



**PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL**

Montería, 30 de Septiembre 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 Septiembre 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 Específicas: 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	<p>Se realizó alistamiento de procesos académicos en los programas de formación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de mercadeo y venta en la ficha: 2814188 en el municipio de Montelíbano <p>Resultado de Aprendizaje: realizar venta de productos o servicios teniendo en cuenta las condicione del Mercado.</p> <p>Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de mercadeo y venta en la ficha: 2839498 en el municipio de Montelíbano <p>Resultado de Aprendizaje: realizar venta de productos o servicios teniendo en cuenta las condicione del Mercado.</p> <p>Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de mercadeo y venta en la ficha: 2842135 en el municipio de Canalete <p>Resultado de Aprendizaje: realizar venta de productos o servicios teniendo en cuenta las condicione del Mercado.</p> <p>Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.</p>	<p>Anexo 1 Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha. 2814188</p> <p>Anexo 2 Plan concertado</p> <p>Anexo 3 Listas de asistencias.</p> <p>Anexo 4 Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha. 2839498</p> <p>Anexo 5 Plan concertado</p> <p>Anexo 6 Listas de asistencias.</p> <p>Anexo 7 Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha. 2842135</p> <p>Anexo 8 Guías de Aprendizaje del programa fortalecimiento de mercadeo y venta ficha. 2844967</p> <p>Anexo 9 Reporte de horas del instructor (Sofia plus)</p>



		<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de mercadeo y venta en la ficha: 2844967 en el municipio de Tuchin <p>Resultado de Aprendizaje: realizar venta de productos o servicios teniendo en cuenta las condiciones del Mercado.</p> <p>Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.</p>	
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 2839498	Anexo 10 Captura de pantalla asociación ficha 2839498
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	<p>Se aportó 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.</p> <p>Ficha 2839498 fortalecimiento en mercadeo y venta para un total de 30 aprendices los cuales 30 pertenecen a la población de víctimas.</p> <p>Ficha 2842135 fortalecimiento en mercadeo y venta para un total de 31 aprendices los cuales 31 pertenecen a la población de víctimas.</p>	Anexo 11-12-13-14 Listados verificados en vivo.



		Ficha 2844967 fortalecimiento en mercadeo y venta para un total de 33 aprendices los cuales 33 pertenecen a la población de víctimas.	
4	Generar y ejecutar estrategias que permita la permanencia de los aprendices durante todo el tiempo de formación e Informar oportunamente a la Coordinación Académica cualquier novedad presentada con los aprendices.	Se aplicaron las actividades didácticas plasmadas en las guías de aprendizaje como estrategias pedagógicas.	Anexo 1 - 4 - 7 - 8 Guías de aprendizaje
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 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	Se asistió a la capacitación de la convocatoria asociativa ADR 2023-2.	Anexo 17 Fotografías Anexo 18 Listado de asistencia



	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.		
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: 2839498 fortalecimiento en mercadeo y ventas en el municipio de Montelíbano.	Anexo 19 Reporte inicial de novedades del ambiente ficha: 2839498
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	Se emitió juicio evaluativo de la ficha 2814188 en fortalecimiento en mercadeo y venta en Montelíbano	Anexo 20 Juicios evaluativos



	impartido, dando a conocer los resultados de los mismos a los aprendices.		
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 21 Pantallazo del portafolio del instructor (drive) <u>MARTHA GRACIA GÓMEZ</u>
12	El contratista debe cumplir con las normas del Sistema General de Riesgos Laborales, en especial, las siguientes: 1. Procurar el cuidado integral de su salud. 2. Contar con los elementos de protección personal necesarios para ejecutar la actividad contratada, para lo cual asumirá su costo. 3. Informar a los contratantes la ocurrencia de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales. 4. Participar en las actividades de Prevención y Promoción organizadas por los contratantes, los Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo o Vigías Ocupacionales o la Administradora de	Se realizó la capacitación de protocolos de bioseguridad.	Anexo 22 certificado del curso.



	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. **4513071470** de la planilla mes de AGOSTO, **operador Coomeva**. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (53) 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. 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

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 1: Guías de Aprendizaje

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 aduirdo 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 constantemente 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=GljCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denominado 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.



Continuación: del Anexo 1: Guías de Aprendizaje

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 cuadro 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 estrategias 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 identifica 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. Después 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.



Continuación: del Anexo 1: Guías de Aprendizaje

3. En la presente actividad ingrese al siguiente Blog en el link: <https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-storytelling> donde encontrara ejemplos de campañas de mercadeo exitosas 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 WhatsApp o Correo electrónico al instructor del ejercicio realizado en el medio que más se le facilite, sea manual o digital según su habilidad y expóngalo en la sesión programada.
4. Estimado Aprendiz, lo invito a leer y el artículo 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 capítulo: 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 liderazgo en la ejecución de estrategias 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/1UCIYOMh-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.



Continuación: del Anexo 1: Guías de Aprendizaje

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 estructurar 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 resuelva 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 instructor.

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 explicativo 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 aprendizajes 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 entrar 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 uno 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.

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 1: Guías de Aprendizaje

Envíe el documento por correo electrónico o WhatsApp al instructor y expóngalo 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 Acrílico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor, cable HDMI. Herramientas agrícolas (Palas, picas, machetes, palines, barras, azadones, Flexómetros 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

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 1: Guías de Aprendizaje

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, con 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



Continuación: del Anexo 1: Guías de Aprendizaje

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 BIBLIOGRÁFICOS

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



Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de Aprendizaje programa de los programas de formación en fortalecimiento de mercadeo y ventas de la ficha 2839498

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA 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

GFPI-F-135 V02



Continuación del Anexo 4: Guías de Aprendizaje

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 aduirdo 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 constantemente 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=GljCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denominado 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.



Continuación: del Anexo 4: Guías de Aprendizaje

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 cuadro 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 estrategias 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 identifica 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. Después 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.



Continuación: del Anexo 4: Guías de Aprendizaje

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 exitosas 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-pZSCal4iTV9kLifbkkXgOeIDHetck/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 liderazgo en la ejecución de estrategias 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/1UCIYOMh-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.

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 4: Guías de Aprendizaje

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 estructurar 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 resuelva 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 instructor.

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 explicativo 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 aprendizajes 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 entrar 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 uno 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.

