PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, 31 de octubre del 2023

Señor (a)
JORGE HERNANDEZ GUERRA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR. 4637921
Coordinador académico
Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir
Montería

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

Referencia: No CO1.PCCNTR. 4637921 del año 2023

Isaura Ceballos Garay identificado con la cédula de ciudadanía No.1.067.836.729 de Montería, 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 AHORROS No. 091-000075-27** de Bancolombia, cuyo titular es el Contratista

Plazo: Será hasta el 15 de diciembre de 2023.

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

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planear e Impartir 160 horas mensuales de formación integral presencial a los aprendices en el área asignada dentro del programa de atención población víctimas del desplazamiento por la violencia, en las competencias, resultados de aprendizaje y actividades de los proyectos de formación programados dentro de los tiempos que para cada acción se determine por el centro de formación	Se realizó desarrollo de procesos académicos, impartiendo formación, en los programas de formación: • Fortalecimiento de mercadeo y ventas en el municipio de Tierralta (Los Morales) fichas-2842119 • **Competencia:** Vender productos yservicios de acuerdo con las necesidadesdel cliente y objetivos comerciales **Resultado de Aprendizaje:** Implementar acciones de mejora en la oferta comercial de acuerdo con el perfil de los clientes y condiciones del mercado. Servicio al cliente en el municipio de San Carlos Centro de formación Sena ficha 2844557 **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con	**Anexo 1**: Guía de Aprendizaje Fichas No. 2842119 **Anexo 2**: Plan Concertado Fichas 2842119 **Anexo 3**: Listas de Asistencias Fichas No. 2842119 **Anexo 4:** Guías de aprendizaje ficha 2844557 **Anexo 5:** Plan concertado ficha 2844557 **Anexo 6:** Listado de asistencia ficha 2844557 **Anexo 7:** Guías de aprendizaje ficha 2821563 – 2815549- 2856420 **Anexo 8:** Plan concertado ficha 2821563 – 2815549-2856420

		procedimientos de servicio y normativa. **Resultado de la competencia:** Validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización. Elaboración del plan de mercadeo el municipio de VALENCIA (Pueblito, Villanueva y Villa paraíso) fichas – 2821563 – 2815549- 2856420 **Competencia:** Formular el plan según objetivos y metodologías **Resultado de Aprendizaje:** Estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y proceso de mercadeo Total, horas mes: 160 horas.	**Anexo 9:** Listado de asistencia ficha 2821563 – 2815549- 2856420 **Anexo 10**: Reporte de Horas del instructor mes Agosto
2	Asociar aprendices en el aplicativo Sofía Plus, dentro de los términos establecidos para ello	Se realizo el asocio de las rutas a las fichas: - 2856420	**Anexo 11:** Pantallazos de asociación de la ruta a la ficha 2856420
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	Se aporto a la meta con la creaciónde la ficha 2856420 Para un total de 29 aprendices de los cuales pertenecen a población víctima y población vulnerable el	**Anexo 12** Listado verificadoen vivanto

	productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato	restante se aporta a la meta de usuarios campesinos.	
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 aprendizajescomo estrategias pedagógicas.	**Anexo 1-4** 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 realizo acompañamiento a los aprendices en las actividades programadas en las guías de aprendizajes desarrolladas. No se han reportado dificultad.	**Anexo 13** Registros fotográfico de la ficha: 2842119 **Anexo 14:** Registros fotográfico ficha 2844557 **Anexo 15:** Registros fotografía. Ficha: 2815549 **Anexo 16:** Registros fotografía. Ficha: 2821563 **Anexo 17:** Registros fotografía. Ficha: 2856420
6	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar los informes	Se presento el informe mensual según	No aplica

	mensuales de la ejecución del contrato o los productos que se le requiera, además del informe mensual de actividades según la fase en que se encuentre el curso (planear, ejecutar y evaluar) durante el desarrollo del proceso de aprendizaje y de las actividades en general con sus respectivos anexos.	requerimiento del supervisor del contrato.	
7	Informar oportunamente sobre las novedades de ambientes de aprendizajes y materiales de formación.	Se envió correo electrónico con el reporte Inicial de novedad sobre el ambiente de formación de la ficha 2856420 se realizado mediante el formato GFPI-F-021	**Anexo 18**: reporte de novedades del ambiente ficha 2856420 formato GFPI-F-021
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.	Participamos de la feria de emprendimiento	**Anexo 19:** Listado de asistencia y registro fotográfico del evento
10	Emitir los juicios evaluativos de cada resultado de aprendizaje en la plataforma Sofia plus dentro de los 5 días hábiles siguientes a la finalización de cada resultado de aprendizaje impartido, dando a conocer los resultados de los mismos a los aprendices.	Dúrate el periodo se realizó la evaluación a las fichas 2821563 y 2815549	**Anexo 20:** Pantallazo de los juicios de evaluación de la ficha 2821563 y 2815549

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 organizo las carperas de evidencia en el DRIVE portafolio del instructor - programa de víctima.	**Anexo 21:** Pantallazo del portafolio del instructor (drive)
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 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.	Se da cumplieron las normas del sistema general de riesgos laborales, acatando todas las consideraciones usando tapabocas y aplicando protocolos de bioseguridad.	**No aplica**

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.

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.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1.	135323	MONTERIA-VALENCIA	24-07-2023	24-07-2023
2.	135323	MONTERIA- VALENCIA	27-07-2023	27-07-2023

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. 4516973025 de la planilla SOI, operador de SEPTIEMBRE de 2023. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (58) folios

Cordialmente,

ISAURA CEBALLOS GARAY
Contratista
C.C. No. 1.067.836.729 de Montería

Recibí a satisfacción:

JORGE ENRIQUE HERNANDEZ GUERRA
Supervisor(a) Contrato CO1.PCCNTR. 4637921 de 2023
Coordinador Académico CABP

ANEXOS

Obligación Contractual 1

Anexo 1: Guías de Aprendizaje programa de formación FORTALECIMIENTO DE MERCADEO Y VENTAS Fichas No. 2842119

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Fortalecimiento en mercadeo y ventas.
- Código del Programa de Formación: 62330031
- Nombre del Proyecto (si es titulada):
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada):
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada):
- Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades delcliente y objetivos comerciales
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
- 26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONE DEL MERCADO
- 26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE
- 26010104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
- 26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO

RAP1: Identificar los recursos necesarios para el desarrollo de la venta de productosy servicios según la política de mercadeo.

RAP2: Desarrollar el proceso y la estrategia utilizada para la presentación de unproducto o servicio de acuerdo con el plan de mercadeo.

RAP3: Asesorar a los clientes en situaciones reales según los objetivos y el plan de mercadeo.

RAP4: Hacer el cierre de ventas de acuerdo con los procedimientos y objetivos establecidos.

Continuación Anexo 1 Guías de Aprendizaje

RAP5: Realizar informes del servicio post venta de acuerdo con la política de la organización.

- Duración de la Guía: 96 horas.

2. PRESENTACIÓN

- Motivar hacia la actividad de aprendizaje en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de habilidades y destrezas
- Guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz
- Motivar a la acción, al trabajo autónomo sistemático y organizado
- Relacionar conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativade los mismos
- Promover el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo

(Máximo 10 renglones)

Estimado aprendiz en esta guía de aprendizaje se pretende que ud aprenda a identificar y a adquirir capacidades necesarias para presentar y argumentar las características ybeneficios de productos y servicios. Apoyándose en el uso de herramientas adecuadas; así como desarrollar estrategias de ventas y negociación de acuerdo con los medios de comunicación establecidos por la organización, enfocará las estrategias de marketing para vender productos y servicios acordes con sus necesidades y expectativas y que usted sepaidentificar su nicho de mercado . Para esto es necesario realizar el proceso de la venta de productos y servicios siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en unmercado específico e identificado y acorde, conforme a las políticas de venta y los términosde negociación. Por lo anterior usted como estudiante en el trascurso de este curso estaráen capacidad de presentar y argumentar a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios apoyado con el uso de catálogos, manuales, programas o navegadores manejados por la organizacióncon un plus adicional en la orientación a la atención y al buen servicio por lo que marcara la diferencia entre sus competidores y su mercado objetivo estará mas que satisfecho con la laore realizada.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1.Actividad de Reflexión Inicial

RAP1:
Basado en sus conocimientos previos, le invitamos a reflexionar teniendo en cuenta las siguientes preguntas:

Continuación Anexo 1 Guías de Aprendizaje

TALLER

1. ¿Qué es una venta?
2. ¿Quién es un vendedor para ti?
3. ¿Quién es un cliente?
4. ¿Qué es una necesidad?
5. ¿Qué es un nicho de mercado?
6. ¿Qué es un producto?
7. ¿Qué es un servicio?
8. ¿Qué es una estrategia?
9. ¿Qué es una táctica?
10. ¿Qué diferencia hay entre estrategia y táctica?
11. ¿Qué debo tener en cuenta en una conversación con un cliente para identificar sus necesidades?
12. ¿Qué cualidades debe tener un buen vendedor?
13. ¿Cuál sería tu cliente ideal?
14. ¿Cuál sería un vendedor ideal? Ambiente

Requerido: Ambiente de formaciónMateriales:

Cuaderno, lápiz, borrador.

RAP2: Basados en la siguiente lectura responda el siguiente taller.

NOKIA

Durante catorce años consecutivos Nokia fue la marca líder en telefonía móvil en el mundo.Llegó a ser la empresa que la casa matriz, ubicada en Finlandia, aportó 25% del crecimientoeconómico del país entre los años 1998 y 2007. Sin embargo, para 2011, perdió más del 40% del mercado global. **¿Qué pasó?** El 9 de enero de 2007 Steve Jobs presentó el iPhone, y, en 2008, se lanzó el sistema operativo Android. Mientras que Nokia se concentraba en su serie E y N para competir con BlackBerry en el segmento de ejecutivos y hombres de negocio, los smartphones acapararon el mercado delos millennials.

1. Explique cuál es la propuesta de valor de con este nuevo producto.
2. ¿Cuál es la estrategia de NOKIA para incursionar nuevamente al mercado?
3. ¿Qué fortalezas visualiza para ingresar al mercado?
4. ¿Como definiría las áreas de oportunidad de NOKIA en un nuevo producto?
5. ¿Qué amenazas tiene con este nuevo producto para el mercado?

Continuación Anexo 1 Guías de Aprendizaje

6. ¿Cuáles son las debilidades para incursionar en este mercado?
7. ¿Quiénes son sus principales competidores? ¿Qué producto están en el mercado?
8. ¿Qué ventajas competitivas visualiza con un nuevo producto?

Ambiente Requerido: Ambiente de formación

Materiales: Marcadores, lápiz, borrador.

RAP3:

Ver el video del influencer Yokoi kenji (SITUACION CAMBIA POSICION)Y

responda:

1- Coloque un ejemplo corto de su vida cotidiana reflejada en la reflexión.2- Que fue lo que más le llamo la atención sobre el video.
3- Cual fue la estrategia de mercadeo utilizada en la reflexión.

Ambiente Requerido: Ambiente de formación

Materiales: Marcadores, lápiz, borrador.

RAP4:

Nos agrupamos en parejas y realizaremos un ejercicio tradicional de un vendedor y un comprador donde se debe evidenciar la importancia del cierre de ventas, y el proceso quelleva el mismo. Donde el comprador no será una persona de fácil convencimiento. El producto debe ser de su elección.

Ambiente Requerido: Ambiente de formación

RAP5: Desarrolla.

Continuación Anexo 1 Guías de Aprendizaje

1. CLASIFICA EN EL CUADRO SEGÚN CORRESPONDA: (PRODUCTO O SERVICIO)



PRODUCTO	SERVICIO

RESPONDA LA SIGUIENTES PREGUNTAS:

a) ¿Qué es un cliente?

b) ¿Cuál es la importancia de tratar bien a un cliente?

c) Observamos varios videos en el salón para poder identificar los diferentes tipos declientes y la forma como debemos reaccionar Registra cinco ideas importantes, acerca de lo que concluiste de los videos.

https://youtu.be/TYhzourelNo
https://youtu.be/1z_RRxV9i6E

https://www.google.com/search?q=video+de+vendedores+groceros&oq=video+de+ven
dedores+groceros&aqs=chrome..69i57j33i10i160l2.12171j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:ac087d73,vid:WOJv5TMBIl0

Continuación Anexo 1 Guías de Aprendizaje

A la largo de tu vida te encontraras con muchos tipos de clientes pero debemostener la cualidad humana de poder saberlos identificar y poder sacar provechode nuestro conociemtinto para saber abordarlos y poder tener una venta asertiva y que el cliente al final del día se sienta satisfecho y nosotroscumplamos con nuestras ventas y una vez identificado todo lo anterior y ponerlo en práctica podemos concluir que nuestro fortalecimiento en mercadeo y ventas abra encontrado el verdadero equilibrio.

2. Realiza un cuadro sinóptico que estructure todos los tipos de clientes, enunciandolas características.

a) ¿Qué logra la empresa cuando fideliza a sus clientes?

b) ¿Qué estrategias utiliza la empresa para fidelizar los clientes?

3.2. Actividades de Apropiación

Apreciado aprendiz, optimice el conocimiento y experiencia de sus compañeros en este punto vamos a realizar una feria donde la mitad del salón serán vendedores y la otra mitad serán compradores de productos típicos de la zona y pasaremos por cada stand para saberque producto ofrece cada vendedor y cuáles son las mejores estrategias que utilizan paraello. De inmediato se les podrán hacer observaciones a sus compañeros que deben mejorarpara alcanzar los objetivos de la clase.

El equipo socializará su actividad con el resto del grupo, a su vez, deberán verificar los productos compartidos por sus compañeros y evaluar a sus compañeros.

