PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, 31 de AGOSTO del 2023

Señor (a)
JORGE HERNANDEZ GUERRA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No CO1.PCCNTR.4638008
Coordinador académico
Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir
Montería

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual
Mes AGOSTO del año 2023

Referencia: No CO1.PCCNTR.4638008 del año 2023

MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO, identificado con la cédula de ciudadanía No. 50.868.955 de PLANETA RICA, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir, 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 con el cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en **la cuenta de Ahorro No. 0716142179 BBVA**, cuyo titular es el 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 Especificas: VC

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	Se realizó alistamiento de procesos académicos en los programas de formación: • Fortalecimiento de mercadeo y venta en la ficha 2799474 en el municipio de montelibano. **Resultado de Aprendizaje:** Evaluar el proceso de venta teniendo en cuenta las condiciones del mercado y políticas de la organización. **Competencia:** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales • Fortalecimiento de mercadeo y venta en la ficha: 2800230 en el municipio de montelibano **Resultado de Aprendizaje:** Evaluar el proceso de venta teniendo en cuenta las condiciones del mercado y políticas de la organización. **Competencia:** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales. • Fortalecimiento de mercadeo y venta en la ficha: 2800261 en el municipio de montelibano **Resultado de Aprendizaje:** Evaluar el proceso de venta teniendo en cuenta las condiciones del mercado y políticas de la organización. **Competencia:** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.	**Anexo 1**: Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha 2799474 **Anexo 2** Listas de asistencias. **Anexo 3** Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha 2800230 **Anexo 4** Listas de asistencias. **Anexo 5** Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha. 2800261 **Anexo 6** Listas de asistencias. **Anexo 7** Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha. 2814188 **Anexo 8**

		• Fortalecimiento de mercadeo y venta en la ficha: 2814188 en el municipio de montelibano **Resultado de Aprendizaje:** realizar venta de productos o servicios teniendo en cuenta las condicione del Mercado. **Competencia:** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.	Plan concertado **Anexo 9** Listas de asistencias. **Anexo 10** Reporte de horas del instructor (Sofia plus)
2	Asociar aprendices en el aplicativo Sofía Plus, dentro de los términos establecidos para ello	Se asociaron los aprendices a la ruta de aprendizaje de la ficha 2814188	**Anexo 11** Captura de pantalla asociación ficha 2814188.
3	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	Se aporto a la meta con la creación de la ficha 2814188 fortalecimiento en mercadeo y venta para un total de 32 aprendices los cuales 19 pertenecen a la población de víctimas.	**Anexo 12** Listados verificados en vivanto.
4	Generar y ejecutar estrategias que permita la permanencia de los aprendices durante todo el tiempo de formación e Informar oportunamente	Se aplicaron las actividades didácticas plasmadas en las guías de aprendizaje como estrategias pedagógicas.	**Anexo 1 - 3 - 5 - 7** Guías de aprendizaje

	a la Coordinación Académica cualquier novedad presentada con los aprendices.		
5	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.	Se realizó el acompañamiento a los aprendices en las actividades programadas en las guías de aprendizaje desarrolladas. No se han reportado dificultades.	**Anexo 13 - 14 - 15 – 16** Fotografías
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.	Se asistió a la reunión programada de avances del programa de víctimas.	**Anexo 17** Listado y fotografía
7	Informar oportunamente sobre las novedades de ambientes de aprendizajes y materiales de formación.	Se envió correo electrónico con el reporte inicial de novedades sobre el ambiente de formación de la ficha: 2814188 fortalecimiento en mercadeo y ventas en el municipio de montelibano.	**Anexo 18** Reporte inicial de novedades del ambiente ficha: 2814188

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.	No se han emitido juicios porque las fichas se encuentran en estado vigente.	No aplica
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 actualizaron las carperas de evidencia en el DRIVE portafolio del instructor - programa de víctima.	**Anexo 19** Pantallazo del portafolio del instructor (drive) MARTHA GRACIA GÓMEZ
12	El contratista debe cumplir con las normas del Sistema General de	Se realizo la capacitación de protocolos de bioseguridad.	**Anexo 20** certificado del curso.

	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.		

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. **4513066701** de la planilla mes de JULIO, **operador Coomeva**. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Declaración bajo la gravedad de juramento.

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

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

Evidencias en (51) folios

Cordialmente,

Firma
MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO
Contratista
C.C. No. 50.868,955 de PLANETA RICA

Recibí a satisfacción:

JORGE HERNANDEZ GUERRA
Supervisor(a) Contrato No CO1.PCCNTR.4638008 DE 2023
Coordinador Académico CABP

ANEXOS

Obligación Contractual 1

Anexo 1: Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha. 2799474

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: MERCADEO Y VENTAS
- Código del Programa de Formación: 62330031 V.2
- Nombre del Proyecto: No Aplica
- Fase del Proyecto No Aplica
- Actividad de Proyecto: No Aplica
- Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y proceso de ventas.
- Duración de la Guía: 24 horas

2. PRESENTACIÓN

Cordial saludo respetado aprendiz, le doy la bienvenida al desarrollo de la presente guía, cuyo objetivo es brindarle herramientas para la estructuración de la oferta comercial de su negocio, adquiriendo conocimientos y destrezas en el proceso de venta de sus productos o servicios, siendo este paso fundamental en el momento de concretar la venta con el cliente y una planeación necesaria para enfocar sus estrategias comerciales.

Por esta razón lo invito a que desarrolle la presente la guía con todo el empeño y compromiso que seguro le otorgará grandes objetivos en su empresa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de Reflexión inicial.

Respetado aprendiz, la presente actividad está enfocada en fortalecer actitudes y valores, basadas en la aplicación de didácticas que refuercen contenidos co-relacionados con el objetivo de la

presente guía. Cada actividad tiene una descripción para su respectivo desarrollo, si tiene alguna duda comuníquese con el instructor vía WhatsApp o correo electrónico.

1. Para esta primera actividad lo invito a que se divierta y comparta con el grupo las siguientes preguntas:

¿Si tuviera la posibilidad de ser un animal cual seria y por qué?

¿ Si fuera una figura pública quien le gustaría ser y por qué?

¿ Si tuviera la posibilidad de nacer en otro país o territorio cual esogería y por qué?

¿De los habitos que usted ha aduirido en la vida, cual le gustaría cambiar y por qué?

Las respuesta será expuestas en mesa redonda moderado por el instructor.

2. Aprendiz a continuación lo invito a leer el siguiente articulo de titulo: “El valor de vender desde los valores” del autor Manuel Luque Menéndez facilitado por el instructor, que también podrá encontrar en el Drive de la sesión en el siguiente enlace: https://drive.google.com/file/d/11hYxA5YaM0chZFtjiUulJdW_CUlskaXZ/view?usp=sharing

Teniendo en cuenta la lectura lo invito a que hagamos el estudió del siguiente caso: En Colombia el sector productivo constamente crece y se reinventa, caracterizándonos por ser un mercado competitivo e innovador, sin embargo en muchos casos se pierden los negocios o las ventas para la falta de conocimiento y empoderamiento del vendedor en su producto, empresa o actividad económica. ¿Por qué considerada que esto sucede y como podemos mejorarlo?

3. En esta tercera actividad lo invito a que ingrese en el siguiente link del portal Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=GIjCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denomindado el “Vendedor de Humo” de PrimerFrame.

Teniendo en cuenta el video en una sola palabra defina el aprendizaje que le genero la historia y como lo aplicaría a su vida, comparta su respuesta en mesa redonda moderada por el instructor.

4. Para finalizar esta actividad de reflexión inicial lo invito a que comparta una fotografía suya junto con su historia de vida – subala en el en el siguiente Padlet creado por el instructor: https://padlet.com/ , donde podrá observar las demás historias y realimentar.

Usted podrá compartir su información en el Padlet, entrando a la pagina: https://padlet.com/ en el botón más (+) de la esquina inferior derecha, seguidamente agregue el título y adjunte la fotografía desde su ordenador o celular junto con el texto en el cuedro de ingreso, si tiene alguna duda para ingresar al Padlet comuníquese con el instructor.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

1. Estimado Aprendiz, con el objetivo de consultar los conocimientos previos que tiene acerca de la estructuración de la oferta comercial que es el objetivo de la presente sesión, lo invito a responder el siguiente cuestionario:

- Teniendo en cuenta que en todo proceso de ventas es importante aplicar estrategias que nos ayuden hacer efectivas las ventas de nuestros productos y servicios, ¿ Que estratégias comerciales usted conoce o aplica a la hora de realizar una venta?

- En la estructuración de una propuesta comercial es importante identificar los clientes potenciales y lograr segmentarlos. ¿ Como idenditifica en el mercado los futuros clientes?

- Identificar las necesidades del mercado juega un papel fundamental cuando se entra al mercado, apuntarle a una necesidad insatisfecha, garantiza el éxito de los negocios, ¿Como reconoce las necesidad del mercado?

- Cuando se define el objetivo de ventas del emprendimiento es importante determinar los costos de la propuesta comercial, ¿Cómo estructura los costos en su emprendimiento?

- Elaborar un plan con las estrategias comerciales, nos define una ruta a seguir, el éxito del cumplimiento de los objetivos depende de saber elegirlos. ¿ Como cree usted que se definen los objetivos al interior de la organización?

Las respuestas envíelas al correo electrónico del instructor y socialícelas en la sesión programada.

2. Estimado aprendiz lo invito a observar el siguiente video: https://www.youtube.com/watch?v=4EC3mvmf9fc&ab_channel=maricarmenLopez fragmento de la película: En busca de la felicidad de Gabriele Muccino, el video tiene por nombre: Ejemplo de un Discurso del Ascensor o Elevator Pitch.
   Despúes de observar el video elabore un texto de no más 15 renglones donde comparta que enseñanza del dejó. El texto envíelo al correo del instructor por Correo electrónico o WhastApp.

3. En la presente actividad actividad ingrese al siguiente Blog en el link: https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-storytelling donde encontrara ejemplos de campañas de mercadeo existosas y sus respectivos aprendizajes, para esta actividad lo invito a que elabore una infografía de una de las empresas ahí detalladas, donde explique como lograron el éxito. Envíe una foto por WhastApp o Correo electrónico al instructor del ejercicio realizado en el medio que más se le facilite, sea manual o digital según su habilidad y expongalo en la sesión programada.

4. Estimado Aprendiz, lo invito a leer y el articulo que le facilita el instructor que también lo encuentra ingresando al Drive de la sesión en siguiente enlace; https://drive.google.com/file/d/1YJ-pZSCal4jTV9kLifbkkXqOeIDHetcK/view?usp=sharing en este enlace puede encontrar del libro: “Fundamentos del Marketing” del autor Gary Armstrong en la pagina 7 el capitulo: Compresión del Mercado y de las necesidades del cliente.

Para finalizar esta actividad lo invito a leer y realizar un análisis de las estrategias para identificar las necesidades del mercado, enviar al correo electrónico o via WhatsApp al instructor.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Con la realización de las siguientes actividades, el aprendiz tendrá la capacidad de:

COGNITIVA: Identificar las necesidades del cliente mediante metodos de recopilación de la información según objetivo de investigación de mercados planteado por la organización.

PROCEDIMENTAL: Realizar el plan de mercadeo teniendo en cuenta el analisis de la investigación de mercados y los objetivos de la organización.

ACTITUDINAL Y VALORATIVA: Mostrar liderzago en la ejecución de estratégias de ventas, aplicando técnicas de venta según el perfil del cliente.

Actividad de Apropiacion No. 1: Estimado aprendiz, lo invito a que lea el mapa conceptual facilitado por el instructor o que también encontrará en el siguiente link del Drive de la Sesión: https://drive.google.com/file/d/1UClYOMh-vE7w3EEhycEwesh4QU3T2x--/view?usp=sharing titulado ¿Qué investigar? Del libro: Introducción a la investigación de mercados del autor Laura Estela Fischer de la Vega.

Para esta actividad es importante leer el mapa coceptual y realizar una exposición de lo aprendido frente al grupo y al instructor, en sesión programada.

Actividad de Apropiación No. 2: Estimado aprendiz en esta siguiente actividad lo invito a participar de la explicación del instructor acerca de los pasos para estructura una investigación de mercados, determinando las necesidades y el objetivo de este proceso. Esta explicación estará acompañada de la lectura del siguiente blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/ titulado: "7 pasos para hacer investigación de mercado" de la autora Ana Codeglia.

Participe en la sesión activamente y resulva sus dudas o inquietudes.

Actividad de Apropiación No. 3: Estimado aprendiz se va a reunir en grupo de tres personas para observar el video: "Diez casos de investigación de mercados" y elegir voluntariamente una empresa para realizarle un análisis del aprendizaje visto, esto se expondra en mesa redonda moderada por el isntructor.

Link del Video: https://www.youtube.com/watch?v=VZt2YJNTYEE&ab_channel=MarinaMartinezSedano

Actividad de Apropiación No. 4: Estimado aprendiz, lo invito a observar el siguiente video explicactivo acerca de la estructuración de un plan de mercadeo en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=kKzKVhUsB4M&ab_channel=AprendeMarketing de titulo: ¿Cómo elaborar un plan de marketing? Del grupo Aprende marketing.

- Para esta actividad vamos a realizar la dinámica de Brainstorming o lluvia de ideas para estructurar un plan de mercadeo para una empresa ejemplo de venta de zapatillas deportivas cuyo objetivo es lanzar una nueva línea de zapatillas al mercado, teniendo en cuenta los datos para la estructuración expuestos por el instructor. Al finalizar el ejercicio se socializan los aprendijes y las mejoras del plan de mercadeo realizado por todos mediante mesa redonda.

Actividad de Apropiación No. 4: Estimado aprendiz para finalizar la presente actividad de apropiación de conocimiento lo invito a entra a el siguiente Blog en el enlace: https://blog.luz.vc/es/como-hacer/propuesta-comercial-eficiente/ titulado: "Cómo hacer una propuesta comercial eficiente" del autor Rafael Ávila en que encontrará los pasos para realizar una propuesta comercial.

Lo invito a dejar sus comentarios del aprendizaje al finalizar la lectura del blog, tomarle pantallazo y compartirlo en el Padlet del grupo en el siguiente enlace: https://padlet.com/dashboard

3.4. Actividades de Transferencia

Actividad de Transferencia del Conocimiento No. 1: Estimado aprendiz de acuerdo al trabajo realizado y tomando como referente la empresa que cada unos de ustedes escogió; como idea de negocio o negocio en ejecución, desarrolle una propuesta comercial para sus productos o servicios, según la identificación de las necesidades y la investigación de mercados aprendidas previamente.

Envíe el documento por correo electrónico o whastApp al instructor y expongalo al grupo, grabando un video de 3 minutos y publicándolo en el siguiente Padlet: https://padlet.com/dashboard o exponiendo en la sesión definida para este tema.

Materiales: Hojas de papel, Lapiceros/Lápiz, Marcador borrable, Borrador, Video Beam, Computador Portatil o de Mesa, Tablero Aclírico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor,cable HDMI. Herramientas agricolas (Palas, picas, machetes, palines, barras,azadones, Flexometros o cintas metricas), Calculadora, Equipos bebederos, Equipos Comederos, Equipos de la planta de Concentrados: Mezcladora, Pica pasto, Molino, Pelletizadora.

