PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, 31 de Julio del 2024

Señor (a)
IVAN DARIO GUZMAN SANCHEZ
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR. 5839349
Coordinador académico
Centro Agropecuario y de Biotecnología El Porvenir
Montería

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes julio del año 2024

Referencia: No CO1.PCCNTR. 5839349 del año 2024

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: Diez pagos iguales de febrero a noviembre por valor de $4.465.545 cada uno y un ultimo pago por catorce dias de diciembre por valor de $2.083.921 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 14 de diciembre de 2024.

OBJETO:
PRESTAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE INSTRUCTORES DE DIFERENTES ÁREAS DEL CONOCIMIENTO PARA IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL EN EL PROGRAMA DE ATENCIÓN DE LA POBLACIÓN VICTIMA DE LA VIOLENCIA DEL CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGÍA EL PORVENIR EN EL AREA DE MERCADEO Y VENTAS

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 el desarrollo de procesos académicos, impartiendo formación, en los programas de formación: **Elaboración del plan de mercadeo,** el municipio de Valencia las ficha - 2981542 **Competencia:** Formular el plan según objetivos y metodologías **Resultado de Aprendizaje:** Estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y proceso de mercadeo **Servicio al cliente** en el municipio de Valencia ficha 2985804 **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con procedimientos de servicio y normativa. **Resultado de la competencia:** Validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización. **Fortalecimiento de mercadeo y ventas**	**Anexo 1**: Guía de Aprendizaje Fichas No- 2981542 **Anexo 2**: Plan Concertado Ficha 2981542 **Anexo 3**: Listas de Asistencias Fichas No. 2981542 **Anexo 4:** Guías de aprendizaje ficha 2985804 **Anexo 5:** Plan concertado ficha 2985804 **Anexo 6:** Listado de asistencia ficha 2985804 **Anexo 7:** Guías de aprendizaje ficha 2958265-2981541-2981545-3015946

		en el municipio de Valencia ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946 **Competencia:** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales **Resultado del aprendizaje:** Evaluar el proceso de venta teniendo en cuenta las condiciones del mercado y políticas de la organización. Total, horas mes: 160 horas.	**Anexo 8:** Plan concertado ficha 2958265-2981541-2981545-3015946 **Anexo 9:** Listado de asistencia ficha 2958265-2981541-2981545-3015946 **Anexo 10**: Reporte de Horas del instructor mes Julio.
2	Asociar aprendices en el aplicativo Sofía Plus, dentro de los términos establecidos para ello	Se realizo el asocio de las rutas a la ficha: 3015946- 3026986	**Anexo 11:** Pantallazo de asociación de la ruta a la ficha 3015946-3026986
3	Apoyar y participar activamente en la gestión del programa de formación para el cumplimiento de metas y posicionamiento Regional de acuerdo con los lineamientos, cobertura y productos indicados por la Subdirección de centro y el supervisor del contrato	Se aporto a la meta con la creación de las fichas - 3015946 Para un total de 35 aprendices de los cuales 20 pertenecen a población víctima y el restante se aporta a las demás poblaciones vulnerables.	**Anexo 12:** Listado verificado en vivanto
4	Generar y ejecutar estrategias que permita la permanencia de los aprendices durante todo el tiempo de formación e Informar oportunamente a la	Se aplicaron las actividades didácticas plasmadas en las guías de aprendizajes como estrategias pedagógicas.	**Anexo 1-6** Guías de aprendizaje

	Coordinación Académica cualquier novedad presentada con los aprendices.		
5	Realizar el seguimiento de cada aprendiz mediante la orientación y acompañamiento a las actividades de aprendizaje y reportar avances o dificultades de manera oportuna a la Coordinación Académica en los formatos y tiempos que se dispongan para ellos.	Se realizo acompañamiento a los aprendices en las actividades programadas en las guías de aprendizajes desarrolladas. No se han reportado dificultad.	**Anexo 13:** Registro fotográfico de la ficha: 2981542 **Anexo 14:** Registros fotográfico ficha 2985804 **Anexo 15:** Registros fotográfico ficha 3015946 **Anexo 16:** Registros fotográfico ficha 2981541 **Anexo 17:** Registros fotográfico ficha 2981542
6	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar los informes mensuales de la ejecución del contrato o los productos que se le requiera, además del informe mensual de	En este mes no se presentaron requerimientos por parte de los supervisores y orientadores.	No aplica.

	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.		
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 3015946 se realizado mediante el formato GFPI-F- 021	**Anexo 18**: reporte de novedades del ambiente fichas 3015946 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.	Durante este mes no se presentaron requerimiento	**No aplica**
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 no se realizaron juicios de evaluación de la ficha	**No aplica**
11	Mantener en tiempo real el portafolio del instructor con la documentación requerida en el proceso de formación según la guía para	Se organizo las carperas de evidencia en el DRIVE portafolio del instructor - programa de	**Anexo 19:** Pantallazo del portafolio del

	desarrollar los procesos formativos.	víctima.	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.	No aplica	**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.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL

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. 4555954844 de la planilla SOI, operador de afiliación Sanitas EPS. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Anti trámites”)

Evidencias en (59) folios

Cordialmente,

Recibí a satisfacción:

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

Recibí a satisfacción:

IVAN DARIO GUZMAN SANCHEZ
Supervisor(a) Contrato CO1.PCCNTR. 5839349
Coordinador Académico CABP

Obligación contractual 1

Anexo 1: Guías de aprendizaje ficha 2981542



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

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.

GFPI-F-135 V04

La importancia de contar con una estrategia empresarial

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

GFPI-F-135 V04

Propuesta de valor

Modelo de negocios

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.

¿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.

GFPI-F-135 V04

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, reoglas)

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

GFPI-F-135 V04

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.

GFPI-F-135 V04

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).