2.1. Actividades de Transferencia del Conocimiento

En en desarrollo de las clases ustedes deben realizar un estudio de mercado en su zona localidad barrio o vereda donde identifiquemos un producto y realizarle le mercadeo.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Continuación Anexo 1 Guías de Aprendizaje

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Prueba de conocimientos **Evidencias de Desempeño** Participación en equipos de trabajo Trabajo individual **Evidencias de Producto:** Presentación trabajo final y socialización directa con cliente real.	CARACTERIZA LOS CLIENTES CON BASE AL DIAGNÓSTICO DE MERCADO REALIZADO. SELECCIONA LOS SEGMENTOS DE MERCADO APLICANDO LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. ESTRUCTURA LA OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO PRESENTA LOS PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA EL PORTAFOLIO DEFINIDO POR LA ORGANIZACIÓN. INFORMA LA DISPONIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO Y LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN.	Taller Teórico Lista de chequeo. Observación.

3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Producto: Noción que establece que los consumidores preferirán productos que ofrezcan mejor calidad, rendimiento o características y de que la organización debe dedicar su energía para mejorarlos continuamente; versión detallada de la idea del nuevoproducto expresada en términos comprensibles para los consumidores.

Venta: Idea de que el consumidor no comprará suficientes productos de la organización amenos que ésta haga un gran esfuerzo de promoción y ventas.

Accesibilidad: Grado hasta el cual es posible llegar a servir en un segmento de mercado.

Acercamiento : Etapa del proceso de venta en el que el vendedor conoce y saluda al comprador para establecer una buena relación desde el principio.

Actitud: Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones y tendencias que sistemáticamente, presenta una persona respecto de un objeto o idea.

Adaptación del producto: Adaptación de un producto a las condiciones locales o deseosde los mercados extranjeros.

Administración de la fuerza de ventas: Análisis, planeación, ejecución y control de lasactividades de la fuerza de ventas, incluyendo los objetivos fijados a ésta; diseño de suestrategia; y reclutamiento, selección, capacitación, supervisión y evaluación de los vendedores de la compañía.

Calidad del producto Capacidad de un producto para desempeñar sus funciones; incluye durabilidad total, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación y otros atributos apreciados.

Canal de distribución (canal de mercadotecnia) Conjunto de compañías o individuos que adquieren derechos, o ayuda a transferirlos, respecto de un bien o servicio en su paso del productor al consumidor o usuario industrial.

Ciclo de vida del producto (CVP) Curso de las ventas y ganancias de un producto durantela vida del mismo; incluye cinco diferentes etapas.

Cierre Etapa del proceso de compra en la que el vendedor pide al cliente que haga elpedido.

Postventa: es una etapa de la atención al cliente y se refiere a todas las estrategias utilizadas para ofrecer una buena experiencia para un cliente después del cierre de lacompra, con enfoque en la relación.

Plan de Ventas: El plan de ventas, como dice su nombre, es el planeamiento que orientatodos los procesos de ventas de una empresa y cuáles son las estrategias que serán utilizadas para alcanzar los objetivos.

5. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- SCHIFFMAN y KANUK- "Comportamiento del consumidor".

https://www.beetrack.com/es/blog/marketing-y-ventas

https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454004.pdf

6. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	 Isaura Ceballos Garay	Instructor	CABP	Marzo-2023

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

Obligación contractual 1

Anexo2: Plan Concertado Fichas No. 2842119

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA
FICHA	2842119
COMPETENCIA	Vender productos y servicios de acuerdo con la necesidaes del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	Evaluar el proceso de ventas teniendo en cuenta las condiciones del mercado y politicas de la organización.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
ADA LUZ RICO DIAZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
AIDA ESTHER PEREZ BLANQUICET	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
ALEXANDRA DIAZ VEGA	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
ANGY PAOLA SILVA GONZALEZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
AURA FABIANA DUEÑAS PUCHE	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023		x
AVIMAEL DE JESUS TORRALVO GARCIA	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023		x
BRINEI DEL CARMEN GONZALEZ RAMOS	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
DAYANA PEREZ MONTERROZA	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023		x
DINA PAOLA FLOREZ YANEZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
ELIZABETH CUELLO NERIO	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
ELSIA ABAT NAVAS MONTES	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023		x
ESTEBAN URIEL DIAZ VEGA	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023		x
GLORIA MARIA MARTINEZ HERRERA	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023		x
GUSTAVO ADOLFO BURGOS RODRIGUEZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023		x
JULIANA ALMANZA MURILLO	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
JULIANA BUENDIA PLAZAS	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
LEDIS LILIANA MARTINEZ HERRERA	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
LILIAN CASTRO VERTEL	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023		x
LILIANA MURILLO DORIA	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
LUIS ALEJANDRO MEDINA CHAPARRO	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
LUIS ALFREDO MARTINEZ NAVAS	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	
LUZ ENITH MONTERROZA CARDENAS	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	x		10/12/2023	x	

Continuación

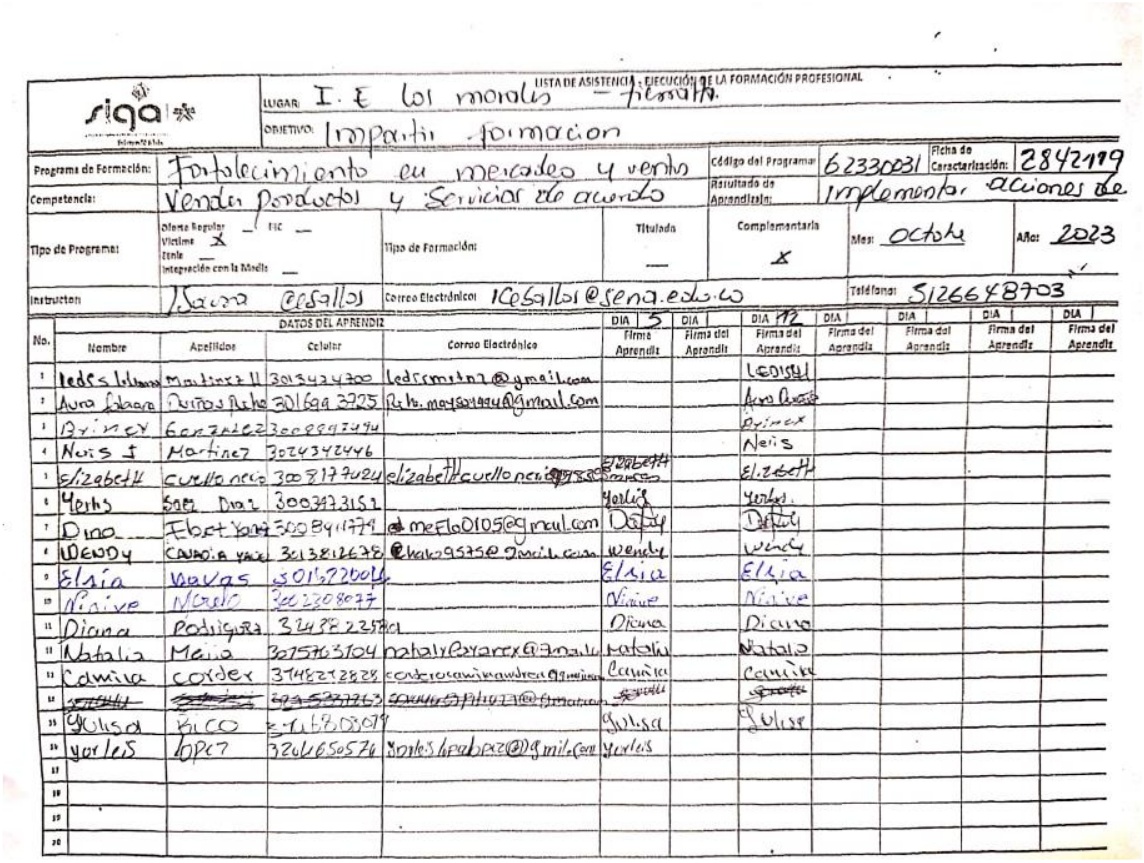
Anexo2: Plan Concertado Fichas No. 2842119

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA
FICHA	2842119
COMPETENCIA	Vender productos y servicios de acuerdo con la necesidaes del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	Evaluar el proceso de ventas teniendo en cuenta las condiciones del mercado y politicas de la organización.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
MARTHA IRENE TORREZ QUINTERO	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
NASLY ESTHER ANAYA PITALUA	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
NATALIA BUENDIA PLAZAS	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
NERIS ISABEL MARTINEZ SALGADO	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
NINIVE DEL CARMEN MORELO DIAZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
ORFELINA RICO REYES	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
RAMIRO ANTONIO MARTINEZ LOPEZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
ROSA AURA BERENICE PUCHE MARTINEZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023		X
SOCORRO YANES CASTELLANO	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
WENDY ESTELA CAVADIA YANEZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
YAMILE ESTHER VEGA SOLANO	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
YEIMY PAOLA ALEGRIA GONZALEZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
YERLIS TATIANA SAENZ DIAZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	
YULISSA MILENA DE LA HOZ PEREZ	TALLER INVESTIGACION SOBRE SEGMENTACION DE MERCADO	X		10/12/2023	X	

Obligación contractual 1

Anexo 3: Listas de Asistencias Fichas No. 2842119



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

siga

LUGAR: I. E los morales — tierralta.

OBJETIVO: Impartir formación

Programa de Formación:	Fortalecimiento en mercadeo y ventas	Código del Programa:	62330031
Competencia:	Vender productos y servicios de acuerdo	Resultado de Aprendizaje:	Implementar acciones de
Ficha de Caracterización:	2842119		

Tipo de Programa: Oferta Regular _ PIC _ Víctima X Étnia _ Integración con la Media _ | Tipo de Formación: | Titulada — | Complementaria X | Mes: octubre | Año: 2023

Instructor: Jesus Cesallos | Correo Electrónico: lcesallos@sena.edu.co | Teléfono: 5126648703

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 5 Firma Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA 12 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Ledis Liliana	Martinez II	3013424700	ledismartinez@gmail.com			LEDISLI				
2	Ana Isabel	Pinto Pacheco	3016993225	Pacheco.mayor1994@gmail.com			Ana Pacheco				
3	Yinex	Gonzalez	3006897494				Yinex				
4	Neis J	Martinez	3024342446				Neis				
5	Elizabeth	Cuello Nieves	3008177024	elizabethcuellonieves[illegible]	[illegible]		Elizabeth				
6	Yerlis	Soto Diaz	3003773152		Yerlis		Yerlis				
7	Dino	Ebet Yoan	3008411779	meEla0105@gmail.com	Dayan		Dayan				
8	Wendy	Cabrera Vaca	3138126378	Chaka9575@gmail.com	Wendy		Wendy				
9	Elsia	Vargas	3015720014		Elsia		Elsia				
10	Ninive	Mendoza	3002308077		Ninive		Ninive				
11	Diana	Rodriguez	3148223701		Diana		Diana				
12	Natalia	Mena	3075763504	nataly[illegible]	Natalia		Natalia				
13	Camila	Cordero	3148272828	cordero[illegible]	Camila		Camila				
14	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		[illegible]				
15	Yulisa	Polo	3146705079		Yulisa		Yulisa				
16	Yorleis	Lopez	3206650576	Yorleis[illegible]@gmail.com	Yorleis						
17											
18											
19											
20											

Escaneado con CamScanner

Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2844557

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- denominación del programa de formación: servicio al ciente.

- código del programa de formación:13530025
- nombre del proyecto (si es titulada):
- fase del proyecto (si es formación titulada):
- actividad de proyecto(si es formación titulada):
- competencia: atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
- resultados de aprendizaje alcanzar:
  validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización
  prestar servicio al cliente teniendo en cuenta políticas de la organización.

2- presentación

- motivar hacia la actividad de aprendizaje en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de habilidades y destrezas
- guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz
- motivar a la acción, al trabajo autónomo sistemático y organizado
- relacionar conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativa de los mismos
- promover el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo

Estimado aprendiz sena, bienvenido(a) al programa de formación atención y servicio al cliente. la atención y el servicio al cliente se constituyen en algunos de los elementos diferenciadores, que aportan al desarrollo y crecimiento de las empresas en la actualidad convirtiéndose en su eje bandera y su diferenciador mas puntal; en donde el cliente se convierte en el agente activo y razón de ser de las organizaciones y por ende es el afán de cada dia mas se forjen conicmeintos amplios sonre la exelente atención y que el servicio sea mas humano, posicionando a cada empresa en el mercado laboral. por lo anterior y por la gran demanda en los diferentes sectores productivos del país, se hace necesario disponer de un talento humano integraly con nocoeimtientos optimos, que

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2844557

adopte y esten en la facultad de crear estrategias acordes con las tendencias nacionales e internacionales que permitan ofrecer un trato diferencial al cliente de hoy.

les deseo muchos éxitos y la invitación a ser la mejor versión de ustedes mismos enfrentando nuevos retos pero con calidad humana y servicial.

3- Actividades:

3.1 Actividades de reflexión inicial.

RAP1:

antes de iniciar el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, es importante que reflexione sobre el siguiente contexto responda con toda la sinceridad del caso para después debatirse en la clase y ver que perpestivas tiene cada estudiante con respecto al tema.

¿para usted que es la atención?

¿que entiendes por servicio al cliente?

¿ que sabes de servicio al cliente?

¿qué tipo de cliente sientes qe eres?

ambiente requerido salón de clases

materiales cuaderno, borrador y lapiz.

3.2 actividades de contextualización e identificación de conocimientos.

investigación: mediante este método el aprendiz deberá reconocer la definición de conceptos tale como:

identificar tipos de clientes,protocolos,ciclo de servicio ,momentos de verdad y aplicar procesos de comunicación, implementar normas de cortesía , técnicas de servicio al cliente y requerimientos de clientes realizar atención al cliente resolver contingencias generar encuestas y reportes de servicio y no menos importante aplicar medidas de salud y seguridad en el trabajo

RAP2: "atender a los clientes utilizando las tecnologías de acuerdo con el protocolo de la organización".

GFPI-F-135 V01

despues de ver estos dos videos elabore un mapa conceptual en el cual plasme la ruta de atención de acuerdo a las necesidades de los clientes, tenga en cuenta y tome como

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2844557

ejemplo una empresa en particular que sea de su gusto. recuerda desde su propio punto de vista.

https://youtu.be/3kc6erdy0ky

https://youtu.be/1aog8fr1uqs

ambiente requerido salón de clases

materiales cuaderno, borrador y lapiz.