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 4: Guías de Aprendizaje

Envíe el documento por correo electrónico o WhatsApp al instructor y expóngalo 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 Acrílico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor, cable HDMI. Herramientas agrícolas (Palas, picas, machetes, palines, barras, azadones, Flexómetros 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

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 4: Guías de Aprendizaje

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



Continuación: del Anexo 4: Guías de Aprendizaje

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 BIBLIOGRÁFICOS

- 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 5: Plan concertado de la ficha 2839498

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
FICHA	2839498
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
ADIS DOMINGA CANO GUZMAN	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.			11/09/2023		
ALIX MARIA CORREA JARAMILLO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
CAMILO ANDRES FABRA REGINO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	
CLARA INES PACHECO FABRA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
DANIELA SOFIA RIOS BOLAÑOS	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	
DANIELA MARCELA SALGADO ARROYO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
DAYANA POLO RODRIGUEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
DIANA PATRICIA BETIN HERRERA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	
DORIS ALICIA DE AGUAS SALGADO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	
INGRIS DAYANA MEJIA LOPEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
JHON DAVID CAMACHO VERGARA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
KATERINE OSORIO SAENZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	
KELLY JHOJANA GUZMAN CORONADO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
KELLY JOHANA OVIEDO ZAPATA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
KELLY JOHANA MURILLO MERCADO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
KELLY JOHANA JIMENEZ CORDERO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	
KEIDYS YISSETH ALGARIN CORRALES	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	
LUISA FERNANDA MONTES PAEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
MARIA CAMILA SALGADO ARROYO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
MARIA JOSE ROCHA CORREA	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
MARICELA MARTINEZ APARICIO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
MARY LUZ JIMENEZ CORDERO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	
MAITE GOEZ SOTELO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
NATALIA ROMERO TRUJILLO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
NATALYA MORALES GULFO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
OMAIRA ISABEL OVIEDO ALVAREZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X				
VALENTINA MADRID FLOREZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
YEANIS YARLETH MIRANDA MERCADO	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X				
YERLIS PAOLA ZAPATA RIOS	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.					
YOSMARY DEL CARMEN QUINTERO MENDEZ	Definiciones de: mercadeo, estrategia comercial, marketing, producto, características de un producto.	X			X	



Obligación contractual 1

Anexo 6: Listado de la ficha 2839498

Logo SENA		LUGAR: Centro de capacitación y de biotecnología de Porvenir		OBJETIVO:							
Programa de Formación:		Fortalecimiento en mercadeo y ventas		Código del Programa:	62330031						
Competencia:		Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente.		Resultado de Aprendizaje:	Estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y procesos de ventas.						
Tipo de Programa:		Oferta Regular ☐ FIC ☐ Etnia ☐ Integración con la Media ☐	Tipo de Formación:	Titulada ☐ Complementaria ☒	Fecha de Caracterización: 2839498 Mes: Septiembre Año: 2023						
Instrucción:		Martha Gueez Moreno		Correo Electrónico:	mggomez@seno.edu.co						
Teléfono:		3135377126									
DATOS DEL APRENDIZ					DIA 9	DIA 11	DIA 13	DIA 15	DIA 17	DIA 19	DIA 21
No.	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	KELLY	Jimenez	7063284811	KELLYJimenez2023@gmail.com	Kelly Jimenez						
2	MARYLOZ	Jimenez	1063284156	MJimenez2023@gmail.com	Maryloz Jimenez						
3	Daniela	Rios	3105811319	daniela.rios2@gmail.com	Daniela Rios						
4	Daniela	Duque	3235275090	nykemaria@gmail.com	Daniela Duque						
5	Katerine	Dorado	3137627452	Katerine.dorado@gmail.com	Katerine Dorado						
6	Camilo Andres	Fabara Regino	3117204717	Camilo_9008@hotmail.com	Camilo Fabara						
7	Diana P.	Betán Herrera	3105267813	dianabetan.herrera@hotmail.com	Diana B. Diana B.						
8	Doris Araya	De la Cruz	3128256697	dorisdeacruz2017@gmail.com	Doris Araya						
9	YEANIS Y.	Miranda M.	3111630886	mercadoyeanis@gmail.com	Yeanis Y. Yeanis Y.						
10	Yasmay	Quintero M.	3127299215	YasmayQuintero@gmail.com	Yasmay Quintero						
11	Kerdy	Alvarin C.	3234894284	kerdyalvarin@gmail.com	Kerdy A. Kerdy						
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											



Anexo 7: Guías de Aprendizaje programa de los programas de formación en fortalecimiento de mercadeo y ventas de la ficha 2842135

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

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 7: Guías de Aprendizaje

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 aduirdo 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 constantemente 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=GljCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denominado 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.



Continuación: del Anexo 7: Guías de Aprendizaje

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 cuadro 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 estrategias 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 identifica 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. Después 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.



Continuación: del Anexo 7: Guías de Aprendizaje

13. En la presente actividad ingrese al siguiente Blog en el link: <https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-storytelling> donde encontrara ejemplos de campañas de mercadeo exitosas 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 WhatsApp o Correo electrónico al instructor del ejercicio realizado en el medio que más se le facilite, sea manual o digital según su habilidad y expóngalo en la sesión programada.
14. Estimado Aprendiz, lo invito a leer y el artículo 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 capítulo: 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 liderazgo en la ejecución de estrategias 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/1UCIYOMh-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.



Continuación: del Anexo 7: Guías de Aprendizaje

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 estructurar 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 resuelva 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 instructor.

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 explicativo 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 aprendizajes 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 entrar 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 uno 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.

GFPI-F-135 V02

GTH-F-062 V10



Continuación: del Anexo 7: Guías de Aprendizaje

Envíe el documento por correo electrónico o WhatsApp al instructor y expóngalo 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 Acrílico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor, cable HDMI. Herramientas agrícolas (Palas, picas, machetes, palines, barras, azadones, Flexómetros 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

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 7: Guías de Aprendizaje

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



Continuación: del Anexo 7: Guías de Aprendizaje

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 BIBLIOGRÁFICOS

- 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		



Anexo 8: Guías de Aprendizaje programa de los programas de formación en fortalecimiento de mercadeo y ventas de la ficha 2844967

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

GFPI-F-135 V02



Continuación: del Anexo 8: Guías de Aprendizaje

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 aduirdo 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 constantemente 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=GljCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denominado 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.



Continuación: del Anexo 8: Guías de Aprendizaje

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 cuadro 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 estrategias 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 identifica 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. Después 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.