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

GFPI-F-135 V04

Recaba los datos

Evalúa tus resultados

Lleva a cabo una retroalimentación

RECOLECCIÓN DE DATOS: MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La 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).

GFPI-F-135 V04

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

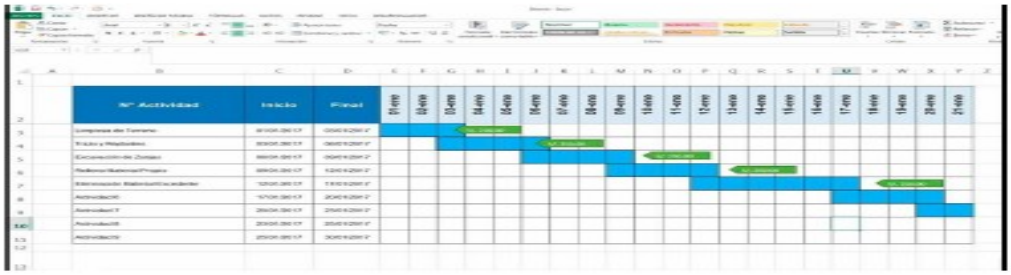
RAP: 1

Realice el diagnistico empresarial a una empresa del sector

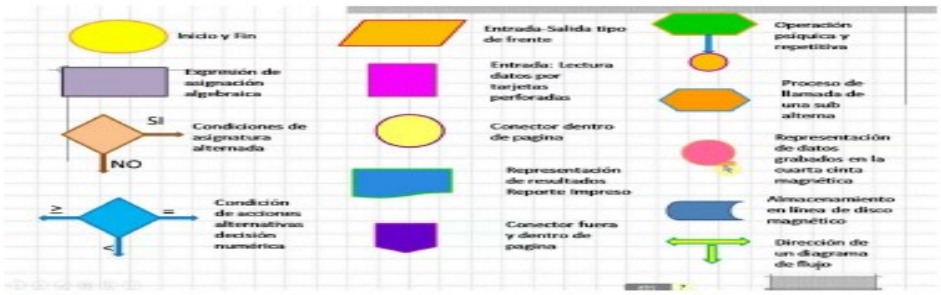
- Diagnostico organizacional
- Diagnostico funcional
- Diagnoctico cultural

GFPI-F-135 V04





GFPI-F-135 V04



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

GFPI-F-135 V04

- 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, reglas)
- 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 : **Evidencias de Desempeño** **Evidencias de Producto:**	**Conoce los conceptos básicos del plan de mercadeo.** **Desarrolla los talleres aplicando los conceptos de Mercadeo** **Desarrollo practico del programa de formación**	**Técnica de Evaluación: Formulación de preguntas** **Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo** **Técnica de Evaluación: Observación directa** **Instrumento de Evaluación: Talleres** **Técnica de Evaluación: Valoración del producto** **Instrumento de Evaluación: Lista de Chequeo**

GFPI-F-135 V04

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/

GFPI-F-135 V04

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_TQng7oKPo2x37youYTzQ2KwxlkE4WbCG4UQfp9_4aAmgoEALw_wcB&gclsrc=aw.ds

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ISAURA CEBALLOS GARAY	INSTRUCTORA	CABP	14-06-2024

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

GFPI-F-135 V04

Obligación contractual 1

Anexo 2: Plan Concertado Ficha: 2981542

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	ELABORACION DEL PLAN DE MERCADEO
FICHA	2981542
COMPETENCIA	FORMULAR EL PLAN SEGÚN OBJETIVOS Y METODOLOGIAS
RESULTADO DE APRENDIZAJE	ELABORAR EL PLANDE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y LAS EXPECTATIVAS DE LA ORGANIZACIÓN.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
ADALBERTO MANUEL BURGOS MENDOZA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
ALBANESSA GAVIRIA FLOREZ	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
AMAURY ENRIQUE SALGADO BURGOS	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
ANASARIA SARMIENTO WILCHES	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
NATALI PORTILLO HERRERA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
ANGELICA PAOLA SIBAJA BOTONERO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
ANGELICA QUIÑONES SARMIENTO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
AURA VANESSA GAVIRIA FLOREZ	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
DAYANA MARIA CONEO OSORIO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
ELEANIS MARCELA BUELVAS SIERRA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	X		7/10/2024	X	
	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO	X		7/10/2024	X	