RAP3: descripción de la actividad: teniendo en cuenta los conceptos aprendidos anteriormente desarrolle los siguientes puntos;

tema no. 1 elabore un cuadro donde relacione las clases de clientes, sus características y modo de tratarlos.

tema no. 2 elabore el triángulo del servicio utilizando dibujos para cada componente y explique cada uno de ellos.

tema no. 3 determine cuales son los elementos de atención y servicio al cliente.

material de apoyo: consulta en internet y guía del instructor.

ambiente requerido salón de clases

materiales cuaderno, borrador y lapiz.

RAP4: en grupo de 3 personas vamos a realizar una actividad donde nos vamos a denominar varios roles el vendedor, el cliente 2 tipos de cliente y sus debidas obejeciones y un porodto o empresa de su elección y se desarrolla en clases 1 obra para validar los conociemitnos ádquiridos a lo largo del desarrollo de la actividad.

ambiente requerido salón de clases

materiales cuaderno, borrador y lapiz

RAP5: descripcion de la actividad. selecciona alternativas de mejora para el proceso de venta, de acuerdo con la oferta comercial y las estrategias definidas por la organización.

1- los estudiantes van a validar en sus supermercados locales y tiendas mayoritas con cuaderno en mano vamos a captar 5 momentos de atención al cliente donde

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2844557

se tomen 5 ejemplos de atención al cliente sean buenas o malas y definir que hubiesen echo ustedes en su lugar.

socializaremos en el aula de clases cada una de esas experiencias.

2- asi mismo vamos a realizar averiguaciones de cuales son las empresas que están a la vanguardia del servicio al cliente y quienes son las mejores practicas que vemos reflejadas en el mercado. trer los ejemplos escritos en el cuderno.

ambiente requerido salón de clases

materiales cuaderno, borrador y lapiz

- duración de la guía: 48 horas.

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 : prueba de conocimientos **evidencias de desempeño** participación en equipos de trabajo trabajo individual **evidencias de producto:**	clasifica clientes teniendo en cuenta tipología clasifica necesidades del servicio a partir de los requerimientos determina momentos de verdad de acuerdo con ciclo de servicio realiza atención al cliente cumpliendo con protocolos del canal realiza seguimiento a	taller teórico lista de chequeo. observación.

GFPI-F-135 V01

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2844557

presentación trabajo final y socialización directa con cliente real.	resultados de satisfacción teniendo en cuenta protocolos de la organización.	

5- GLOSARIO DE TÉRMINOS

2. ASERTIVIDAD: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.
3. AUDITORIA: es el mecanismo que tiene una compañía para revisar si cumple con el requerimiento legal e interno según su reglamento interno, para brindar un buen servicio.
4. BUZÓN DE SUGERENCIAS: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento.
5. CADENA DE SATISFACCIÓN: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.
6. CICLO DE SERVICIO: es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.
7. CLIENTE: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.
8. COMPETITIVIDAD: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.
9. CULTURA ORGANIZACIONAL: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.

GFPI-F-135 V01

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2844557

10. DISPOSICIÓN: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.
11. EMPODERAMIENTO: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.
12. ESTÁNDARÉS: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.
13. ENCUESTA: son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.
14. ESTRATEGIA: es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.
15. ÉTICA: ser correcto y actuar bojo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando por que en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.
16. GARANTÍA DE LA CALIDAD: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.
17. GESTIÓN: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.
18. INSATISFACION: es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.
19. MISIÓN: compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevara a cabo la función o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario para cumplir con su compromiso con la sociedad.
20. MOMENTO DE VERDAD: es el contacto físico que tiene el cliente con la organización donde sabemos cómo se prestara el servicio a cada uno de los clientes.
21. MOMENTO ESTELAR: esto se lleva a cabo cuando el cliente ya tiene lo que estaba buscando, llevándose una buena imagen de la empresa y del servicio que se prestó.

GFPI-F-135 V01

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2844557

22. MOMENTO CRÍTICO: se llama así cuando el usuario se lleva una mala imagen de la empresa o negocio al que esta acudiendo llenándolo de insatisfacción y enojo en algunos casos.
23. ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinad para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.
24. QUEJAS: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. también lo toman como modo de protesta.
25. RESARCIMIENTO: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. brindando seguridad que el compromiso se contraído.
26. REINGENIERÍA: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. es hacer lo que se está haciendo pero hacerlo bien.
27. SERVICIO: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.
28. SERVUCCION: la unión de servicio al cliente, calidad y satisfacción es lo que nos conlleva a un cliente satisfecho.
29. SISTEMA: es la forma de manjar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa, para ordenar el funcionamiento de una colectividad.
30. VALOR AGREGADO: son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia, esto hace darle un mayor valor que le brinda a la empresa o negocio diferenciarse en el mercado.
31. VISIÓN: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

1. https://youtu.be/3kc6erdy0ky
2. https://youtu.be/1aog8fr1uqs
3. ismi – international service marketing institute.(2001, octubre). ¿sabe lo que sus clientes esperan de usted? mk marketing + ventas. nro 162. pag 28. marketing de servicios

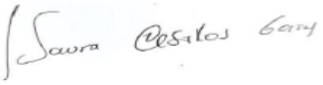
GTH-F-135 V01

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2844557

4- rodriguez a., jose luis. (2006, agosto). seminario la importancia del servicio al cliente. guatemarmol.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	nombre	cargo	dependencia	fecha
autor (es)	 ISAURA CEBALLOS GARAY	instructor	CABP	marzo-2023

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

	nombre	cargo	dependencia	fecha	razón del cambio
autor (es)					

GFPI-F-135 V01

Obligación contractual 1

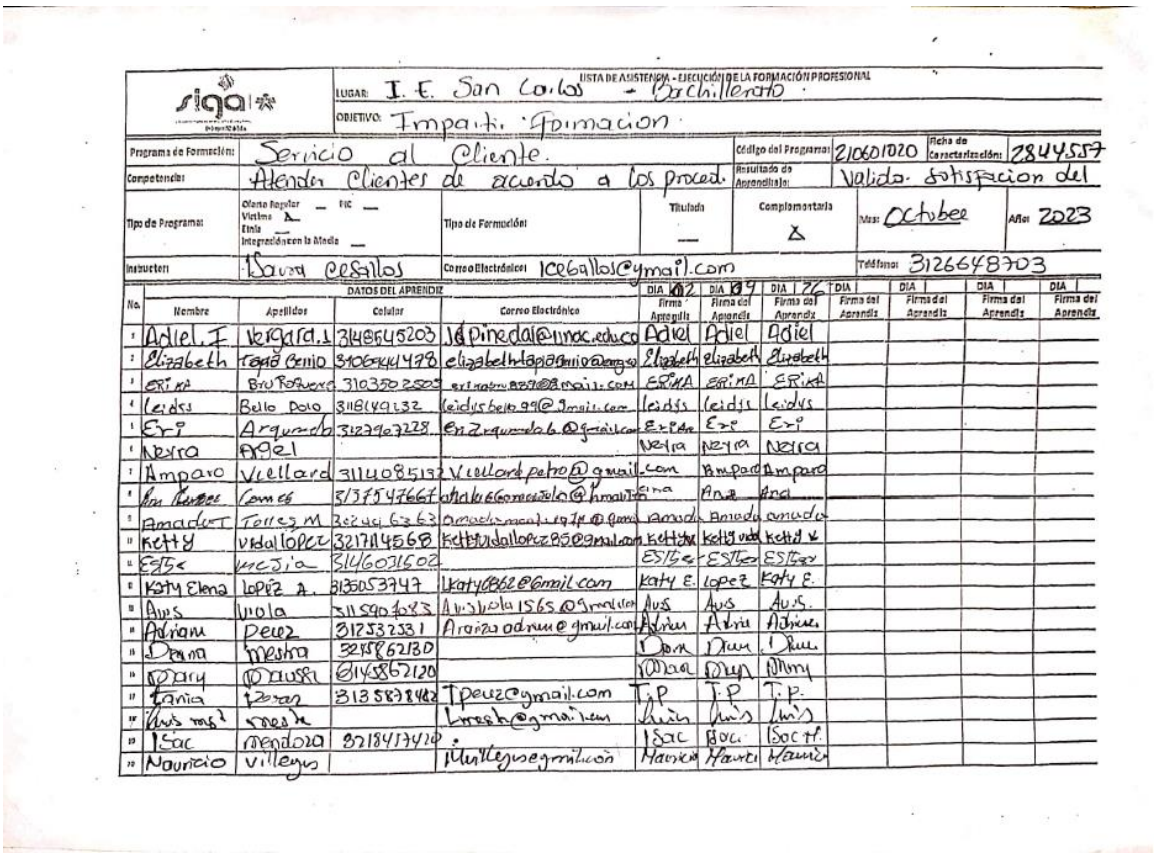
Anexo 5: Plan concertado ficha 2844557

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	SERVICIO AL CLIENTE
FICHA	2844557
COMPETENCIA	ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTOS DE SERVICIOS Y NORMATIVAS
RESULTADO DE APRENDIZAJE	VALIDAR SATISFACCION DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACION
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
ADRIANA MARCELA ARIZA PEREZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023		X
ANA LUISA CUADRADO MURILLO	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
ANA MARIA ESQUIVEL YANEZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
ARTURO LUIS BENITEZ SUAREZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
AURY ANAI ALCORRO GAMERO	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
CAMILA ANDREA CORDERO GUERRA	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
CARLOS RAFAEL MENDOZA CEBALLOS	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
CLAUDIA INES ARROYO VEGA	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	X
CRISTINA DEL CARMEN D LUIZ ARRIETA	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
CRISTINA ISABEL ARRIETA MARTINEZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
DANIELA ZAPATA MARZOLA	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
DIANA MARCELA MESTRA PEÑA	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
EIVY PAOLA ELY CHICA	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO			10/9/2023		X
EVIS ESTHER BENITEZ YANEZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
FABIAN ARIZA MARTINEZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
INGRIS JOHANA RUIZ RODRIGUEZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
ISSAC DAVID MENDOZA D LUIZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
JESUS DAVID SOTELO RAMOS	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
JUAN ALEXANDER CORDERO GUERRA	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023		X
JUAN JOSE VEGA RUENDEZ	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
KATERINIS ISABEL RUENDES VEGA	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO	X		10/9/2023	X	
LUIS FERNANDO MESTRA GARAY	EXPOSICIÓN DE CICLO DE SERVICIO			10/9/2023		X

Obligación contractual 1

Anexo 6: listado de asistencia ficha 2844557



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: I. E. San Carlos - Bachillerato

OBJETIVO: Impartir Formación

Programa de Formación:	Servicio al Cliente.	Código del Programa: 210601020	Ficha de Caracterización: 2844557
Competencia:	Atender Clientes de acuerdo a los proced.	Resultado de Aprendizaje:	Validar satisfacción del
Tipo de Programa:	Oferta Regular — PIC —; Víctima A; Etnia —; Integración con la Media —	Tipo de Formación:	Titulada — Complementaria A
Instructor:	Laura Castillo	Correo Electrónico: lcc6castillo@gmail.com	Mes: Octubre Año: 2023
			Teléfono: 3126648703

No.	DATOS DEL APRENDIZ				DIA 02	DIA 19	DIA 26	DIA	DIA	DIA	DIA
	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	Firma Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz
1	Adiel. I	Vergara. L	3146545203	16pinedale@inac.educo	Adiel	Adiel	Adiel				
2	Elizabeth	Tapia Genio	3106444478	elizabethtapia@mio.edu.co	Elizabeth	elizabeth	Elizabeth				
3	ERIKA	Brito Polanco	3103502503	erikamarcela2@gmail.com	ERIKA	ERIKA	ERIKA				
4	Leidys	Bello Polo	3118149132	leidysbello99@gmail.com	leidys	leidys	leidys				
5	Eryi	Arguello	3127907228	Eryzarguello6@gmail.com	Eryi	Eryi	Eryi				
6	Neyra	Adiel			Neyra	Neyra	Neyra				
7	Amparo	Vicellard	3114085192	Vicellardpetro@gmail.com	Amparo	Amparo	Amparo				
8	Ana Rosa	Gomez	3137547667	anaisabelgomezsola@hmail.com	Ana	Ana	Ana				
9	Amaudy	Torres M	3024616363	amaudymarcela1971@gmail.com	Amaudy	Amaudy	amaudy				
10	Ketty	Vidal Lopez	3217145568	Kettyvidallopez95@gmail.com	Ketty	Ketty	Ketty V				
11	Estefa	Mejia	3146031602		Estefa	Estefa	Estefa				
12	Katy Elena	Lopez A.	3135053747	Katy0862@Gmail.com	Katy E.	Lopez	Katy E.				
13	Aws	Viola	3115905083	Awsviola1565@gmail.com	Aws	Aws	Aws				
14	Adriana	Perez	3125337381	Arariza.adriana@gmail.com	Adriana	Adriana	Adriana				
15	Diana	Mestra	3215862180		Diana	Diana	Diana				
16	Mary	Russi	3145867120		Mary	Mary	Mary				
17	Tania	Perez	3135878482	Tperez@gmail.com	T.P	T.P	T.P.				
18	Luis Mario	Mesa		Lmesa@gmail.com	Luis	Luis	Luis				
19	Soc	Mendoza	3218417420		Soc	Soc	Soc M.				
20	Mauricio	Villegas		Mvillegas@gmail.com	Mauricio	Mauricio	Mauricio				

Escaneado con CamScanner

Obligación contractual 1

Anexo 7: Guías de aprendizaje ficha 2815549- 2821563- 2856420

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Elaboración Del Plan De Mercadeo
- Código del Programa de Formación: 41311512
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada)
- Competencia 260101061 Formular el plan según objetivos y metodologías
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ENTORNOS ACTUALES DE LA
  2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LASEXPECTATIVAS DE LA ORGANIZACIÓN
  3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA
- Duración de la Guía: 96 horas

2. PRESENTACIÓN

- Motivar hacia la actividad de aprendizaje en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de habilidades y destrezas
- Guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz
- Motivar a la acción, al trabajo autónomo sistemático y organizado
- Relacionar conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativa de los mismos
- Promover el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo

(Máximo 10 renglones)

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es)

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

La estrategia empresarial es un elemento necesario en todo negocio que busque lograr un desarrollo sostenible y un crecimiento que se pueda replicar con el paso de los años. Conocer más sobre metodologías y técnicas te ayudará a mejorar tu estrategia empresarial, ya sea que estés comenzando una marca o empresa o que lleves años con un emprendimiento propio, o a implementarla en caso de que aún no cuentes con una.

