar la jugada y que los tenderos le mimen. Acuden a tiendas especializadas y realizan compras elevadas. Más que comprar, pasan la tarde.



- **Compra de barrio.** Sea lo que sea, que quede cerca de casa. Suele ir a las tiendas muy a menudo, pero realiza compras muy reducidas. No es un gran previsor: cuando falta algo, sale a comprarlo sin pensar en lo que pueda faltar mañana.
- **Multiestablecimientos.** No les importa dónde comprar: son infieles por necesidad. Se consideran innovadores porque les gusta probar marcas nuevas, tiendas nuevas. No se casan con nadie: son muy sensibles a las promociones de los productos.
- **Hipercarros.** El objetivo es llenar la despensa. No tienen tiempo y concentran gran parte de su compra en los fines de semana. Son los que menos veces van a comprar al año. Pero cuando lo hacen lo más normal es que los carros pasen por caja totalmente llenos.

➤ PUBLICIDAD



"No importa qué tan fantástico sea su negocio. Si sus posibles clientes no se enteran de que usted existe, no venderá nada."

La publicidad permite que el público nos conozca, sepa cuáles son nuestros productos, así como sus atributos y ventajas. También nos ayuda a ser conocidos y mantenernos en el recuerdo de nuestros consumidores.

Al definir nuestra publicidad, tenemos que tener en cuenta que esta tiene tres grandes propósitos:

- Dar a conocer un producto o servicio y sus atributos
- Aumentar las ventas
- Posicionar o fijar la marca en la mente de los consumidores

Tener un mensaje que identifique su producto o empresa puede hacer una gran diferencia a la hora de publicitar. Este mensaje debe llamar la atención, ser original y fácil de recordar. Debe transmitir las ventajas o beneficios de su producto.

Una vez que se ha establecido el objetivo de la publicidad y se ha elaborado un mensaje, se debe escoger el medio por el cual se hará.



Estos pueden ser:

- Vallas
- Avisos por la radio o si se puede, TV
- Avisos en diarios o revistas
- Carteles en el local u otros lugares públicos
- Tarjetas o carpetas de Presentación
- Sitios Web

Una de las mejores formas de hacer publicidad es el boca a boca, es decir, que sus clientes hablen de usted a otros potenciales clientes a partir de la experiencia o satisfacción de sus necesidades. Esta forma de publicidad es muy efectiva, ya que es más creíble que un anuncio publicitario, porque viene de alguien conocido. Es más lenta pero más segura.

Un tema muy importante de tratar es el sentido que debe tener la publicidad. Existen muchas empresas en el mercado que dicen ser las mejores para algo, pero no cuesta mucho comprobar que en muchos casos, lo que dicen no es verdad. A los clientes no se les puede engañar dos veces. Sólo les cuesta comprar el producto una vez para saber que lo que la empresa decía, en realidad era mentira.

➤ **PRECIO**





Un producto vale lo que la gente está dispuesta a pagar por él. Es por eso que el precio de un producto no siempre lo determina el vendedor, en general viene dado por el mercado.

Hay diferentes formas de ponerles el precio a sus productos:

- **Según la competencia:** ellos fijan el precio pero no es posible posicionar por precio, aumenta la sensibilidad precio de los consumidores y requiere monitoreo constante del mercado, es decir, estar atento constantemente a los precios de la competencia.
- **Según la disposición a pagar el cliente:** es difícil de determinar pero es el más exacto.
- **Cubrir los costos variables y agregándole una porción más para las utilidades:** no considera a los consumidores ni los costos fijos
- **Punto de equilibrio:** referencia para saber cuándo gano y cuándo pierdo.
- Es importante conocer el costo de nuestro producto, para de esta forma, calcular el margen que estamos ganando

Si no tenemos claro el costo del producto, no sabemos cuando estamos ganando y cuando estamos perdiendo. Tampoco sabemos cuánto descuento podemos hacer sin dejar de percibir utilidad.

El precio también es una forma de competir. Si se bajan los costos, se puede bajar los precios y aumentar las ventas, en desmedro de la competencia. Sin embargo, hay que tener cuidado de no entrar en una guerra de precios, ya que la competencia puede también bajar los precios y así sucesivamente hasta que todos salen perdiendo.

HOJA DE COSTOS

PRODUCTO: PLATANO PELADO

BASE DE CALCULO: 41,727 kg

FECHA: may-15

RESPONSABLES: Unidad Productiva Productos Anancareña

INGREDIENTES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plátano Verde	kg	41,727		475	19820,325
Ácido Cítrico	l	108		7,0644	762,9552
Empaques (Bolsa plástica de polipropileno capacidad 30 kg)	Unidad	1	N/A	200,00	200
Etiquetas	Unidad	1	N/A	45	45
TOTAL					\$ 20.828

PESO INICIAL: 41,727 Kg

PESO MERMA: 18,770 Kg

PESO FINAL: 22,957 Kg

No. UNIDADES 1

VALOR UNIDAD \$ 20.828

PRECIO ESTIMADO DE VENTA \$ 62.485

PESO UNIDAD 33 kg



Una práctica muy utilizada es disminuir el precio por unidad a mayor volumen de venta. Esto incentiva a los consumidores a aumentar la cantidad a comprar y, de esta forma, se aumentan las ventas. Para utilizar estas prácticas hay que tener claro el costo unitario de los productos y establecer de antemano las cantidades y precios por tramo.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento :	Conoce los conceptos básicos de Mercadeo.	Técnica de Evaluación: Formulación de preguntas Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo
Evidencias de Desempeño:	Desarrolla los talleres aplicando los conceptos de Mercadeo	Técnica de Evaluación: Observación directa Instrumento de Evaluación: Talleres
Evidencias de Producto:	Desarrollo del programa de formación	Técnica de Evaluación: Valoración del producto Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Análisis de la competencia: estudio de mercado que consiste en recoger información útil sobre nuestros competidores, analizar dicha información, y luego, en base a dicho análisis, tomar decisiones que nos permitan competir adecuadamente con ellos, bloquear sus fortalezas y aprovechar sus debilidades



Análisis de la demanda: estudio de mercado que consiste en tratar de conocer los gustos, preferencias, comportamientos de compra (cuándo compran, por qué compran, cada cuánto tiempo compran) de los consumidores que conforman nuestro mercado objetivo.