Activar Windo
Ve a Configuració

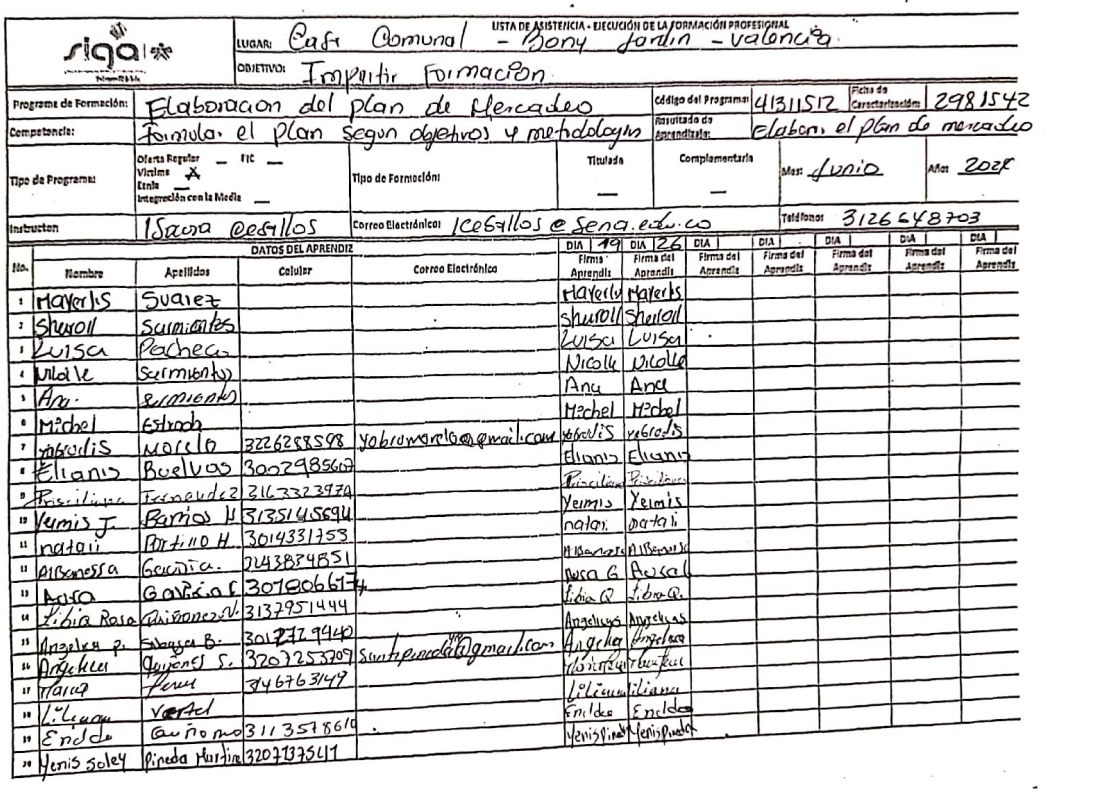
Continuación **Anexo 2**: Plan Concertado Ficha: 2981542

AMAURY ENRIQUE SALGADO BURGOS	DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
ANASARIA SARMIENTO WILCHES	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
NATALI PORTILLO HERRERA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
ANGELICA PAOLA SIBAJA BOTONERO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
ANGELICA QUIÑONES SARMIENTO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
AURA VANESSA GAVIRIA FLOREZ	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
DAYANA MARIA CONEO OSORIO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
ELEANIS MARCELA BUELVAS SIERRA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
ENELDA ROSA QUIÑONEZ CEBALLO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
GRACIELA MARIA MENDOZA PINEDA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
JAIDER LUIS YANEZ AVILA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
JAIME LUIS OVIEDO PINEDA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
JUAN BAUTISTA BUELVAS OSORIO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
JULIA PAOLA HOLGUIN DUARTE	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
KARIME NICOLLE SARMIENTO WILCHES	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
KETTYS LUZ LEON GOMEZ	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
LIBIA ROSA QUIÑONEZ VILORIA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
LILIANA VERTEL PEREIRA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
LUISA FERNANDA PACHECO PACHECO	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	
MARIA ALEJANDRA FERIA CHICA	PRESENTACION DEL PLAN COMPLETO DE MERCADEO CON MUESTREO	x		7/10/2024	x	

Activar Windo
Ve a Configuración

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 3: Registro de listado de asistencia ficha 2981542 JUNIO



siga

LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Casa Comunal - Bony Jardin - Valencia

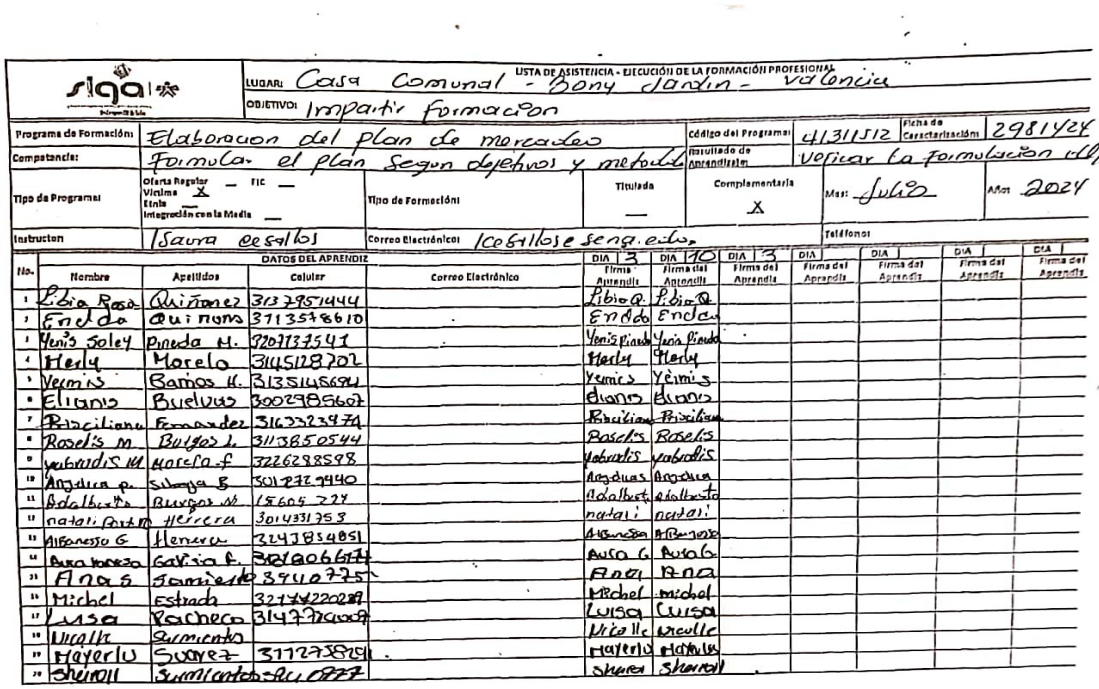
OBJETIVO: Impartir Formacion

Programa de Formación:	Elaboracion del plan de Mercadeo	Código del Programa:	41311512
Competencia:	Formula el plan segun objetivos y metodologia	Ficha de Caracterización:	2981542
Resultado de Aprendizaje:	Elabora el plan de mercadeo		
Tipo de Programa:	Oferta Regular — FIC — Víctima — Etnia — Integración con la Media —	Tipo de Formación:	Titulada — Complementaria —
Mes:	Junio	Año:	2025
Instructor:	Isaura Cedillos	Correo Electrónico:	Icedillos@sena.edu.co
Teléfono:	3126648703		