La importancia de contar con una estrategia empresarial

GFPI-F-135 V02

Continuación **Anexo 7:** Guías de aprendizaje ficha 2815549- 2821563- 2856420

Más allá de lo que significa una estrategia empresarial, ¿por qué debería ser importarte crear y aplicar una estrategia para tu empresa? Veamos algunos de los motivos principales.

POR IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Permite la planificación

Facilita la previsión

Promueve la estabilidad

Mejora la comprensión de tu empresa

Elementos de la estrategia empresarial

Más adelante veremos que las estrategias empresariales pueden tener diferentes funciones, pero hay algunos rasgos comunes que comparten estas evaluaciones.

Conocer estos elementos es especialmente útil si quieres generar un plan de trabajo o un documento para tu estrategia.

Cultura empresarial: debe reflejar los valores que están detrás de la organización, así como su misión, visión y filosofía de negocios. Este elemento permite establecer ideales que servirán como punto de partida para la planificación.

Objetivos: son las metas que esperas cumplir a partir de la implementación de tu estrategia. A fin de cuentas, su creación debe tener en cuenta los objetivos a los que te diriges.

Modelo de negocio: si ya tienes definidos tus objetivos, el siguiente paso es establecer el modo en el que esperas alcanzarlos. La metodología es el núcleo de tu estrategia empresarial y debe incluir los pasos que debes seguir para asegurar el éxito de tu negocio, así como las colaboraciones que establecerás para operar correctamente.

Recursos: tu plan de negocio solo será funcional si sabes qué es lo que necesitas para cumplir cada una de sus etapas. Esto implica detallar qué tecnologías necesitarás, el volumen de personal requerido y los recursos económicos de los que dispondrás.

Propuesta de valor: toda propuesta de negocio debe estar acompañada de diferenciadores que hagan competitiva a la oferta y logren destacarla del resto. La propuesta de valor debe formar parte de la estrategia empresarial para que se vuelva el foco de atención de tus operaciones y se explote al máximo.

ACTIVIDAD

Exposición y socialización de los siguientes términos

Propuesta de valor

Modelo de negocios

GFPI-F-135 V02

Objetivos empresariales

Cultura empresarial

Estrategias

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

¿Qué es el direccionamiento estratégico?

Es la definición del rumbo hacia el cual se encaminan todos los esfuerzos de una organización. El direccionamiento estratégico responde a cuatro preguntas básicas: qué, para qué, cómo y a través de qué medios la empresa se lanzará al mercado y logrará mantenerse en el tiempo.

¿Cómo se define el direccionamiento estratégico de una empresa?

A partir de 4 componentes principales:

Misión: es el quehacer de la organización. Refleja su identidad, su razón de ser y lo que la hace diferente a las demás.

Visión: indica hacia dónde se proyecta la empresa. Define aquellos que quiere llegar a ser en un plazo de tiempo determinado.

Políticas: establecen cómo se lograrán la misión y la visión. Son esas directrices (de funcionamiento y de comportamiento) que deben cumplir todas las personas de la empresa.

Macroprocesos: son las divisiones internas que se hacen en la organización para el logro de los objetivos. Se conocen también con el nombre de áreas de trabajo o proceso internos.

Cc¿Quiénes son los responsables del direccionamiento estratégico en una empresa?Si bien todos los colaboradores están llamados a mantener el rumbo de la organización, son los directivos quienes deben establecer las políticas de funcionamiento de la empresa y decidir cómo se trabajará para lograr todo lo que plantea el direccionamiento estratégico.

¿Qué otros aspectos deben tenerse en cuenta?

Ventaja competitiva: elementos o factores que una compañía tiene como diferenciales con respecto a otras empresas competidoras.

Estrategia: es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo. Es definir el qué.

Táctica: son las acciones que se realizan para llevar a cabo una estrategia. Es la materialización de esta en el corto plazo. Es definir el cómo.

Rendón concluye que "un proceso de direccionamiento estratégico moderno debe partir del entendimiento del presente de la organización para poder construir el futuro".

ACTIVIDAD

Diseñe el plan estratégico para una empresa del sector (misión, visión, objetivos, políticas, recglas)

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

Un diagnóstico empresarial es una evaluación de la gestión, operatividad y funcionamiento de una empresa que tiene como objetivo detectar sus fortalezas y debilidades para generar estrategias que eleven su bienestar y desempeño.

La importancia de los diagnósticos empresariales es obvia: nadie puede solucionar un problema si no es consciente de que ese problema existe. Un diagnóstico empresarial busca detectar las áreas de oportunidad de una empresa y es un paso previo al diseño de estrategias para atacar los factores que han detonado una limitación.

TIPOS DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

a1. Diagnóstico organizacional

El diagnóstico organizacional es el más común ya que sus resultados dan cuenta del modo en que una empresa gestiona sus engranajes. Si la

empresa funciona como una máquina, lo mejor será monitorear sus partes para corroborar que todas sus partes trabajan armónicamente.

Estos diagnósticos permiten a las empresas organizar mejor sus departamentos e identificar qué papel desempeña cada trabajador, quiénes pueden liderar mejor a un equipo y cómo los diferentes departamentos pueden generar una mejor sinergia.

Algunas herramientas que pueden ser aplicadas para un diagnóstico organizacional son:

Análisis FODA, para la detección de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Entrevistas uno a uno, para obtener información cualitativa.

Análisis gráficos, para la identificación visual de la estructura de la organización y de los elementos que están influyendo en su estancamiento o progreso.

2. Diagnóstico funcional

Los diagnósticos funcionales giran en torno a identificar áreas de oportunidad en el funcionamiento de la empresa. A través de un diagnóstico funcional sabrás qué tareas se realizan, cómo se desempeñan tus colaboradores y cuál es el valor de su trabajo. Estas pruebas permiten a las empresas llevar a cabo acciones correctivas cuando sea necesario y promover la productividad y eficiencia.

Algunas herramientas que pueden ser aplicadas para un diagnóstico funcional son:

Analítica de datos, para obtener valores cuantitativos sobre la productividad.

Entrevistas con líderes, para evaluar el trabajo de los equipos.

Evaluaciones técnicas, que permiten medir los conocimientos y habilidades de los trabajadores.

3. Diagnóstico cultural

Las evaluaciones culturales tienen como fin identificar el estado de las relaciones internas de una organización desde un punto de vista más humano. El interés es saber si los empleados comparten una visión común y si existe un buen nivel de satisfacción entre los colaboradores.

Las empresas que trabajan constantemente en su cultura generan equipos de trabajo más sólidos pero esta cultura siempre tiene que estar en relación con las demandas, intereses y expectativas de aquellos que dan vida a la empresa.

Algunas herramientas que pueden ser aplicadas para un diagnóstico cultural son:

Encuestas de satisfacción, que dejarán ver el nivel de bienestar de los empleados.

Evaluaciones psicométricas, que ayudarán a asegurar que se cuenta con un espacio de trabajo seguro, armónico y eficiente.

Entrevistas con el personal, para identificar los puntos en común y las necesidades de cada miembro de la empresa.

4. Diagnóstico estratégico

Existe un tipo de diagnóstico que cualquier empresa debe llevar a cabo para saber si su forma de afrontar los retos está funcionando.

El diagnóstico estratégico puede evaluar la evolución de una empresa e identificar aquellos planes de acción y estrategias que mejor han funcionado para su crecimiento. Este diagnóstico ayuda, además, a reforzar métodos de trabajo, a sustituir o priorizar objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo y a dar cuenta del modo en que una empresa se ve condicionada por el medio en el que opera.

Algunas herramientas que pueden ser aplicadas para un diagnóstico estratégico son:

Análisis PEST, que busca identificar las relaciones existentes entre una empresa y los medios político, económico, social y tecnológico en los que se desenvuelve.

Estudio de las cinco fuerzas de Porter, que ayuda a identificar la influencia de la competencia en la toma de decisión empresarial.

Modelo de las siete S, diseñado para afrontar los factores fundamentales que determinan la estructura de una organización (estrategia, estructura, sistemas, estilo, valores compartidos, personal y habilidades).

Continuación del anexo 1 Guia de aprendizaje

5. Diagnóstico integral

El último tipo de diagnóstico es el más difícil de realizar, ya que involucra a todos los anteriores métodos de evaluación. Los diagnósticos integrales tienen la ventaja de ofrecer un panorama completo de lo que pasa dentro de una empresa y permite establecer relaciones complejas entre diferentes elementos.

Esto hace evidentes cosas que generalmente pasaríamos por alto, permitiendo diseñar estrategias holísticas para optimizar la salud de la empresa. Generalmente estos estudios son llevados a cabo por auditores o consultores externos a la empresa, lo cual asegura objetividad y un buen manejo de los datos.

Recuerda que todas las empresas tienen un desarrollo único que ocurre a su propio ritmo. Mientras que algunas experimentan un crecimiento lento, otras llegan a ser referentes del mercado en poco tiempo. Ambos caminos son válidos, lo importante es reconocer que cada uno requiere la aplicación de herramientas de diagnóstico diferentes, en función de aquello que se intenta identificar.

¿Cómo hacer un diagnóstico empresarial?

Define tus objetivos

Prepara a tu equipo

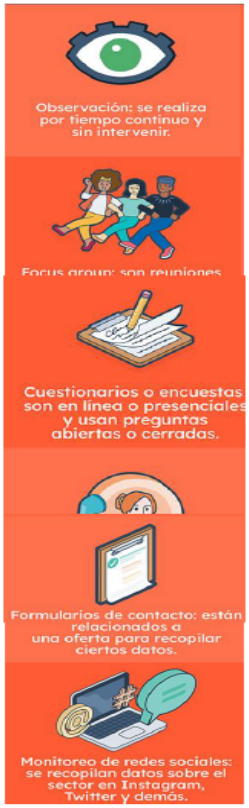
Recaba los datos

Evalúa tus resultados

Lleva a cabo una retroalimentación

RECOLECCIÓN DE DATOS: MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

aLa recolección de datos es un método por el cual las empresas recopilan y miden información de diversas fuentes, a fin de obtener un panorama completo, responder preguntas importantes, evaluar sus resultados y anticipar futuras tendencias.



Métodos de investigación

La recolección de datos se puede llevar a cabo por medio de 4 métodos de investigación:

Método analítico. Revisa a profundidad y en forma ordenada cada dato; va de lo general a lo particular para obtener conclusiones.

Método sintético. Analiza y resume la información; a través de razonamientos lógicos llega a nuevos conocimientos.

Método deductivo. Parte de conocimientos generales para llegar a conocimientos singulares.

Método inductivo. A partir del análisis de datos particulares llega a conclusiones generales.

Para qué sirve la recolección de datos

Permite analizar datos cuantitativos o cualitativos de forma sencilla para comprender el contexto en que se desarrolla el objeto de estudio.

La empresa puede almacenar y clasificar los datos según las características de un público determinado, para que más adelante realice esfuerzos de marketing dirigidos especialmente a él (que se traduzcan en ventas).

Ayuda a identificar oportunidades de negocio.



Muestra en qué procesos hay oportunidad de optimización para prevenir fricciones en el recorrido del comprador.

Ofrece datos para que las empresas comprendan mejor los comportamientos de sus clientes y leads, al recopilar información sobre los sitios que visitan, las publicaciones con las que interactúan y las acciones que completan.