Ambiente: Aula convencional, dotada de: Fuentes eléctricas, Videobeam, Tablero o Pizarra (interactiva digital), sillas, mesas, papel, marcadores, y dotadas de elementos de seguridad y salud en el trabajo.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO Aplicación de cuestionario sobre Investigación de mercados. PRODUCTO	Caracteriza los clientes con base al diagnóstico de mercado realizado.	**Técnica** Formulación de preguntas. **Instrumento** Cuestionario sobre investigación de mercado.
EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO. Exposición análisis de Investigación de mercados y Propuesta comercial.	Selecciona los segmentos de mercado aplicando los criterios de segmentación y las políticas de la organización.	**Técnica** Exposición **Instrumento** Listas de chequeo desempeño.
EVIDENCIAS DE PRODUCTO **Plan de Mercadeo**	Estructura la oferta comercial teniendo en cuenta el perfil de los clientes y condiciones del mercado	**Técnica** Infografía **Instrumento** Lista de chequeo de Producto

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Marketing: es el término utilizado para referirse al conjunto de técnicas o estrategias utilizadas para estudiar el comportamiento de los mercados, la gestión comercial de las empresas y de las

necesidades de los consumidores. Dicho término, aunque podemos encontrarlo ya incluido en las últimas ediciones del Diccionario de la lengua española, se nos muestra de forma cursiva al considerarse un anglicismo o término extranjero, cuya traducción o equivalente es la palabra mercadotecnia, aunque también es utilizado de forma frecuente como tal, el término mercadeo.

Propuesta de Valor: Una propuesta de valor es una estrategia empresarial que maximiza la demanda a través de configurar óptimamente la oferta.

Investigación de mercados: es la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, 1con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la mercadotecnia.

Segmento Objetivo: Como su propio nombre indica, se trata de identificar segmentos de [Mercado (Marketing)(mercado)] o grupos uniformes más pequeños, pues la segmentación de un mercado en muchos mercados se puede asociar, de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

Perfil del Cliente: Un perfil de cliente, o marketing persona en inglés, representa a un segmento de los miembros de la audiencia que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra.

Al identificar diferentes preferencias o necesidades, puedes conocer qué es relevante para ellos a nivel personal.

Canales de comunicación : Un canal de comunicación es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve para el intercambio de información entre un emisor y uno o varios receptores.

Estrategia de Ventas: Estrategia de ventas es aquel tipo de estrategia cuyo diseño se realiza con el fin de alcanzar unos objetivos de ventas.

Plan de mercadeo: es un documento escrito que resume lo que el especialista en mercadotecnia ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos de mercadeo y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de mercadotecnia

Propuesta comercial: es un documento muy importante y que puede ser decisivo para que tu prospecto se convierta en un cliente. Una propuesta comercial puede variar mucho de acuerdo con la empresa, pero generalmente contiene información detallada del producto o servicio ofrecido, plazo y formas de pago.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

• Información tomada de:

Gary Armstrong, "Fundamentos de marketing /", -:Pearson Educación, 2013. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215444/), el día 2020-10-30.

Laura Estela Fischer de la Vega, "Introducción a la investigación de mercados /", -:McGraw-Hill Interamericana, 2017. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://www.bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215548/), el día 2020-10-30.

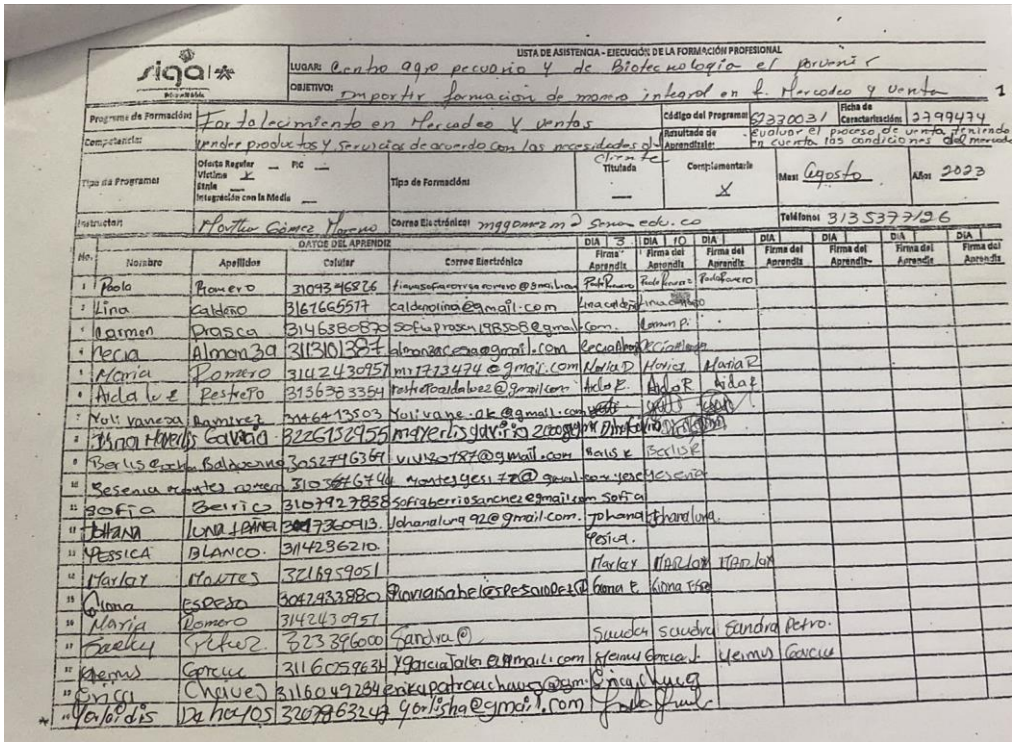
Ana Codeglia, “7 pasos para hacer investigación de mercados” Hotmart, 2020, consulta en línea blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha		Razón del Cambio
Autor (es)	**MARTHA GOMEZ MORENO**	**INSTRUCTOR**	**VICTIMAS**	**FEBRERO 2023**		

Obligación contractual 1

Anexo 2: Listados de la ficha 2799474



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Centro agropecuario y de Biotecnologia el porvenir

OBJETIVO: Impartir formación de manera integral en fortalecimiento en Mercadeo y ventas

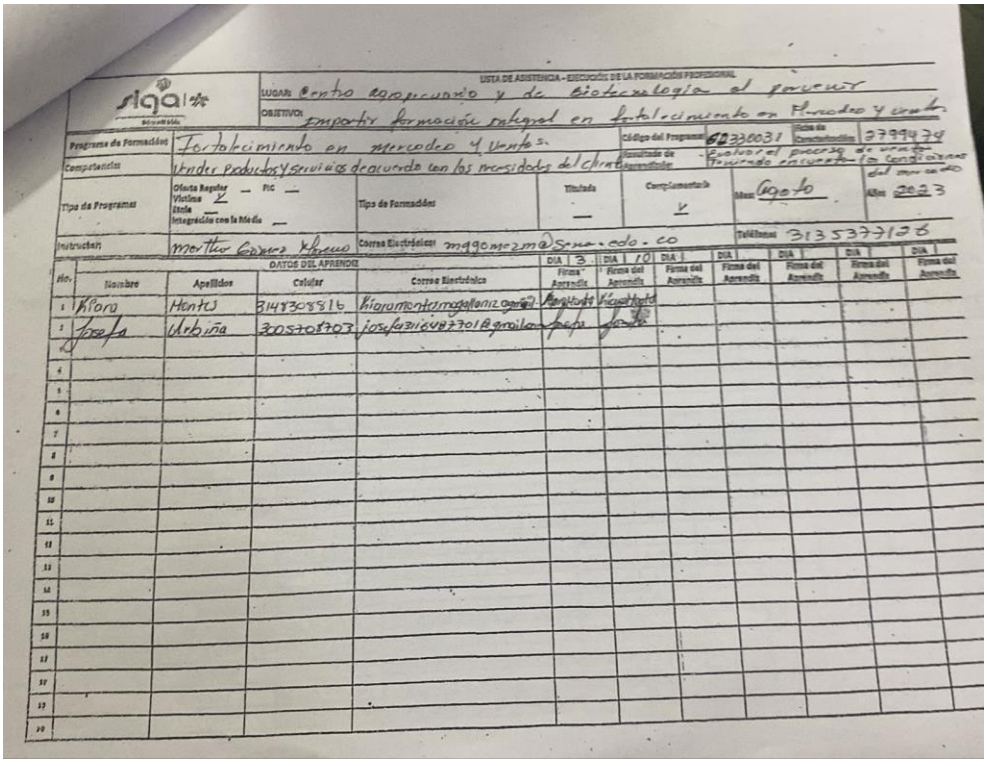
Programa de Formación: Fortalecimiento en Mercadeo y ventas — Código del Programa: 82330031 — Ficha de Caracterización: 2799474

Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente — Resultado de Aprendizaje: Evaluar el proceso de venta teniendo en cuenta las condiciones del mercado

Tipo de Programa: Oferta Regular X — PIC — Especial — Integración con la Media — Tipo de Formación: — Titulada — Complementaria X — Mes: Agosto — Año: 2023

Instructor: Martha Cómez Moreno — Correo Electrónico: mggomezm@sena.edu.co — Teléfono: 3135377126

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 3 Firma Aprendiz	DIA 10 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Paola	Romero	3109346876	fiamasofarotrsa correo@gmail.com	Paola Romero	Paola Romero	Paola Romero					
2	Lina	Caldero	3167665517	caldenolina@gmail.com	Lina caldero	Lina caldero						
3	Carmen	Prasca	3146380870	sofiaprasca1985@gmail.com.	Carmen P.	Carmen P.						
4	Necia	Almanza	3113101387	almanzacena@gmail.com	Necia Almanza	Necia Almanza						
5	Maria	Romero	3142430957	mr1773474@gmail.com	Maria D.	Maria	Maria R					
6	Aida Luz	Restrepo	3136383354	restrepoaidaluz2@gmail.com	Aida L.	Aida R	Aida R					
7	Yuli Vanesa	Ramirez	3146413503	Yulivanes.ak@gmail.com								
8	Yenny Marlis	Galvan	3225132955	mayerlis.gdv@hotmail.com	Yenny Galvan							
9	Berlis Esther	Balaguera	3052796361	vivi20787@gmail.com	Berlis E.	Berlis E.						
10	Yeseña Montes	Gomez	3103876746	montesyesi77@gmail.com	Yeseña Montes Gomez							
11	Sofia	Berrio	3107927888	sofiaberriosanchez@gmail.com	Sofia							
12	JOHANA	LUNA PEÑA	3047360913	Johanaluna92@gmail.com.	Johana Luna							
13	JESSICA	BLANCO	3114286210		Yesica.							
14	Marlay	MONTES	3216959051		Marlay	Marlay	Marlay					
15	Yiana	ESPESO	3047933880	Yianaisabelespesa@gmail.com	Yiana E.	Yiana Espeso						
16	Maria	Romero	3142430957									
17	Sandra	Pitre	3233896000	Sandra@	Sandra	Sandra	Sandra	Petro				
18	Yeimis	Garcia	3116059634	Ygarciatalle@gmail.com	Yeimis Garcia L	Yeimis	Garcia					
19	Enrri	Chavez	3116049284	enrikapatrocinachavez@gmail.com	Enri Chavez							
20	Yorlis	Dahoy	3207863243	Yorlisha@gmail.com	Yorlis							



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Centro agropecuario y de Biotecnologia el porvenir

OBJETIVO: Impartir formación integral en fortalecimiento en Mercadeo y ventas

Programa de Formación: Fortalecimiento en mercadeo y Ventas — Código del Programa: 82330031 — Ficha de Caracterización: 2799474

Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente — Resultado de Aprendizaje: Evaluar el proceso de venta teniendo en cuenta las condiciones del mercado

Tipo de Programa: Oferta Regular X — PIC — Especial — Integración con la Media — Tipo de Formación: — Titulada — Complementaria X — Mes: Agosto — Año: 2023

Instructor: Martha Gómez Moreno — Correo Electrónico: mggomezm@sena.edu.co — Teléfono: 3135377126

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 3 Firma Aprendiz	DIA 10 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Kiara	Hentes	3147335816	kiaramontesmogollon@gmail.com	Kiara Hentes	Kiara Hentes						
2	Josefa	Urbiña	3205108703	josefa31GV87701B@gmail.com	Josefa	Josefa						
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												

Obligación contractual 1
Anexo 3: Guías de Aprendizaje programa de los programas de formación en fortalecimiento de mercadeo y ventas de la ficha 2800230

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: MERCADEO Y VENTAS
- Código del Programa de Formación: 62330031 V.2
- Nombre del Proyecto: No Aplica
- Fase del Proyecto No Aplica
- Actividad de Proyecto: No Aplica
- Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y proceso de ventas.
- Duración de la Guía: 24 horas

2. PRESENTACIÓN

Cordial saludo respetado aprendiz, le doy la bienvenida al desarrollo de la presente guía, cuyo objetivo es brindarle herramientas para la estructuración de la oferta comercial de su negocio, adquiriendo conocimientos y destrezas en el proceso de venta de sus productos o servicios, siendo este paso fundamental en el momento de concretar la venta con el cliente y una planeación necesaria para enfocar sus estrategias comerciales.

Por esta razón lo invito a que desarrolle la presente la guía con todo el empeño y compromiso que seguro le otorgará grandes objetivos en su empresa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de Reflexión inicial.

Respetado aprendiz, la presente actividad está enfocada en fortalecer actitudes y valores, basadas en la aplicación de didácticas que refuercen contenidos co-relacionados con el objetivo de la

presente guía. Cada actividad tiene una descripción para su respectivo desarrollo, si tiene alguna duda comuníquese con el instructor vía WhatsApp o correo electrónico.

1. Para esta primera actividad lo invito a que se divierta y comparta con el grupo las siguientes preguntas:

¿Si tuviera la posibilidad de ser un animal cual seria y por qué?

¿ Si fuera una figura pública quien le gustaría ser y por qué?

¿ Si tuviera la posibilidad de nacer en otro país o territorio cual esogería y por qué?

¿De los habitos que usted ha aduirido en la vida, cual le gustaría cambiar y por qué?

Las respuesta será expuestas en mesa redonda moderado por el instructor.

2. Aprendiz a continuación lo invito a leer el siguiente articulo de titulo: “El valor de vender desde los valores” del autor Manuel Luque Menéndez facilitado por el instructor, que también podrá encontrar en el Drive de la sesión en el siguiente enlace: https://drive.google.com/file/d/11hYxA5YaM0chZFtjiUulJdW_CUlskaXZ/view?usp=sharing

Teniendo en cuenta la lectura lo invito a que hagamos el estudió del siguiente caso: En Colombia el sector productivo constamente crece y se reinventa, caracterizándonos por ser un mercado competitivo e innovador, sin embargo en muchos casos se pierden los negocios o las ventas para la falta de conocimiento y empoderamiento del vendedor en su producto, empresa o actividad económica. ¿Por qué considerada que esto sucede y como podemos mejorarlo?