No.	DATOS DEL APRENDIZ Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 19 Firma Aprendiz	DIA 26 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Mayerlis	Suarez			Mayerlis	Mayerlis					
2	Sharoll	Sarmientes			Sharoll	Sharoll					
3	Luisa	Pacheco			Luisa	Luisa					
4	Nicolle	Sarmiento			Nicolle	Nicolle					
5	Ana	Sarmiento			Ana	Ana					
6	Michel	Estrada			Michel	Michel					
7	Yobris	Varela	3226258598	yobrismarela@gmail.com	Yobris	Yobris					
8	Eliana	Buelvas	3002985603		Eliana	Eliana					
9	Priscilla	Fernandez	3163323974		Priscilla	Priscilla					
10	Yemis J.	Barios H.	3135145594		Yemis	Yemis					
11	natali	Portillo H.	3014331753		natali	natali					
12	Alexandra	Garcia.	2143834851		Alexandra	Alexandra					
13	Rosa	Garcia G.	3018066174		Rosa G.	Rosa G.					
14	Libia Rosa	Quinonez V.	3137951444		Libia Q.	Libia Q.					
15	Angelica P.	Suarez B.	3017729442		Angelica	Angelica					
16	Angeles	Reyes S.	3203253209	Suarezpineda@gmail.com	Angeles	Angeles					
17	Maria	Pena	3146763149		Liliana	Liliana					
18	Liliana	Varela			Enilda	Enilda					
19	Enilda	Quinonez	3113578610		Yenis Pineda	Yenis Pineda					
20	Yenis Soley	Pineda Martin	3207197541								

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 3: Registro de listado de asistencia ficha 2981542 JULIO



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Casa Comunal - Bony Jardin - Valencia

OBJETIVO: Impartir formacion

Programa de Formación:	Elaboracion del plan de mercadeo	Código del Programa:	41311512
Competencia:	Formula el plan segun objetivos y metodo	Ficha de Caracterización:	2981424
Resultado de Aprendizaje:	Verificar la formulacion del plan		
Tipo de Programa:	Oferta Regular Virtual X FIC — Etnia — Integración con la Media —	Tipo de Formación:	Titulada — Complementaria X
Mes:	Julio	Año:	2024
Instructor:	Laura Castillo	Correo Electrónico:	lcastillos@sena.edu.co
Teléfono:			

No.	DATOS DEL APRENDIZ Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 3 Firma Aprendiz	DIA 10 Firma del Aprendiz	DIA 3 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Libia Rosa	Quiñonez	3137951444		Libia R.	Libia R.					
2	Enedo	Quiñones	3113548610		Enedo	Enedo					
3	Yenis Soley	Pineda M.	3207137541		Yenis Pineda	Yenis Pineda					
4	Merly	Morelo	3145128702		Merly	Merly					
5	Yeimis	Ramos H.	3135145694		Yeimis	Yeimis					
6	Eliano	Buelvas	3002985607		Eliano	Eliano					
7	Brasiliano	Fernandez	3163323974		Brasiliano	Brasiliano					
8	Roselis M	Burgos L.	3113850544		Roselis	Roselis					
9	yobanis M	Morelo f.	3226288598		yobanis	yobanis					
10	Angelica p.	Suarez B.	3012279440		Angelica	Angelica					
11	Adalberto	Burgos M.	15605 224		Adalberto	adalberto					
12	natali Patricia	Herrera	3014331753		natali	natali					
13	Alfonso G	Herrera	3243854851		Alfonso	Alfonso					
14	Ana Maria	Garcia f.	3216066977		Ana G.	Ana G.					
15	Ana S	Sanchez	3146077255		Ana	Ana					
16	Michel	Estrada	3214422028?		Michel	michel					
17	Luisa	Pacheco	3147??????		Luisa	Luisa					
18	Lucelly	Sarmiento			Lucelly	Lucelly					
19	Mayerlu	Suarez	3177258291		Mayerlu	mayerlu					
20	Sharon	Sarmiento Ruiz	0777		Sharon	Sharon					
1	Roselis M	Burgos L.	3113850544		Roselis	Roselis					
2	Julia Rosa	Holguin R.	3209827403		Julia	Julia					
3											
4											

Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2985804



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

GFPI-F-135 V04

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2985804

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

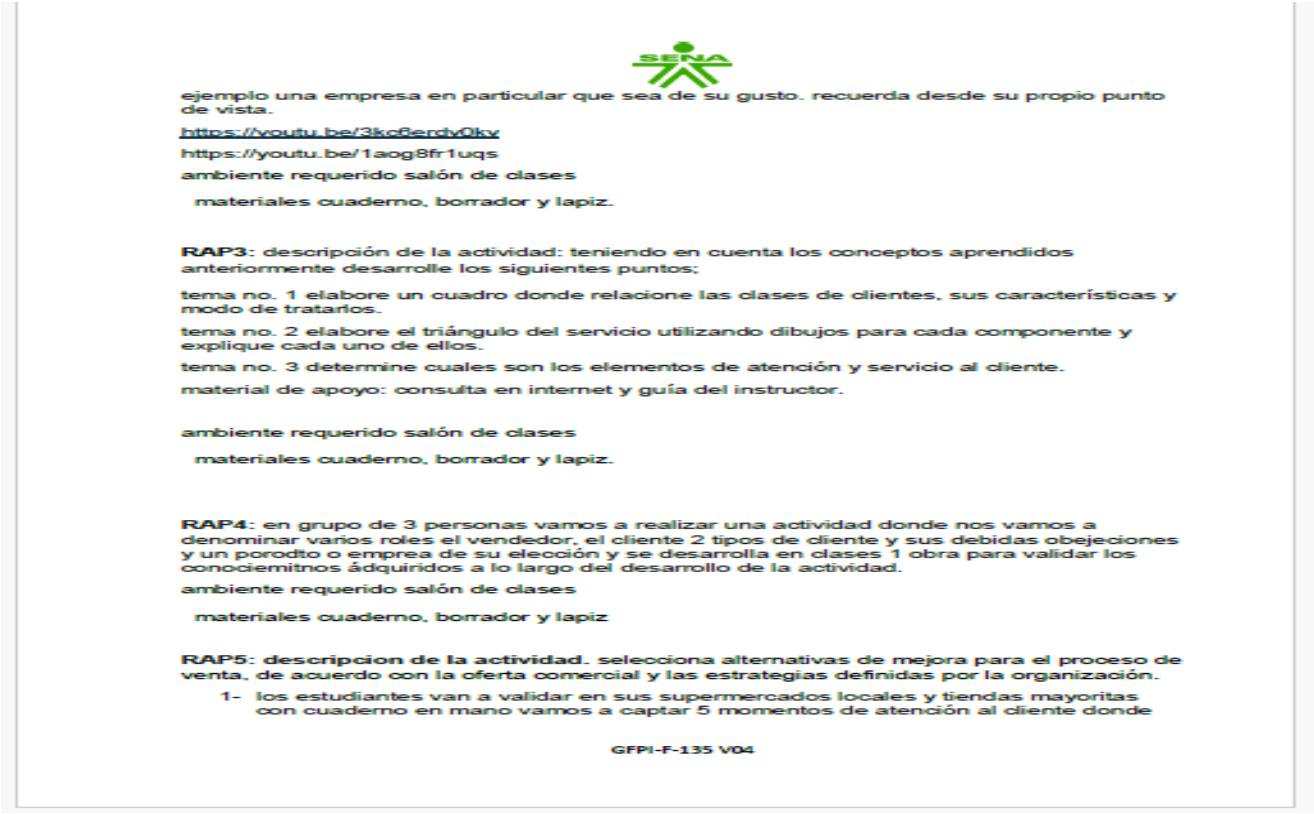
RAP2: "atender a los clientes utilizando las tecnologías de acuerdo con el protocolo de la organización".

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

GFPI-F-135 V04

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2985804



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

https://youtu.be/3kc8erdv0kv

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 emprea de su elección y se desarrolla en clases 1 obra para validar los conocieminos 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

GFPI-F-135 V04

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2985804

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 V04

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2985804

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 diente 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 V04

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2985804



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 V04

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2985804

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.

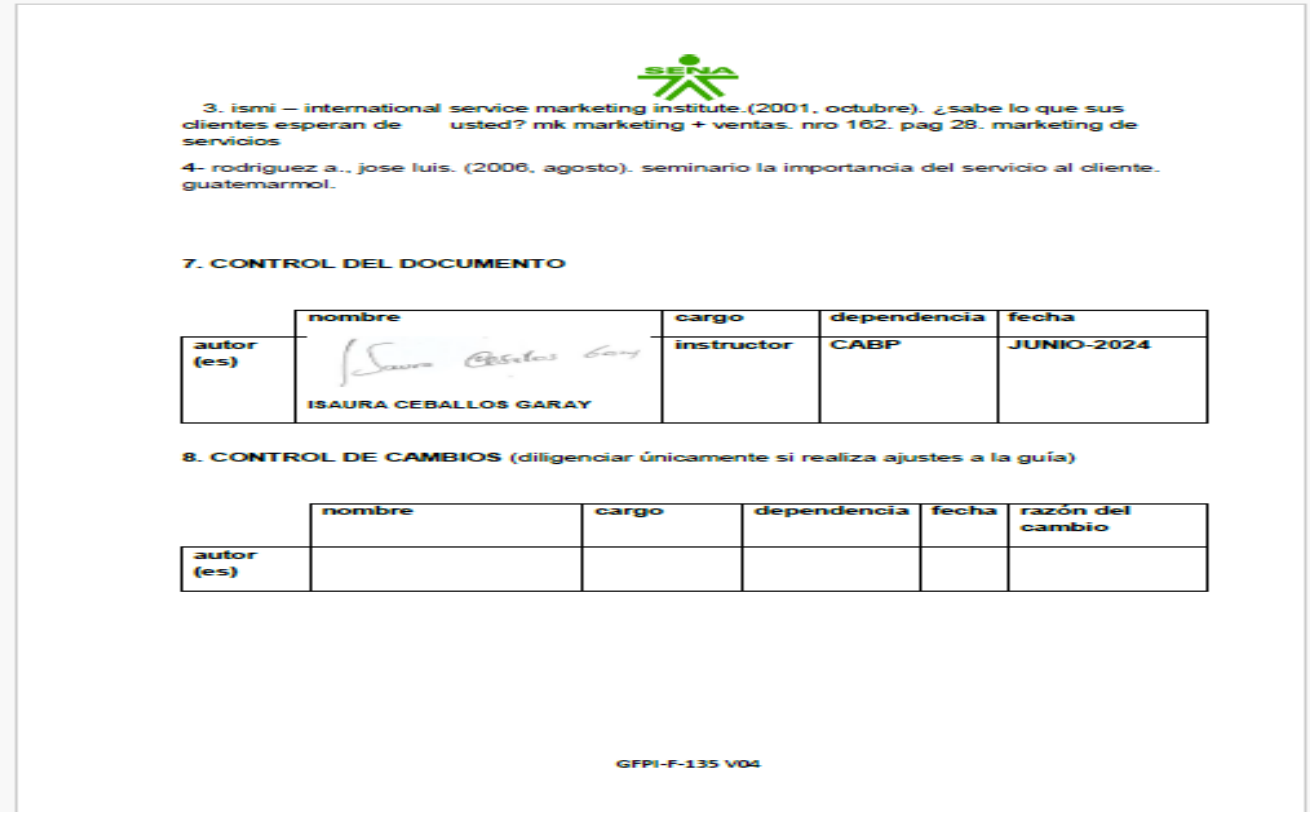
6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