Continuación: del Anexo 8: Guías de Aprendizaje

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 exitosas 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 expóngalo 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 liderazgo en la ejecución de estrategias 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/1UCIYOMh-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.



Continuación: del Anexo 8: Guías de Aprendizaje

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 estructurar 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 resuelva 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 instructor.

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 explicativo 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 aprendizajes 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 entrar 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 uno 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.

GFPI-F-135 V02

GTH-F-062 V10



Continuación: del Anexo 8: Guías de Aprendizaje

Envíe el documento por correo electrónico o WhatsApp al instructor y expóngalo 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 Acrílico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor, cable HDMI. Herramientas agrícolas (Palas, picas, machetes, palines, barras, azadones, Flexómetros 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

GFPI-F-135 V02

GTH-F-062 V10



Continuación: del Anexo 8: Guías de Aprendizaje

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, con 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



Continuación: del Anexo 8: Guías de Aprendizaje

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 BIBLIOGRÁFICOS

- 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 9. 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: 01/09/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 30/09/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

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

28010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE VENTAS

28010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO

28010104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

28010104704 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 : 24,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2842135 - 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 9: 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 CONDICIONES DEL MERCADO

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

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	40,00
-------------------------------	-------

FICHA DE APRENDIZAJE:

2839498 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

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

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

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

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	48,00
-------------------------------	-------

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	112,00
-------------------------------------	--------

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT's

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



Continuación: del Anexo 9: Reporte de horario del instructor

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 9: Reporte de horario del instructor

Windows taskbar: (1) WhatsApp, Microsoft Teams, Nueva pestaña, Sofia plus

Browser: No es seguro | senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces

Instructor

✓ Diseño Curricular

✓ Ejecución de la Formación

✓ Gestión de Ambientes

Gestión Ambientes

Consultar Fichas Instructor

Consultar horas programadas

Diagramar Horario Instructor

Reporte de Instructores por Ficha

Reporte Ejecución Horas Instructor

Solicitar Eventos

✓ Gestión de Tiempos

✓ LMS

✓ Matricula

✓ Planeación de la Formación

✓ Reportes

✓ SGS

Detalle del Instructor

NIS: 19227438

Nombre del Instructor: MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO

Tipo Documento: CC

Número de Documento: 5096855

Responsabilidad: IMPARTIR FRIAL PROGRAMA VICTIMA

Fecha Inicial: 01/09/2023

Fecha Final: 30/09/2023

Consultar Horario

Horario

Vista del Horario: Mensual

☐ Tiempo Disponible

☐ Evento Asignado

☐ Evento Seleccionado

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO DOMINGO
26/08/23	29/08/23	30/08/23	31/08/23	01/09/23	02/09/23
				06:00 - 12:00: Disponible	06:00 - 23:00: Disponible
				12:00 - 20:00: (2814188) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	11/09/23
				20:00 - 23:00: Disponible	
					08/09/23
				06:00 - 12:00: Disponible	06:00 - 12:00: Disponible
				12:00 - 20:00: (2814188) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	12:00 - 20:00: (2838498) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO
				20:00 - 23:00: Disponible	10/09/23
					14/09/23
				06:00 - 12:00: Disponible	06:00 - 12:00: Disponible
				12:00 - 20:00: (2844967) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	12:00 - 20:00: (2842135) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO
				20:00 - 23:00: Disponible	17/09/23
					21/09/23
				06:00 - 12:00: Disponible	06:00 - 12:00: Disponible
				12:00 - 20:00: (2844967) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	12:00 - 20:00: (2839498) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO
				20:00 - 23:00: Disponible	24/09/23
					30/09/23
				06:00 - 12:00: Disponible	06:00 - 12:00: Disponible
				12:00 - 20:00: (2839498) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	12:00 - 20:00: (2842135) REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO
				20:00 - 23:00: Disponible	11/10/23

SOFIA Plus Versión 9.0.00 Powered by SENA — © SENA 2018 — Bogotá - Colombia - v-100

Windows taskbar: Cerca del récord, 12:41 p.m. 18/09/2023

GTH-F-062 V10



Obligación contractual 2

Anexo 10: Pantallazo de asociación de aprendices a la ruta de aprendizaje en el aplicativo Sofia plus ficha 2839498

Asociar Aprendiz a una Ruta de Aprendizaje

Opciones de búsqueda

Ficha de caracterización	2839498 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS	
Ruta de Aprendizaje	2839498 (FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS)	 

[Consultar Aprendices](#)

La operación Asociar aprendices a ruta se realizó exitosamente. | Resultado: 30 Aprendiz(ces) asociado(s) a la Ruta de Aprendizaje: 2839498 (FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS). Se ha enviado un correo electrónico a los aprendices asociados a la ruta



Obligación contractual 3

Anexo 11: Pantallazo de verificación en vivo 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 MERCADERO Y VENTAS					EMAIL		
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 GONZALEZ	TI	1103740909	3142989841	18-sep-05	SINCELEJO	20-feb-17	SINCELEJO	
2	ADIS VERONICA ALZATE CORREA	CC	32375875	3137872286	09/10/1984	CACERES	18-dic-02	TARAZA	x
3	ANETH MARIA CANTILLO NUÑEZ	CC	50985066	3117542196	20/11/1981	SAN PELAYO	21-oct-99	SAN PELAYO	x
4	ANGELICA JARAMILLO GARCES	TI	1063281018	3205399972	11/10/2005	MONTELIBANO	06-may-21	MONTELIBANO	x
5	ANIS ESTER SOTO MORA	CC	1066599257	3135285247	11/12/2001	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	CAMILLO ANDRES BARRIOS RAMOS	TI	1064188353	3226173243	16-dic-05	PLANETA RICA	17-may-13	PLANETA RICA	x
8	CAROLINA BALLESTERO CARO	CC	1193205111	3234610858	11/02/2000	MONTELIBANO	19-oct-18	MONTELIBANO	
9	DANEISY DANITH GARAVITO SOTE	CC	1007561214	3223769908	23-mar-03	MONTELIBANO	26-mar-21	MONTELIBANO	x
10	DANIEL ESTEBAN RUIZ MENDEZ	CC	1066720134	3218008730	27/11/2003	PLANETA RICA	09-dic-21	PLANETA RICA	x
11	DIANA CRISTINA PATERNINA GUE	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 URIB	CC	1038096044	3218112614	30-nov-86	CAUCASIA	21-dic-04	CAUCASIA	x
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
17	JIRLEAN PAOLA GONZALEZ RAMO	TI	1104257560	3235135076	18/12/2005	SINCELEJO	22/02/2013	SINCELEJO	
18	JOEL BERNARDO LLANDS 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 GULLIN 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 PE	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