9 técnicas de recolección de datos

Observación

Cuestionarios o encuestas

Focus group

Entrevistas

Formularios de contacto

Fuentes abiertas

Monitoreo de redes sociales

Análisis del sitio web

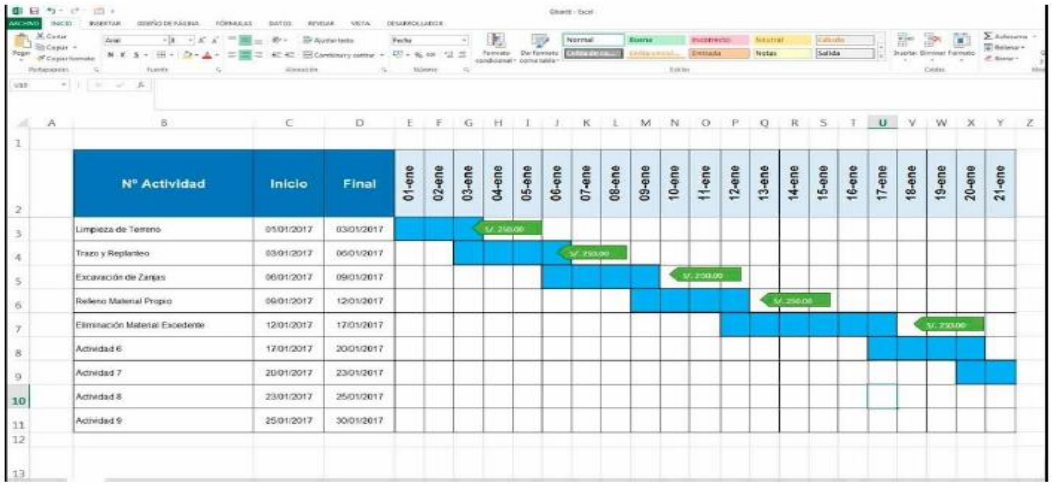
Historial de conversaciones

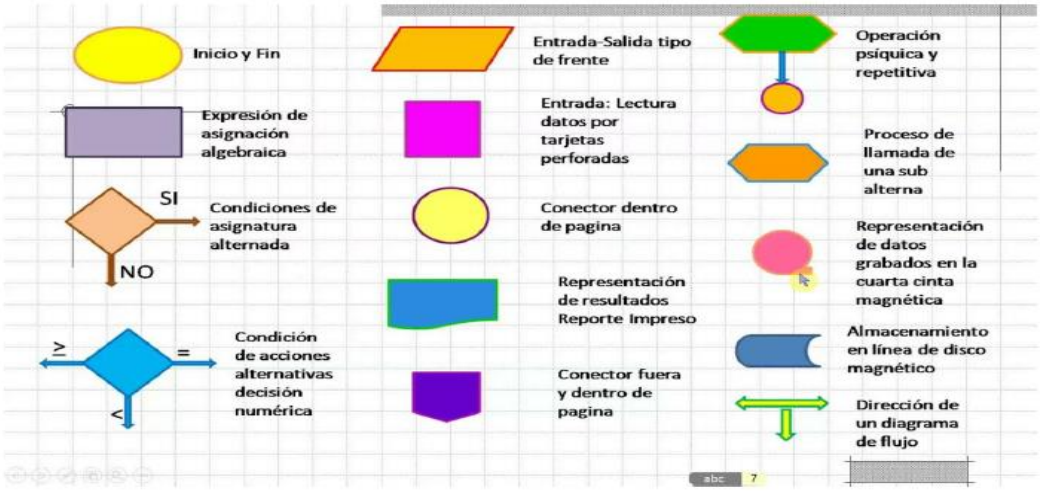
RAP: 1

Realice el diagnistico empresarial a una empresa del sector

- Diagnostico organizacional
- Diagnostico funcional
- Diagnoctico cultural


1. Buyer persona
[Proporciona una visión de tu buyer persona.]
2. Competencia
[Detalla las tendencias del sector al que perteneces.
3. Estrategia
[Describe en qué consisten estas acciones.]
4. Objetivos
[Elabora una lista de los objetivos que alcanzarás.]
5. Presupuesto
[Muestra los recursos económicos que usarás en tu estrategia de marketing.]
6. Flujos de venta
[Describe los distintos caminos que usará tu cliente para realizar su compra.]
7. Recursos digitales
[Enumera los recursos tecnológicos que usarás en tu campaña de marketing.]
8. Conclusiones
[¿Tienes algo más que agregar?]
Plan de marketing


Nº Actividad
Inicio
Final
01-ene
02-ene
03-ene
04-ene
05-ene
06-ene
07-ene
08-ene
09-ene
10-ene
11-ene
12-ene
13-ene
14-ene
15-ene
16-ene
17-ene
18-ene
19-ene
20-ene
21-ene
Limpieza de Terreno
Trazo y Replanteo
Excavación de Zanjas
Relleno Material Propio
Eliminación Material Excedente
Actividad 6
Actividad 7
Actividad 8
Actividad 9



RAP:2

Realizar el plan de mercadeo a una empresa del sector apoyandose en las plantillas socializadas

- Ambiente Requerido

Ambiente físico con sillas, mesas, pizarra, electricidad

- Materiales

Dispositivo tecnologico con conectividad a internet

Cartulina, papel periódico

Copias, marcadores

Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

RAP4

- Exposición y socialización de los siguientes términos
- Propuesta de valor

RAP: 5

- Diseñe el plan estratégico para una empresa del sector (misión, visión, objetivos, políticas, recglas)
- Historial de conversaciones

RAP:6

Realice el diagnistico empresarial a una empresa del sector

- Diagnostico organizacional
- Diagnostico funcional
- Diagnoctico cultural

RAP: 7

- Realizar el plan de mercadeo a una empresa del sector apoyandose en las plantillas socializadas

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

GFPI-F-135 V02

	formación	**Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ESTRATEGIA

Arte de proyectar y dirigir las operaciones militares, especialmente las de guerra.

CLIENTE, CLIENTA

Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente

MERCADO

Lugar público con tiendas o puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesidad.

UN ESTUDIO DE MERCADO

es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado.

UN DIAGRAMA DE GANTT

es una herramienta de gestión de proyectos que ilustra el trabajo realizado durante un período de tiempo en relación con el tiempo previsto para el trabajo.

UN PLAN ESTRATÉGICO

es una herramienta que sirve para definir hacia dónde quiere ir tu organización y qué acciones se realizarán para lograr esos objetivos.

MISIÓN es entendido como la facultad o el poder que se le es dado a una o varias personas para realizar cierto deber o encargo.

Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar

OBJETIVO, OBJETIVA ADJETIVO

Fin que se quiere alcanzar y al cual se dirige una acción.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

file:///C:/Users/usuario/Downloads/Informe%20Programa%20de%20Formaci%C3%B3n%20Complementaria%20(14).pdf

https://www.gestiopolis.com/estudio-de-mercado-y-de-factibilidad-de-producto/

https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia-empresarial

https://www.atlassian.com/es/software/confluence/templates?&aceid=&adposition=&adgroup=149977834451&campaign=19190484169&creative=640903969414&device=c&keyword=plantilla%20plan%20de%20marketing%20ejemplo&matchtype=e&network=g&placement=&ds_kids=p74461257144&ds_e=GOOGLE&ds_eid=700000001542923&ds_e1=GOOGLE&gclid=Cj0KCQjwlumhBhCIARIsABO6p-zJSnUaALCSeL_TQnq7oKPo2x37youYTzQ2KwxIkE4WbCG4UQfp9_4aAmqoEALw_wcB&gclsrc=aw.ds

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ISAURA CEBALLOS GARAY	INSTRUCTORA	CABP	15 -05 - 2023

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

Obligación contractual 1

Anexo 8 : plan concertado ficha 2815549

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO
FICHA	2815549
COMPETENCIA	FORMULAR EL PLAN SEGÚN OBJETIVOS Y METODOLOGIAS
RESULTADO DE APRENDIZAJE	VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
ABELINA ANDREA CORREA	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
ABRAHAM DAVID MESTRA FUENTES	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
ANA DELFA HERNANDEZ PADILLA	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
ANA LAURA PERALTA MERCADO	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
ANA SOFIA ACOSTA COGOLLO	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
BRENDA ROSA CARRASCAL CARDENAS	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
CAROLINA DEL CARMEN COGOLLO SOBRINO	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
DARIO JOSE VALDOMINO AVILA	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
EBER RAFAEL FERNANDEZ FERIA	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
EDUARDO BENITO OSTEN REYES	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
ELIZABETH SEVILLA MADERA	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
EMILY AIDE ROJAS JIMENEZ	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023		x
FREDY JOSE FUENTES	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023		x
GISELA GUERRA MORALES	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023		x
GREGORIA ROSA MARTINEZ ORTEGA	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023		x
GUILLERMO ANTONIO LOPEZ BELTRAN	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
ISOLINA ANTONIA QUIÑONEZ HERNANDEZ	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
JORGE ALFREDO CABRALES MONTIEL	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
JOSE LUCIO PACHECO GORGONA	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
JOSE LUIS ARTEAGA QUIÑONEZ	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	
JUAN DAVID PEREZ PAEZ	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023		x
KARINA ANDREA DIAZ VELAZQUEZ	EVALUACION FINAL DE PRESUPUESTO DE LA EMPRESA	x		10/11/2023	x	

Continuación Obligación contractual 1

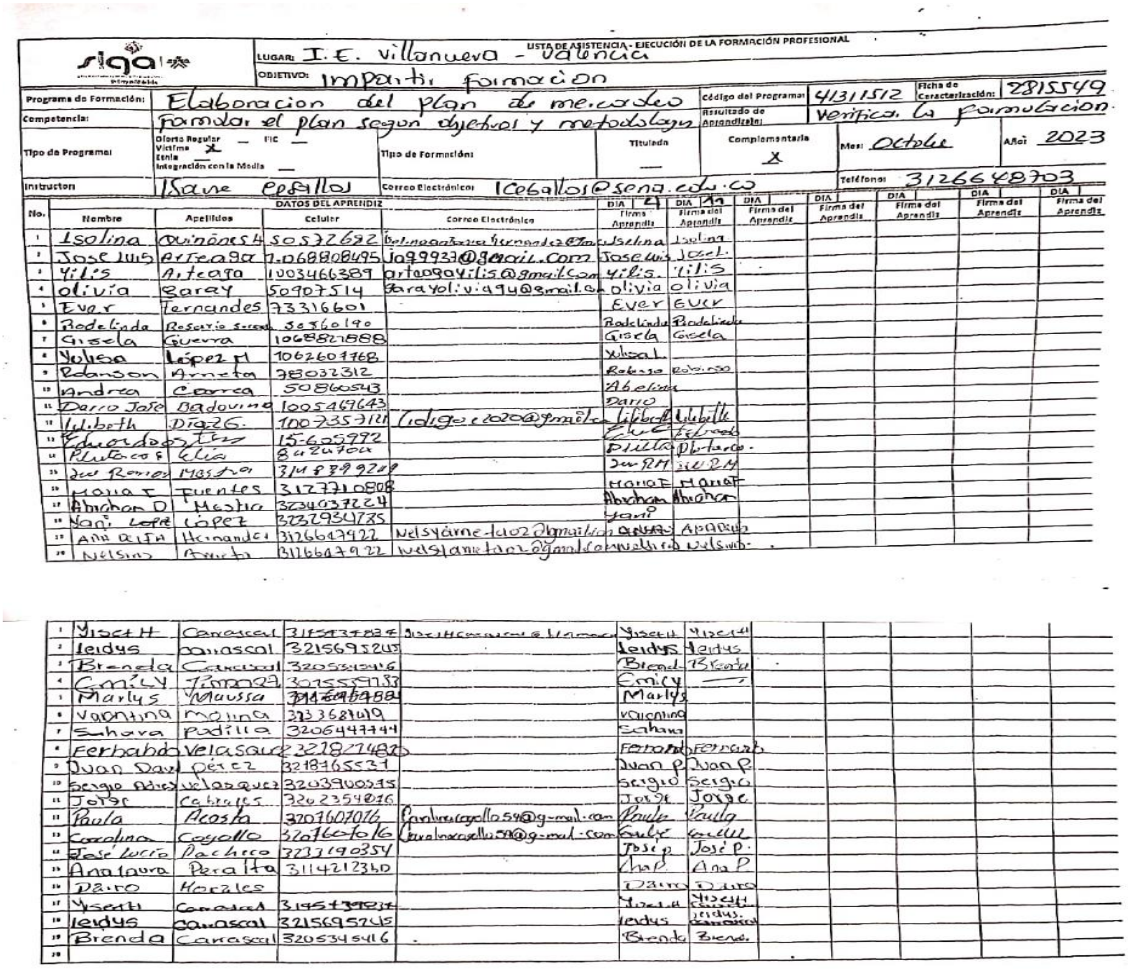
Anexo 8: plan concertado ficha 2821563

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO
FICHA	2821563
COMPETENCIA	FORMULAR EL PLAN SEGÚN OBJETIVOS Y METODOLOGIAS
RESULTADO DE APRENDIZAJE	VERIFICAR LA FORMULACION DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
ADIELA SOFIA HERNANDEZ SOTO	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
ARCENIA MARIA RAMOS RODRIGUEZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
ARMANDO JOSE MARTINEZ ALVAREZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023		x
BENITO ANTONIO ORTEGA JARAMILLO	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
BUEVAVENTURA GOMEZ BUELVAS	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
DAIRO DAIRO MORALES BENITEZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
ERMELINA ALZATE TORRES	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
EVA JUDITH RAMOS RODRIGUEZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
FERNANDO ENRIQUE VELASQUEZ COGOLLO	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
FRANKLYN YORLEY CHAVEZ CARRANZA	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
GLENIS LUZ TORDECILLA VARGAS	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023		x
HUMBERTO HUGO HERNANDEZ FUENTES	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
IRENILDA VARGAS DIAS	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023		x
IRIS ISABEL GOMEZ GOMEZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
JAIME GARCIA ARTEAGA	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023		
JAIRO MUENTES MENDOZA	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
JESUS MARIA GOMEZ YANEZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
JHON JAIRO MUENTES SAAVEDRA	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
JOSE GILDARDO ESCUDERO MUÑOZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023		x
JUAN BAUTISTA PEREZ PEREZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
JULIA MARIA PAEZ LEON	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023	x	
KARINA ROSA GUERRERO HERNANDEZ	INVESTIGACION DE SABERES PREVIOS	x		10/13/2023		x

Obligación contractual 1

Anexo 9: listado de asistencia ficha 2815549



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: I.E. Villanueva - Valencia