Bases de Datos: Se refiere a la estructura y la forma en que se guardará la información de una empresa. Las bases de datos reflejan la organización de la información de la empresa y por lo general se encuentran centralizadas físicamente en él o los servidores

Cliente: Persona que ya ha comprado nuestros productos o adquirido nuestros servicios; se diferencia de un “consumidor”, en que el consumidor no necesariamente nos ha comprado o adquirido nuestros productos o servicios.

Cliente potencial: Consumidor del cual hay buenas posibilidades de que se convierta en nuestro cliente.

Competencia: Conjunto de negocios o empresas que compiten con el nuestro

Marca: Nombre, término, palabra, signo, símbolo, diseño, o una combinación de ellos, que se le asigna a los productos o servicios de un negocio o empresa para identificarlos y distinguirlos de los demás productos o servicios que existan en el mercado

Marketing (Mercadotecnia): Conjunto de acciones que se pueden realizar para todo lo referente a la relación que existe entre el mercado (los consumidores) y un negocio o empresa, por ejemplo, acciones tales como la recopilación de información procedente del mercado (por ejemplo, las necesidades o gustos de los consumidores), el diseño de productos de acuerdo a dichas necesidades o gustos, la información sobre la existencia de dichos productos a los consumidores y la distribución o venta de dichos productos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Bibliotecasena.sena.edu.co
- <http://www.marketing-xxi.com/el-cliente-55.htm>
- <http://www.innoconsulting.com.ar/html/pdf/inno/glosario.pdf>
- <https://www.aboutespanol.com/las-5-p-del-marketing-2480207>



7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	MARY CRUZ RUIZ VERGARA	INSTRUCTORA	CABP	19 -03 - 2023

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

Obligación Contractual 1 Anexo 2: Plan Concertado Fichas No. 2753257

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
FICHA	2753257
COMPETENCIA	260101047 Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO 26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO
INSTRUCTOR	MARY CRUZ RUIZ VERGARA

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGA	
		Físico	Digital		SI	No
ALEXIS FARID BERTEL CALLE	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
EDISON DANIEL OLIVERO SANCHEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
ERIS MANUEL PALENCIA ANGEL	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
GRETIS PAOLA PACHECO MARTINEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
HELENA PATRICIA ARIAS ZABALETA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
HILLARY OYOLA DOMINGUEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
JENNYFER OCAMPO JIMENEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
JESUS ANTONIO CASTAÑO SALAS	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
JESUS MANUEL DIAZ MEDINA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
JESUS MANUEL GALVIS MACEA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
JOHANA HERNANDEZ IRIARTE	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
JOHELIS PATRICIA GUERRERO GOMEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023		
JOSÉ MANUEL PICO BERROCAL	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
JUAN CARLOS RAMOS BARRERA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
JUAN DAVID CASTRO CAUSIL	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	

Continuación del Anexo 2: Plan Concertado Fichas No. 2753257

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
FICHA	2753257
COMPETENCIA	260101047 Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO 26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO
INSTRUCTOR	MARY CRUZ RUIZ VERGARA

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
JUAN JOSÉ RIVERA BARRIOS	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
JULIANA POLO CASTRO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	X	
KARINA ESTHER SEGURA MORELO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023		
LEONARDO ANDRES HERRERA VILORIA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023		
MARIA CAROLINA PATERNINA AVILA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
MARIA PAULINA GUERRA VEGA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023		
MARIO ALBERTO JIMENEZ URANGO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
MARTHA LILIANA ZABALA MARTINEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
MAYULIS PARRA BLANCO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
MERLY TATIANA HERAZO PACHECO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
ROMERY DE LA CRUZ MACEA ACOSTA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
RUBY OSIRIS LOBO RIVERO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
SILA ESTHER MARTINEZ BEDOYA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
YENYS CECILIA BERONA OSORIO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	
YORDANA YULIETH NARANJO ROMERO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		8/05/2023	x	

Obligación Contractual 1 Anexo 3: Plan Concertado Fichas No.2753292

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
FICHA	2753292
COMPETENCIA	260101047 Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO 26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO
INSTRUCTOR	MARY CRUZ RUIZ VERGARA

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGA	
		Físico	Digital		SI	No
ARGELIDA ELENA HERNANDEZ NAVARRO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
BEATRIZ ELENA FRABRA ARRIETA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
BEATRIZ ELENA GUERRA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
BELISA ANDREA OSUNA GAVIRIA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
CAROLINA RAMOS DIAZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
DANIELA ALEJANDRA FRANCISCO VILORIA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
DIGNA CRISTINA ZABALA MARTINEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
EDER DARIO CONTRERAS ALTAMIRANDA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
ELIDA DEL CARMEN VERGARA SIERRA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
EMILCE MARIA MORELO ALVAREZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
ESTHER EUGENIA MONTES ALVAREZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
EVA SANDRITH LOBO ARRIETA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023		
EVASANDRITH HERAZO PERDOMO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
LUIS EDUARDO PEREZ AVILA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
LUZ MERY MARTINEZ MEDINA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	

Continuación del Anexo 3: Plan Concertado Fichas No.2753292

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
FICHA	2753292
COMPETENCIA	260101047 Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO 26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO
INSTRUCTOR	MARY CRUZ RUIZ VERGARA

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
MARGARITA ISABEL MARTINEZ QUIÑONES	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
MARIA ISABEL SALAZAR CHACON	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	X	
MARIANA DE JESUS VERGARA TORRES	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023		
MARY JULIA CASTILLO HERNANDEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023		
MAYULIS PARRA BLANCO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
NATALIA ROMERO URZOLA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023		
NIDIA ROSA BERTEL MARQUEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
PAOLA ANDREA DIAZ DE LA OSSA	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
RAFAEL ANTONIO LOPEZ YEPEZ	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
RICHAR DAVID LIPEZ CANO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
SANDY VANESSA CORTES GENES	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
SCARLET ANGELICA MEDINA OVIEDO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
WENDY NAILETH NARANJO ROMERO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
YESENIS SANCHEZ SANTERO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	
YULIZA ALEJANDRA DE LA ROSA OQUENDO	Planear estrategias de Mercado basados en los resultados obtenidos en la investigación de mercados Para orientar la gestión de ventas de los productos y el logro de los objetivos	X		11/05/2023	x	

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: MARY CRUZ RUIZ VERGARA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL

FECHA INICIAL: 01/05/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 31/05/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2753292 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE VENTAS