Continuación obligación contractual 3

Anexo 12: Pantallazo de verificación en vivo de la ficha 2839498

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 MERCADERO Y VENTAS			EMAIL		mgomez@m.sena.edu.co		
MUNICIPIO		MONTELIBANO		3	CASA DE LA MUJER				

CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	EXPEDICION	EXPEDICION	VIVANTO
1	ADIS DOMINGA CANO GUZMAN	CC	1102812136	3014048311	04/08/1985	SINCELEJO	24-nov-05	SINCELEJO	DESAPARICION, FORZADA
2	ALIX MARIA CORREA JARAMILLO	CC	1063306901	3146159622	09/03/1998	MONTELIBANO	04-may-16	MONTELIBANO	DESAPARICION, FORZADA
3	CAMILO ANDRES FABRA REGINO	CC	1063305585	3117304717	07/09/1997	MONTELIBANO	17-sep-15	MONTELIBANO	DESAPARICION, FORZADA
4	CLARA INES PACHECO FABRA	TI	1063786845	3217413152	28/08/2005	PUERTO LIBERTADOR	30-ago-22	MONTELIBANO	DESAPARICION, FORZADA
5	DANIELA SOFIA RIOS BOLAÑOS	CC	1003294587	3105811319	05/12/2003	MONTELIBANO	09-dic-21	MONTELIBANO	DESAPARICION, FORZADA
6	DANIELA MARCELA SALGADO ARROYO	CC	1063289900	3203097286	10/03/1991	CHIGORODO	28-jul-09	MONTELIBANO	DESAPARICION, FORZADA
7	DAYANA POLO RODRIGUEZ	CC	1038100815	3015222285	04-mar-05	CAUCASIA	07-mar-23	MONTELIBANO	DOLESCENTE, TRABAJADOR
8	DIANA PATRICIA BETIN HERRERA	CC	26040405	3105267813	26-feb-81	PLANETA RICA	02-ene-01	PLANETA RICA	DESAPARICION, FORZADA
9	DORIS ALICIA DE AGUAS SALGADO	CC	25998864	3128256697	13-mar-84	PUERTO LIBERTADOR	02-may-02	MONTELIBANO	DESAPARICION, FORZADA
10	INGRIS DAYANA MEJIA LOPEZ	CC	1063287743	3224711774	02/03/1990	EL BAGRE	02-sep-08	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
11	JHON DAVID CAMACHO VERGARA	CC	1003000759	3106051422	19-ene-03	MONTERIA	14-abr-21	MONTELIBANO	DESAPARICION, FORZADA
12	KATERINE OSORIO SAENZ	CC	1063297870	3137627452	23-sep-94	MONTELIBANO	17-oct-12	MONTELIBANO	AMENAZA
13	KELLY JOHANA GUZMAN CORONADO	CC	1063361537	3146745918	27-oct-91	PUERTO LIBERTADOR	05-nov-09	LIBERTADOR	DESAPARICION, FORZADA
14	KELLY JOHANA OVIEDO ZAPATA	CC	1063286814	3232286026	16/09/1990	MONTELIBANO	22/09/2008	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
15	KELLY JOHANA MURILLO MERCADO	CC	1066602986	3225062584	16/03/2003	MONTELIBANO	24/03/2021	MONTELIBANO	JOVENES VULNERABLES
16	KELLY JOHANA JIMENEZ CORDERO	CC	1063284811	3226138140	13/09/1987	MONTELIBANO	24/02/2011	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
17	KEIDY'S YSSETH ALGARIN CORRALE	CC	1063291201	3234894284	17/11/1991	PUERTO LIBERTADOR	10-feb-10	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
18	LUISA FERNANDA MONTES PAEZ	CC	1063275347	3145216762	16/01/2000	MONTELIBANO	08-abr-19	MONTELIBANO	JOVENES VULNERABLES
19	MARIA CAMILA SALGADO ARROYO	CC	1001032764	3217407082	24/07/2000	APARTADO	04-sep-18	MONTELIBANO	JOVENES VULNERABLES
20	MARIA JOSE ROCHA CORREA	CC	1066598303	3122764725	09/08/2004	MONTELIBANO	17-ago-22	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
21	MARICELA MARTINEZ APARICIO	CC	1063304624	3126964898	22/03/1997	MONTELIBANO	22-abr-15	MONTELIBANO	AMENAZA
22	MARY LUZ JIMENEZ CORDERO	CC	1063284156	3113707856	20/10/1988	MONTELIBANO	13-jun-07	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
23	MAITE GÓEZ SOTELÓ	CC	1063300278	3202175226	26/08/1995	PLANETA RICA	16/09/2013	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
24	NATALIA ROMERO TRUJILLO	CC	1007560985	3226435984	25/02/2002	MONTELIBANO	10-mar-20	MONTELIBANO	JOVENES VULNERABLES
25	NATALYA MORALES GULFO	CC	1066606090	3135427452	31/03/2004	MONTELIBANO	07/04/2022	MONTELIBANO	JOVENES VULNERABLES
26	OMAIRA ISABEL OVIEDO ALVAREZ	CC	1003290418	3235215090	04/12/1996	MONTELIBANO	04/02/2015	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
27	VALENTINA MADRID FLOREZ	CC	1066599767	3207053378	21/09/2004	MONTELIBANO	30/06/2022	MONTELIBANO	JOVENES VULNERABLES
28	YEANIS YARLETH MIRANDA MERCADO	TI	1066599534	3104324178	25/03/2005	MONTELIBANO	26-jun-16	MONTELIBANO	JOVENES VULNERABLES
29	YERLIS PAOLA ZAPATA RIOS	CC	1063295938	3147134088	23/02/1994	MONTELIBANO	27/02/2012	MONTELIBANO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
30	YOSMARY DEL CARMEN QUINTERO MORALES	CC	43865084	3127299215	11/06/1977	PUERTO LIBERTADOR	06/06/1997	ENVIGADO	MUJER CABEZA DE FAMILIA
TOTAL									