3. En esta tercera actividad lo invito a que ingrese en el siguiente link del portal Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=GIjCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denomindado el “Vendedor de Humo” de PrimerFrame.

Teniendo en cuenta el video en una sola palabra defina el aprendizaje que le genero la historia y como lo aplicaría a su vida, comparta su respuesta en mesa redonda moderada por el instructor.

4. Para finalizar esta actividad de reflexión inicial lo invito a que comparta una fotografía suya junto con su historia de vida – subala en el en el siguiente Padlet creado por el instructor: https://padlet.com/ , donde podrá observar las demás historias y realimentar.

Usted podrá compartir su información en el Padlet, entrando a la pagina: https://padlet.com/ en el botón más (+) de la esquina inferior derecha, seguidamente agregue el título y adjunte la fotografía desde su ordenador o celular junto con el texto en el cuedro de ingreso, si tiene alguna duda para ingresar al Padlet comuníquese con el instructor.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

6. Estimado Aprendiz, con el objetivo de consultar los conocimientos previos que tiene acerca de la estructuración de la oferta comercial que es el objetivo de la presente sesión, lo invito a responder el siguiente cuestionario:

- Teniendo en cuenta que en todo proceso de ventas es importante aplicar estrategias que nos ayuden hacer efectivas las ventas de nuestros productos y servicios, ¿ Que estratégias comerciales usted conoce o aplica a la hora de realizar una venta?

- En la estructuración de una propuesta comercial es importante identificar los clientes potenciales y lograr segmentarlos. ¿ Como idenditifica en el mercado los futuros clientes?

- Identificar las necesidades del mercado juega un papel fundamental cuando se entra al mercado, apuntarle a una necesidad insatisfecha, garantiza el éxito de los negocios, ¿Como reconoce las necesidad del mercado?

- Cuando se define el objetivo de ventas del emprendimiento es importante determinar los costos de la propuesta comercial, ¿Cómo estructura los costos en su emprendimiento?

- Elaborar un plan con las estrategias comerciales, nos define una ruta a seguir, el éxito del cumplimiento de los objetivos depende de saber elegirlos. ¿ Como cree usted que se definen los objetivos al interior de la organización?

Las respuestas envíelas al correo electrónico del instructor y socialícelas en la sesión programada.

7. Estimado aprendiz lo invito a observar el siguiente video: https://www.youtube.com/watch?v=4EC3mvmf9fc&ab_channel=maricarmenLopez fragmento de la película: En busca de la felicidad de Gabriele Muccino, el video tiene por nombre: Ejemplo de un Discurso del Ascensor o Elevator Pitch.
   Despúes de observar el video elabore un texto de no más 15 renglones donde comparta que enseñanza del dejó. El texto envíelo al correo del instructor por Correo electrónico o WhastApp.

8. En la presente actividad actividad ingrese al siguiente Blog en el link: https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-storytelling donde encontrara ejemplos de campañas de mercadeo existosas y sus respectivos aprendizajes, para esta actividad lo invito a que elabore una infografía de una de las empresas ahí detalladas, donde explique como lograron el éxito. Envíe una foto por WhastApp o Correo electrónico al instructor del ejercicio realizado en el medio que más se le facilite, sea manual o digital según su habilidad y expongalo en la sesión programada.

9. Estimado Aprendiz, lo invito a leer y el articulo que le facilita el instructor que también lo encuentra ingresando al Drive de la sesión en siguiente enlace; https://drive.google.com/file/d/1YJ-pZSCal4jTV9kLifbkkXqOeIDHetcK/view?usp=sharing en este enlace puede encontrar del libro: “Fundamentos del Marketing” del autor Gary Armstrong en la pagina 7 el capitulo: Compresión del Mercado y de las necesidades del cliente.

Para finalizar esta actividad lo invito a leer y realizar un análisis de las estrategias para identificar las necesidades del mercado, enviar al correo electrónico o via WhatsApp al instructor.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Con la realización de las siguientes actividades, el aprendiz tendrá la capacidad de:

COGNITIVA: Identificar las necesidades del cliente mediante metodos de recopilación de la información según objetivo de investigación de mercados planteado por la organización.

PROCEDIMENTAL: Realizar el plan de mercadeo teniendo en cuenta el analisis de la investigación de mercados y los objetivos de la organización.

ACTITUDINAL Y VALORATIVA: Mostrar liderzago en la ejecución de estratégias de ventas, aplicando técnicas de venta según el perfil del cliente.

Actividad de Apropiacion No. 1: Estimado aprendiz, lo invito a que lea el mapa conceptual facilitado por el instructor o que también encontrará en el siguiente link del Drive de la Sesión: https://drive.google.com/file/d/1UClYOMh-vE7w3EEhycEwesh4QU3T2x--/view?usp=sharing titulado ¿Qué investigar? Del libro: Introducción a la investigación de mercados del autor Laura Estela Fischer de la Vega.

Para esta actividad es importante leer el mapa coceptual y realizar una exposición de lo aprendido frente al grupo y al instructor, en sesión programada.

Actividad de Apropiación No. 2: Estimado aprendiz en esta siguiente actividad lo invito a participar de la explicación del instructor acerca de los pasos para estructura una investigación de mercados, determinando las necesidades y el objetivo de este proceso. Esta explicación estará acompañada de la lectura del siguiente blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/ titulado: "7 pasos para hacer investigación de mercado" de la autora Ana Codeglia.

Participe en la sesión activamente y resulva sus dudas o inquietudes.

Actividad de Apropiación No. 3: Estimado aprendiz se va a reunir en grupo de tres personas para observar el video: "Diez casos de investigación de mercados" y elegir voluntariamente una empresa para realizarle un análisis del aprendizaje visto, esto se expondra en mesa redonda moderada por el isntructor.

Link del Video: https://www.youtube.com/watch?v=VZt2YJNTYEE&ab_channel=MarinaMartinezSedano

Actividad de Apropiación No. 4: Estimado aprendiz, lo invito a observar el siguiente video explicactivo acerca de la estructuración de un plan de mercadeo en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=kKzKVhUsB4M&ab_channel=AprendeMarketing de titulo: ¿Cómo elaborar un plan de marketing? Del grupo Aprende marketing.

- Para esta actividad vamos a realizar la dinámica de Brainstorming o lluvia de ideas para estructurar un plan de mercadeo para una empresa ejemplo de venta de zapatillas deportivas cuyo objetivo es lanzar una nueva línea de zapatillas al mercado, teniendo en cuenta los datos para la estructuración expuestos por el instructor. Al finalizar el ejercicio se socializan los aprendijes y las mejoras del plan de mercadeo realizado por todos mediante mesa redonda.

Actividad de Apropiación No. 4: Estimado aprendiz para finalizar la presente actividad de apropiación de conocimiento lo invito a entra a el siguiente Blog en el enlace: https://blog.luz.vc/es/como-hacer/propuesta-comercial-eficiente/ titulado: "Cómo hacer una propuesta comercial eficiente" del autor Rafael Ávila en que encontrará los pasos para realizar una propuesta comercial.

Lo invito a dejar sus comentarios del aprendizaje al finalizar la lectura del blog, tomarle pantallazo y compartirlo en el Padlet del grupo en el siguiente enlace: https://padlet.com/dashboard

3.4. Actividades de Transferencia

Actividad de Transferencia del Conocimiento No. 1: Estimado aprendiz de acuerdo al trabajo realizado y tomando como referente la empresa que cada unos de ustedes escogió; como idea de negocio o negocio en ejecución, desarrolle una propuesta comercial para sus productos o servicios, según la identificación de las necesidades y la investigación de mercados aprendidas previamente.

Envíe el documento por correo electrónico o whastApp al instructor y expongalo al grupo, grabando un video de 3 minutos y publicándolo en el siguiente Padlet: https://padlet.com/dashboard o exponiendo en la sesión definida para este tema.

Materiales: Hojas de papel, Lapiceros/Lápiz, Marcador borrable, Borrador, Video Beam, Computador Portatil o de Mesa, Tablero Aclírico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor,cable HDMI. Herramientas agricolas (Palas, picas, machetes, palines, barras,azadones, Flexometros o cintas metricas), Calculadora, Equipos bebederos, Equipos Comederos, Equipos de la planta de Concentrados: Mezcladora, Pica pasto, Molino, Pelletizadora.

Ambiente: Aula convencional, dotada de: Fuentes eléctricas, Videobeam, Tablero o Pizarra (interactiva digital), sillas, mesas, papel, marcadores, y dotadas de elementos de seguridad y salud en el trabajo.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO Aplicación de cuestionario sobre Investigación de mercados. PRODUCTO	Caracteriza los clientes con base al diagnóstico de mercado realizado.	**Técnica** Formulación de preguntas. **Instrumento** Cuestionario sobre investigación de mercado.
EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO. Exposición análisis de Investigación de mercados y Propuesta comercial.	Selecciona los segmentos de mercado aplicando los criterios de segmentación y las políticas de la organización.	**Técnica** Exposición **Instrumento** Listas de chequeo desempeño.
EVIDENCIAS DE PRODUCTO **Plan de Mercadeo**	Estructura la oferta comercial teniendo en cuenta el perfil de los clientes y condiciones del mercado	**Técnica** Infografía **Instrumento** Lista de chequeo de Producto

10. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Marketing: es el término utilizado para referirse al conjunto de técnicas o estrategias utilizadas para estudiar el comportamiento de los mercados, la gestión comercial de las empresas y de las

necesidades de los consumidores. Dicho término, aunque podemos encontrarlo ya incluido en las últimas ediciones del Diccionario de la lengua española, se nos muestra de forma cursiva al considerarse un anglicismo o término extranjero, cuya traducción o equivalente es la palabra mercadotecnia, aunque también es utilizado de forma frecuente como tal, el término mercadeo.

Propuesta de Valor: Una propuesta de valor es una estrategia empresarial que maximiza la demanda a través de configurar óptimamente la oferta.

Investigación de mercados: es la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, 1con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la mercadotecnia.

Segmento Objetivo: Como su propio nombre indica, se trata de identificar segmentos de [Mercado (Marketing)(mercado)] o grupos uniformes más pequeños, pues la segmentación de un mercado en muchos mercados se puede asociar, de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

Perfil del Cliente: Un perfil de cliente, o marketing persona en inglés, representa a un segmento de los miembros de la audiencia que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra.

Al identificar diferentes preferencias o necesidades, puedes conocer qué es relevante para ellos a nivel personal.

Canales de comunicación : Un canal de comunicación es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve para el intercambio de información entre un emisor y uno o varios receptores.

Estrategia de Ventas: Estrategia de ventas es aquel tipo de estrategia cuyo diseño se realiza con el fin de alcanzar unos objetivos de ventas.

Plan de mercadeo: es un documento escrito que resume lo que el especialista en mercadotecnia ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos de mercadeo y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de mercadotecnia

Propuesta comercial: es un documento muy importante y que puede ser decisivo para que tu prospecto se convierta en un cliente. Una propuesta comercial puede variar mucho de acuerdo con la empresa, pero generalmente contiene información detallada del producto o servicio ofrecido, plazo y formas de pago.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

• Información tomada de:

Gary Armstrong, "Fundamentos de marketing /", -:Pearson Educación, 2013. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215444/), el día 2020-10-30.

Laura Estela Fischer de la Vega, "Introducción a la investigación de mercados /", -:McGraw-Hill Interamericana, 2017. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://www.bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215548/), el día 2020-10-30.

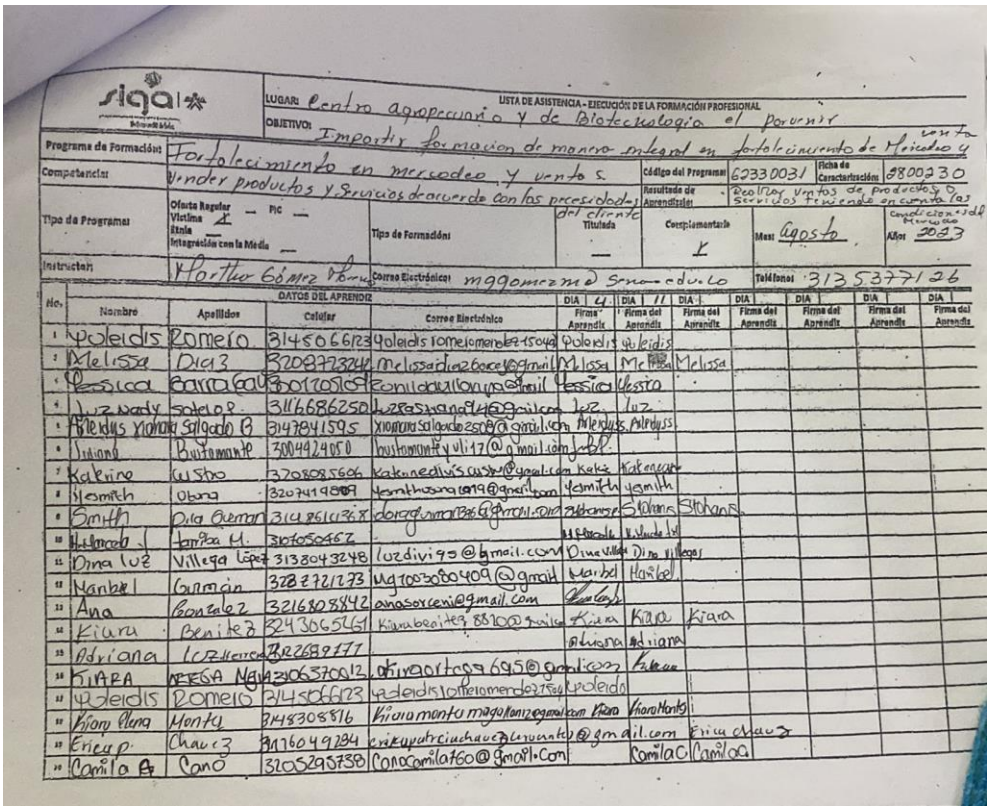
Ana Codeglia, “7 pasos para hacer investigación de mercados” Hotmart, 2020, consulta en línea blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha		Razón del Cambio
Autor (es)	**MARTHA GOMEZ MORENO**	**INSTRUCTOR**	**VICTIMAS**	**FEBRERO 2023**		

Obligación contractual 1

Anexo 4: Listados de la ficha 2800230



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Centro agropecuario y de Biotecnologia el porvenir

OBJETIVO: Impartir formacion de manera integral en fortalecimiento de Mercadeo y ventas

Programa de Formación: Fortalecimiento en mercadeo y ventas

Competencias: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente

Código del Programa: 62330031 | Ficha de Caracterización: 2800230

Resultados de Aprendizaje: Recolectar ventas de productos o servicios teniendo en cuenta las condiciones del mercado

Tipo de Programa: Oferta Regular X — PIC — Victima — Etnia — Integración con la Media —