OBJETIVO: Impartir formación

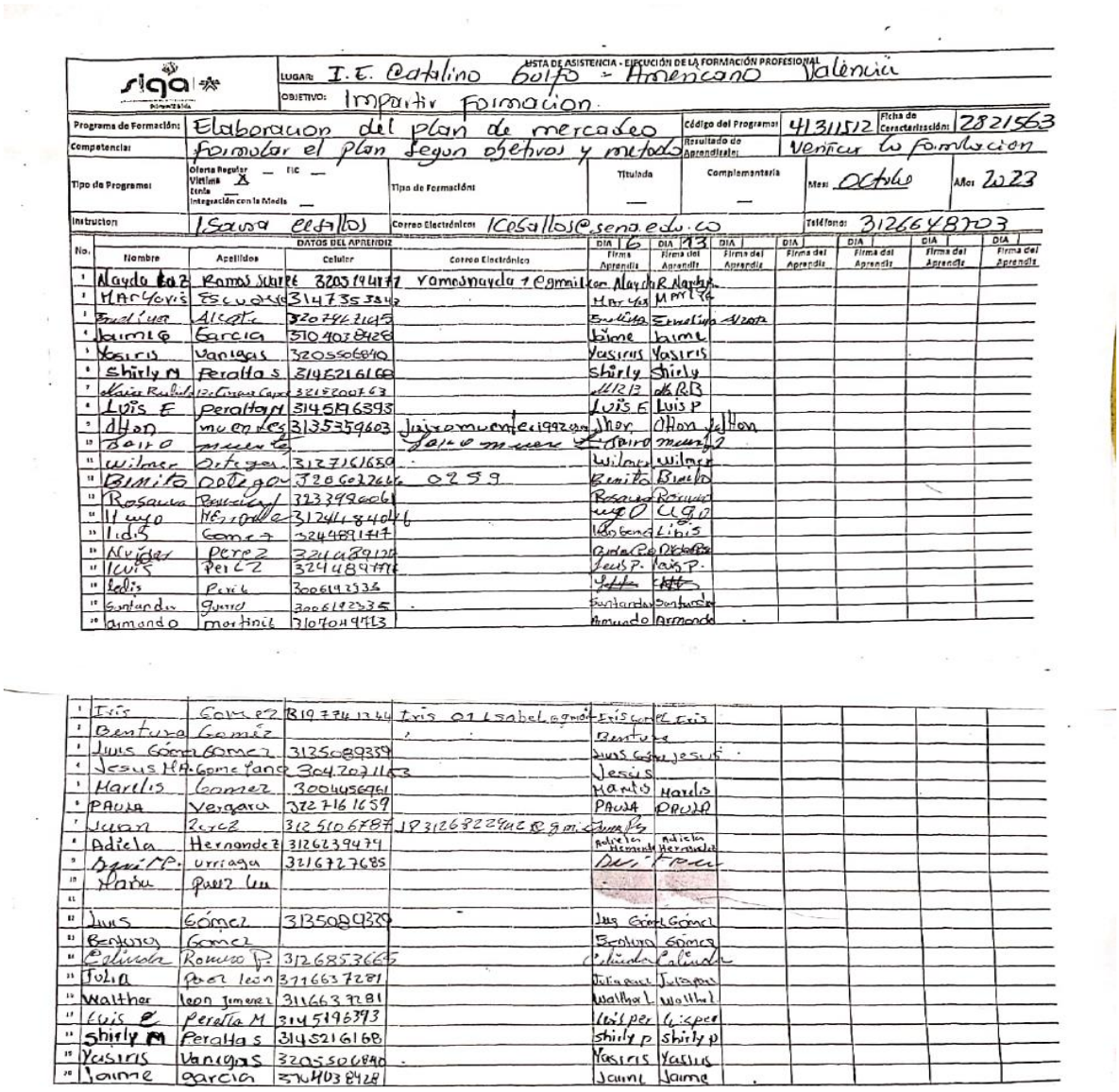
Programa de Formación:	Elaboración del plan de mercadeo	Código del Programa:	413111512
Competencia:	Formular el plan según objetivos y metodologías	Resultado de Aprendizaje:	Verifica la formulación
Tipo de Programa:	Oferta Regular X — PIC — Jóvenes en Acción — Integración con la Media —	Titulada —	Complementaria X
Instructor:	Diana Espitia	Correo Electrónico:	Ceballos@sena.edu.co
Mes:	Octubre	Año:	2023
Ficha de Caracterización:	2815549	Teléfono:	3126648703

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 24 Firma Aprendiz	DIA 25 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Isolina	Quiñonez	50537262		Isolina	Isolina					
2	Jose Luis	Arteaga	1.068808495	Jo99933@gmail.com	Jose Luis	Jose L.					
3	Yilis	Arteaga	1003466389	arteaga4yilis@gmail.com	Yilis	Yilis					
4	olivia	Saray	50907514	Sarayolivia94@gmail.com	olivia	olivia					
5	Ever	Fernandez	73316601		Ever	Ever					
6	Rodelinda	Rosario	36360190		Rodelinda	Rodelinda					
7	Gisela	Guevara	1068827888		Gisela	Gisela					
8	Yulisa	López M	1062601768		Yulisa L.						
9	Edanson	Arrieta	98032312		Rebeca Edanson						
10	Andrea	Correa	50860543		Abelina						
11	Darío José	Badovinac	1005469643		Darío						
12	Yuliberth	Diaz G.	1007357111	Yidiga.c2020@gmail.com	Yuliberth	Yuliberth					
13	Eduardo Ortiz		15.603792		Eduardo						
14	Plutarco E	Elia	8402760		Plutarco	Plutarco					
15	Jan Rones	Maestra	314 839 9209		Jan Ronel	Jan R.					
16	Maria F	Fuentes	3177210808		Mariof	Mariof					
17	Amahan D	Mestra	3204037224		Abraham	Abraham					
18	Nani Lopez	López	3232934735		Nani						
19	Ana Delia	Hernandez	3126647922	Nelsyanne.delia2@gmail.com	Ana D.	Ana D.					
20	Nelsina	Bautista	3126647922	Nelsyanne.delia2@gmail.com	Nelsina						

1	Yiseth H	Carrascal	3115437402	Yisethcarrascal@hotmail.com	Yiseth	Yiseth						
2	Leidys	Carrascal	3215695245		Leidys	Leidys						
3	Brenda	Carrascal	3205345416		Brenda	Brenda						
4	Emily	Tamara	3215597833		Emily	—						
5	Marlys	Maussa	3114698488		Marlys							
6	Valentina	Molina	3233681019		Valentina							
7	Sahara	Padilla	3206447744		Sahara							
8	Fernanda	Velasquez	3218274820		Fernanda	Fernanda						
9	Juan David	Pérez	3218965537		Juan P.	Juan P.						
10	Sergio Alexis	Velasquez	3203900335		Sergio	Sergio						
11	Jorge	Ceballos	3202354016		Jorge	Jorge						
12	Paula	Acosta	3207607016	Paulaacosta54@gmail.com	Paula	Paula						
13	Carolina	Coyallo	3206606016	Carolinacoyallo54@gmail.com	Carolina	Carolina						
14	José Lucio	Pacheco	3221190354		José P.	José P.						
15	Anaura	Peralta	3114212360		Ana P.	Ana P.						
16	Dairo	Morales			Dairo	Dairo						
17	Yiseth	Carrascal	3115437402		Yiseth	Yiseth						
18	Leidys	Carrascal	3215695245		Leidys	Leidys						
19	Brenda	Carrascal	3205345416		Brenda	Brenda						
20												

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 9: listado de asistencia ficha 2821563



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: I.E. Catalino Bolfo - Americano Valencia

OBJETIVO: Impartir formación.

Programa de Formación:	Elaboracion del plan de mercadeo	Código del Programa:	41311512
Competencia:	formular el plan segun objetivos y metodos	Ficha de Caracterización:	2821563
Tipo de Programa:	Oferta Regular X — PIC — Titulada — Complementaria —	Resultado de Aprendizaje:	Verificar la formulacion
Instructor:	Laura castillo	Mes: Octubre	Año: 2023
	Correo Electrónico: lcastillos@sena.edu.co	Teléfono:	3126648703

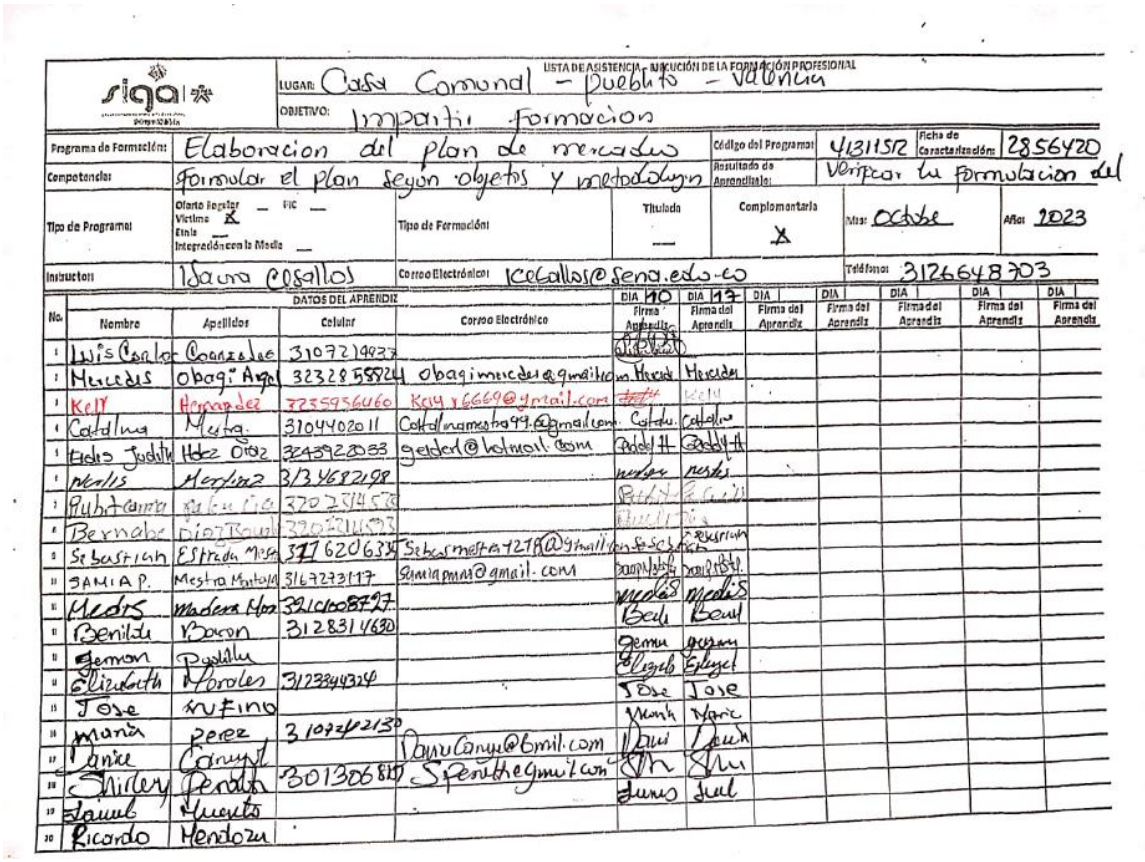
DATOS DEL APRENDIZ

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 16 Firma Aprendiz	DIA 13 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Nayda Paz	Ramos Suarez	3205194177	Yamosnayda7@gmail.com	Nayda	Nayda					
2	Marlovis	Escalona	3147355346		Marlovis	Marlovis					
3	Emelina	Alcala	3207462145		Emelina	Emelina					
4	Jaime	Garcia	3104038428		Jaime	Jaime					
5	Yasiris	Vanegas	3205506890		Yasiris	Yasiris					
6	Shirly M	Peralta S	3145216168		Shirly	Shirly					
7	Maria Rubiela	Cifuentes Lopez	3215200763		MRB	MRB					
8	Luis E	Peralta M	3145196393		Luis E	Luis P					
9	Jhon	Mu en Les	3135359603	Jhonmuentes1992@gmail.com	Jhon	Jhon					
10	Jairo	Munoz		Jairomunoz1992@gmail.com	Jairo	Munoz					
11	Wilmer	Ortegon	3127161659		Wilmer	Wilmer					
12	Bimita	Ortegon	3206022666	0259	Bimita	Bimita					
13	Rosaura	Pencue	3233996061		Rosaura	Rosaura					
14	Ulyo	Mendez	3124684044		Ulyo	Ulyo					
15	Libis	Gomez	3244891414		Libis	Libis					
16	Nuñez	Perez	3214289120		Nuñez	Nuñez					
17	Luis	Perez	3244894776		Luis P.	Luis P.					
18	Edis	Perez	3006192336		Edis	Edis					
19	Santander	Guerrero	3006192336		Santander	Santander					
20	Armando	Martinez	3107049743		Armando	Armando					

1	Iris	Gomez	8197761264	Iris01isabel.gomez@gmail.com	Iris	Iris
2	Bentura	Gomez			Bentura	
3	Julis Gómez	Gomez	3135089389		Julis Gómez	Jesus
4	Jesus MA.	Gomez	3042071163		Jesus	
5	Marlis	Gomez	3004456961		Marlis	Marlis
6	PAULA	Vergara	3227161659		PAULA	PAULA
7	Julian	Ruiz	3125106787	JP3126822942@gmail.com	Julian	
8	Adiela	Hernandez	3126239479		Adiela Hernandez	Adiela Hernandez
9	Ignacio	Urriaga	3216727685		Ignacio	
10	Maria	Ruiz Lu				
11						
12	Julis	Gómez	3135089389		Julis Gómez	Gómez
13	Bentura	Gomez			Bentura	Gómez
14	Calixta	Romero P.	3126853665		Calixta	Calixta
15	Julia	Ruiz leon	3196637281		Julia	Julia
16	Walther	Leon Jimenez	3116639281		Walther	Walther
17	Luis E	Peralta M	3145196393		Luis	Luis
18	Shirly M	Peralta S	3145216168		Shirly	Shirly
19	Yasiris	Vanegas	3205506890		Yasiris	Yasiris
20	Jaime	garcia	3104038428		Jaime	Jaime

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 9: listado de asistencia ficha 2856420



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Casa Comunal - Pueblito - Valencia
OBJETIVO: Impartir formacion

Programa de Formación:	Elaboracion del plan de mercadeo	Código del Programa:	413115R
Competencias:	Formular el plan segun objetos y metodologia	Resultados de Aprendizajes:	Verificar la formulacion del
Tipo de Programa:	Oferta Regular — Víctima X — Etnia — — Integración a la Media — — FIC —	Tipo de Formación:	Titulada — — Complementaria X
Instructor:	Laura Casallas	Correo Electrónico:	lccasallas@sena.edu.co

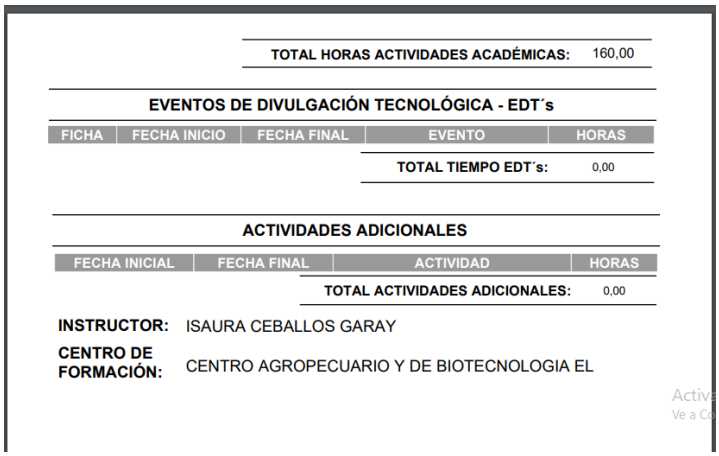
Mes: Octubre — Año: 2023 — Ficha de Caracterización: 2856420 — Teléfono: 3126648703

No.	DATOS DEL APRENDIZ Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 10 Firma Aprendiz	DIA 17 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Luis Carlos	Cuanalo	3107219837								
2	Mercedes	Obagi Arg	3232855824	obagimercedes@gmail.com	Mercedes	Mercedes					
3	Kelly	Hernandez	3235956460	Kelly6669@gmail.com							
4	Catalina	Mesa	3104402011	Catalinamesa99@gmail.com	Catalina	Catalina					
5	Yadis Judith	Hdez Diaz	3243928083	gelder@hotmail.com							
6	Medis	Martinez	3134682198								
7	Ruby Carmen	[illegible]	3202514538								
8	Bernabe	Diaz Baena	3202211693								
9	Sebastian	Estrada Mesa	3176206335	Sebastianmesta427@gmail.com							
10	SAMIA P.	Mesta Montalvo	3167273117	Samiapmar@gmail.com							
11	Medis	Madera Hoz	3214008827		Medis	Medis					
12	Benilda	Baron	3128314630		Benilda	Benilda					
13	Jemon	Pujalte			Jemon	Jemon					
14	Elizabeth	Morales	3123344324		Elizabeth	Elizabeth					
15	Jose	Nuñez			Jose	Jose					
16	Maria	Perez	3107202130		Maria	Maria					
17	Janice	Carupia		DanuCarupia@Gmail.com	Janice	Janice					
18	Shirley	Pertuz	3013068817	Spertuz@gmail.com	Shirley	Shirley					
19	Samuel	Fuentes			Samuel	Samuel					
20	Ricardo	Mendoza									

Escaneado con CamScanner

Obligación contractual 1

Anexo 10:
pantallazo de Horas laboradas en el mes de octubre.



TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	160,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

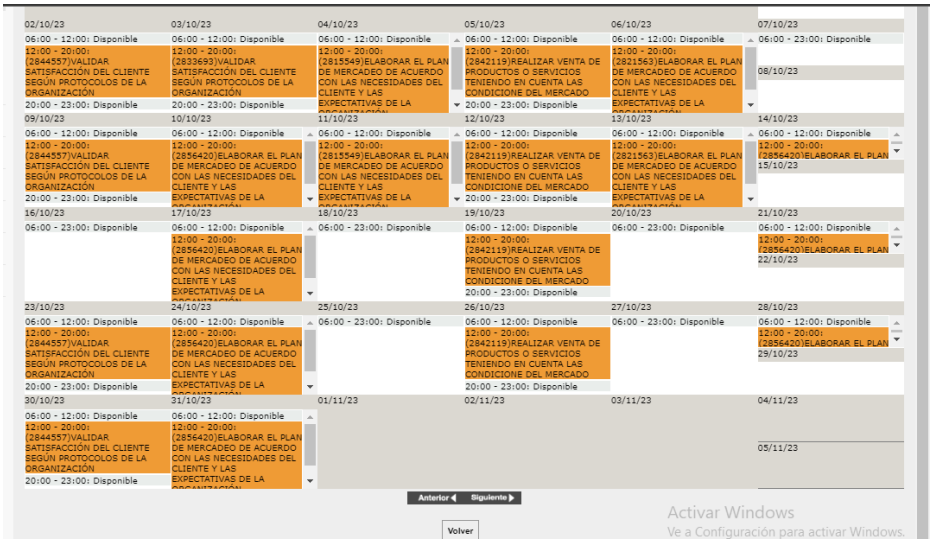
ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

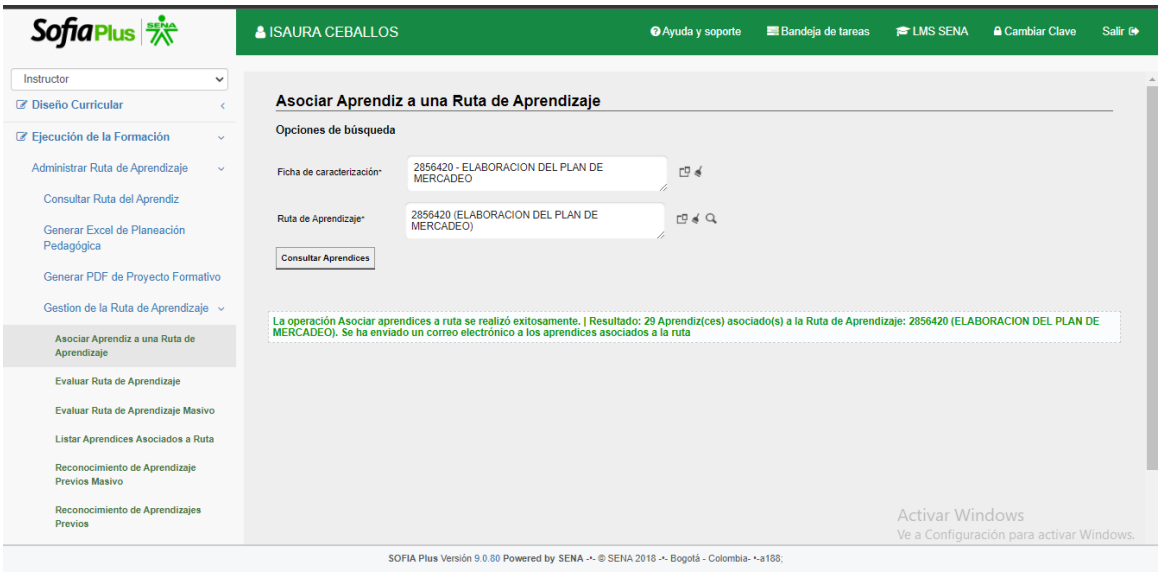
INSTRUCTOR: ISAURA CEBALLOS GARAY

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL



Obligación contractual 2

Anexo 11:
Pantallazo de asociación de la ruta a la ficha 2856420



Obligación contractual 3

Anexo 12: Listados de verificación de vivanto ficha: 2856420

LISTADO PARA VERIFICACION VIVANTO									
CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR									
PROGRAMA VICTIMAS 2023									
NOMBRE DEL INSTRUCTOR		ISAURA CEBALLOS GARAY							
DOCUMENTO		1067836729		CELULAR		3126648703			
NOMBRE DEL CURSO		FORTALECIMIENTO DE MERCADEO Y VENTAS				EMAIL		ICEBALLOS@SENA.EDU.CO	
MUNICIPIO		VALENCIA		CORREGIMIENTO		VEREDA		PUEBLITO	

CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	FECHA DE EXPEDICION	LUGAR DE EXPEDICION	VIVANTO
1	BENILDA BARON ROMERO	CC	50860261	3106438213	1/5/1964	TIERRALTA	14-Jun-89	VALENCIA	DESAPARICIÓN_FORZADA
2	CARMEN ANDREA PEREZ MERCADO	CC	1101442811	3215639742	15-Jun-04	SAN ONOFRE	12-Jul-22	VALENCIA	DESAPARICIÓN_FORZADA
3	CLARA INES CORDERO MENDOZA	CC	30686548	3145916038	3/23/1981	MONTERIA	6/26/2001	CERETE	DESAPARICIÓN_FORZADA
4	CRISTIAN ISSA PAEZ LORA	CC	1064985513	3144823603	19-May-88	MONTERIA	24-Jul-06	CERETE	AFROCOLOMBIANOS
5	DIANA LUZ CARVAJAL MENDOZA	CC	1074007916		12/23/1996	TIERRALTA	8-May-15	TIERRALTA	DISCAPACIDAD_FÍSICA
6	DANIEL JOSE ROZO MORALES	TI	1062608393	3123394324	6/6/2009	CERETE	7/14/2018	VALENCIA	DESAPARICIÓN_FORZADA
7	DAYSY LUZ VARELA OVIEDO	CC	50861556	3106554976	9/18/1972	VALENCIA	12/13/1993	VALENCIA	ABANDONO_O_DESPOJO_FORZADO_DE_TIERRAS
8	ELIZABETH MORALES BENITEZ	CC	1032377039	3123394324	9/16/1982	VALENCIA	27-Dec-04	BOGOTA	DESAPARICIÓN_FORZADA
9	ELIZABETH PEMBERTY JIMENEZ	CC	1067862643	3145007465	7/14/1988	MONTERIA	9/19/2006	MONTERIA	NEGRO
10	FERNEY FERNANDO JAIME PATERNINA	CC	1068812790	3145852189	11/5/1987	VALENCIA	26-Jun-07	VALENCIA	DESAPARICIÓN_FORZADA
11	FRANCISCO MANUEL FALCO ALMANZA	CC	1581690	3123394324	12/31/1936	MONTERIA	12/13/1958	VALENCIA	DISCAPACIDAD_FÍSICA
12	GERMAN PADILLA NAVARRO	CC	78646450	3128829711	7/2/1983	TIERRALTA	9-Jul-03	TIERRALTA	DESAPARICIÓN_FORZADA
13	JAQUELINE DEL CARMEN JIMENEZ HERNANDEZ	CC	50902446	3116614344	12-Sep-69	MONTERIA	4/1/1992	MONTERIA	NEGRO
14	JOSE RUFINO LEON UBARNE	CC	6879329	3216751209	8/5/1958	MONTERIA	15-Dec-77	MONTERIA	DESAPARICIÓN_FORZADA
15	JUN DE LA CRUZ MUÑOZ LOPEZ	CC	6863139	3146974608	11/12/1942	MONTERIA	18-Mar-71	MONTERIA	NEGRO
16	LUCIA PATERNINA VEGA	CC	34987187	3123394324	4/20/1965	VALENCIA	24-Sep-83	MONTERIA	AFROCOLOMBIANOS
17	LUIS ENRIQUE PERALTA MARTINEZ	CC	10904021	3145196393	8/5/1980	VALENCIA	17-Dec-98	VALENCIA	AFROCOLOMBIANOS
18	MARIA JULIA PEREZ MERCADO	CC	64532951	3215639742	7/14/1980	SAN ONOFRE	26-Jan-99	SAN ONOFRE	NEGRO
19	MARLE DEL JIMENEZ HERNANDEZ	CC	1067851290	3128674622	10/26/1973	MONTERIA	5/6/2006	MONTERIA	AFROCOLOMBIANOS
20	MIGUEL ANTONIO GAVIRIA PEÑATA	CC	10904487	3137168252	3/9/1982	VALENCIA	23-Apr-01	VALENCIA	AFROCOLOMBIANOS
21	PORFIRIO DARIO OSPINO MERCADO	CC	10997495	3123394324	7/7/1974	CANALETE	13-Dec-93	CANALETE	DISCAPACIDAD_FÍSICA
22	RICARDO MIGUEL MENDOZA ARROYO	CC	1067845972	3218220198	4/3/1986	VALENCIA	29-Oct-04	MONTERIA	NEGRO
23	ROGER MANUEL OSPINO MERCADO	CC	10997021	3106554976	7/26/1972	EL GUINEO(CANALETE)	21-Feb-91	CANALETE	REMITIDOS_POR_EL_PAL
24	ROSALBINA YASMIN MONTES TAPIAS	CC	50924778	3216751209	2/12/1971	MONTERIA	5-Jun-97	MONTERIA	REMITIDOS_POR_EL_PAL
25	SAIDA ESTHER VELAZQUEZ ESPITIA	CC	1007722809	3116118003	11/15/1993	SAN PEDRO DE URABA	19-Jul-12	VALENCIA	AFROCOLOMBIANOS
26	SANDRA MILENA VARGAS JIMENEZ	CC	1067909868	3104298564	1/20/1989	MONTERIA	2/19/2010	MONTERIA	DISCAPACIDAD_FÍSICA
27	SANDY PAOLA VELAZQUEZ VARGAS	TI	1064802059	3104298564	3/1/2007	MONTERIA	24-Jan-19	VALENCIA	ADOLESCENTE_TRABAJADOR
28	SHIRLY MILENA PERALTA SERPA	CC	1068807076	3013068151	8/15/2004	VALENCIA	28-Oct-22	VALENCIA	ADOLESCENTE_TRABAJADOR
29	YANEIRIS GARCIA BARON	CC	1148436304	3107364966	9/27/1989	VALENCIA	9-Feb-09	MONTERIA	AFROCOLOMBIANOS
30									
									29

Obligación contractual 5

Anexo 13 Registros fotográficosen formación de las fichas: 2842119





Obligación contractual 5

Anexo 14:

Registros fotográficos ficha 2844557





Obligación contractual 5

Anexo 15:

Registros fotográficos Ficha: 2815549





Obligación contractual 5

Anexo 16:

Registro fotográfico ficha 2821563





Obligación contractual 5

Anexo 17:

Registro fotográfico ficha 2856420





Obligación Contractual 7

Anexo 18: reporte inicial de novedad del ambiente ficha 2856420

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

1. INFORMACIÓN GENERAL

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

Regional:	CORDOBA	Centro de Formación:	CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGICO EL PORVENIR
Programa de Formación:	ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO	Código de Programa:	41311512
Identificación del ambiente de aprendizaje	Localización:	Vereda PUEBLITO– VALENCIA	
	Denominación:	CASA COMUNAL PUEBLITO	
	Tipo de Ambiente	Interno [ ]	Externo [x]

2. IDENTIFICACIÓN DE NOVEDADES

TIPO DE NOVEDAD	DETALLE DE NOVEDAD
Ambiente, aula o laboratorio:	SALON DE REUNIONES
Equipos, máquinas y mobiliario:	**SILLAS RIMAX**
Materiales de formación:	**NINGUNO**
Biblioteca y bibliografía:	**NO**

DECISION SOBRE LA VIABILIDAD DE USO DEL AMBIENTE: APTO [x] NO APTO [ ]