Continuación obligación contractual 3

Anexo 13: Pantallazo de verificación en vivo de la ficha 2842135

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 MERCADERO Y VENTAS				EMAIL		mggomez@m-sena.edu.co	
MUNICIPIO		CANALETE		CORREGIMIENTO		VEREDA			
CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	FECHA DE EXPEDICION	LUGAR DE EXPEDICION	VIVANTO
1	ALEJANDRO SAID PEREZ LOPEZ	TI	1068584565	3126573505	14/07/2009	CANALETE	05-sep-16	CANALETE	DISCAPACITADO, LIMITACION FISICA, O MOTORA
2	ADRIALIS CAUSIL LOPEZ	CC	1068587951	3235073870	10/05/1995	CANALETE	04-jun-13	CANALETE	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
3	AMANDA MARCELA RAMIREZ BARR	CC	1001401027	3126186617	29/07/2002	SAN PEDRO DE URABE	27-ago-20	MONTERIA	DESAPARICION, FORZADA
4	ANA FELICIA SALCEDO JARAMILL	CC	1098737841	3107131131	05/05/1993	CANALETE	19/05/2011	A	ABANDONO, O DESPOJO, FORZADO DE TIERRAS
5	ANDRES FELIPE TABARES GONZA	CC	1020394976	3107131131	29/04/1986	EBEJICO	14-may-04	BELLO	AFROCOLOMBIANOS
6	CARLOS ANDRES ROSADO CAVAD	CC	1068582395	3202639921	09/10/1989	ARBOLETES	18-oct-07	CANALETE	AFROCOLOMBIANOS
7	CRISTINA ISABEL VILLADIEGO CA	CC	1068587488		14/SEP/1994	CANALETE	28/10/2012	CANALETE	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
9	DAYLES ISABEL ARROYO PAYARE	CC	35010871	3223677516	17/07/1976	CANALETE	06-ene-98	CANALETE	AFROCOLOMBIANOS
10	DORMELINA VICTORIA MARTINEZ	CC	1068589686	3212258521	17/10/1997	CANALETE	04-nov-15	CANALETE	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
13	INGRID CECILIA RIVERA LARA	CC	1068587127	3222101920	26-may-94	CALI	26-jun-12	CANALETE	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
14	JESSICA ALEXANDRA MONTENEG	CC	1047475175		27/12/1994	PUERTO ASIS	09/01/2013	CARTAGENA	ABANDONO, O DESPOJO, FORZADO DE TIERRAS
15	JOHELYS PATRICIA HERNANDEZ N	CC	1068583152	3106910439	15/09/1989	CANALETE	09/05/2000	CANALETE	DESPLAZADOS, POR LA VIOLENCIA
16	KENIA MEDINA DIAZ	CC	1068588731	3136747884	24/12/1995	CANALETE	22-may-14	CANALETE	DESPLAZADOS, POR LA VIOLENCIA
17	LEIDIS PAOLA PADILLA SOTO	CC	1068588362	3137433977	29-ago-95	CANALETE	06-nov-13	CANALETE	HOMICIDIO, MASACRE
18	MARGY LUZ ORTEGA NEGRETE	CC	1066745338	3137810132	16/12/1993	PLANETA RICA	03/01/2013	CANALETE	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
19	MARIA ALEJANDRA MORALES COM	CC	1068584439	3108722227	19/05/1991	MONTERIA	10/06/2009	CANALETE	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
21	MARIA FERNANDA HERNANDEZ PA	CC	1068579011	3234796302	03/05/2001	CANALETE	29-may-19	CANALETE	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
22	MARIA FERNANDA RAMOS ALVARO	CC	1003452140	3025134116	28/09/1995	CANALETE	15-ene-14	CANALETE	DESPLAZADOS, POR LA VIOLENCIA
23	MARIA JOSE FABRA GONZALEZ	CC	1068590524	3103662575	09/06/1999	CANALETE	17/08/2017	CANALETE	HOMICIDIO, MASACRE
24	MARLEY SOFIA PADRON CERVANT	CC	1068416469	3002742349	24/07/2003	MONTEIA	16-feb-21	CANALETE	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
25	MAYERLIS SOFIA ESPITIA TIRADO	CC	1068576369	3180074333	26/10/2002	CANALETE	06-nov-20	CANALETE	DESPLAZADOS, POR LA VIOLENCIA
26	MILEIDY MIRANDA HERRERA	CC	1067909824	3013052738	22/07/1992	MONTERIA	07-abr-10	MONTERIA	DISCAPACITADO, LIMITACION FISICA, O MOTORA
27	NELFI MARIA AYAZO MARTINEZ	CC	25767893		05/02/1970	CANALETE	04-jul-93	CANALETE	DESPLAZADOS, POR LA VIOLENCIA
28	NORAIMA MARCELA NARVAEZ SA	CC	1068588484	3103660458	17/12/1995	CANALETE	08-ene-14	CANALETE	HOMICIDIO, MASACRE
29	SAIDIS SADIO SANCHEZ LOPEZ	CC	1067932166	3135276412	22/12/1993	ARBOLETES	22-ago-12	MONTERIA	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
30	SANDRA LUZ VARGAS MARTINEZ	CC	1068581441	3122125183	29/11/1998	CANALETE	05-may-07	CANALETE	DISCAPACITADO, LIMITACION FISICA, O MOTORA
31	SIPLEY SOFIA SALAZAR LEON	CC	35011780		07/06/1981	CANALETE	08-nov-01	CANALETE	DESPLAZADOS, POR LA VIOLENCIA
32	VIVIANA MARCELA CANTERO ART	CC	35001866	3233377812	04-ene-84	CANALETE	28/07/2002	MONTERIA	AFROCOLOMBIANOS
33	YAMILE SAUDITH FRANCO REYES	CC	1068583518	3008880205	13/05/1990	CANALETE	25-ago-08	CANALETE	AFROCOLOMBIANOS
34	YURIS JUDITH MARIN MORA	CC	1063648039	3103501106	13/10/1988	MONTERIA	12/12/2006	LOS CORDOBAS	AFROCOLOMBIANOS
35	YURIS MARCELA MORALES S CORRE	CC	1067934109	3106932660	14/10/1994	MONTERIA	22/10/2012	MONTERIA	ADOLESCENTE, TRABAJADOR
TOTAL									31