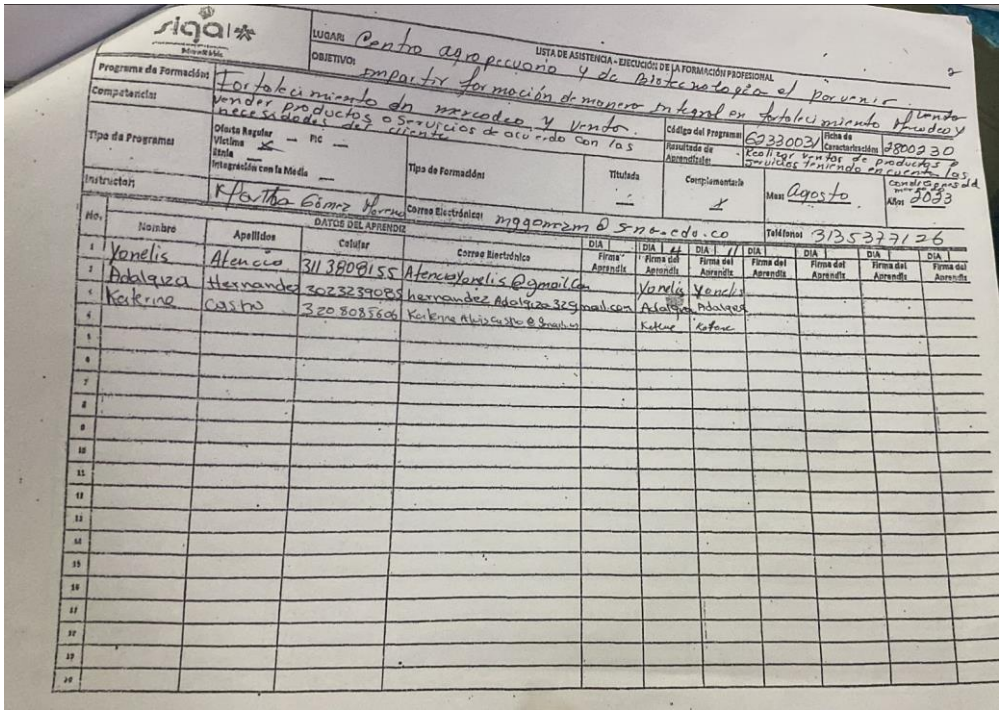
Tipo de Formación: Complementario X | Titulada —

Mes: Agosto | Año: 2023

Instructor: Martha Gómez | Correo Electrónico: mggomezm@sena.edu.co | Teléfono: 3135377126

DATOS DEL APRENDIZ

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 4 Firma Aprendiz	DIA 11 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Yoleidis	Romero	3145066723	yoleidisromeromendez1504@gmail.com	Yoleidis	Yoleidis					
2	Melissa	Diaz	3208772348	melissadiazbarcelo@gmail.com	Melissa	Melissa	Melissa				
3	Jessica	Barraza	3017051091	jessicadazillon@gmail.com	Jessica	Jessica					
4	Luz Nady	Salcedo	3116686250	luzdasnady1409@gmail.com	Luz	Luz					
5	Arleidys Yohana	Salgado B	3147841595	yohanasalgado2508@gmail.com	Arleidys	Arleidys					
6	Juliana	Bustamante	3004924050	bustamantejuli17@gmail.com							
7	Katerine	Castro	3208085606	katinecastro@gmail.com	Katerine	Katerine					
8	Yesmith	Ubana	3207419809	yesmithubana1019@gmail.com	Yesmith	Yesmith					
9	Smith	Pita Guzman	3146116318	dorangiguzman@gmail.com	Stefanny	Stefanny	Stefanny				
10	Yulimar	Tamara M.	3107050462		Yulimar	Yulimar					
11	Dina Luz	Villega López	3138043248	luzdivi93@hotmail.com	Dina Villega	Dina Villega					
12	Maribel	Garmán	3287721273	ug10030800409@gmail.com	Maribel	Maribel					
13	Ana	Gonzalez	3216808842	anasorceni@gmail.com	Ana						
14	Kiara	Benitez	3243065461	Kiarabenitez8870@gmail.com	Kiara	Kiara	Kiara				
15	Adriana	Lozano	3126891771		Adriana	Adriana					
16	KIARA	NEGA MAN	3206370013	adrianortega695@gmail.com	Kiara	Kiara					
17	Yoleidis	Romero	3145066723	yoleidisromeromendez1504@gmail.com	Yoleidis						
18	Yiana Alexa	Monta	3148308816	Yianamonta.mago@gmail.com	Yiana	Yiana Monta					
19	Erica P.	Chavez	3176049284	erikapatriciachavez@hotmail.com	Erica	Erica Chavez					
20	Camila A.	Cano	3205295758	Canocamila760@gmail.com		Camila C	Camila				



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Centro agropecuario y de Biotecnologia el porvenir

OBJETIVO: Impartir formación de manera integral en fortalecimiento de Mercadeo y

Programa de Formación: Fortalecimiento en mercadeo y ventas

Competencias: Vender productos o servicios de acuerdo con las necesidades del cliente

Código del Programa: 62330031 | Ficha de Caracterización: 2800230

Resultados de Aprendizaje: Recolectar ventas de productos o servicios teniendo en cuenta las condiciones del mercado

Tipo de Programa: Oferta Regular X — PIC — Victima — Etnia — Integración con la Media —

Tipo de Formación: Complementario X | Titulada —

Mes: Agosto | Año: 2023

Instructor: Martha Gómez | Correo Electrónico: mggomezm@sena.edu.co | Teléfono: 3135377126

DATOS DEL APRENDIZ

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 4 Firma Aprendiz	DIA 11 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Yanelis	Atencio	3113808155	AtencioYanelis@gmail.com		Yanelis	Yanelis				
2	Adalgiza	Hernandez	3023239085	hernandezAdalgiza32@gmail.com		Adalgiza	Adalgiza				
3	Katerine	Castro	3208085606	KatherineAlejaCastro@gmail.com		Katerine	Katerine				
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											

Anexo 5: Guías de Aprendizaje programa de los programas de formación en fortalecimiento de mercadeo y ventas de la ficha 2800261

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: MERCADEO Y VENTAS
- Código del Programa de Formación: 62330031 V.2
- Nombre del Proyecto: No Aplica
- Fase del Proyecto No Aplica
- Actividad de Proyecto: No Aplica
- Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y proceso de ventas.
- Duración de la Guía: 24 horas

2. PRESENTACIÓN

Cordial saludo respetado aprendiz, le doy la bienvenida al desarrollo de la presente guía, cuyo objetivo es brindarle herramientas para la estructuración de la oferta comercial de su negocio, adquiriendo conocimientos y destrezas en el proceso de venta de sus productos o servicios, siendo este paso fundamental en el momento de concretar la venta con el cliente y una planeación necesaria para enfocar sus estrategias comerciales.

Por esta razón lo invito a que desarrolle la presente la guía con todo el empeño y compromiso que seguro le otorgará grandes objetivos en su empresa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de Reflexión inicial.

Respetado aprendiz, la presente actividad está enfocada en fortalecer actitudes y valores, basadas en la aplicación de didácticas que refuercen contenidos co-relacionados con el objetivo de la

presente guía. Cada actividad tiene una descripción para su respectivo desarrollo, si tiene alguna duda comuníquese con el instructor vía WhatsApp o correo electrónico.

1. Para esta primera actividad lo invito a que se divierta y comparta con el grupo las siguientes preguntas:

¿Si tuviera la posibilidad de ser un animal cual seria y por qué?

¿ Si fuera una figura pública quien le gustaría ser y por qué?

¿ Si tuviera la posibilidad de nacer en otro país o territorio cual esogería y por qué?

¿De los habitos que usted ha aduirido en la vida, cual le gustaría cambiar y por qué?

Las respuesta será expuestas en mesa redonda moderado por el instructor.

2. Aprendiz a continuación lo invito a leer el siguiente articulo de titulo: “El valor de vender desde los valores” del autor Manuel Luque Menéndez facilitado por el instructor, que también podrá encontrar en el Drive de la sesión en el siguiente enlace: https://drive.google.com/file/d/11hYxA5YaM0chZFtjiUulJdW_CUlskaXZ/view?usp=sharing

Teniendo en cuenta la lectura lo invito a que hagamos el estudió del siguiente caso: En Colombia el sector productivo constamente crece y se reinventa, caracterizándonos por ser un mercado competitivo e innovador, sin embargo en muchos casos se pierden los negocios o las ventas para la falta de conocimiento y empoderamiento del vendedor en su producto, empresa o actividad económica. ¿Por qué considerada que esto sucede y como podemos mejorarlo?

3. En esta tercera actividad lo invito a que ingrese en el siguiente link del portal Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=GIjCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denomindado el “Vendedor de Humo” de PrimerFrame.

Teniendo en cuenta el video en una sola palabra defina el aprendizaje que le genero la historia y como lo aplicaría a su vida, comparta su respuesta en mesa redonda moderada por el instructor.

4. Para finalizar esta actividad de reflexión inicial lo invito a que comparta una fotografía suya junto con su historia de vida – subala en el en el siguiente Padlet creado por el instructor: https://padlet.com/ , donde podrá observar las demás historias y realimentar.

Usted podrá compartir su información en el Padlet, entrando a la pagina: https://padlet.com/ en el botón más (+) de la esquina inferior derecha, seguidamente agregue el título y adjunte la fotografía desde su ordenador o celular junto con el texto en el cuedro de ingreso, si tiene alguna duda para ingresar al Padlet comuníquese con el instructor.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

11. Estimado Aprendiz, con el objetivo de consultar los conocimientos previos que tiene acerca de la estructuración de la oferta comercial que es el objetivo de la presente sesión, lo invito a responder el siguiente cuestionario:

- Teniendo en cuenta que en todo proceso de ventas es importante aplicar estrategias que nos ayuden hacer efectivas las ventas de nuestros productos y servicios, ¿ Que estratégias comerciales usted conoce o aplica a la hora de realizar una venta?

- En la estructuración de una propuesta comercial es importante identificar los clientes potenciales y lograr segmentarlos. ¿ Como idenditifica en el mercado los futuros clientes?

- Identificar las necesidades del mercado juega un papel fundamental cuando se entra al mercado, apuntarle a una necesidad insatisfecha, garantiza el éxito de los negocios, ¿Como reconoce las necesidad del mercado?

- Cuando se define el objetivo de ventas del emprendimiento es importante determinar los costos de la propuesta comercial, ¿Cómo estructura los costos en su emprendimiento?

- Elaborar un plan con las estrategias comerciales, nos define una ruta a seguir, el éxito del cumplimiento de los objetivos depende de saber elegirlos. ¿ Como cree usted que se definen los objetivos al interior de la organización?

Las respuestas envíelas al correo electrónico del instructor y socialícelas en la sesión programada.

12. Estimado aprendiz lo invito a observar el siguiente video: https://www.youtube.com/watch?v=4EC3mvmf9fc&ab_channel=maricarmenLopez fragmento de la película: En busca de la felicidad de Gabriele Muccino, el video tiene por nombre: Ejemplo de un Discurso del Ascensor o Elevator Pitch.
    Despúes de observar el video elabore un texto de no más 15 renglones donde comparta que enseñanza del dejó. El texto envíelo al correo del instructor por Correo electrónico o WhastApp.

13. En la presente actividad actividad ingrese al siguiente Blog en el link: https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-storytelling donde encontrara ejemplos de campañas de mercadeo existosas y sus respectivos aprendizajes, para esta actividad lo invito a que elabore una infografía de una de las empresas ahí detalladas, donde explique como lograron el éxito. Envíe una foto por WhastApp o Correo electrónico al instructor del ejercicio realizado en el medio que más se le facilite, sea manual o digital según su habilidad y expongalo en la sesión programada.

14. Estimado Aprendiz, lo invito a leer y el articulo que le facilita el instructor que también lo encuentra ingresando al Drive de la sesión en siguiente enlace; https://drive.google.com/file/d/1YJ-pZSCal4jTV9kLifbkkXqOeIDHetcK/view?usp=sharing en este enlace puede encontrar del libro: “Fundamentos del Marketing” del autor Gary Armstrong en la pagina 7 el capitulo: Compresión del Mercado y de las necesidades del cliente.

Para finalizar esta actividad lo invito a leer y realizar un análisis de las estrategias para identificar las necesidades del mercado, enviar al correo electrónico o via WhatsApp al instructor.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Con la realización de las siguientes actividades, el aprendiz tendrá la capacidad de:

COGNITIVA: Identificar las necesidades del cliente mediante metodos de recopilación de la información según objetivo de investigación de mercados planteado por la organización.

PROCEDIMENTAL: Realizar el plan de mercadeo teniendo en cuenta el analisis de la investigación de mercados y los objetivos de la organización.

ACTITUDINAL Y VALORATIVA: Mostrar liderzago en la ejecución de estratégias de ventas, aplicando técnicas de venta según el perfil del cliente.

Actividad de Apropiacion No. 1: Estimado aprendiz, lo invito a que lea el mapa conceptual facilitado por el instructor o que también encontrará en el siguiente link del Drive de la Sesión: https://drive.google.com/file/d/1UClYOMh-vE7w3EEhycEwesh4QU3T2x--/view?usp=sharing titulado ¿Qué investigar? Del libro: Introducción a la investigación de mercados del autor Laura Estela Fischer de la Vega.

Para esta actividad es importante leer el mapa coceptual y realizar una exposición de lo aprendido frente al grupo y al instructor, en sesión programada.

Actividad de Apropiación No. 2: Estimado aprendiz en esta siguiente actividad lo invito a participar de la explicación del instructor acerca de los pasos para estructura una investigación de mercados, determinando las necesidades y el objetivo de este proceso. Esta explicación estará acompañada de la lectura del siguiente blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/ titulado: "7 pasos para hacer investigación de mercado" de la autora Ana Codeglia.

Participe en la sesión activamente y resulva sus dudas o inquietudes.

Actividad de Apropiación No. 3: Estimado aprendiz se va a reunir en grupo de tres personas para observar el video: "Diez casos de investigación de mercados" y elegir voluntariamente una empresa para realizarle un análisis del aprendizaje visto, esto se expondra en mesa redonda moderada por el isntructor.

Link del Video: https://www.youtube.com/watch?v=VZt2YJNTYEE&ab_channel=MarinaMartinezSedano

Actividad de Apropiación No. 4: Estimado aprendiz, lo invito a observar el siguiente video explicactivo acerca de la estructuración de un plan de mercadeo en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=kKzKVhUsB4M&ab_channel=AprendeMarketing de titulo: ¿Cómo elaborar un plan de marketing? Del grupo Aprende marketing.

- Para esta actividad vamos a realizar la dinámica de Brainstorming o lluvia de ideas para estructurar un plan de mercadeo para una empresa ejemplo de venta de zapatillas deportivas cuyo objetivo es lanzar una nueva línea de zapatillas al mercado, teniendo en cuenta los datos para la estructuración expuestos por el instructor. Al finalizar el ejercicio se socializan los aprendijes y las mejoras del plan de mercadeo realizado por todos mediante mesa redonda.