26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO

26010104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 72,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2753257 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE VENTAS

26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO

26010104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	80,00
--------------------------------------	--------------

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	152,00
--	---------------

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
---------------	-------------	-----------	-------

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00
---------------------------------------	-------------

INSTRUCTOR: MARY CRUZ RUIZ VERGARA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL

Obligación Contractual 2 Anexo 5 Pantallazo Del Proceso (AsociarAprendices) Ficha N° 2753257

The screenshot displays the SofiaPlus web application interface. The browser's address bar shows the URL `senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces`. The user is logged in as MARY CRUZ. The left sidebar contains a menu with options such as 'Diseño Curricular', 'Ejecución de la Formación', and 'Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje'. The main content area is titled 'Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje' and includes a search section with the following details:

- Ficha de caracterización*: 2753257 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
- Ruta de Aprendizaje*: 2753257 (FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS)
- Consultar Aprendices

A green message box at the bottom of the main area states: 'La operación Asociar aprendices a ruta se realizó exitosamente. | Resultado: 30 Aprendiz(ces) asociado(s) a la Ruta de Aprendizaje: 2753257 (FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS). Se ha enviado un correo electrónico a los aprendices asociados a la ruta'.

The footer of the application indicates 'SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -- © SENA 2018 -- Bogotá - Colombia- --a179;'. The Windows taskbar at the bottom shows the system time as 9:04 a.m. on 10/05/2023, with a temperature of 26°C and weather conditions of Mayorm. nubla...

Obligación Contractual 2 Anexo 6 Pantallazo Del Proceso (AsociarAprendices) FichaN° 2753292

The screenshot displays the SofiaPlus web application interface. The browser's address bar shows the URL `senasofiapius.edu.co/sofia/home/principal.faces`. The user is logged in as MARY CRUZ. The left sidebar contains a menu with options such as 'Diseño Curricular', 'Ejecución de la Formación', and 'Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje'. The main content area is titled 'Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje' and includes a search section with the following details:

- Ficha de caracterización*: 2753292 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
- Ruta de Aprendizaje*: 2753292 (FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS)
- Consultar Aprendices

A green message box at the bottom of the main area states: 'La operación Asociar aprendices a ruta se realizó exitosamente. | Resultado: 30 Aprendiz(ces) asociado(s) a la Ruta de Aprendizaje: 2753292 (FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS). Se ha enviado un correo electrónico a los aprendices asociados a la ruta'.

The footer of the application indicates 'SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -- © SENA 2018 -- Bogotá - Colombia- --a179;'. The Windows taskbar at the bottom shows the system time as 9:05 a.m. on 10/05/2023, with a temperature of 26°C and weather conditions of Mayorm. nubla...

LISTADO PARA VERIFICACION VIVANTO									
CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR									
PROGRAMA VICTIMAS 2023									
NOMBRE DEL INSTRUCTOR		MARY CRUZ RUIZ VERGARA							
DOCUMENTO			1069487767		CELULAR	3006327691			
NOMBRE DEL CURSO		FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS					EMAIL		mcruizv@sena.edu.co
MUNICIPIO		SAHAGUN			CORREGIMIENTO		VEREDA		
CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	FECHA DE EXPEDICION	LUGAR DE EXPEDICION	VIVANTO
1	ALEXIS FARID BERTEL CALLE	CC	1069467380	3005749230	7/12/2004	SAHAGUN	21/12/2022	SAHAGUN	
2	EDISON DANIEL OLIVERO SANCHEZ	CC	78739867	3175198426	25/12/1974	Sahagun	3/03/1993	Sahagun	X
3	ERIS MANUEL PALENCIA ANGEL	CC	1072524264	3226157643	03-11-1086	SAN ANTERO	13/07/2006	SAN ANTERO	X
4	GRETIS PAOLA PACHECO MARTINEZ	CC	1069480358	304 6172938	1/01/1994	SAHAGUN	10-ene-12	SAHAGUN	
5	HELENA PATRICIA ARIAS ZABALETA	CC	1069504944	3003079701	15/01/1996	MONTERIA	5/01/2017	SAHAGÚN	
6	HILLARY OYOLA DOMINGUEZ	CC	1069501767	3017858450	7/07/1997	SAHAGUN	15/07/2015	SAHAGUN	
7	JENNYFER OCAMPO JIMENEZ	CC	1069479482	3024326380	22/11/1987	Nechi	21/08/2007	Sahagun	X
8	JESUS ANTONIO CASTAÑO SALAS	TI	1069470601	3234584509	23/09/2005	SAHAGUN	9-mar-20	SAHAGUN	
9	JESUS MANUEL DIAZ MEDINA	CC	1003498271	3002748815	30/10/1997	SAHAGUN	10-nov-15	SAHAGUN	
10	JESUS MANUEL GALVIS MACEA	CC	1003498182	3165184325	5/01/2000	SAHAGÚN	24/01/2018	SAHAGÚN	
11	JOHANA HERNANDEZ IRIARTE	CC	1149445999	3017732370	15/05/1994	CARTAGENA	4/08/2012	CARTAGENA	
12	JOHELIS PATRICIA GUERRERO GOMEZ	CC	1069473637	3005865347	12/03/1999	Sahagún	15/03/2017	Sahagun	X
13	JOSÉ MANUEL PICO BERROCAL	CC	8174221	3235094183	23/03/1966	San Pedro de Uraba	26/03/1985	San Pedro de Uraba	X
14	JUAN CARLOS RAMOS BARRERA	CC	1069479960	3006811374	24/06/1989	SAHAGÚN	16/10/2007	SAHAGÚN	
15	JUAN DAVID CASTRO CAUSIL	CC	1059467054	3244001800	1/12/2004	SAHAGÚN	5-ene-23	SAHAGÚN	
16	JUAN JOSÉ RIVERA BARRIOS	CC	1005570907	3003079701	13/10/2001	SINCELEJO	19/11/2019	SAHAGÚN	X
17	JULIANA POLO CASTRO	TI	1169713527	3017234039	21/09/2009	Sahagun	17/05/2017	Sahagun	X
18	KARINA ESTHER SEGURA MORELO	CC	1069490930	3014610673	16/03/1993	Tierralta	18/05/2011	Sahagun	X
19	LEONARDO ANDRES HERRERA VILORIA	CC	1193552994	3007057968	30-dic-02	SAHAGUN	9-jul-21	SAHAGUN	
20	MARIA CAROLINA PATERNINA AVILA	CC	1069467844	3005394708	13/01/2005	Sahagun	11/10/2021	Sahagun	x
21	MARIA PAULINA GUERRA VEGA	CC	1069490020		18/08/1992	SAHAGÚN	24-ene-11	SAHAGÚN	
22	MARIO ALBERTO JIMENEZ URANGO	CC	1007508620	3244883293	10/01/1998	SAHAGUN	28-mar-16	SAHAGUN	X
23	MARTHA LILIANA ZABALA MARTINEZ	CC	1069506547	3225842828	7/09/1999	SAHAGÚN	13/10/2017	SAHAGÚN	
24	MAYULIS PARRA BLANCO	CC	1102860330	3023260211	17-021994	SAHAGUN	29/05/2012	SAHAGUN	
25	MERLY TATIANA HERAZO PACHECO	CC	1069476610	3233652669	29/01/1989	Sahagún	26/06/2007	Sahagún	X
26	ROMERY DE LA CRUZ MACEA ACOSTA	CC	30566618	3008386426	11/12/1954	SAHAGUN	12/04/1985	SAHAGUN	X
27	RUBY OSIRIS LOBO RIVERO	CC	30580787	3215006807	6/10/1974	Chinu	23/01/2001	Sahagun	X
28	SILA ESTHER MARTINEZ BEDOYA	CC	1017128069	3116576098	16/12/1985	SAHAGUN	7/05/2004	MEDELLIN	X
29	YENYS CECILIA BERONA OSORIO	CC	1003409425	3147679604	10/08/1993	SAHAGUN	5-sep-11	SAHAGUN	X
30	YORDANA YULIETH NARANJO ROMERO	TI	1119391994	3157982799	12/11/2005	Riohacha	15/11/2012	Riohacha	X
31									
TOTAL									 16