Continuación obligación contractual 3

Anexo 14: Pantallazo de verificación en vivo de la ficha 2844967

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 MERCADERO Y VENTAS		EMAIL		mgomez@sena.edu.co			
MUNICIPIO		TUCHIN							
CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	EXPEDICION	EXPEDICION	VIVANTO
1	AIDA PATRICIA MONTALVO HERNANDEZ	CC	1.008E+09		24/02/2000	ANDRES DE SOTAVEN	25-jun-18	TUCHIN	
2	ANA ROSA TALAIGUA MENDOZA	CC	25887277	3146623877	25/05/1961	ANDRES DE SOTAVEN	14-dic-81	CHIMA	A
3	DEIVER DE JESUS LUCAS SOLANO	CC	1.063E+09		12/10/1989	PUERTO LIBERTADOR	15-sep-09	P. LIBERTADOR	DESAPARICIÓN FORZADA
4	EDELSON ANTONIO PEÑATE SUAREZ	CC	11057977	3146623877	02/06/1956	ANDRES DE SOTAVEN	28-oct-77	ANDRES DE	DESAPARICIÓN FORZADA
5	EDEN DOBERTICIO LUCAS SOLANO	CC	1.063E+09		21/06/1986	PUERTO LIBERTADOR	07-oct-08	MONTELIBANO	DESAPARICIÓN FORZADA
6	EDILBERTO JOSE CASTILLO SUAREZ	CC	1.008E+09		14/10/1992	ANDRES DE SOTAVEN	19-nov-10	TUCHIN	INDIGENA
7	EMILIO BELTRAN LUCAS	TI	1.063E+09	3106123868	07-abr-08	CHIMA	26-ene-16	TUCHIN	DESAPARICIÓN FORZADA
8	ENEIDA DEL CARMEN TERAN TERAN	CC	1.194E+09		16-jul-97	CHIMA	03-ago-15	TUCHIN	INDIGENA
9	GLADYS MARIA SOLANO MARTINEZ	CC	26084191	3239018657	28-mar-52	ANDRES DE SOTAVEN	21-ene-74	ANDRES DE	DESAPARICIÓN FORZADA
10	INGRID DANIELA GALVIS RANGEL	CC	1.008E+09		19/05/2002	CHIGORODO	01-jul-20	TUCHIN	DESAPARICIÓN FORZADA
11	JOSE MANUEL LUCAS FLOREZ	CC	4439382		03-oct-59	ANDRES DE SOTAVEN	02-nov-77	P. LIBERTADOR	DESAPARICIÓN FORZADA
12	JOSE DE LOS SANTOS LUAS FLOREZ	CC	11056893		25-feb-51	ANDRES DE SOTAVEN	21-ene-74	ANDRES DE	NTADOS/COMBATES/ENFERMEDADES/HOSTIGAMIENTOS
13	LEIDIS DEL CARMEN FLOREZ BALT	CC	50852721		15-ene-63	ANDRES DE SOTAVEN	20-dic-84	PUEBLO NUEVO	DESAPARICIÓN FORZADA
14	LIDI PATRICIA SUAREZ FLOREZ	CC	1.072E+09		30-abr-09	ANDRES DE SOTAVEN	21-nov-16	TUCHIN	DOLESCENTE TRABAJADOR
15	LILIBETH DEL CARMEN POLO SUAREZ	CC	1.004E+09		30/03/2000	ANDRES DE SOTAVEN	16/04/2015	TUCHIN	DOLESCENTE TRABAJADOR
16	LINNEY PATRICIA FLOREZ SOLANO	CC	1.008E+09		26/03/1999	ANDRES DE SOTAVEN	10/07/2012	TUCHIN	INDIGENA
17	LISVEY ROSA SUAREZ FLOREZ	TI	1069985806		30/12/2006	ANDRES DE SOTAVEN	25/JULIO/2014	TUCHIN	DOLESCENTE TRABAJADOR
18	LUISA FERNANDA GENES FURNIELE	CC	1.003E+09	3234570872	15/SEOT/2000	CANALETE	15-feb-19	CANALETE	DOLESCENTE TRABAJADOR
19	LUZ DARIS RANGEL QUINTANA	CC	43262975		20/01/1979	ACHI	24-feb-99	MEDELLIN	INDIGENA
20	LUIS ALBERTO ESTRADA FLOREZ	CC	1063075888	3205183734	14/12/1993	CHIMA	21-dic-11	TUCHIN	AFROCOLOMBIANOS
21	MARCELINA DEL CARMEN MUSLAZ	CC	25887286		01/02/1962	ANDRES DE SOTAVEN	14-dic-81	CHIMA	AFROCOLOMBIANOS
22	MARIANA ISABEL BELTRAN BALTA	CC	50710261		04/08/1980	ANDRES DE SOTAVEN	21-ago-01	ANDRES DE	INDIGENA
23	MILENA SOLANO LUCAS	TI	1.063E+09		12/09/2005	CHIMA	07-jul-21	TUCHIN	INDIGENA
24	NATANAEL CARVAJAL FERIA	CC	1018458171	3182534171	27/03/1993	MANAURE	29/03/2011	BOGOTA D.C	AFROCOLOMBIANOS
25	NATALIA BELTRAN LUCAS	CC	1.039E+09	3106123868	07/04/2004	NECOCLI	07-abr-22	TUCHIN	DOLESCENTE TRABAJADOR
26	NUBIA ROSA NISPERUZA OLEA	CC	1007553262		06/03/2000	ANDRES DE SOTAVEN	11/07/2019	TUCHIN	DOLESCENTE TRABAJADOR
27	ROSA MARIA RAMOS PADILLA	CC	1102855589		30/08/1993	SINCELEJO	08/09/2011	SINCELEJO	AFROCOLOMBIANOS
28	SEMIDA LUZ LUCAS SOLANO	CC	1.063E+09	3.114E+09	27/10/1992	PUERTO LIBERTADOR	29/11/2010	P. LIBERTADOR	AFROCOLOMBIANOS
29	TATIANA ELENA RIOS CONTRERAS	CC	1193103833		18/08/1996	MOMIL	23-dic-14	TUCHIN	AFROCOLOMBIANOS
30	VERONICA RANGEL QUINTANA	CC	1.008E+09	3238899181	19/12/2003	CHIGORODO	28/12/2021	TUCHIN	DOR
31	VIVIANA BEATRIZ GUERRA RUIZ	CC	1.003E+09		02/11/1988	CHIMA	08/03/2007	CHIMA	AFROCOLOMBIANOS
32	WILSON DAMILO LUCAS SOLANO	CC	1.067E+09	3028427440	24/01/1995	PUERTO LIBERTADOR	16/01/2014	PLANETA RICA	INDIGENA
33	YEINIS PATRICIA ESTRADA FLOREZ	CC	1.063E+09		13/07/1995	CHIMA	25/07/2013	TUCHIN	AFROCOLOMBIANOS
TOTAL									



Obligación Contractual 5

Anexo 15: Fotografías del acompañamiento a los aprendices de la ficha 2839498





Continuación obligación contractual 5

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





Obligación Contractual 6

Anexo 17: Fotos de la capacitación de la convocatoria asociativa ADR 2023-2.