Actividad de Apropiación No. 4: Estimado aprendiz para finalizar la presente actividad de apropiación de conocimiento lo invito a entra a el siguiente Blog en el enlace: https://blog.luz.vc/es/como-hacer/propuesta-comercial-eficiente/ titulado: "Cómo hacer una propuesta comercial eficiente" del autor Rafael Ávila en que encontrará los pasos para realizar una propuesta comercial.

Lo invito a dejar sus comentarios del aprendizaje al finalizar la lectura del blog, tomarle pantallazo y compartirlo en el Padlet del grupo en el siguiente enlace: https://padlet.com/dashboard

3.4. Actividades de Transferencia

Actividad de Transferencia del Conocimiento No. 1: Estimado aprendiz de acuerdo al trabajo realizado y tomando como referente la empresa que cada unos de ustedes escogió; como idea de negocio o negocio en ejecución, desarrolle una propuesta comercial para sus productos o servicios, según la identificación de las necesidades y la investigación de mercados aprendidas previamente.

Envíe el documento por correo electrónico o whastApp al instructor y expongalo al grupo, grabando un video de 3 minutos y publicándolo en el siguiente Padlet: https://padlet.com/dashboard o exponiendo en la sesión definida para este tema.

Materiales: Hojas de papel, Lapiceros/Lápiz, Marcador borrable, Borrador, Video Beam, Computador Portatil o de Mesa, Tablero Aclírico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor,cable HDMI. Herramientas agricolas (Palas, picas, machetes, palines, barras,azadones, Flexometros o cintas metricas), Calculadora, Equipos bebederos, Equipos Comederos, Equipos de la planta de Concentrados: Mezcladora, Pica pasto, Molino, Pelletizadora.

Ambiente: Aula convencional, dotada de: Fuentes eléctricas, Videobeam, Tablero o Pizarra (interactiva digital), sillas, mesas, papel, marcadores, y dotadas de elementos de seguridad y salud en el trabajo.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO Aplicación de cuestionario sobre Investigación de mercados. PRODUCTO	Caracteriza los clientes con base al diagnóstico de mercado realizado.	**Técnica** Formulación de preguntas. **Instrumento** Cuestionario sobre investigación de mercado.
EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO. Exposición análisis de Investigación de mercados y Propuesta comercial.	Selecciona los segmentos de mercado aplicando los criterios de segmentación y las políticas de la organización.	**Técnica** Exposición **Instrumento** Listas de chequeo desempeño.
EVIDENCIAS DE PRODUCTO **Plan de Mercadeo**	Estructura la oferta comercial teniendo en cuenta el perfil de los clientes y condiciones del mercado	**Técnica** Infografía **Instrumento** Lista de chequeo de Producto

15. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Marketing: es el término utilizado para referirse al conjunto de técnicas o estrategias utilizadas para estudiar el comportamiento de los mercados, la gestión comercial de las empresas y de las

necesidades de los consumidores. Dicho término, aunque podemos encontrarlo ya incluido en las últimas ediciones del Diccionario de la lengua española, se nos muestra de forma cursiva al considerarse un anglicismo o término extranjero, cuya traducción o equivalente es la palabra mercadotecnia, aunque también es utilizado de forma frecuente como tal, el término mercadeo.

Propuesta de Valor: Una propuesta de valor es una estrategia empresarial que maximiza la demanda a través de configurar óptimamente la oferta.

Investigación de mercados: es la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, 1con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la mercadotecnia.

Segmento Objetivo: Como su propio nombre indica, se trata de identificar segmentos de [Mercado (Marketing)(mercado)] o grupos uniformes más pequeños, pues la segmentación de un mercado en muchos mercados se puede asociar, de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

Perfil del Cliente: Un perfil de cliente, o marketing persona en inglés, representa a un segmento de los miembros de la audiencia que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra.

Al identificar diferentes preferencias o necesidades, puedes conocer qué es relevante para ellos a nivel personal.

Canales de comunicación : Un canal de comunicación es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve para el intercambio de información entre un emisor y uno o varios receptores.

Estrategia de Ventas: Estrategia de ventas es aquel tipo de estrategia cuyo diseño se realiza con el fin de alcanzar unos objetivos de ventas.

Plan de mercadeo: es un documento escrito que resume lo que el especialista en mercadotecnia ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos de mercadeo y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de mercadotecnia

Propuesta comercial: es un documento muy importante y que puede ser decisivo para que tu prospecto se convierta en un cliente. Una propuesta comercial puede variar mucho de acuerdo con la empresa, pero generalmente contiene información detallada del producto o servicio ofrecido, plazo y formas de pago.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

• Información tomada de:

Gary Armstrong, "Fundamentos de marketing /", -:Pearson Educación, 2013. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215444/), el día 2020-10-30.

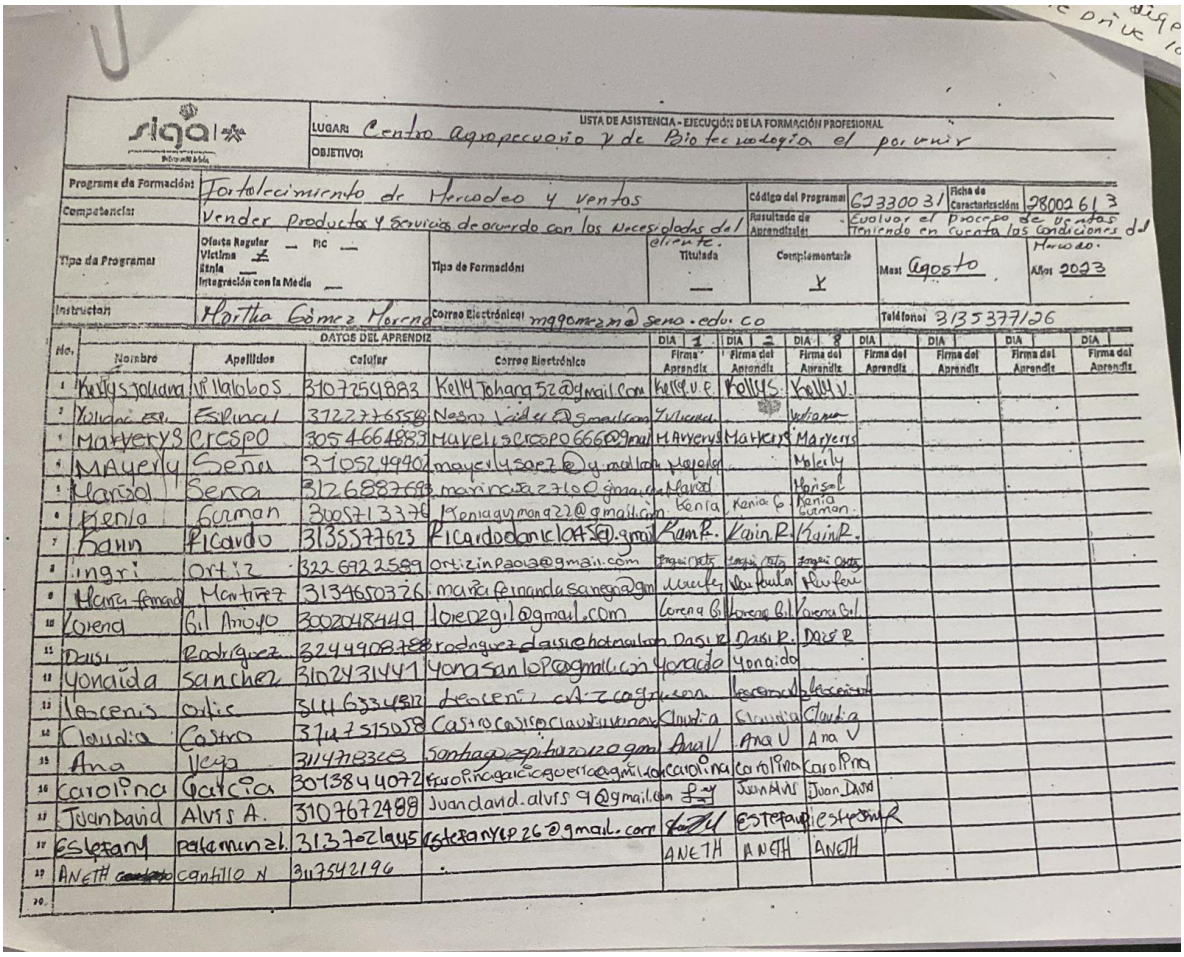
Laura Estela Fischer de la Vega, "Introducción a la investigación de mercados /", -:McGraw-Hill Interamericana, 2017. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://www.bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215548/), el día 2020-10-30.

Ana Codeglia, “7 pasos para hacer investigación de mercados” Hotmart, 2020, consulta en línea blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha		Razón del Cambio
Autor (es)	**MARTHA GOMEZ MORENO**	**INSTRUCTOR**	**VICTIMAS**	**FEBRERO 2023**		

Obligación contractual 1
Anexo 6: Listados de la ficha 2800261



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Centro Agropecuario y de Biotecnología el porvenir

OBJETIVO:

Programa de Formación:	Fortalecimiento de Mercadeo y ventas			Código del Programa:	633300 31	Ficha de Caracterización:	2800261 3
Competencia:	Vender productos y servicios de acuerdo con los necesidades del cliente.			Resultado de Aprendizaje:	Evaluar el proceso de ventas teniendo en cuenta las condiciones del Mercado.		
Tipo de Programa:	Oferta Regular: — PIC: — Víctima: X Etnia: — Integración con la Media: —	Tipo de Formación:	Titulada: —	Complementaria: X	Mes: Agosto	Año: 2023	
Instructor:	Martha Gómez Moreno	Correo Electrónico: mggomezm@sena.edu.co			Teléfono: 3135377126		

No.	DATOS DEL APRENDIZ				DIA 1	DIA 2	DIA 8	DIA	DIA	DIA	DIA
	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	Firma Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz
1	Kellys Johana	Villalobos	3107254883	Kelly Johana52@gmail.com	Kelly V.	Kellys	Kelly V.				
2	Yuliana Est.	Estupiñan	3222726558	Nesna Valdez@gmail.com	Yuliana		Juliana				
3	Marverys	Crespo	3054664883	Marelys crespo666@gmail	M Anverys	Marverys	Marverys				
4	MAyerly	Seña	3105249902	mayerly5082@ymail.com	Mayerly		Mayerly				
5	Marisol	Seña	3126887693	marinoza2710@gmail.com	Marisol		Marisol				
6	Kenia	Guman	3005713376	Keniaguman922@gmail.com	Kenia	Kenia G	Kenia Guman				
7	Kain	Ricardo	3135537623	Ricardodanic1085@gmail	Kain R.	Kain R	Kain R.				
8	ingri	Ortiz	3226923589	ortizinpaola@gmail.com	Ingri Ortiz	Ingri Ortiz	Ingri Ortiz				
9	Maria fernanda	Martinez	3134650326	mariafernandasanegra@gm	Mariafer	Mariafer	Mariafer				
10	Lorena	Gil Arroyo	3002048449	lorenzgil@gmail.com	Lorena Gil	Lorena Gil	Lorena Gil				
11	Dasi	Rodriguez	3244908788	rodriguezdasiehotmail.com	Dasi R.	Dasi R.	Dasi R.				
12	Yonaida	sanchez	3102431441	YonaSanlo@gmail.com	Yonaida	Yonaida					
13	Yesenis	Ortiz	3146334817	desenis.ortiz@gmail.com	Yesenis	Yesenis	Yesenis				
14	Claudia	Castro	3147515058	Castrocastrociaudia@hotmail	Claudia	Claudia	Claudia				
15	Ana	Vega	3114778368	Sanhagaspitaza120@gmail	Ana V	Ana V	Ana V				
16	Carolina	Garcia	3013844072	Carolinagarciagarcia@gmail	Carolina	Carolina	Carolina				
17	Juan David	Alvis A.	3107672488	Juandavid.alvis9@gmail.com	Juan Alvis	Juan Alvis	Juan David				
18	Esteban	Palomino	3137021945	Estebanyep26@gmail.com	Esteban	Esteban	Esteban R				
19	ANETH	Castillo N	3117542196	.	ANETH	ANETH	ANETH				
20											

Anexo 7: Guías de Aprendizaje programa de los programas de formación en fortalecimiento de mercadeo y ventas de la ficha 2814188

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: MERCADEO Y VENTAS
- Código del Programa de Formación: 62330031 V.2
- Nombre del Proyecto: No Aplica
- Fase del Proyecto No Aplica
- Actividad de Proyecto: No Aplica
- Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y proceso de ventas.
- Duración de la Guía: 24 horas

2. PRESENTACIÓN

Cordial saludo respetado aprendiz, le doy la bienvenida al desarrollo de la presente guía, cuyo objetivo es brindarle herramientas para la estructuración de la oferta comercial de su negocio, adquiriendo conocimientos y destrezas en el proceso de venta de sus productos o servicios, siendo este paso fundamental en el momento de concretar la venta con el cliente y una planeación necesaria para enfocar sus estrategias comerciales.

Por esta razón lo invito a que desarrolle la presente la guía con todo el empeño y compromiso que seguro le otorgará grandes objetivos en su empresa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de Reflexión inicial.

Respetado aprendiz, la presente actividad está enfocada en fortalecer actitudes y valores, basadas en la aplicación de didácticas que refuercen contenidos co-relacionados con el objetivo de la

presente guía. Cada actividad tiene una descripción para su respectivo desarrollo, si tiene alguna duda comuníquese con el instructor vía WhatsApp o correo electrónico.

1. Para esta primera actividad lo invito a que se divierta y comparta con el grupo las siguientes preguntas:

¿Si tuviera la posibilidad de ser un animal cual seria y por qué?

¿ Si fuera una figura pública quien le gustaría ser y por qué?

¿ Si tuviera la posibilidad de nacer en otro país o territorio cual esogería y por qué?

¿De los habitos que usted ha aduirido en la vida, cual le gustaría cambiar y por qué?

Las respuesta será expuestas en mesa redonda moderado por el instructor.

2. Aprendiz a continuación lo invito a leer el siguiente articulo de titulo: “El valor de vender desde los valores” del autor Manuel Luque Menéndez facilitado por el instructor, que también podrá encontrar en el Drive de la sesión en el siguiente enlace: https://drive.google.com/file/d/11hYxA5YaM0chZFtjiUulJdW_CUlskaXZ/view?usp=sharing

Teniendo en cuenta la lectura lo invito a que hagamos el estudió del siguiente caso: En Colombia el sector productivo constamente crece y se reinventa, caracterizándonos por ser un mercado competitivo e innovador, sin embargo en muchos casos se pierden los negocios o las ventas para la falta de conocimiento y empoderamiento del vendedor en su producto, empresa o actividad económica. ¿Por qué considerada que esto sucede y como podemos mejorarlo?

3. En esta tercera actividad lo invito a que ingrese en el siguiente link del portal Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=GIjCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denomindado el “Vendedor de Humo” de PrimerFrame.

Teniendo en cuenta el video en una sola palabra defina el aprendizaje que le genero la historia y como lo aplicaría a su vida, comparta su respuesta en mesa redonda moderada por el instructor.

4. Para finalizar esta actividad de reflexión inicial lo invito a que comparta una fotografía suya junto con su historia de vida – subala en el en el siguiente Padlet creado por el instructor: https://padlet.com/ , donde podrá observar las demás historias y realimentar.