1. https://youtu.be/3kc6erdy0ky
2. https://youtu.be/1aog8fr1uqs

GFPI-F-135 V04

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 4: Guías de aprendizaje ficha 2985804



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

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	JUNIO-2024

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

	nombre	cargo	dependencia	fecha	razón del cambio
autor (es)					

GFPI-F-135 V04

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 5: Plan concertado ficha 2985804

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	SERVICIO AL CLIENTE
FICHA	2985804
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
ARELYS CECILIA ARGUMEDO FLOREZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
BELKY CASTILLA SOTELO	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
CARLOS ALBERTO NEGRETE CORDOBA	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
DENIS CRISTINA FLOREZ BLANQUISETT	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
DIANIS YULIETH SANCHEZ PAEZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
EDELMIRA ROSA GOMEZ CORONADO	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
EDUIN PARRA HERRERA	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
FRAYDY PATRICIA RUIZ MARTINEZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
GREYS TATIANA HUMANES LOPEZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
INGRID PATRICIA PARRA MENDOZA	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
JOSE DE LA HOZ QUESADA VERTEL	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
JUAN CARLOS PATERNINA GALARCIO	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
KATRIS JOANA SEÑA MUÑOZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024		x
KELY YOHANA SIERRA GOMEZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
KETTY SOFIA HERNANDEZ LOPEZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
LEICY LORENA GALVAN CAUSIL	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	
LEONARDO DAVID VERBEL ARTEAGA	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	x		7/8/2024	x	

Continuación Obligación contractual 1

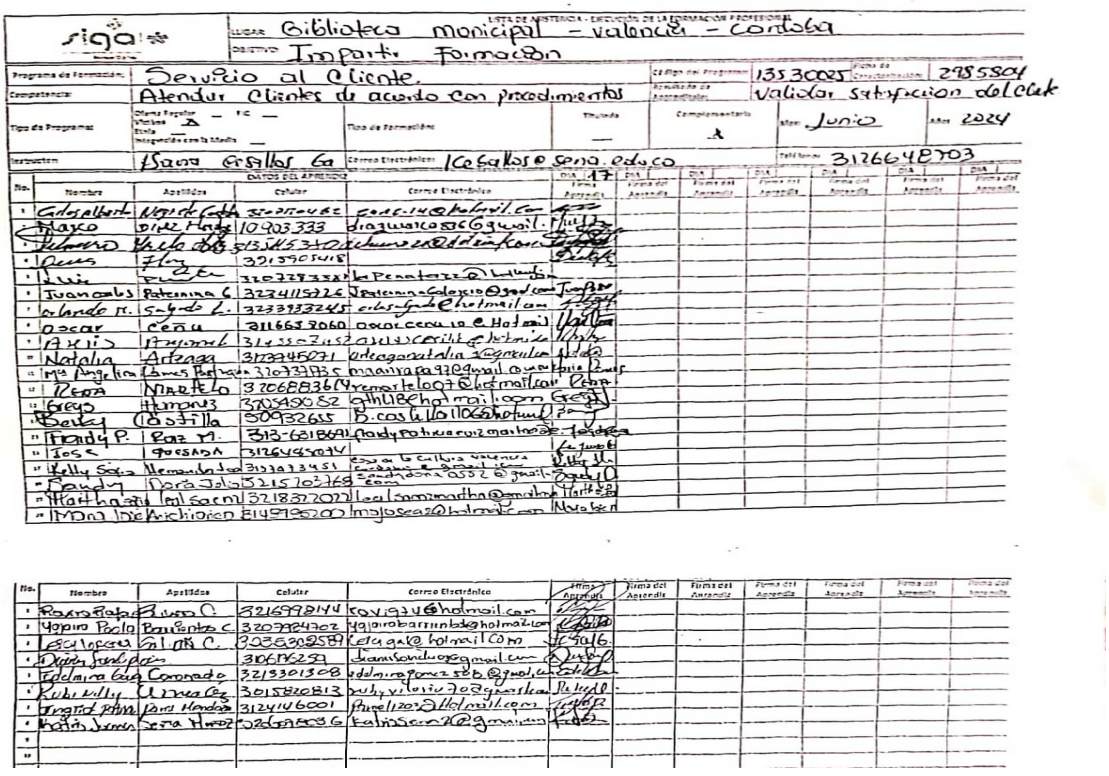
Anexo 5: Plan concertado ficha 2985804

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	SERVICIO AL CLIENTE
FICHA	2985804
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
NATALIA ARTEAGA OLEA	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	
ORLANDO MANUEL SALGADO LOZANO	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	
OSCAR ENRIQUE CEÑA ALMANZA	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	
REDA MARTELO VALDELAMAR	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	
ROVIRO RAFAEL RIVERO CASTELLANO	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	
RUBI NELLY URREA GOMEZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	
SANDRY LORENA DORIA JULIO	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	
YAJAIRA PAOLA BARRIENTOS CABRALES	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	
YULISSA EENA BELTRAN MENDEZ	FUNDAMENTALES DEL SERVICIO AL CLIENTE	X		7/8/2024	X	