Continuación obligación Contractual 6

Anexo 18: Listado de la capacitación de la convocatoria asociativa ADR 2023-2.

LISTA DE ASISTENCIA												
CIUDAD Y FECHA: Montevideo 14 Sept		OBJETIVO/TEMA: Capacitación ADR - programa victimas.										
Nº	NOMBRE Y APELLIDOS	TIPO DE DOCUMENTO	Nº. DOCUMENTO	LUGAR DE EMISIÓN	Fecha de nacimiento DD MM AA	LUGAR DE NACIMIENTO	OCCUPACIÓN / PROFESIÓN	TELÉFONO	DIRECCIÓN DE RESIDENCIA	CORREO ELECTRÓNICO	TIPO DE POBLACIÓN A LA QUE PERTENECE	FIRMA
1	Diego Horacio Alvarez	CC	1067851734	Montevideo	04/08/77	Montevideo	MUZ	314531091	T/afm	diegoalvarez@gmail.com		<i>Diego A.</i>
2	Alexandro Padilla Godoy	CC	78214358	Montevideo	16/11/74	Montevideo	Ing. Agrónomo	326651045	Caleta	alexanderpadilla@gmail.com		<i>Alexandro</i>
3	Arleth Montiel Vidal	CC	30565106	Salvador	24/10/65	Salvador	Agricultor	3116559432	Montevideo	arlethmontiel@gmail.com		<i>Arleth</i>
4	Mary Cruz Vergara	CC	1069487269	Salvador	05/02/93	Salvador	Amadora	30657269	Salvador	marycruzvergara@gmail.com	Disaparecida	<i>Mary Cruz</i>
5	Isabel Cesillos Guy	CC	1067836724	Montevideo	11/12/85	Montevideo	Administradora	312664879	Valencia	isabelcesillos@gmail.com		<i>Isabel</i>
6	Berónica E. Pacheco	CC	64584479	Chile	08/07/79	Slo.	Docente	321823203	Chile	beronicapacheco@gmail.com		<i>Berónica</i>
7	Julio Lozano Apud	CC	6249736	Tunja	21/11/70	Tunja	Ing. Agrónomo	201628526	Chile	julioapud@gmail.com		<i>Julio</i>
8	Martha Cecilia Lopez	CC	50868955	Florida	13/09/65	P.Rica	Administradora	3135337106	Montevideo	marthacecilia@gmail.com		<i>Martha</i>
9	Hazael M. D. B. V.	CC	78754055	Lorica	16/08/74	Lorica	Administrador	3224666	Lorica	hazaelm@gmail.com		<i>Hazael</i>
10	Martha Cecilia Lopez	CC	50910688	Cerezo	11/03/76	Cerezo	Ing. Agrónomo	3132805725	Cerezo	marthacecilia@gmail.com		<i>Martha</i>
11	Fredy Florez Madrid	CC	2761423	C. de Oro	20/03/68	C. de Oro	MUZ	3103778124	C. de Oro	fredyflorez@gmail.com		<i>Fredy</i>
12	Leonardo Esquivel	CC	1033819755	San Pedro	13/12/90	San Pedro	Administrador	2028111	San Pedro	leonardo.esquivel@gmail.com		<i>Leonardo</i>
13	Polenta Sanchez	CC	106671825	P.Rica	04/10/85	P.Rica	Acuareta	31125140	P.Rica	polenta@gmail.com		<i>Polenta</i>
14	Camilo Rodriguez	CC	92546312	Salvador	27/10/83	Salvador	Administrador	3083588	Salvador	camilorodriguez@gmail.com		<i>Camilo</i>
15	Alberto C. Lopez Barba	CC	106784580	Montevideo	03/10/86	Montevideo	Ing. Agrónomo	3083588	Montevideo	albertolopezbarba@gmail.com		<i>Alberto</i>
16	Angela Benitez S.	CC	10660707	Montevideo	16/08/91	Montevideo	Oficial	31165316	Montevideo	angelabenitez@gmail.com		<i>Angela</i>
17	Antonio Castroillo	CC	6874826	Montevideo	09/04/66	Montevideo	MUZ	311624550	T/afm	antoniocastroillo@gmail.com		<i>Antonio</i>
18	Esmaíl Ballesteros Martinez	CC	30650639	Lorica	17/11/65	Lorica	Ing. Agrónomo	3116325020	Lorica	esmaimballesteros@gmail.com	Indígena	<i>Esmaíl</i>
19	José Ramon Ramos Gonzalez	CC	61868917	Montevideo	08/12/51	Montevideo	MUZ	3126772	Montevideo	joseramonsramos@gmail.com		<i>José</i>



Obligación Contractual 7

Anexo 19: Reporte de novedades sobre el ambiente de formación de la ficha 2814188

	PROCESO GESTIÓN DE FORMACIÓN 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 BIOTECNOLÓGICO 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 ☒	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 PLÁSTICAS
Materiales de formación:	PAPELOGRAFO
Biblioteca y bibliografía:	NO
DECISION SOBRE LA VIABILIDAD DE USO DEL AMBIENTE: APTO ☒ NO APTO ☐	

Ciudad y fecha:	11/09/2023	Firma Nombre instructor que realiza el reporte	MARTHA GOMEZ MORENO CC 50.868.955 
Ciudad y fecha:	11/09/2023	Firma Nombre Coordinador que recibe el reporte	JORGE HERNANDEZ

GFPI-F-021.V2

Obligación Contractual 10
Anexo 20: Pantallazo de juicios evaluativos ficha 2814188.