Usted podrá compartir su información en el Padlet, entrando a la pagina: https://padlet.com/ en el botón más (+) de la esquina inferior derecha, seguidamente agregue el título y adjunte la fotografía desde su ordenador o celular junto con el texto en el cuedro de ingreso, si tiene alguna duda para ingresar al Padlet comuníquese con el instructor.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

16. Estimado Aprendiz, con el objetivo de consultar los conocimientos previos que tiene acerca de la estructuración de la oferta comercial que es el objetivo de la presente sesión, lo invito a responder el siguiente cuestionario:

- Teniendo en cuenta que en todo proceso de ventas es importante aplicar estrategias que nos ayuden hacer efectivas las ventas de nuestros productos y servicios, ¿ Que estratégias comerciales usted conoce o aplica a la hora de realizar una venta?

- En la estructuración de una propuesta comercial es importante identificar los clientes potenciales y lograr segmentarlos. ¿ Como idenditifica en el mercado los futuros clientes?

- Identificar las necesidades del mercado juega un papel fundamental cuando se entra al mercado, apuntarle a una necesidad insatisfecha, garantiza el éxito de los negocios, ¿Como reconoce las necesidad del mercado?

- Cuando se define el objetivo de ventas del emprendimiento es importante determinar los costos de la propuesta comercial, ¿Cómo estructura los costos en su emprendimiento?

- Elaborar un plan con las estrategias comerciales, nos define una ruta a seguir, el éxito del cumplimiento de los objetivos depende de saber elegirlos. ¿ Como cree usted que se definen los objetivos al interior de la organización?

Las respuestas envíelas al correo electrónico del instructor y socialícelas en la sesión programada.

17. Estimado aprendiz lo invito a observar el siguiente video: https://www.youtube.com/watch?v=4EC3mvmf9fc&ab_channel=maricarmenLopez fragmento de la película: En busca de la felicidad de Gabriele Muccino, el video tiene por nombre: Ejemplo de un Discurso del Ascensor o Elevator Pitch.
    Despúes de observar el video elabore un texto de no más 15 renglones donde comparta que enseñanza del dejó. El texto envíelo al correo del instructor por Correo electrónico o WhastApp.

18. En la presente actividad actividad ingrese al siguiente Blog en el link: https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-storytelling donde encontrara ejemplos de campañas de mercadeo existosas y sus respectivos aprendizajes, para esta actividad lo invito a que elabore una infografía de una de las empresas ahí detalladas, donde explique como lograron el éxito. Envíe una foto por WhastApp o Correo electrónico al instructor del ejercicio realizado en el medio que más se le facilite, sea manual o digital según su habilidad y expongalo en la sesión programada.

19. Estimado Aprendiz, lo invito a leer y el articulo que le facilita el instructor que también lo encuentra ingresando al Drive de la sesión en siguiente enlace; https://drive.google.com/file/d/1YJ-pZSCal4jTV9kLifbkkXqOeIDHetcK/view?usp=sharing en este enlace puede encontrar del libro: “Fundamentos del Marketing” del autor Gary Armstrong en la pagina 7 el capitulo: Compresión del Mercado y de las necesidades del cliente.

Para finalizar esta actividad lo invito a leer y realizar un análisis de las estrategias para identificar las necesidades del mercado, enviar al correo electrónico o via WhatsApp al instructor.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Con la realización de las siguientes actividades, el aprendiz tendrá la capacidad de:

COGNITIVA: Identificar las necesidades del cliente mediante metodos de recopilación de la información según objetivo de investigación de mercados planteado por la organización.

PROCEDIMENTAL: Realizar el plan de mercadeo teniendo en cuenta el analisis de la investigación de mercados y los objetivos de la organización.

ACTITUDINAL Y VALORATIVA: Mostrar liderzago en la ejecución de estratégias de ventas, aplicando técnicas de venta según el perfil del cliente.

Actividad de Apropiacion No. 1: Estimado aprendiz, lo invito a que lea el mapa conceptual facilitado por el instructor o que también encontrará en el siguiente link del Drive de la Sesión: https://drive.google.com/file/d/1UClYOMh-vE7w3EEhycEwesh4QU3T2x--/view?usp=sharing titulado ¿Qué investigar? Del libro: Introducción a la investigación de mercados del autor Laura Estela Fischer de la Vega.

Para esta actividad es importante leer el mapa coceptual y realizar una exposición de lo aprendido frente al grupo y al instructor, en sesión programada.

Actividad de Apropiación No. 2: Estimado aprendiz en esta siguiente actividad lo invito a participar de la explicación del instructor acerca de los pasos para estructura una investigación de mercados, determinando las necesidades y el objetivo de este proceso. Esta explicación estará acompañada de la lectura del siguiente blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/ titulado: "7 pasos para hacer investigación de mercado" de la autora Ana Codeglia.

Participe en la sesión activamente y resulva sus dudas o inquietudes.

Actividad de Apropiación No. 3: Estimado aprendiz se va a reunir en grupo de tres personas para observar el video: "Diez casos de investigación de mercados" y elegir voluntariamente una empresa para realizarle un análisis del aprendizaje visto, esto se expondra en mesa redonda moderada por el isntructor.

Link del Video: https://www.youtube.com/watch?v=VZt2YJNTYEE&ab_channel=MarinaMartinezSedano

Actividad de Apropiación No. 4: Estimado aprendiz, lo invito a observar el siguiente video explicactivo acerca de la estructuración de un plan de mercadeo en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=kKzKVhUsB4M&ab_channel=AprendeMarketing de titulo: ¿Cómo elaborar un plan de marketing? Del grupo Aprende marketing.

- Para esta actividad vamos a realizar la dinámica de Brainstorming o lluvia de ideas para estructurar un plan de mercadeo para una empresa ejemplo de venta de zapatillas deportivas cuyo objetivo es lanzar una nueva línea de zapatillas al mercado, teniendo en cuenta los datos para la estructuración expuestos por el instructor. Al finalizar el ejercicio se socializan los aprendijes y las mejoras del plan de mercadeo realizado por todos mediante mesa redonda.

Actividad de Apropiación No. 4: Estimado aprendiz para finalizar la presente actividad de apropiación de conocimiento lo invito a entra a el siguiente Blog en el enlace: https://blog.luz.vc/es/como-hacer/propuesta-comercial-eficiente/ titulado: "Cómo hacer una propuesta comercial eficiente" del autor Rafael Ávila en que encontrará los pasos para realizar una propuesta comercial.

Lo invito a dejar sus comentarios del aprendizaje al finalizar la lectura del blog, tomarle pantallazo y compartirlo en el Padlet del grupo en el siguiente enlace: https://padlet.com/dashboard

3.4. Actividades de Transferencia

Actividad de Transferencia del Conocimiento No. 1: Estimado aprendiz de acuerdo al trabajo realizado y tomando como referente la empresa que cada unos de ustedes escogió; como idea de negocio o negocio en ejecución, desarrolle una propuesta comercial para sus productos o servicios, según la identificación de las necesidades y la investigación de mercados aprendidas previamente.

Envíe el documento por correo electrónico o whastApp al instructor y expongalo al grupo, grabando un video de 3 minutos y publicándolo en el siguiente Padlet: https://padlet.com/dashboard o exponiendo en la sesión definida para este tema.

Materiales: Hojas de papel, Lapiceros/Lápiz, Marcador borrable, Borrador, Video Beam, Computador Portatil o de Mesa, Tablero Aclírico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor,cable HDMI. Herramientas agricolas (Palas, picas, machetes, palines, barras,azadones, Flexometros o cintas metricas), Calculadora, Equipos bebederos, Equipos Comederos, Equipos de la planta de Concentrados: Mezcladora, Pica pasto, Molino, Pelletizadora.

Ambiente: Aula convencional, dotada de: Fuentes eléctricas, Videobeam, Tablero o Pizarra (interactiva digital), sillas, mesas, papel, marcadores, y dotadas de elementos de seguridad y salud en el trabajo.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO Aplicación de cuestionario sobre Investigación de mercados. PRODUCTO	Caracteriza los clientes con base al diagnóstico de mercado realizado.	**Técnica** Formulación de preguntas. **Instrumento** Cuestionario sobre investigación de mercado.
EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO. Exposición análisis de Investigación de mercados y Propuesta comercial.	Selecciona los segmentos de mercado aplicando los criterios de segmentación y las políticas de la organización.	**Técnica** Exposición **Instrumento** Listas de chequeo desempeño.
EVIDENCIAS DE PRODUCTO **Plan de Mercadeo**	Estructura la oferta comercial teniendo en cuenta el perfil de los clientes y condiciones del mercado	**Técnica** Infografía **Instrumento** Lista de chequeo de Producto

20. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Marketing: es el término utilizado para referirse al conjunto de técnicas o estrategias utilizadas para estudiar el comportamiento de los mercados, la gestión comercial de las empresas y de las

necesidades de los consumidores. Dicho término, aunque podemos encontrarlo ya incluido en las últimas ediciones del Diccionario de la lengua española, se nos muestra de forma cursiva al considerarse un anglicismo o término extranjero, cuya traducción o equivalente es la palabra mercadotecnia, aunque también es utilizado de forma frecuente como tal, el término mercadeo.

Propuesta de Valor: Una propuesta de valor es una estrategia empresarial que maximiza la demanda a través de configurar óptimamente la oferta.

Investigación de mercados: es la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, 1con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la mercadotecnia.

Segmento Objetivo: Como su propio nombre indica, se trata de identificar segmentos de [Mercado (Marketing)(mercado)] o grupos uniformes más pequeños, pues la segmentación de un mercado en muchos mercados se puede asociar, de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

Perfil del Cliente: Un perfil de cliente, o marketing persona en inglés, representa a un segmento de los miembros de la audiencia que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra.

Al identificar diferentes preferencias o necesidades, puedes conocer qué es relevante para ellos a nivel personal.

Canales de comunicación : Un canal de comunicación es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve para el intercambio de información entre un emisor y uno o varios receptores.

Estrategia de Ventas: Estrategia de ventas es aquel tipo de estrategia cuyo diseño se realiza con el fin de alcanzar unos objetivos de ventas.

Plan de mercadeo: es un documento escrito que resume lo que el especialista en mercadotecnia ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos de mercadeo y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de mercadotecnia

Propuesta comercial: es un documento muy importante y que puede ser decisivo para que tu prospecto se convierta en un cliente. Una propuesta comercial puede variar mucho de acuerdo con la empresa, pero generalmente contiene información detallada del producto o servicio ofrecido, plazo y formas de pago.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

• Información tomada de:

Gary Armstrong, "Fundamentos de marketing /", -:Pearson Educación, 2013. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215444/), el día 2020-10-30.

Laura Estela Fischer de la Vega, "Introducción a la investigación de mercados /", -:McGraw-Hill Interamericana, 2017. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://www.bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215548/), el día 2020-10-30.

Ana Codeglia, “7 pasos para hacer investigación de mercados” Hotmart, 2020, consulta en línea blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha		Razón del Cambio
Autor (es)	**MARTHA GOMEZ MORENO**	**INSTRUCTOR**	**VICTIMAS**	**FEBRERO 2023**		

Obligación contractual 1

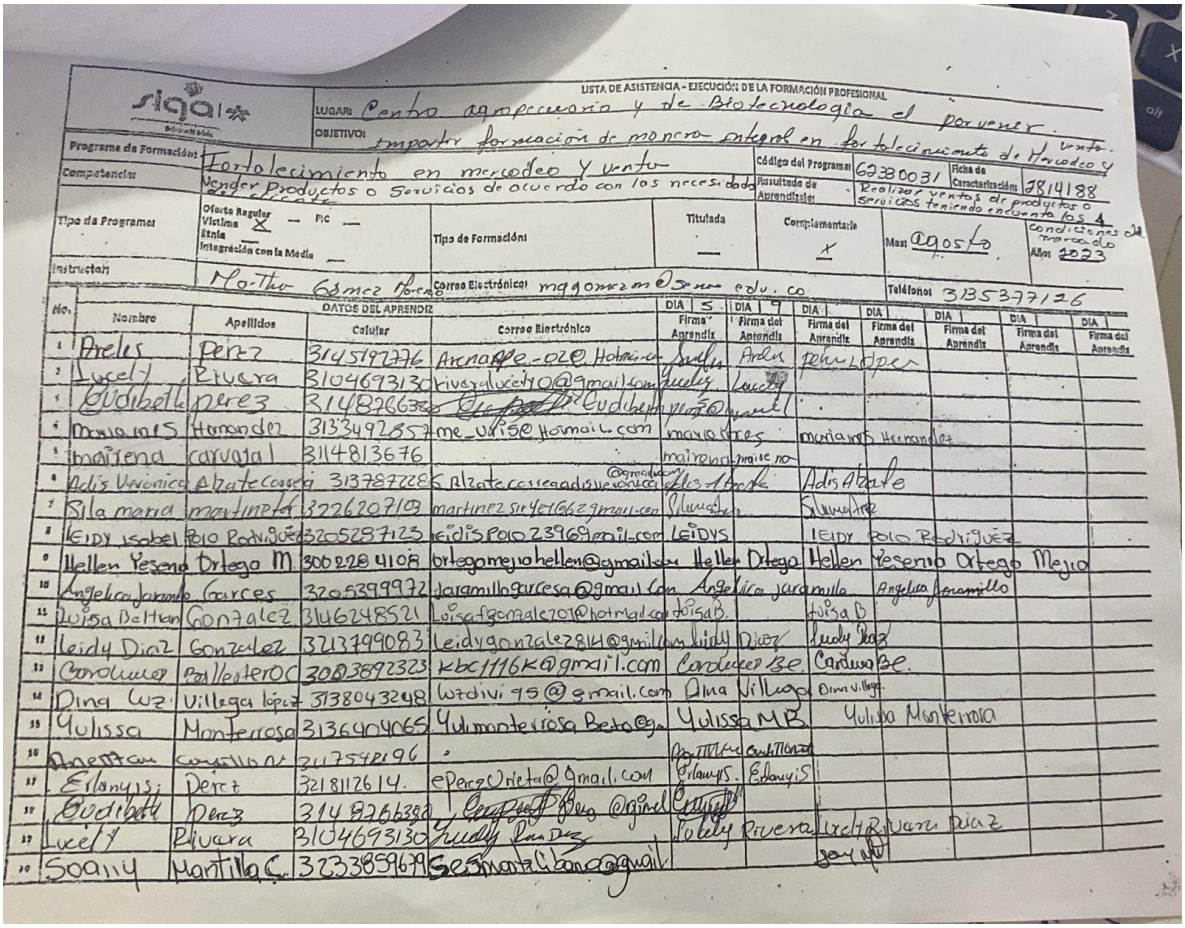
Anexo 8: Plan concertado de la ficha 2814188

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
FICHA	2814188
COMPETENCIA	VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.
RESULTADO DE APRENDIZAJE	REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO
INSTRUCTOR	MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
ABNER DE JESUS ANAYA GONZALEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.			05/08/2023		
ADIS VERONICA ALZATE CORREA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
ANETH MARIA CANTILLO NUÑEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
ANGELICA JARAMILLO GARCES	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
ANIS ESTER SOTO MORA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
ARELIS DEL ROSARIO PEREZ LOPEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
CAMILO ANDRES BARRIO RAMOS	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
CAROLINA BALLESTERO CARO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
DANEISY DANITH GARAVITO SOTELO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
DANIEL ESTEBAN RUIZ MENDEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
DIANA CRISTINA PATERNINA GUERRERO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
DINA LUZ VILLEGA LOPEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
ERLANYIS ANGELICA PEREZ URIETA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
ERLY JOHANA VERDEZA FLOREZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
EUDIBHET PEREZ LOPEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
HELLEN YESENIA ORTEGA MEJIA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
JIRLEAN PAOLA GONZALEZ RAMOS	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
JOEL BERNARDO LLANOS DORADO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
JULIANA MONTERROSA BETIN	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
LEIDI FERNANDA DIAZ GONZALEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
LEYDIS ISABEL POLO RODRIGUEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
LUCELY ELENA RIVERA DIAZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
LUISA FERNANDA BELTRAN GONZALEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
LUZ KARIME GUILLIN SANTOS	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
MAIRENA CARVAJAL CORTEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
MARIA ALEJANDRA ESQUIVEL PEREZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
MARIA INES HERNANDEZ FLOREZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
MELISA ANDREA FUENTES REYES	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
SILA MARIA MARTINEZ TORRES	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
SOANY MANTILLA CANTERO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	
YULISSA MONTERROSA BETIN	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.					
YURY DIANITH NAVARRO SIERRA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, caracteristicas de un producto.	X			X	

Obligación contractual 1

Anexo 9: Listados de la ficha 2814188



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Centro agropecuario y de Biotecnologia el porvenir.