|
homicidio
homicidio

CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR									
PROGRAMA VICTIMAS 2023									
NOMBRE DEL INSTRUCTOR		MARY CRUZ RUIZ VERGARA							
DOCUMENTO			1069487767		CELULAR	3006327691			
NOMBRE DEL CURSO		FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS					EMAIL	mcruizv@sena.edu.co	
MUNICIPIO		SAHAGUN			ORREGIMIENTO		VEREDA		
CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	FECHA DE EXPEDICION	LUGAR DE EXPEDICION	VIVANTO
1	ARGELIDA ELENA HERNANDEZ NAVARRO	CC	1005681303	3006244818	1/03/1999	SAN MARCOS	9/03/2017	SAHAGUN	
2	BEATRIZ ELENA FRABRA ARRIETA	CC	30582495	3017239683	16/02/1984	SAHAGUN	24-jul-02	SAHAGUN	
3	BEATRIZ ELENA GUERRA	CC	1069465238	3245664947	22/03/1996	SAHAGUN	11/07/2014	SAHAGUN	
4	BELISA ANDREA OSUNA GAVIRIA	CC	1069472556	3008841796	6/07/1997	SAHAGÚN	7/07/2015	SAHAGÚN	
5	CAROLINA RAMOS DIAZ	CC	1007508674	3003079701	28/04/1999	SAHAGÚN	17/05/2017	SAHAGÚN	x
6	DANIELA ALEJANDRA FRANCISCO VILORIA	CC	1069504967	3137469189	23/08/2002	VENEZUELA	27-ago-20	SAHAGÚN	
7	DIGNA CRISTINA ZABALA MARTINEZ	CC	1069482019	3137469189	24/05/1990	SAHAGÚN	9/06/2008	SAHAGÚN	
8	EDER DARIO CONTRERAS ALTAMIRANDA	CC	1007508413	3246423835	5/12/1999	SAHAGÚN	25-ene-18	SAHAGÚN	x
9	ELIDA DEL CARMEN VERGARA SIERRA	CC	30060776	3217383232	16/05/1965	PUERTO LIBERTADOR	24-jul-87	PUERTO LIBERTADOR	x
10	EMILCE MARIA MORELO ALVAREZ	CC	30582321	3024345020	8/01/1980	SAHAGÚN	4/06/2002	SAHAGÚN	
11	ESTHER EUGENIA MONTES ALVAREZ	CC	30577990	3017691271	8/08/1979	SAHAGUN	4/09/1997	SAHAGUN	
12	EVA SANDRITH LOBO ARRIETA	CC	1003261871	3043499531	10/02/1999	CHINU	1/03/2017	CHINU	
13	EVASANDRITH HERAZO PERDOMO	CC	1003409528	3003603448	20/11/2002	SAHAGUN	9-dic-20	SAHAGUN	
14	LUIS EDUARDO PEREZ AVILA	CC	1003501246	3243378710	5/08/1999	SAHAGUN	9-ago-17	SAHAGUN	x
15	LUZ MERY MARTINEZ MEDINA	CC	64726053	3108945706	25/04/1979	MAJAGUAL	4/11/1998	MAJAGUAL	x
16	MARGARITA ISABEL MARTINEZ QUIÑONES	CC	30582389	300 2326013	12/03/1984	SAHAGUN	24-jun-02	SAHAGUN	x
17	MARIA ISABEL SALAZAR CHACON	CC	1066522398	3057074453	4/06/1993	AYAPEL	22-jun-11	AYAPEL	x
18	MARIANA DE JESUS VERGARA TORRES	CC	30566538	3002217345	26/04/1963	SAHAGÚN	15/02/1985	SAHAGÚN	
19	MARY JULIA CASTILLO HERNANDEZ	CC	1102830587	3014750555	14/07/1989	SAMPUES	25/03/2008	SINCELEJO	x
20	MAYULIS PARRA BLANCO	CC	1102860330	3023260211	17-021994	SINCELEJO	29/05/2012	SINCELEJO	
21	NATALIA ROMERO URZOLA	CC	1003409136	3022720888	22/01/2003	SAHAGUN	9/02/2021	SAHAGUN	x
22	NIDIA ROSA BERTEL MARQUEZ	CC	1069475361	3217387473	17-mar-85	APARTADO	9-ene-07	SAHAGUN	x
23	PAOLA ANDREA DIAZ DE LA OSSA	CC	1069498622	3052036917	12/01/1996	MONTERIA	16-ene-14	SAHAGUN	
24	RAFAEL ANTONIO LOPEZ YEPEZ	CC	11900136	3145699430	2/02/1957	SAHAGUN	16/03/1977	UNGUIA	x
25	RICHAR DAVID LIPEZ CANO	CC	1069504668	301504668	12-nov-98	SAHAGÚN	16-nov-16	SAHAGÚN	x
26	SANDY VANESSA CORTES GENES	CC	1069491391	3042738872	23/06/1993	SAHAGUN	21/07/2011	SAHAGUN	x
27	SCARLET ANGELICA MEDINA OVIEDO	TI	1100017054	3182679635	7/01/2006	MAJAGUAL	10/01/2018	MAJAGUAL	x
28	WENDY NAILETH NARANJO ROMERO	CC	1118854560	3003898982	8/01/1995	RIOHACHA	1-abr-13	RIOHACHA	x
29	YESENIS SANCHEZ SANTERO	CC	1069489447	3115835177	11/03/1992	Puerto Libertador	17/11/2010	SAHAGÚN	x
30	YULIZA ALEJANDRA DE LA ROSA OQUENDO	CC	1041260439	3146793435	1/04/2004	SAN PEDRO DE URABA	5/04/2022	SAHAGUN	x
TOTAL									 17