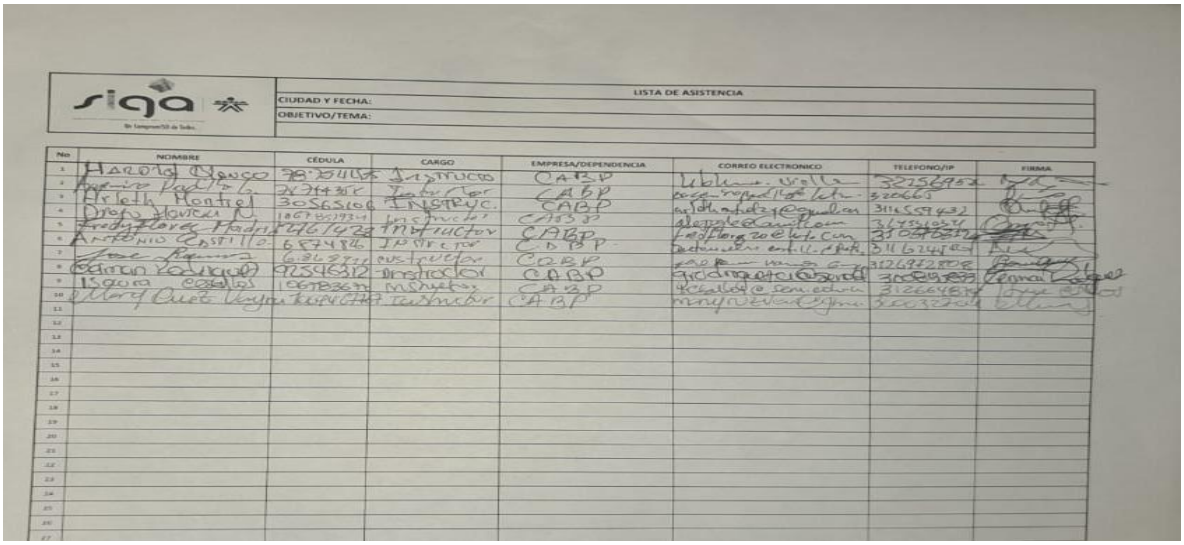
Ciudad y fecha:	11-10-2023	Firma Nombre instructor que realiza el reporte	ISAURA CEBALLOS GARAY

Ciudad y fecha:	11-10-2023	Firma Nombre Coordinador que recibe el reporte	JORGE HERNANDEZ

Obligación Contractual 9

Anexo 19: listado de asistencia a feria de emprendimiento y registro fotográfico





siga

LISTA DE ASISTENCIA

CIUDAD Y FECHA:

OBJETIVO/TEMA:

No	NOMBRE	CÉDULA	CARGO	EMPRESA/DEPENDENCIA	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO/IP	FIRMA
1	Harold Blanco	98.211.115	Instructo	CABP		3225296	
2				CABP			
3	Arleth Montiel	30565106	INSTRUC.	CABP			
4				CABP		3114559431	
5				CABP			
6				CABP			
7				CABP			
8				CABP			
9				CABP			
10				CABP			

Obligación Contractual 10

Anexo 20: Pantallazo de juicios de evaluación de la ficha 2821563

Reporte de Juicios de Evaluación

Fecha del	11/10/2023
Ficha de	2821563
Código:	41311512
Versión:	1
Denominación:	ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO
Estado de la	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	11/08/2023
Fecha Fin:	27/10/2023
Modalidad de	PRESENCIAL
Regional:	23 - REGIONAL CÓRDOBA
Centro de	9115 - CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL

Tip	Número de	Nombre	Apellidos	Competencia	Resultado de Aprendizaje	Juicio de	Funcionario que registro el juicio
CC	1001401386	NELSIRIS JUDITH	ARRIETA HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1001401386	NELSIRIS JUDITH	ARRIETA HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1001401386	NELSIRIS JUDITH	ARRIETA HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1001597576	YEISON ANDRES	VERGARA PAEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1001597576	YEISON ANDRES	VERGARA PAEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1001597576	YEISON ANDRES	VERGARA PAEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003464227	LIDIS YOHANA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003464227	LIDIS YOHANA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003464227	LIDIS YOHANA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003465050	LEDYS YESENIA	PEREZ DE LA ROSA	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003465050	LEDYS YESENIA	PEREZ DE LA ROSA	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003465050	LEDYS YESENIA	PEREZ DE LA ROSA	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003465711	JULIA MARIA	PAEZ LEON	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003465711	JULIA MARIA	PAEZ LEON	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003465711	JULIA MARIA	PAEZ LEON	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466728	NEIDER YESITH	PEREZ DE LA ROSA	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466728	NEIDER YESITH	PEREZ DE LA ROSA	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466728	NEIDER YESITH	PEREZ DE LA ROSA	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1040355507	NELFY	COGOLLO MORALES	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1040355507	NELFY	COGOLLO MORALES	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1040355507	NELFY	COGOLLO MORALES	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1062607768	YULISA	LOPEZ MORALES	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1062607768	YULISA	LOPEZ MORALES	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1062607768	YULISA	LOPEZ MORALES	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1063284264	LUIS FERNANDO	COBO FLOREZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1063284264	LUIS FERNANDO	COBO FLOREZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1063284264	LUIS FERNANDO	COBO FLOREZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1064977864	DAIRO DARIO	MORALES BENITEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1064977864	DAIRO DARIO	MORALES BENITEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1064977864	DAIRO DARIO	MORALES BENITEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY

Obligación Contractual 10

Continuación Anexo 20: Pantallazo de juicios de evaluación de la ficha 2821563

47	CC	1068806933	IRENILDA	VARGAS DIAZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
48	CC	1068806933	IRENILDA	VARGAS DIAZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
49	CC	1068806933	IRENILDA	VARGAS DIAZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
50	CC	1068807540	YANI LUZ	LOPEZ HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
51	CC	1068807540	YANI LUZ	LOPEZ HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
52	CC	1068807540	YANI LUZ	LOPEZ HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
53	CC	1068808411	PAULA ANDREA	VERGARA GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
54	CC	1068808411	PAULA ANDREA	VERGARA GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
55	CC	1068808411	PAULA ANDREA	VERGARA GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
56	CC	1068808779	KARINA ROSA	GUERRERO HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
57	CC	1068808779	KARINA ROSA	GUERRERO HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
58	CC	1068808779	KARINA ROSA	GUERRERO HERNANDEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
59	CC	1068808801	LIVIS PAOLA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
60	CC	1068808801	LIVIS PAOLA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
	CC	1068808801	LIVIS PAOLA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY

65								
66	TI	1068812710	SAHARA	PADILLA LOPEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
67	TI	1068812710	SAHARA	PADILLA LOPEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
68	CC	1068814751	FRANKLIN YORLEY	CHAVEZ CARRANZA	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
69	CC	1068814751	FRANKLIN YORLEY	CHAVEZ CARRANZA	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
70	CC	1068814751	FRANKLIN YORLEY	CHAVEZ CARRANZA	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
71	CC	1068816976	MARIA ISABEL	PAEZ LEON	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
72	CC	1068816976	MARIA ISABEL	PAEZ LEON	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
73	CC	1068816976	MARIA ISABEL	PAEZ LEON	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
74	CC	1068817277	JHON JAIRO	MUENTES SAAVEDRA	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
	CC	1068817277	JHON JAIRO	MUENTES SAAVEDRA	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY

76	CC	1068817277	JHON JAIRO	MUENTES SAAVEDRA	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
77	TI	1068819652	FERNANDO ENRIQUE	VELASQUEZ COGOLLO	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
78	TI	1068819652	FERNANDO ENRIQUE	VELASQUEZ COGOLLO	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
79	TI	1068819652	FERNANDO ENRIQUE	VELASQUEZ COGOLLO	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
80	CC	1068819840	KELLY JOHANA	ARGEL VARGAS	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
81	CC	1068819840	KELLY JOHANA	ARGEL VARGAS	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
82	CC	1068819840	KELLY JOHANA	ARGEL VARGAS	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
83	CC	1068820604	MARELIS MARIA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
84	CC	1068820604	MARELIS MARIA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
85	CC	1068820604	MARELIS MARIA	GOMEZ GOMEZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
86	CC	1073983081	GLENIS LUZ	TORDECILLA VARGAS	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
87	CC	1073983081	GLENIS LUZ	TORDECILLA VARGAS	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
88	CC	1073983081	GLENIS LUZ	TORDECILLA VARGAS	38824 - Formular el plan según objetivos	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
89	CC	10892590	ARMANDO JOSE	MARTINEZ ALVAREZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
	CC	10892590	ARMANDO JOSE	MARTINEZ ALVAREZ	38824 - Formular el plan según objetivos	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY

Obligación Contractual 10

Continuación Anexo 20: Pantallazo de juicios de evaluación de la ficha 2815549

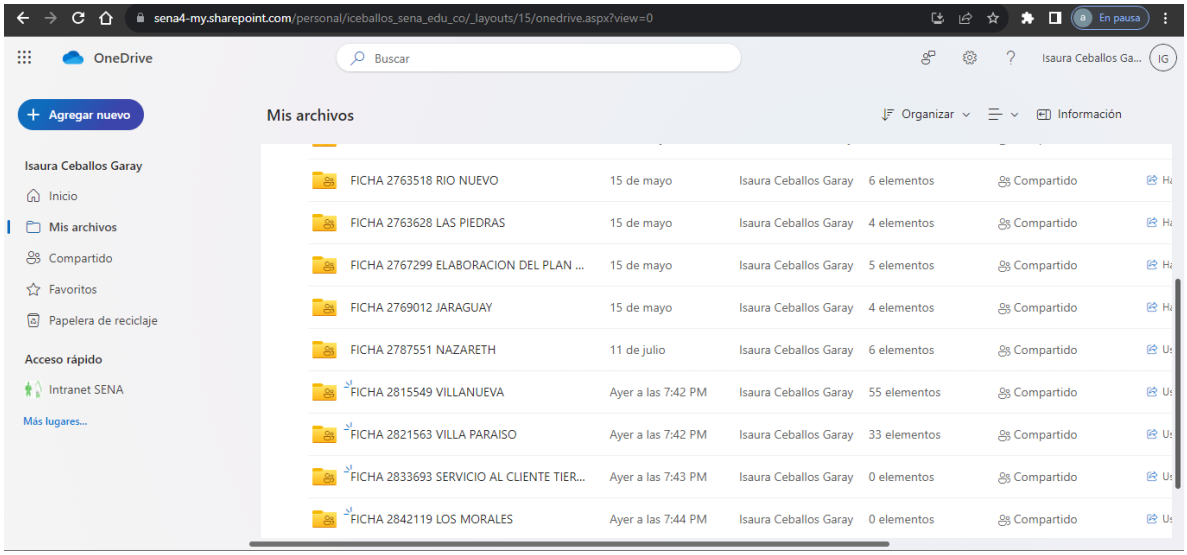
Reporte de Juicios de Evaluación

Fecha del Reporte:	11/10/2023
Ficha de	2815549
Código:	41311512
Versión:	1
Denominación:	ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO
Estado de la Ficha	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	02/08/2023
Fecha Fin:	11/10/2023
Modalidad de	PRESENCIAL
Regional:	23 - REGIONAL CÓRDOBA
Centro de	9115 - CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL PORVENIR

Tipo	Número de	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resultado de Aprendizaje	Juicio de	Funcionario que registro el juicio
CC	1003465744	YURAIMY YULISA	AVILA ORTIZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003465744	YURAIMY YULISA	AVILA ORTIZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003465744	YURAIMY YULISA	AVILA ORTIZ	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466389	YILIS PAOLA	ARTEAGA QUIÑONES	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466389	YILIS PAOLA	ARTEAGA QUIÑONES	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466389	YILIS PAOLA	ARTEAGA QUIÑONES	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466663	YISETH YULIETH	CARRASCAL SERNA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466663	YISETH YULIETH	CARRASCAL SERNA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1003466663	YISETH YULIETH	CARRASCAL SERNA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1005469643	DARIO JOSE	BALDOMINO AVILA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1005469643	DARIO JOSE	BALDOMINO AVILA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1005469643	DARIO JOSE	BALDOMINO AVILA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1007357121	LILIBETH	DIAZ GUERRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1007357121	LILIBETH	DIAZ GUERRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1007357121	LILIBETH	DIAZ GUERRA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1012352879	EMILY AIDE	ROJAS JIMENEZ	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1012352879	EMILY AIDE	ROJAS JIMENEZ	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1012352879	EMILY AIDE	ROJAS	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS
TI	1062978927	ABRAHAN DAVID	MESTRA FUENTES	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1062978927	ABRAHAN DAVID	MESTRA FUENTES	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
TI	1062978927	ABRAHAN DAVID	MESTRA FUENTES	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1067956778	VANESSA ISABEL	JIMENEZ PERALTA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1067956778	VANESSA ISABEL	JIMENEZ PERALTA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1067956778	VANESSA ISABEL	JIMENEZ PERALTA	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068806154	KARINA ANDREA	DIAZ VELAZQUES	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068806154	KARINA ANDREA	DIAZ VELAZQUES	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068806154	KARINA ANDREA	DIAZ VELAZQUES	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	NO APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068806591	SERGIO ANDRES	VELASQUEZ COGOLLO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068806591	SERGIO ANDRES	VELASQUEZ COGOLLO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068806591	SERGIO ANDRES	VELASQUEZ COGOLLO	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068808091	BRENDA ROSA	CARRASCAL CARDENAS	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567140 - 2. ELABORAR EL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068808091	BRENDA ROSA	CARRASCAL CARDENAS	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	567141 - 3. VERIFICAR LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO, SEGÚN LOS	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS GARAY
CC	1068808091	BRENDA ROSA	CARRASCAL	POR CERTIFICAR	38824 - Formular el plan según	567142 - 1. REALIZAR DIAGNÓSTICO DE LA	APROBADO	CC 1067836729 - ISAURA CEBALLOS

Obligación Contractual 11

Anexo 21: Pantallazo del portafolio del instructor (DRIVE DEL PRORAMA DE VICTIMAS)



https://sena4-my.sharepoint.com/personal/jhernandezg_sena_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?ct=1681390401429&or=OWA%2DNT&cid=b261162e%2D57f9%2Dd6bd%2Df220%2Df7cbe75810ca&ga=1&sortField=LinkFilename&isAscending=true&view=0