OBJETIVO: impartir formación de manera integral en fortalecimiento de Mercadeo y venta.

Programa de Formación: Fortalecimiento en mercadeo y venta

Competencia: Vender Productos o Servicios de acuerdo con los necesidades del cliente

Código del Programa: 62380031

Ficha de Caracterización: 2814188

Resultado de Aprendizaje: Realizar ventas de productos o servicios teniendo en cuenta los condiciones del mercado

Tipo de Programa: Oferta Regular X — PIC — Etnia — Integración con la Media —

Tipo de Formación: Titulada —

Complementaria X

Mes: agosto

Año: 2023

Instructor: Martha Gomez Perez

Correo Electrónico: mggomezm@sena.edu.co

Teléfono: 3135377126

No.	DATOS DEL APRENDIZ				DIA 5	DIA 9	DIA	DIA	DIA	DIA	DIA
	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	Firma Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz
1	Arelis	Perez	3145197776	Arenape-02@Hotmail.com							
2	Lucely	Rivera	3104693130								
3	Eudibeth	perez	3148266380								
4	Mariana	Hernandez	3133492857	me_uris@hotmail.com							
5	marirena	carvajal	3114813676								
6	Adis Veronica	Abate Correa	3137872285								
7	Sila maria	martinez	3226207109								
8	LEIDY isabel	Polo Rodriguez	3205287123								
9	Hellen Yesenia	Ortega M	3002284108								
10	Angelica Juranillo	Garces	3205399972								
11	Luisa DeHerr	Gonzalez	3146248521								
12	Leidy Diaz	Gonzalez	3213799083								
13	Carolina	Ballesteros	3003892323								
14	Dina Luz	Villegas López	3138043248								
15	Yulissa	Monterrosa	3136404065								
16	Angelica	Carrillo	3117542196								
17	Erlonyis	Perez	3218112614								
18	Eudibeth	Perez	3148266380								
19	Lucely	Rivera	3104693130								
20	Soanny	Martilla C.	3233859679								

Obligación contractual 1

Anexo 10. Reporte de horario del instructor

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL

FECHA INICIAL: 01/08/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 31/08/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2799474 - 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 CONDICIONE 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 : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2814188 - 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

Continuación: del Anexo 10: Reporte de horario del instructor

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

26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONE 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: 2800230 - 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 CONDICIONE 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 : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2800261 - 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

Continuación: del Anexo 10: Reporte de horario del instructor

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

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

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 :	48,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	200,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS
			TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

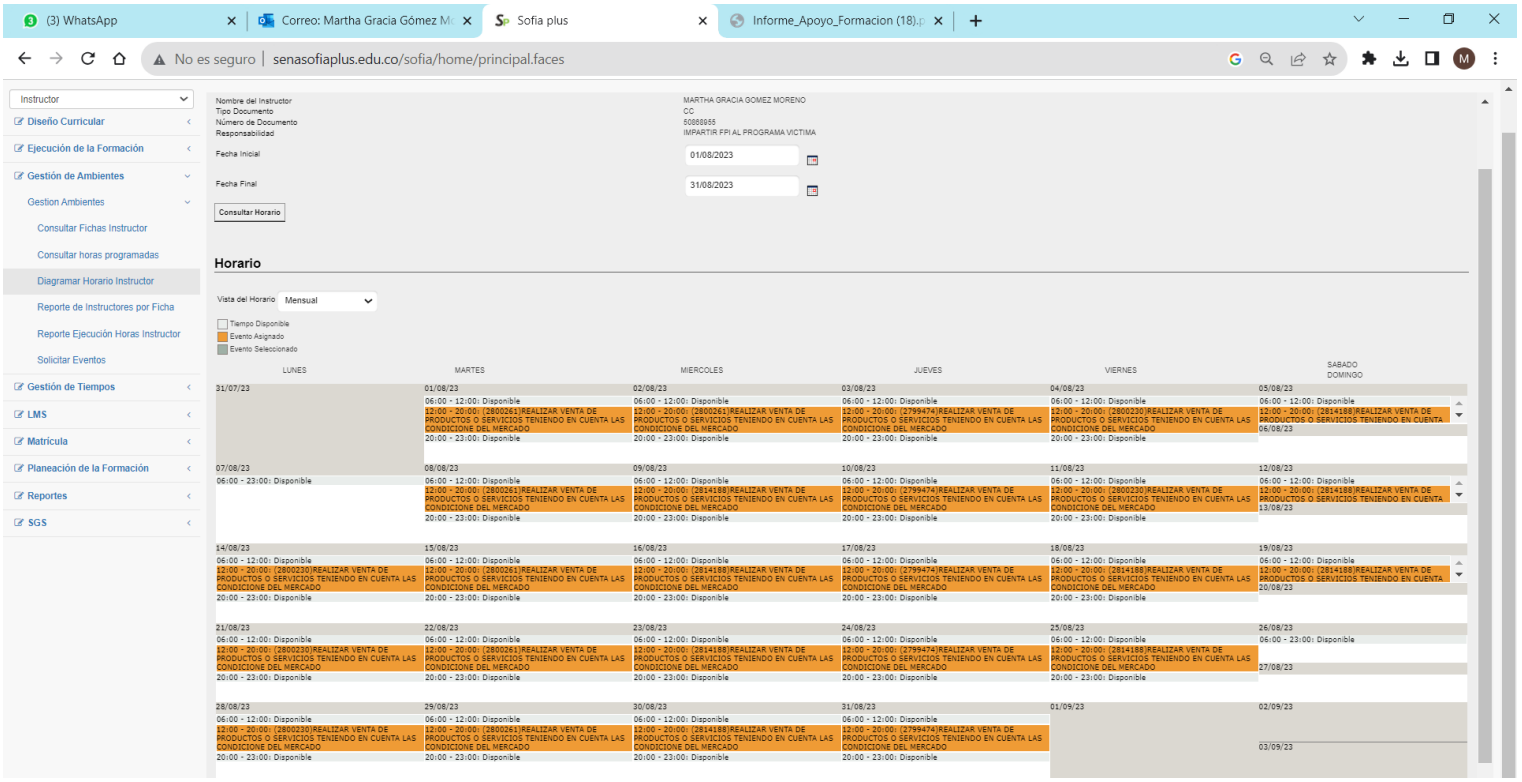
ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
		TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO

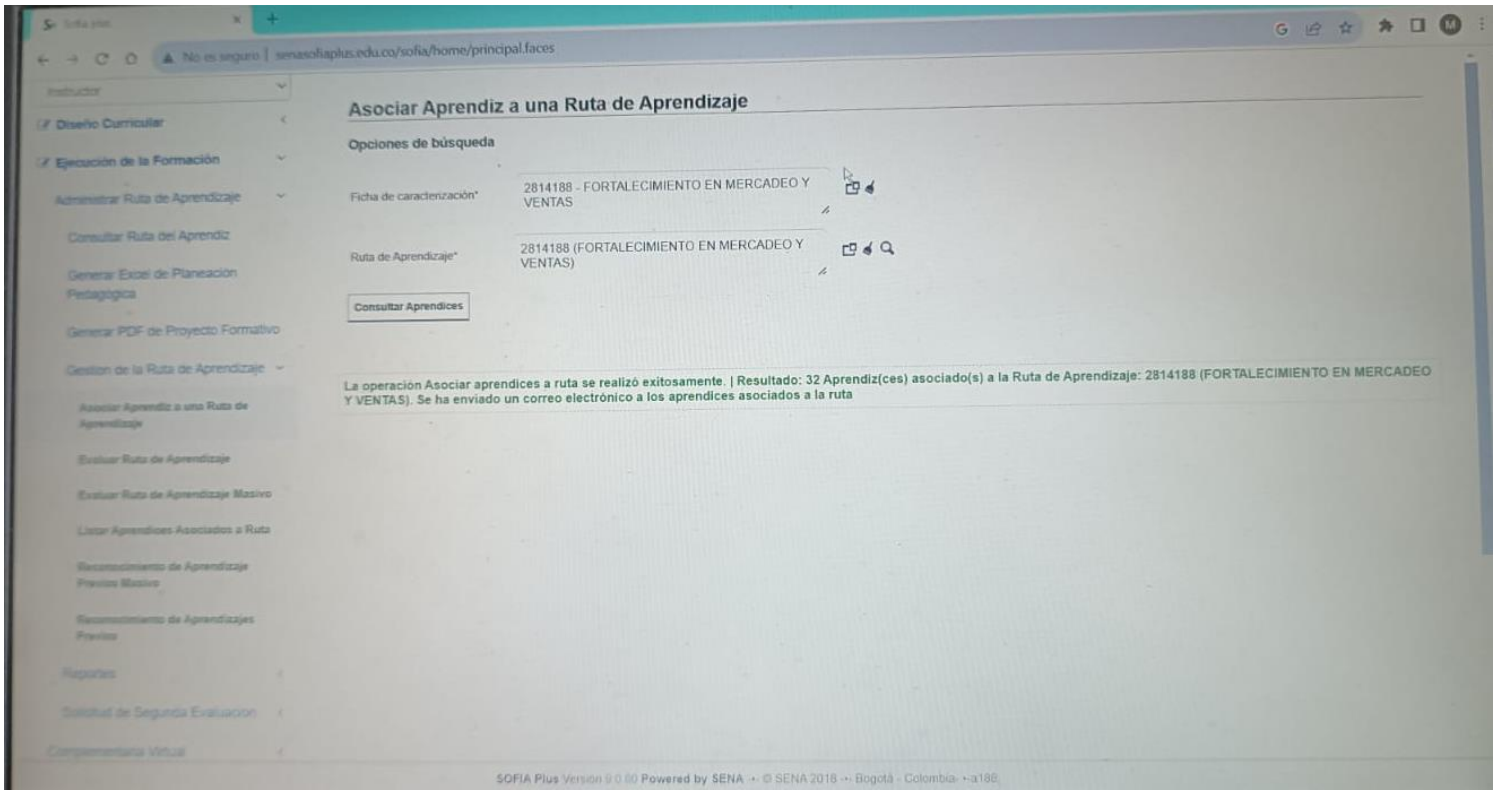
CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL

Continuación: del Anexo 10: Reporte de horario del instructor



Obligación contractual 2

Anexo 11: Pantallazo de asociación de aprendices a la ruta de aprendizaje en el aplicativo Sofia plus ficha 2814188



Obligación contractual 3

Anexo 12: Pantallazo de verificación en vivanto de la ficha 2814188

LISTADO PARA VERIFICACION VIVANTO										
CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR										
PROGRAMA VICTIMAS 2023										
NOMBRE DEL INSTRUCTOR	MARTHA GOMEZ MORENO									
DOCUMENTO	50868955			CELULAR	3135377126					
NOMBRE DEL CURSO	FORTALECIMIENTO MERCADEO Y VENTAS					EMAIL	mggomezm@sena.edu.c			
MUNICIPIO	MONTELIBANO			4	CASA DE LA MUJER					

CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	FECHA DE EXPEDICION	LUGAR DE EXPEDICION	VIVANTO	
1	ABNER DE JESUS ANAYA GONZAL	TI	1103740909	3142989841	18-sep-05	SINCELEJO	20-feb-17	SINCELEJO		
2	ADIS VERONICA ALZATE CORREA	CC	32375875	3137872286	05/10/1984	CACERES	18-dic-02	TARAZA	x	amenaza
3	ANETH MARIA CANTILLO NUÑEZ	CC	50985066	3117542196	20/07/1981	SAN PELAYO	21-oct-99	SAN PELAYO	x	
4	ANGELICA JARAMILLO GARCES	TI	1063281018	3205399972	19/10/2005	MONTELIBANO	06-may-21	MONTELIBANO	x	
5	ANIS ESTER SOTO MORA	CC	1066599257	3135285247	19/12/2001	MONTELIBANO	24-ene-20	MONTELIBANO	x	
6	ARELIS DEL ROSARIO PEREZ LOP	CC	52358491	3145197776	15/03/1977	MONTELIBANO	08-abr-96	BOGOTA	x	
7	CAMILO ANDRES BARRIOS RAMOS	TI	1064188353	3226173243	16-dic-05	PLANETA RICA	17-may-13	PLANETA RICA	x	
8	CAROLINA BALLESTERO CARO	CC	1193205111	3234610858	19/02/2000	MONTELIBANO	19-oct-18	MONTELIBANO		
9	DANEISY DANITH GARAVITO SOTE	CC	1007561214	3223769908	23-mar-03	MONTELIBANO	26-mar-21	MONTELIBANO	x	amenaza
10	DANIEL ESTEBAN RUIZ MENDEZ	CC	1066720134	3218008730	27/11/2003	PLANETA RICA	09-dic-21	PLANETA RICA		
11	DIANA CRISTINA PATERNINA GUEI	CC	1063289476	3003991720	11-mar-91	MONTELIBANO	27-may-09	MONTELIBANO		
12	DINA LUZ VILLEGAS LOPEZ	CC	1003360031	3138043248	17-dic-95	PUEBLO NUEVO	04-feb-14	MONTELIBANO		
13	ERLANYIS ANGELICA PEREZ URIE	CC	1038096044	3218112614	30-nov-86	CAUCASIA	21-dic-04	CAUCASIA	x	amenaza
14	ERLY JOHANA VERDEZA FLOREZ	CC	1063301143	3126288286	07-dic-95	MONTELIBANO	20-ene-14	MONTELIBANO	x	
15	EUDIBHET PEREZ LOPEZ	CC	50945347	3148766380	16/09/1978	MONTELIBANO	20/05/1997	MONTELIBANO	x	
16	HELLEN YESENIA ORTEGA MEJIA	CC	1148438120	3002284108	20/11/1990	CAUCASIA	16/03/2009	MONTELIBANO	x	amenaza
17	JIRLEAN PAOLA GONZALEZ RAMO	TI	1104257560	3235135076	18/12/2005	SINCELEJO	22/02/2013	SINCELEJO		
18	JOEL BERNARDO LLANOS DORAD	CC	1064896146	3235986422	30/01/2004	AYAPEL	01-feb-22	PLANETA RICA	x	
19	JULIANA MONTERROSA BETIN	CC	1003293069	3103968186	19/12/2003	MONTELIBANO	20-dic-21	MONTELIBANO		
20	LEIDI FERNANDA DIAZ GONZALEZ	CC	1066602996	3213799083	11/09/2002	MONTELIBANO	23-sep-20	MONTELIBANO		
21	LEYDIS ISABEL POLO RODRIGUEZ	CC	1007901196	3205287123	03/04/1996	CAUCASIA	03-jun-14	MONTELIBANO		
22	LUCELY ELENA RIVERA DIAZ	CC	39281495	3104693130	03/08/1978	CAUCASIA	31-ene-98	CAUCASIA		
23	LUISA FERNANDA BELTRAN GONZ	CC	1003293290	3146248521	26/12/2001	MONTELIBANO	07-ene-20	MONTELIBANO		
24	LUZ KARIME GUILLIN SANTOS	CC	1010074589	3172464366	20/06/1988	MONTELIBANO	23/02/2007	MONTELIBANO	x	
25	MAIRENA CARVAJAL CORTEZ	CC	1067093811	3114813676	24/11/1990	MONTELIBANO	24/02/2009	BUENAVISTA		
26	MARIA ALEJANDRA ESQUIVEL PEI	CC	1063295990	3017310489	13/05/2002	MONTELIBANO	01/07/2020	MONTELIBANO	x	
27	MARIA INES HERNANDEZ FLOREZ	CC	1063287435	3133492857	08/01/1990	MONTELIBANO	04-ago-08	MONTELIBANO	x	
28	MELISA ANDREA FUENTES REYES	TI	1063356493	3116935317	26/09/2005	PUERTO LIBERTADOR	27/05/2021	MONTELIBANO	x	
29	SILA MARIA MARTINEZ TAFUR	CC	1063285162	3226207103	25/03/1989	MONTELIBANO	22-nov-07	MONTELIBANO		
30	SOANY MANTILLA CANTERO	CC	1063279386	3003264679	20/07/1987	MONTELIBANO	21/07/2005	MONTELIBANO		
31	YULISSA MONTERROSA BETIN	TI	1066599662	3136404065	16/07/2005	MONTELIBANO	26/08/2019	MONTELIBANO	x	
32	YURY DIANITH NAVARRO SIERRA	CC	1063283576	3206066872	16/02/1989	MONTELIBANO	23/02/2007	MONTELIBANO	x	
TOTAL									19	

Obligación Contractual 5

Anexo 13: Fotografías del acompañamiento a los aprendices de la ficha 2799474







Continuación obligación contractual 5

Anexo 14 Fotografías del acompañamiento a los aprendices de la ficha 2800230







Continuación obligación contractual 5

Anexo 15 Fotografía del acompañamiento a los aprendices de la ficha 2800261







Continuación obligación contractual 5

Anexo 16 Fotografía del acompañamiento a los aprendices de la ficha 2814188



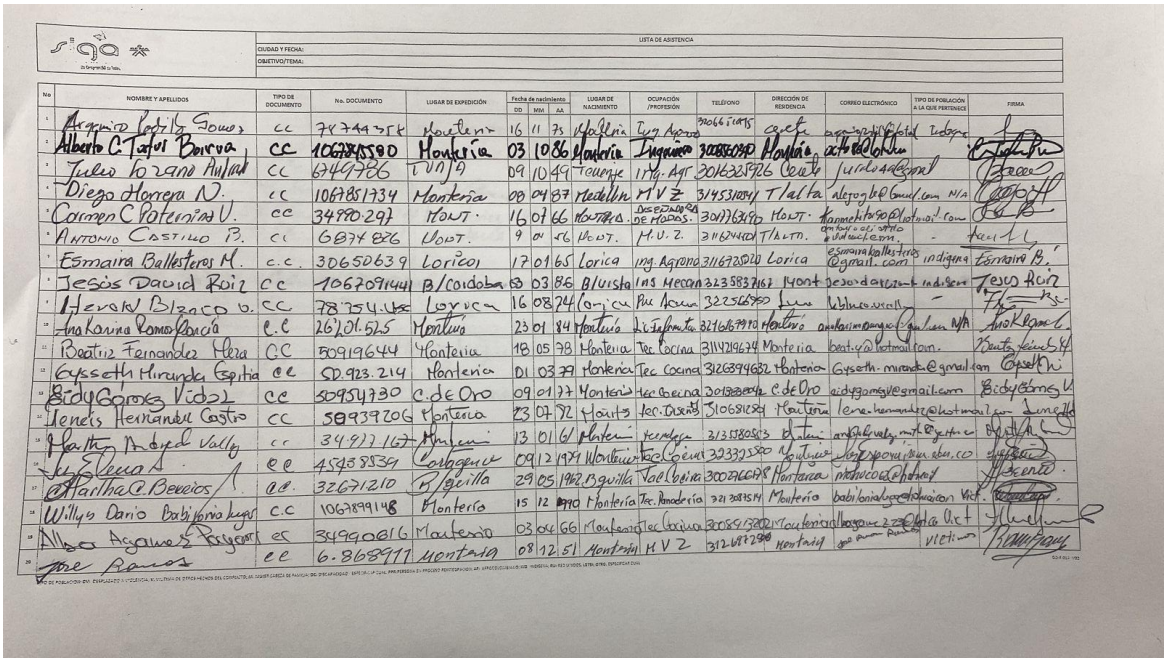




Obligación Contractual 6

Anexo 17: Captura de pantalla de la reunión de avances del programa de víctimas.





LISTA DE ASISTENCIA

CIUDAD Y FECHA:

OBJETIVO/TEMA:

No	NOMBRE Y APELLIDOS	TIPO DE DOCUMENTO	No. DOCUMENTO	LUGAR DE EXPEDICIÓN	Fecha de nacimiento DD	MM	AA	LUGAR DE NACIMIENTO	OCUPACIÓN /PROFESIÓN	TELÉFONO	DIRECCIÓN DE RESIDENCIA	CORREO ELECTRÓNICO	TIPO DE POBLACIÓN A LA QUE PERTENECE	FIRMA
1	Argenis Padilla Sowa	cc	78749354	Montería	16	11	73	Montería	Ing. Agrono	3206618495	carrera	argenispadilla@hotmail.com	Indígena	
2	Alberto C. Tafur Barrera	CC	1067855580	Montería	03	10	86	Montería	Ingeniero	3008550350	Montería	actafur@hotmail.com		
3	Julio Lozano Ayllon	cc	6749786	Lorica	09	10	49	Tolueje	Ing. Agr	3016285926	Cerete	julioayllon@gmail.com		
4	Diego Herrera N.	cc	1067851734	Montería	00	04	87	Medellín	M V Z	3145310841	T/alta	alejoyb@gmail.com	N/A	
5	Carmen C Valencia V.	cc	34880297	Mont.	16	07	66	Montería	DISEÑADORA DE MODAS.	3017763490	Mont.	karmelitasop@hotmail.com		
6	Antonio Castillo B.	cc	6874826	Mont.	9	01	56	Mont.	M.V.Z.	3116244601	T/alta.	-		
7	Esmaira Ballesteros M.	c.c.	30650639	Lorica	17	01	65	Lorica	Ing. Agrono	3116728040	Lorica	esmairaballesteros@gmail.com	indígena	
8	Jesús David Ruiz	cc	1067091441	B/caribaba	03	03	86	B/vista	Ins Mecan	3233837162	Mont	jesusdavidruiz@outlook.com	indígena	
9	Hevert Blanco B.	CC	78.754.456	Lorica	16	08	74	Lorica	Pec Acuic	3225647950	Lorica	hblancoveral@	-	
10	Ana Karina Romero García	C.C	26.201.525	Montería	23	01	84	Montería	Ing Telecomu	3216657970	Montería	anakarinaromero@gmail.com	N/A	
11	Beatriz Fernandez Mera	CC	50919644	Montería	18	05	78	Montería	Tec Cocina	3114219674	Montería	beat.y@hotmail.com		
12	Gysseth Miranda Espitia	CC	SD.923.214	Montería	01	03	77	Montería	Tec cocina	3126394682	Montería	Gysseth.miranda@gmail.com		
13	Bidy Gómez Vidal	CC	50954730	C. de Oro	09	01	77	Montería	Tec Cocina	3012886	C. de Oro	bidygomezv@gmail.com		
14	Yeneis Hernandez Castro	CC	58939206	Montería	23	07	92	Montería	Tec. Diseño	3106816284	Montería	lene.hernandez@hotmail.com		
15	Martha Isabel Valle	cc	34911167	Montería	13	01	61	Montería	Peluquera	3135805813	Montería	anabelvalle@gmail.com		
16	Yeneis Tuesca A.	CC	45958539	Cartagena	09	12	1971	Montería	Tec Cocina	3233235500	Montería	tuescayeneis@hotmail.com		
17	Martha C. Berrios	cc	32671210	Barranquilla	29	05	1962	Barranquilla	Tec Cocina	3002960478	Montería	marthaberrios@hotmail.com		
18	Willys Dario Babilonia Lugo	CC	10678991148	Montería	15	12	1990	Montería	Tec. Panadería	3213085154	Montería	babilonialugowillys@hotmail.com	Víctima	
19	Alba Agamez Posquera	cc	34990816	Montería	03	04	66	Montería	Tec Cocina	3005613802	Montería	albaagamez2206@hotmail.com	Víctima	
20	Jose Ramos	cc	6.868977	Montería	08	12	51	Montería	M V Z	3126872988	Montería		Víctima	

Obligación Contractual 7

Anexo 18: Reporte de novedades sobre el ambiente de formación de la ficha 2814188

PROCESO GESTION DE FORMACION PROFESIONAL INTEGRAL
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
Formato Reporte Novedades ambientes de aprendizaje

1. 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 VENTA	Código de Programa:	62330031
Identificación del ambiente de aprendizaje	Localización:	MUNICIPIO DE MONTELIBANO	
	Denominación:	CASA DE LA MUJER	
	Tipo de Ambiente	Interno [Y]	Externo [ ]

2. IDENTIFICACIÓN DE NOVEDADES

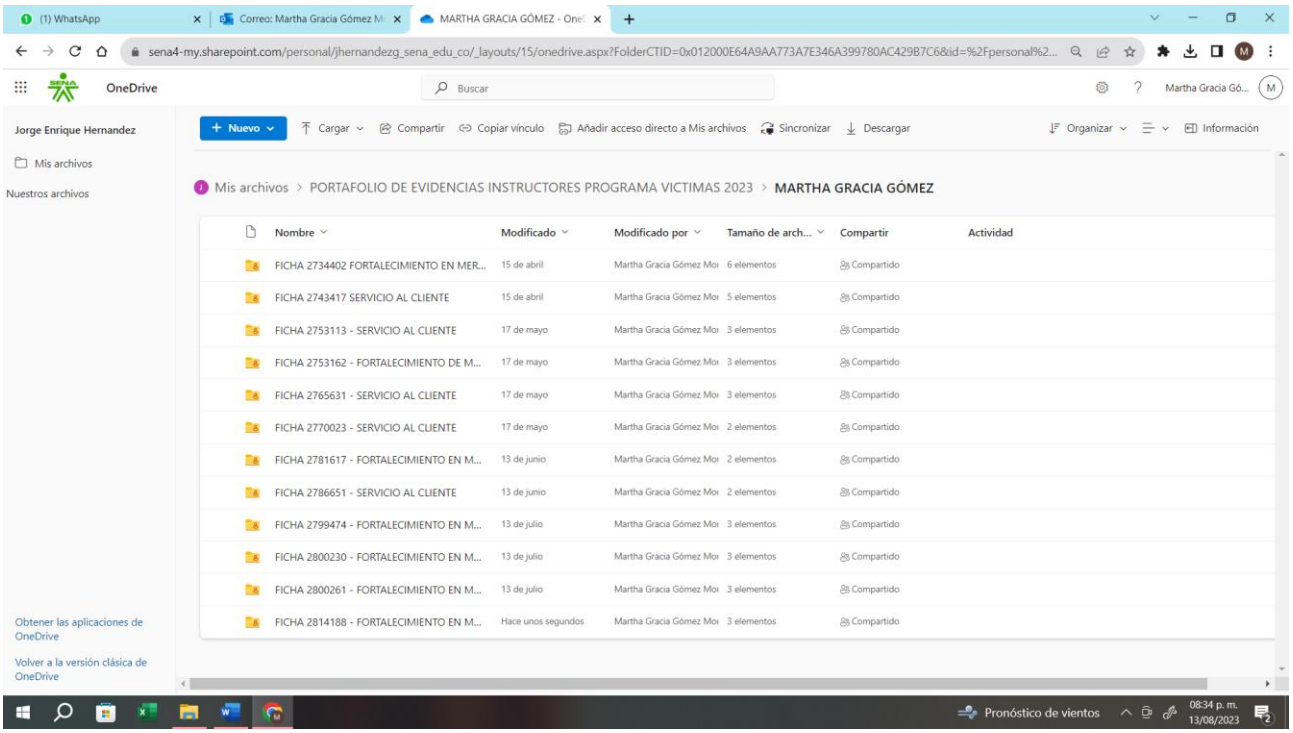
TIPO DE NOVEDAD	DETALLE DE NOVEDAD
Ambiente, aula o laboratorio:	CASA DE LA MUJER
Equipos, máquinas y mobiliario:	**CUENTA CON SILLAS PLASTICAS**
Materiales de formación:	**PAPELOGRAFO**
Biblioteca y bibliografía:	**NO**
DECISION SOBRE LA VIABILIDAD DE USO DEL AMBIENTE: APTO [X]	NO APTO [ ]

Ciudad y fecha:	5/08/20023	Firma Nombre instructor que realiza el reporte	MARTHA GOMEZ MORENO CC 50.868.955
Ciudad y fecha:	05/08/2023	Firma Nombre Coordinador que recibe el reporte	JORGE HERNANDEZ

GFPI-F-021.V2

Obligación Contractual 11

Anexo 19: Pantallazo del portafolio del instructor.



Obligación Contractual 12
Anexo 20: Certificado de la capacitación de protocolos de bioseguridad

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Hace constar:

Que el Sr(a) MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO Identificado(a) con cédula de ciudadanía 50868955 realizó el día 14/06/2023 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 -

Diseñado por: Grupo Gestión de los Sistemas de Información - Oficina de Sistemas

Activar Windows