LISTADO PARA VERIFICACION VIVANTO										
CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR										
PROGRAMA VICTIMAS 2023										
NOMBRE DEL INSTRUCTOR			MARY CRUZ RUIZ VERGARA							
DOCUMENTO				1069487767		CELULAR	3006327691			
NOMBRE DEL CURSO			FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS					EMAIL	maryruzver@gmail.com	
MUNICIPIO			SAHAGUN			CORREGIMIENTO		VEREDA		
CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	FECHA DE EXPEDICION	LUGAR DE EXPEDICION	VIVANTO	
2	ANDREA CAROLINA MUÑOZ TIRADO	CC	1003502192	3005394312	9/10/2002	SAHAGUN	30/10/2020	SAHAGUN	X	
3	ANGEL EDUARDO FLOREZ CHAVEZ	TI	1069476290	3243900849	18/11/2004	Sahagun	21/11/2018	Sahagun		
4	ARMINDA ROSA VERTEL MENDEZ	CC	1069469116	3006188501	20/03/1987	CHINU	7/06/2005	SAHAGUN	x	
5	BERTHA MILENA RUIZ TORDECILLA	CC	30580516	3207925489	9/02/1981	AN ANDRES DE SOTAVENT	24-nov-00	SAHAGÚN	x	
6	DANIEL FELIPE ALVAREZ JIMENEZ	CC	1003499822	3013434894	5/10/2001	SAHAGUN	2/12/2019	SAHAGUN	x	
7	DANIZZA JUDITH BORJA RUIZ	T.I	1062960230	3126813414	1/09/2005	MONTERIA	17/07/2014	SAHAGUN		
8	DEISY LILIANA POLO CASTRO	TI	1102230608	3017234039	17/07/2006	SAN BENITO DE ABAD	8/01/2014	SAHAGUN	x	
9	DOMINGO JOSE RAMOS PACHECO	CC	78763073	3226270925	17/04/1981	SAHAGUN	12/01/2000	SAHAGUN		
10	EMIRO RAFAEL NUÑEZ ARRIETA	CC	10774306	3114234989	29/06/1969	MONTERIA	27/11/2000	MONTERIA	x	homicidio
11	SAILETH DEL CARMEN PERTUZ VEGA	CC	1193589059	3226220562	16/07/1994	SAHAGUN	26/04/2013	SAHAGUN		
12	ISIDRO DAVID MERCADO VEGA	CC	1003499326	3215954513	20/09/2021	SAHAGUN	4/12/2019	SAHAGUN		
13	JESÚS DAVID ROMERO RAMIREZ	CC	1003504681	3165184325	13/08/1999	SAHAGÚN	18/08/2017	SAHAGÚN	x	
14	ROSA INES NAVARRO ROMERO	CC	50886722	3104206429	20/04/2023	SAHAGUN	28/11/2023	BUENAVISTA		
15	JUAN SEBASTIAN SERPA BETANCUR	CC	1068416747	3016949429	30/12/2003	MONTERIA	25/01/2022	SAHAGUN		
16	JULIANA POLO CASTRO	TI	1169713527	3017234039	1/09/2009	SAHAGUN	17/05/2017	SAHAGUN	x	
17	JULIETH MARIA LOBO DIAZ	CC	1069462483	3042697767	27/10/2002	SAHAGUN	9/11/2020	CHINU		
18	LAURA VANESSA CAMAÑO CHICA	CC	1003502061	3023199708	3/10/2002	SAHAGUN	30-oct-20	SAHAGUN	x	
19	Linda Sofia Macea Osorio	CC	1069481977	3017835328	24/11/2002	Sahagun	9/12/2020	Sahagun	x	
20	MARCELA YULIETH VASQUEZ SALDARRIAGA	CC	1000444942	3246743264	30/03/2001	MEDELLLIN	2/04/2019	COPACABANA		
21	MARIA ALEJANDRA GONZALEZ ARROYO	CC	1069489514	324 2283149	14/05/1992	SAHAGUN	24/11/2010	SAHAGUN	X	
22	MELISA DEL CARMEN DELGADO NIETO	CC	1007801191	3225061030	23/09/1995	SAHAGUN	28/06/2016	SAHAGUN	x	
23	NEVER JOSE REINO MENDEZ	CC	1007508649	301 7396587	17/10/2000	SAHAGUN	2-nov-18	BARRANQUILLA	x	
24	NORIDA ALEXA MERLANO MERCADO	CC	1069475443	3228590372	2/01/2007	SAHAGÚN	2/11/2014	SAHAGUN		
25	NORIDA PAULINA GUERRA VEGA	CC	1069490020	3042567107	19-ago-92	SAHAGÚN	24-ene-11	SAHAGÚN		
26	NORLIS MERCEDES SALAZAR CABRALES	CC	1069481461	3146784325	10/03/1990	SAHAGUN	2/04/2008	SAHAGUN	x	
27	SARA LUCIA PIMIENTA RIQUEMA	CC	1068136409	3113630252	18-sep-04	SAHAGUN	21-nov-22	SAHAGUN		
28	SUAD SOFIA GUZMAN FERIS	CC	25910298	3135555261	3/07/1959	PUNTA DE YAN	15/12/1977	CHINU	X	
29	YENIFER ESTEFANI BECERRA ZULUAGA	CC	1030568965	3126950446	11/09/1989	CALI	21/02/2008	BOGOTA	x	
30	YENIS DEL ROSARIO PACHECO MONTIEL	CC	1003504229	3006327691	2/07/1995	SAHAGUN	23/09/2016	BOGOTA	x	
31										
TOTAL									 17	