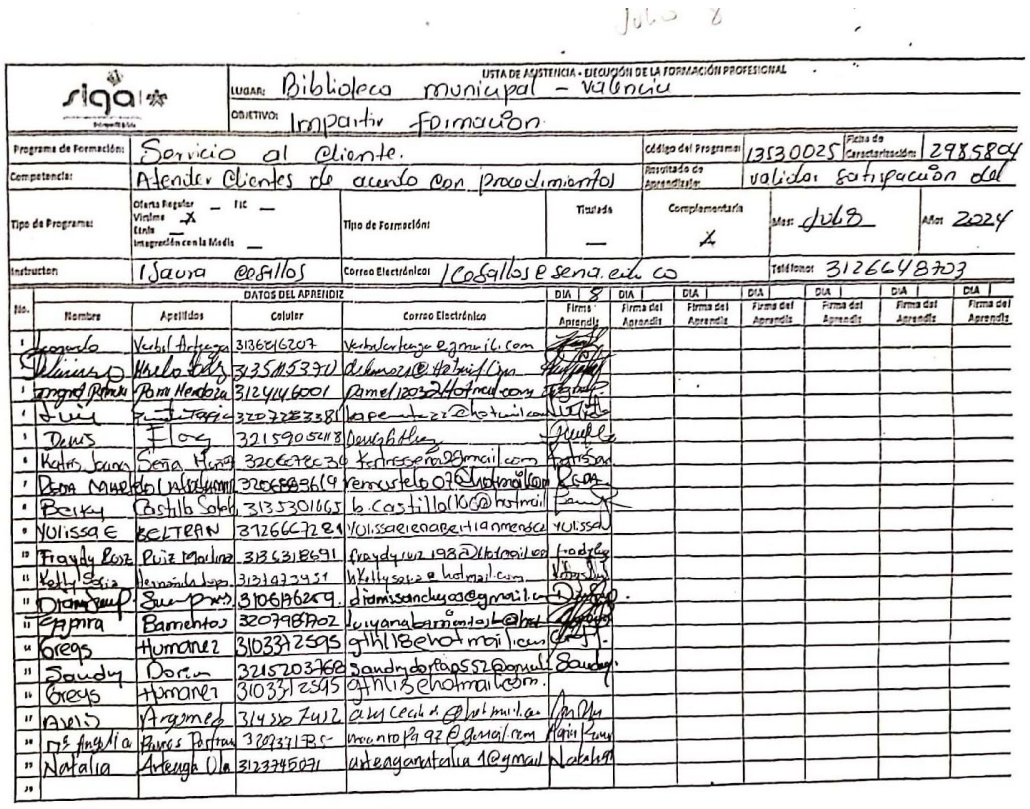
Obligación contractual 1

Anexo 6 : Registro de listado de asistencia ficha 2985804 JUNIO



Continuación Obligación contractual 1

Anexo 6 : Registro de listado de asistencia ficha 2985804 JULIO



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Biblioteca municipal - Valencia

OBJETIVO: Impartir formación

Programa de Formación:	Servicio al cliente.	Código del Programa:	13530025
Competencia:	Atender clientes de acuerdo con procedimientos	Ficha de Caracterización:	2985804
Resultado de aprendizaje:	validar satisfacción del		
Tipo de Programa:	Oferta Regular X / Virtual / Extensión / Integración con la Media / TIC / Titulada / Tipo de Formación: / Complementaria X	Mes: julio	Año: 2024
Instructor:	Laura Cogollos	Correo Electrónico:	lcogollos@sena.edu.co
		Teléfono:	3126648703

No.	DATOS DEL APRENDIZ				DIA 5	DIA	DIA	DIA	DIA	DIA	DIA
	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	Firma Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz
1	Leonardo	Vidal Arteaga	3136616207	Vidalarteaga@gmail.com							
2	Diana	Abello Ruiz	3235153710	dabruiz@hotmail.com							
3	Angel Ramon	Pomares Heredia	3124146001	Pamel1203@hotmail.com							
4	Luis	Perez Garcia	3207223381	luisperez@hotmail.com							
5	Denis	Flores	3215905118	Denisflores							
6	Katherine	Serna Hurtado	3206678634	Katrisserna@gmail.com							
7	Dora Maribel	Valbuena	3206883619	Yenniretelo07@hotmail.com							
8	Berky	Castillo Sabb	3135301165	b.castillo16@hotmail							
9	Yolissa E	BELTRAN	3126677281	Yolissaeleonabeltranmesa	Yolissa						
10	Fraydy Rosa	Ruiz Molina	3136318691	fraydy1198@hotmail.com							
11	Kelly Sofia	Hernandez Lopez	3131923451	kellysofia@hotmail.com							
12	Damissa	Sierra Pinto	3106986259	damissanchezas@gmail.com							
13	Cyntia	Barrientos	3207988702	luisyanabarrientos1@hotmail							
14	Greys	Hernandez	3103312595	gh1118@hotmail.com							
15	Saudy	Doria	3215203768	saudydoria8552@gmail	Saudy						
16	Greys	Hernandez	3103312595	gh1118@hotmail.com.							
17	Yeris	Argumedo	3145567412	arisceleste@hotmail.com							
18	Ma Angelica	Reyes Portacio	3209371865	marenopa9497@gmail.com							
19	Natalia	Arteaga Ola	3123745071	arteagonatalia1@gmail							
20											

Obligación contractual 1

Anexo 7 : Guías de aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545- 3015946

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 7 : Guías de Aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946

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 7 : Guías de Aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946

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 7 : Guías de Aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946

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.

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

Continuación Anexo 7 : Guías de Aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946



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

Continuación Anexo 7 : Guías de Aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946

https://www.google.com/search?q=video+de+vendedores+groceros&oq=video+de+vendedores+groceros&aqs=chrome..69i57j33i10i160l2.12171j0j15&sourceid=chrome&ie= UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:ac087d73,vid:WOJv5TMBII0

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 7 : Guías de Aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946

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.