Reporte de Juicios de Evaluación										
11/09/2023	261486	16/09/2023	2	PORTALAMIENTO EN MERCADEOS Y VENTAS	TERMINADA POR FECHA	05/08/2023	16/09/2023	PRESENCIAL	23- REGIONAL CORDOBA	9195- CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR
Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resultado de Aprendizaje	Juicio de Evaluación	Funcionario que registre el juicio evaluativo				
ILIJAH	MONTERROSA BETIN	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620700 - 2607001402 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ILIJAH	MONTERROSA BETIN	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620701 - 2607001403 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ILIJAH	MONTERROSA BETIN	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620702 - 2607001404 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ILIJAH	MONTERROSA BETIN	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620703 - 2607001405 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LUSA FERNANDA	BELTRAN GONZALEZ	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620704 - 2607001406 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LUSA FERNANDA	BELTRAN GONZALEZ	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620705 - 2607001407 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LUSA FERNANDA	BELTRAN GONZALEZ	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620706 - 2607001408 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LUSA FERNANDA	BELTRAN GONZALEZ	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620707 - 2607001409 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
DINA LUZ	VILLEGAS LOPEZ	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620708 - 2607001410 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
DINA LUZ	VILLEGAS LOPEZ	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620709 - 2607001411 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
DINA LUZ	VILLEGAS LOPEZ	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620710 - 2607001412 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
DINA LUZ	VILLEGAS LOPEZ	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620711 - 2607001413 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
DANIELS DANTH	GARAYITO SOTOLO	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620712 - 2607001414 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
DANIELS DANTH	GARAYITO SOTOLO	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620713 - 2607001415 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
DANIELS DANTH	GARAYITO SOTOLO	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620714 - 2607001416 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
DANIELS DANTH	GARAYITO SOTOLO	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620715 - 2607001417 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LEYDIS ISABEL	POLO RODRIGUEZ	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620716 - 2607001418 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LEYDIS ISABEL	POLO RODRIGUEZ	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620717 - 2607001419 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LEYDIS ISABEL	POLO RODRIGUEZ	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620718 - 2607001420 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LEYDIS ISABEL	POLO RODRIGUEZ	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620719 - 2607001421 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LUC KARINE	GULLIN SANTOS	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620720 - 2607001422 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LUC KARINE	GULLIN SANTOS	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620721 - 2607001423 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LUC KARINE	GULLIN SANTOS	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620722 - 2607001424 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
LUC KARINE	GULLIN SANTOS	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620723 - 2607001425 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ERLANY ANGELICA	PEREZ URETA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620724 - 2607001426 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ERLANY ANGELICA	PEREZ URETA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620725 - 2607001427 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ERLANY ANGELICA	PEREZ URETA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620726 - 2607001428 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ERLANY ANGELICA	PEREZ URETA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620727 - 2607001429 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
SOANY	MANTILLA CANTERO	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620728 - 2607001430 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
SOANY	MANTILLA CANTERO	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620729 - 2607001431 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
SOANY	MANTILLA CANTERO	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620730 - 2607001432 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
SOANY	MANTILLA CANTERO	POR CERTIFICAR	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620731 - 2607001433 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ANGELICA	JARAMILLO GARCES	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620732 - 2607001434 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ANGELICA	JARAMILLO GARCES	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620733 - 2607001435 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ANGELICA	JARAMILLO GARCES	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620734 - 2607001436 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
ANGELICA	JARAMILLO GARCES	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620735 - 2607001437 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
YURY DANTH	NAVARRO SIERRA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620736 - 2607001438 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
YURY DANTH	NAVARRO SIERRA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620737 - 2607001439 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
YURY DANTH	NAVARRO SIERRA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620738 - 2607001440 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
YURY DANTH	NAVARRO SIERRA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620739 - 2607001441 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
YURY DANTH	NAVARRO SIERRA	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620740 - 2607001442 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
SILA MARIA	MARTINEZ TORRES	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620741 - 2607001443 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
SILA MARIA	MARTINEZ TORRES	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620742 - 2607001444 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				
SILA MARIA	MARTINEZ TORRES	EN INFORMACION	39633- Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	620743 - 2607001445 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TIENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO	NO APROBADO	CC 50868955 - MARTHA GRACIA GOMEZ MORENO				



Obligación Contractual 11

Anexo 20: Pantallazo del portafolio del instructor.

Browser tabs: (1) WhatsApp, Microsoft Teams, Correo: Martha Gracia Gómez M..., MARTHA GRACIA GÓMEZ - OneDrive

Address bar: sena4-my.sharepoint.com/personal/jhernandezg_sena_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?FolderCTID=0x012000E64A9AA73A7E346A399780AC429B7C6&id=%2Fpersonal%2F...

OneDrive interface:

- Left sidebar: Jorge Enrique Hernandez, Mis archivos, Nuestros archivos
- Top bar: + Nuevo, Cargar, Compartir, Copiar vínculo, Añadir acceso directo a Mis archivos, Sincronizar, Descargar, Organizar, Información
- Breadcrumb: Mis archivos > PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS INSTRUCTORES PROGRAMA VICTIMAS 2023 > MARTHA GRACIA GÓMEZ
- Table of files:

Nombre	Modificado	Modificado por	Tamaño de arch...	Compartir	Actividad
FICHA 2734402 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS	15 de abril	Martha Gracia Gómez M...	6 elementos	Compartido	
FICHA 2743417 - SERVICIO AL CLIENTE	15 de abril	Martha Gracia Gómez M...	5 elementos	Compartido	
FICHA 2753113 - SERVICIO AL CLIENTE	17 de mayo	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2753162 - FORTALECIMIENTO DE MERCADEO Y VENTA	17 de mayo	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2765631 - SERVICIO AL CLIENTE	17 de mayo	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2770023 - SERVICIO AL CLIENTE	17 de mayo	Martha Gracia Gómez M...	2 elementos	Compartido	
FICHA 2781617 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA	13 de junio	Martha Gracia Gómez M...	2 elementos	Compartido	
FICHA 2786651 - SERVICIO AL CLIENTE	13 de junio	Martha Gracia Gómez M...	2 elementos	Compartido	
FICHA 2799474 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA	13 de julio	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2800230 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA	13 de julio	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2800261 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA	13 de julio	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2814188 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS	13 de agosto	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2839498 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA	Hace un minuto	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2842135 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA	Hace unos segundos	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	
FICHA 2844967 - FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA	Hace unos segundos	Martha Gracia Gómez M...	3 elementos	Compartido	

Windows taskbar: 31°C Mayorm. nubl..., 01:56 p. m., 18/09/2023



Obligación Contractual 12

Anexo 21: 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