LISTADO PARA VERIFICACION VIVANTO									
CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR									
PROGRAMA VICTIMAS 2023									
NOMBRE DEL INSTRUCTOR		MARY CRUZ RUIZ VERGARA							
DOCUMENTO			1069487767		CELULAR	3006327691			
NOMBRE DEL CURSO		ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO					EMAIL	maryruzver@gmail.com	
MUNICIPIO		SAHAGUN			CORREGIMIENTO		VEREDA		
CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	FECHA DE EXPEDICION	LUGAR DE EXPEDICION	VIVANTO
1	AMADA CRISTINA ROSARIO CARO	CC	1133754054	3218507402	3/06/2002	CHINU	5-nov-20	CHINU	X
2	ASTRID PAOLA GUERRA AVILEZ	CC	1003408881	3002217373	24/01/1991	SAHAGUN	29/04/2010	SAHAGUN	x
3	AURA CRISTINA CALDAS PACHECO	CC	1069496162	3016443804	11-sep-94	SAN MARCOS	8-abr-13	SAHAGÚN	X
4	CARMEN DE LA CRUZ MERCADO HERAZO	CC	30566968	3113947368	4/12/1966	SAHAGÚN	26-ago-85	SAHAGÚN	X
5	CARMEN YOHANA YANES CUADRADO	CC	50928028	3127972923	15/02/1978	MONTERIA	21/01/1998	MONTERIA	X
6	DAIMYS RAMONA GONZALEZ ARRIETA	CC	1003502252	3136226640	8/04/1990	SAHAGÚN	20-ago-10	SAHAGÚN	
7	JUAN MANUEL CAUSIL LOBO	CC	1069482463	3104622867	2/04/1990	SAHAGÚN	23/07/2008	SAHAGÚN	
8	LEUDYS MARIA CAUSIL LOBO	CC	30583621	3114141236	30/01/1985	SAHAGÚN	25-abr-03	SAHAGÚN	X
9	LEYDIS PAOLA SARIEGO BORJA	CC	1069483050	3002528979	26/01/1990	CACERES	25-sep-08	SAHAGÚN	X
10	LILY YOJANA ALVAREZ REINO	CC	30581370	3106390486	21/07/1981	SAHAGÚN	5-jul-01	SAHAGÚN	
11	LUIS FERNANDO GONZALEZ ROMAN	CC	1007770766	3113947368	24/07/1998	COROZAL	13-oct-16	COROZAL	X
12	LUISA FERNANDA GONZALEZ ARROYO	CC	1069493417	3242283111	11/12/1993	SAHAGÚN	19-abr-12	SAHAGÚN	X
13	MARIA NORELLYSINISTERRA PEREA	CC	1114872620	3105903357	21/07/1982	FLORIDA	7-abr-04	FLORIDA	X
14	MAYEILY NUÑEZ JARABA	TI	1031820781	3114234989	31/12/2009	BOGOTA	6/01/2022	SAHAGUN	
15	MERYS LARISSA GUTIERREZ PERTUZ	CC	1003503720	3207716676	7/01/2003	SAHAGÚN	4/02/2021	SAHAGÚN	
16	MINERVA LUCY TRUAQUERO TUIRAN	CC	1069465312	3217531547	7/05/1986	Sahagún	12/07/2004	Sahagun	x
17	MYLEYDYS DEL SOCORRO BERTEL LORA	CC	1069500258	3242950120	4/10/1996	SAHAGUN	20/11/2014	SAHAGUN	X
18	NADITH MARGARITA MARTINEZ GUERRA	CC	30577183	3043505086	18/12/1978	SAHAGÚN	18/06/1997	SAHAGÚN	
19	NELLYLETH HOYOS NAVARRO	T.I	1069470546	3148571064	31/08/2005	SAHAGÚN	2/11/2012	SAHAGÚN	
20	ORLANDO ANDRES RAMOS GUILLEN	CC	1069489303	3004590835	31/07/1992	SAHAGUN	3/11/2010	SAHAGUN	
21	NEVER JOSE REINO MENDEZ	CC	1007508649	301 7396587	17/10/2000	SAHAGUN	2-nov-18	BARRANQUILLA	x
22	ONISER ANTONIO HERRERA TOVAR	CC	78760482	3244677614	16/09/1978	SAHAGÚN	17/04/1997	SAHAGÚN	X
23	PAOLA MARCELA GARCIA MARQUEZ	CC	1005567359	3244883687	12/08/2000	SINCELEJO	17/01/2019	SAHAGUN	X
24	SUSANA MARIA BAQUERO MEDINA	CC	40801322	3006415140	11/08/1977	URUMITA	27/06/1996	URUMITA	X
25	VILMA ANDREA SIMANCA OTERO	CC	1069462337	3112246957	7/11/2003	SAHAGÚN	7-dic-21	ENVIGADO	
26	YELIZA GIRALDO MARTINEZ	CC	1069466271	3045645767	7/08/1999	SAHAGUN	8-ago-17	SAHAGUN	
27	YOMAIRA ESTELLA RODRIGUEZ RAMOS	CC	1069499227	3002459034	28-abr-96	PLANETA RICA	16-may-14	SAHAGUN	
28	YORLEYDIS MERCADO HOYOS	CC	1193518383	3113722389	25/10/1998	SAHAGÚN	22-nov-16	SAHAGÚN	X
29	YULIZA MARTINEZ GUERRA	CC	1069487150	3005528989	23/06/1999	SAHAGÚN	23-jun-17	SAHAGÚN	
30	YURIS YANETH HOYOS NAVARRO	CC	1069463310	3148571064	28/01/2004	SAHAGÚN	9-feb-02	SAHAGÚN	
31									
TOTAL									<div><div></div>17</div>

[illegible]

Continuación del Anexo 11 Listados de asistencia de la formación de la **ficha2753257**

[illegible]

Obligación Contractual 5 Anexo 12 Registros Fotográficos Ficha 2753257



Obligación contractual 5 Anexo 13 Listados de asistencia de la formación de la ficha2753292

[illegible]

Continuación del Anexo Anexo 13 Listados de asistencia de la formación de la ficha2753292

[illegible]

Obligación Contractual 5 Anexo 14 Registros Fotográficos Ficha 2753292



Obligación Contractual 6 Anexo 15 Registros Fotográficos De Asistencia A Reunión De Tratamiento A Víctimas Restituidas

Microsoft Teams interface showing a meeting grid with participants and their initials.

Participants:

- Babilonia Lugo (Initials: B)
- ARGEMIRO (Invitado) (Initials: A)
- Rebeca Martínez (Invitado) (Initials: RM)
- EIDY GOMEZ (Invitado) (Initials: EG)
- Esmaira Ballesteros Martínez (Initials: EM)
- Angélica María Berrocal Sant... (Initials: AS)
- Martha Cecilia López Herran (Initials: MH)
- Martha andrade (Invitado) (Initials: MA)
- En espera (Initials: AC)
- Francisco Armando Peña Peña (Initials: MV)

The interface includes a search bar, navigation icons (Actividad, Chat, Equipos, Tareas, Calendario, Aplicaciones, Ayuda), and a bottom taskbar with system information (29°C, Parc. soleado, 9:39 a.m., 4/05/2023).



PROCESO GESTION DE FORMACION PROFESIONAL INTEGRAL

Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Formato Reporte Novedades ambientes de aprendizaje

INFORMACIÓN GENERAL

PRESENTACION: Este formato permite la notificación a la Coordinación Académica de las novedades en los ambientes de aprendizaje antes de dar inicio al proceso de formación:

Regional:	CORDOBA	Centro de Formación:	CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGICO EL PORVENIR				
Programa de Formación:	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS	Código de Programa:	Fichas No. 2753257 y 2753292				
Identificación del ambiente de aprendizaje	Localización:	MUNICIPIO SAHAGÚN CÓRDOBA					
	Denominación:	I. E SIMON BOLIVAR					
	Tipo de Ambiente	Interno	☒		Externo	☐	

1. IDENTIFICACIÓN DE NOVEDADES

TIPO DE NOVEDAD	DETALLE DE NOVEDAD
Ambiente, aula o laboratorio:	AULA
Equipos, máquinas y mobiliario:	CUENTA CON SILLAS ESTUDIANTILES METALICAS
Materiales de formación:	TABLERO ACRILICO, PROYECTOR DE VIDEO
Biblioteca y bibliografía:	NO
DECISION SOBRE LA VIABILIDAD DE USO DEL AMBIENTE: APTO ☒ NO APTO ☐	

Ciudad y fecha:	SAHAGÚN CORDOBA 15/05/2023	Firma Nombre instructor que realiza el reporte	 MARY CRUZ RUIZ VERGARA
Ciudad y fecha:	SAHAGÚN CORDOBA 15/05/2023	Firma Nombre Coordinador que recibe el reporte	JORGE HERNANDEZ

Reporte de Juicios de Evaluación

Fecha del	21/04/2023							
Ficha de	2740536							
Código:	41311512							
Versión:	1							
Denominación:	ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO							
Estado de la	EN EJECUCION							
Fecha Inicio:	04/04/2023							
Fecha Fin:	21/04/2023							
Modalidad de	PRESENCIAL							
Regional:	23 - REGIONAL CÓRDOBA							
Centro de	9115 - CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR							
Tip	Número de	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resultado de Aprendizaje	Juicio de	Funcionario que registro el juicio evaluativo
CC	1001032107	VERONICA	PICO PEREZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1001032107	VERONICA	PICO PEREZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1001032107	VERONICA	PICO PEREZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003193368	LUIS ALBERTO	OLIVARES SAENZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003193368	LUIS ALBERTO	OLIVARES SAENZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003193368	LUIS ALBERTO	OLIVARES SAENZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003498899	CAMILA DEL CARMEN	ALTAMIRANDA ALTAMIRANDA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003498899	CAMILA DEL CARMEN	ALTAMIRANDA ALTAMIRANDA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003498899	CAMILA DEL CARMEN	ALTAMIRANDA ALTAMIRANDA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003501338	GRINA ROSA	FLOREZ SANTERO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003501338	GRINA ROSA	FLOREZ SANTERO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003501338	GRINA ROSA	FLOREZ SANTERO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003713194	CAROLINA ANDREA	LOPEZ CONDE	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003713194	CAROLINA ANDREA	LOPEZ CONDE	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1003713194	CAROLINA ANDREA	LOPEZ CONDE	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1005678271	NAJER EMIRO	LOPEZ ARRIETA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1005678271	NAJER EMIRO	LOPEZ ARRIETA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1005678271	NAJER EMIRO	LOPEZ ARRIETA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1007508649	NEVER JOSE	REINO MENDEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA

Continuación Anexo 17Juicios evaluativos dela ficha 41311512 Elaboración Del Plan De Mercadeo

CC	1007508649	NEVER JOSE	REINO MENDEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1007508649	NEVER JOSE	REINO MENDEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1025141367	SMITH	CABARCAS SALAS	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1025141367	SMITH	CABARCAS SALAS	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1025141367	SMITH	CABARCAS SALAS	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1028009676	KAREN ALEXANDRA	CORREA DE LA OSSA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1028009676	KAREN ALEXANDRA	CORREA DE LA OSSA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1028009676	KAREN ALEXANDRA	CORREA DE LA OSSA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1063283311	YULISA	SARIEGO GELIS	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1063283311	YULISA	SARIEGO GELIS	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1063283311	YULISA	SARIEGO GELIS	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
TI	1068136999	WILSON YAIR	CONTRERAS ALTAMIRANDA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
TI	1068136999	WILSON YAIR	CONTRERAS ALTAMIRANDA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
TI	1068136999	WILSON YAIR	CONTRERAS ALTAMIRANDA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
TI	1068137185	VANESSA LUCIA	OTERO PACHECO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
TI	1068137185	VANESSA LUCIA	OTERO PACHECO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
TI	1068137185	VANESSA LUCIA	OTERO PACHECO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069463274	ROGER ANTONIO	MONTES SILVA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069463274	ROGER ANTONIO	MONTES SILVA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069463274	ROGER ANTONIO	MONTES SILVA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069468114	ANGIE PAOLA	MORELO ALVAREZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069468114	ANGIE PAOLA	MORELO ALVAREZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069468114	ANGIE PAOLA	MORELO ALVAREZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069469116	ARMINDA ROSA	VERTEL MENDEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069469116	ARMINDA ROSA	VERTEL MENDEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069469116	ARMINDA ROSA	VERTEL MENDEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069472962	ANA MARIA	GUERRA VEGA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069472962	ANA MARIA	GUERRA VEGA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069472962	ANA MARIA	GUERRA VEGA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
TI	1069475443	NORIDA ALEXA	MERLANO MERCADO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA

Continuación Anexo 17Juicios evaluativos dela ficha 41311512 Elaboración Del Plan De Mercadeo

TI	1069475443	NORIDA ALEXA	MERLANO MERCADO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
TI	1069475443	NORIDA ALEXA	MERLANO MERCADO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069482135	LILIANA CRISTINA	HERAZO PACHECO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069482135	LILIANA CRISTINA	HERAZO PACHECO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069482135	LILIANA CRISTINA	HERAZO PACHECO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069484264	DUAMAR LUZ	SALGADO OSORIO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069484264	DUAMAR LUZ	SALGADO OSORIO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069484264	DUAMAR LUZ	SALGADO OSORIO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069495834	KARINA INES	SALGADO OSORIO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069495834	KARINA INES	SALGADO OSORIO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069495834	KARINA INES	SALGADO OSORIO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069498932	OLINDA	FERNANDEZ AVILEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069498932	OLINDA	FERNANDEZ AVILEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069498932	OLINDA	FERNANDEZ AVILEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069499604	MARIA ANGELICA	YANES PARRA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	POR EVALUAR	-
CC	1069499604	MARIA ANGELICA	YANES PARRA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR	-
CC	1069499604	MARIA ANGELICA	YANES PARRA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	POR EVALUAR	-
CC	1069503951	MARIA FERNANDA	YANES PARRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069503951	MARIA FERNANDA	YANES PARRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069503951	MARIA FERNANDA	YANES PARRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069505765	LAIMA LIA	CHICA GOMEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069505765	LAIMA LIA	CHICA GOMEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1069505765	LAIMA LIA	CHICA GOMEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1082896335	YIDIS PAOLA	PAYARES ROMERO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1082896335	YIDIS PAOLA	PAYARES ROMERO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1082896335	YIDIS PAOLA	PAYARES ROMERO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1193554364	BRAYAN JOSE	PEREZ SIERRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1193554364	BRAYAN JOSE	PEREZ SIERRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	1193554364	BRAYAN JOSE	PEREZ SIERRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	22737623	ELSY MARINA	OROZCO SERRANO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA

CC	22737623	ELSY MARINA	OROZCO SERRANO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	22737623	ELSY MARINA	OROZCO SERRANO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	30580516	BERTHA MILENA	RUIZ TORDECILLA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	30580516	BERTHA MILENA	RUIZ TORDECILLA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	30580516	BERTHA MILENA	RUIZ TORDECILLA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACION, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	40878517	YENIS YADIRA	ZULEIBA RODRIGUEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	40878517	YENIS YADIRA	ZULEIBA RODRIGUEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	40878517	YENIS YADIRA	ZULEIBA RODRIGUEZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	7368315	FRANCISCO DOMINGO	URRUTIA DIAZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	7368315	FRANCISCO DOMINGO	URRUTIA DIAZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA
CC	7368315	FRANCISCO DOMINGO	URRUTIA DIAZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA MISMA	APROBADO	CC 1069487767 - MARY CRUZ RUIZ VERGARA

Obligación Contractual 11 Anexo 18 Pantallazo Del Portafolio Del Instructor (Drive)

OneDrive interface showing a folder structure and a list of documents.

Browser tabs: Página principal, Correo: Mary Cruz, DOCUMENTOS D, Informe_Apoyo_F, Descargar archiv, 1 FICHA_SAHAGL, (1) WhatsApp.

URL: sena4-my.sharepoint.com/personal/jhernandezg_sena_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?ct=1684007880612&or=OWA-NT&cid=b6b2e659-07d3-3bc2-bb73-9de025f7...

OneDrive logo and search bar.

User: Jorge Enrique Hernandez

Folder: Jorge Enrique Hernandez Gue

Nuestros archivos

Actions: + Nuevo, Cargar, Compartir, Copiar vínculo, Sincronizar, Descargar, Organizar, Información.

Path: ... > MARY CRUZ RUIZ > MARY RUIZ VERGARA > FORMACION > DOCUMENTOS DE LA FORMACION

Nombre	Modificado	Modificado por	Tamaño de arch...	Compartir	Actividad
FICHA N° 2753257 FORTALECIMIENTO EN M...	hace 3 minutos	Mary Cruz Ruiz Vergara	4 elementos	Compartido	
FICHA N° 2753292 FORTALECIMIENTO EN M...	hace 3 minutos	Mary Cruz Ruiz Vergara	4 elementos	Compartido	
FICHA N° 41311512 ELABORACION DEL PL...	14 de abril	Mary Cruz Ruiz Vergara	4 elementos	Compartido	
FICHA N° 2729239 FORTALECIMIENTO EN M...	14 de abril	Mary Cruz Ruiz Vergara	3 elementos	Compartido	

Obtener las aplicaciones de OneDrive

Volver a la versión clásica de OneDrive

Windows taskbar: 28°C Mayorm. nubla..., 3:12 p. m., 13/05/2023.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO



Hace constar:

Que el Sr(a) MARY CRUZ RUIZ VERGARA Identificado(a) con cédula de ciudadanía 1069487767 realizó el día 13/03/2023 la Capacitación de protocolos de bioseguridad.

De acuerdo a lo establecido en la Resolución 666 de 2020 del ministerio de salud y protección y social, la circular 01-03-2020-000098 del 29 de mayo de 2020 del SENA, mediante la cual se establece el protocolo de medidas generales y de bioseguridad para prevenir y mitigar la propagación del COVID-19, Circular 01-03-2020-000156 del 02 de septiembre del 2020 del Sena, mediante el cual se establece el alcance a la circular 01-03-2020-000098 del 29 de mayo de 2020 del

Dependencia de Seguridad y Salud en el Trabajo – Secretaría General -