Continuación Anexo 7 : Guías de Aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946

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

Continuación Anexo 7 : Guías de Aprendizaje ficha 2958265- 2981541-2981545-3015946

- 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	JUNIO-2024

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

GFPI-F-135 V04

Obligación contractual 1

Anexo 8: Plan concertado ficha 2958265

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA
FICHA	2958265
COMPETENCIA	Vender productos y servicios de acuerdo con la necesidaes del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	Realizar ventas de productos y servicios teniendo en cuenta las condicones del mercado.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Fisico	Digital		SI	No
ALEJANDRA MEZA MONTES	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
CAROL ANDREA DIAZ DORIA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
CAROLINA YULIETH DIAZ RAMOS	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
DIANA CAROLINA VILLEGAS BELTRAN	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
DIEGO ARMANDO VEGA RUEDA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
DISNEY SIERRA SEGURA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
ELIANA PATRICIA LEON MARTINEZ	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
EMILSON ENRIQUE SAENZ HERNANDEZ	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024		x
ERIK ANDRES ALDANA VILLA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
ESTEIVER ESQUIVEL ESPITIA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
EUMER DAVID BABILONIA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
JAIDER MANUEL PUCHE LUCAS	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
JHOSED JULIAN SENA AVILA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
JIMENA VILLEGAS BALLESTEROS	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
JOSE ANGEL PEREZ HOYOS	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
JUAN CARLOS FERNANDEZ CAMARGO	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	
JUAN MARIA MANJARRES MIRANDA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	x		6/20/2024	x	

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 5: Plan concertado ficha 2958265

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA
FICHA	2958265
COMPETENCIA	Vender productos y servicios de acuerdo con la necesidaes del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	Realizar ventas de productos y servicios teniendo en cuenta las condicones del mercado.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
MIRNA LESLY HERNANDEZ OVIEDO	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
NEIDER JOSE LUNA MERCADO	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
PAOLA ANDREA MARTINEZ RODRIGUEZ	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
ROSA MARIA PRADA MARTINEZ	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
SILVIA LORENA RAMOS PEÑATA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
WILFRAN MENDOZA PEREZ	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
WILLIAM ISSAC PEREZ QUIÑONEZ	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
YESENIA HERNANDEZ NAVARRO	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
YESENIA URREA CORDOBA	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	
YURIS YOHANA NEGRETE HERNANDEZ	PRESENTACION DE CASO PARA PONER EN PRACTICA TODO LO VISTO	X		6/20/2024	X	

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 8: Plan concertado ficha 2981541

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA
FICHA	2981541
COMPETENCIA	Vender productos y servicios de acuerdo con la necesidaes del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	Realizar ventas de productos y servicios teniendo en cuenta las condiciones del mercado.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
ALBEIRO JOSE SOTELO PADILLA	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
ALVARO JAVIER JULIO JULIO	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
AMAURY DE JESUS MARTINEZ AYALA	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
ANA ELVIRA CANTERO GOMEZ	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
CARMEN ALICIA GOMEZ MONTOYA	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
CEFERINO NEGRETE RUIZ	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
DAYMER JULIO GONZALEZ	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
DINA ESTER HERRERA PASTRANA	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024		x
DONALDO ANTONIO GOMEZ SALDARRIAGA	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
ELDA GERMANIA GOMEZ DE TORRES	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
ELIECER ANTONIO HERAZO FLOREZ	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
GLADYS LINEY COGOLLO CANTERO	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
HUGO ENRIQUE PADILLA GOMEZ	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
IDALMIS CANTERO GOMEZ	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
IRLEDYS JUDITH DURANGO NEGRETE	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
IVAN RAMIRO FERRARO DURANGO	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
JAMILTON ANTONIO MARTINEZ MURILLO	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION					

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 8: Plan concertado ficha 2981541

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA
FICHA	2981541
COMPETENCIA	Vender productos y servicios de acuerdo con la necesidaes del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	Realizar ventas de productos y servicios teniendo en cuenta las condicones del mercado.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
NEIL GABRIEL GOMEZ HERAZO	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
OMAIRA SALGADO COGOLLO	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
PEDRO MANUEL IGLECIAS ACOSTA	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
RODOLFO ROLANDO LOEA ISAZA	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
ROSANA GOMEZ HERAZO	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	x	
SANTANDER ARRIETA MONTERROSA	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	X	
YONAIRA ROSA DIAZ RAMOS	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	X	
YULIET PAOLA SALGADO COGOLLO	CLINICA DE VENTAS PARA EVALUACION FINAL	x		7/5/2024	X	

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 8: Plan concertado ficha 2981545

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA
FICHA	2981545
COMPETENCIA	Vender productos y servicios de acuerdo con la necesidaes del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	Realizar ventas de productos y servicios teniendo en cuenta las condicones del mercado.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
ADRIANA LUCIA GONZALEZ POLO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
AGHYE PAOLA QUINTANA ZAPATA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
ANGIE MARCELA BELTRAN DORIA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
ARIANA GANDIA HERNANDEZ	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
BERLY ESTHER NEGRETE GUERRA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
CARLOS MARIO QUINTANA MORENO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
CECILIA ARANGO BLANCO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
CELENIS DEL CARMEN GALARCIO CANTERO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024		x
DANIELA POLO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
DIANA SOFIA MORELO VARGAS	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
DIEGO ANDRES CARDENAS CORREA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
ELIS LORENA USUGA URANGO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
ENEYDA LUZ VASQUEZ PADILLA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
ESTEFANIA IBAÑEZ CASARRUBIA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
EVER ANDRES ALVAREZ PINEDA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
GINA MARCELA MARTINEZ ARGEL	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
ISABELA ARGEL MESTRA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	

Continuación Obligación contractual 1

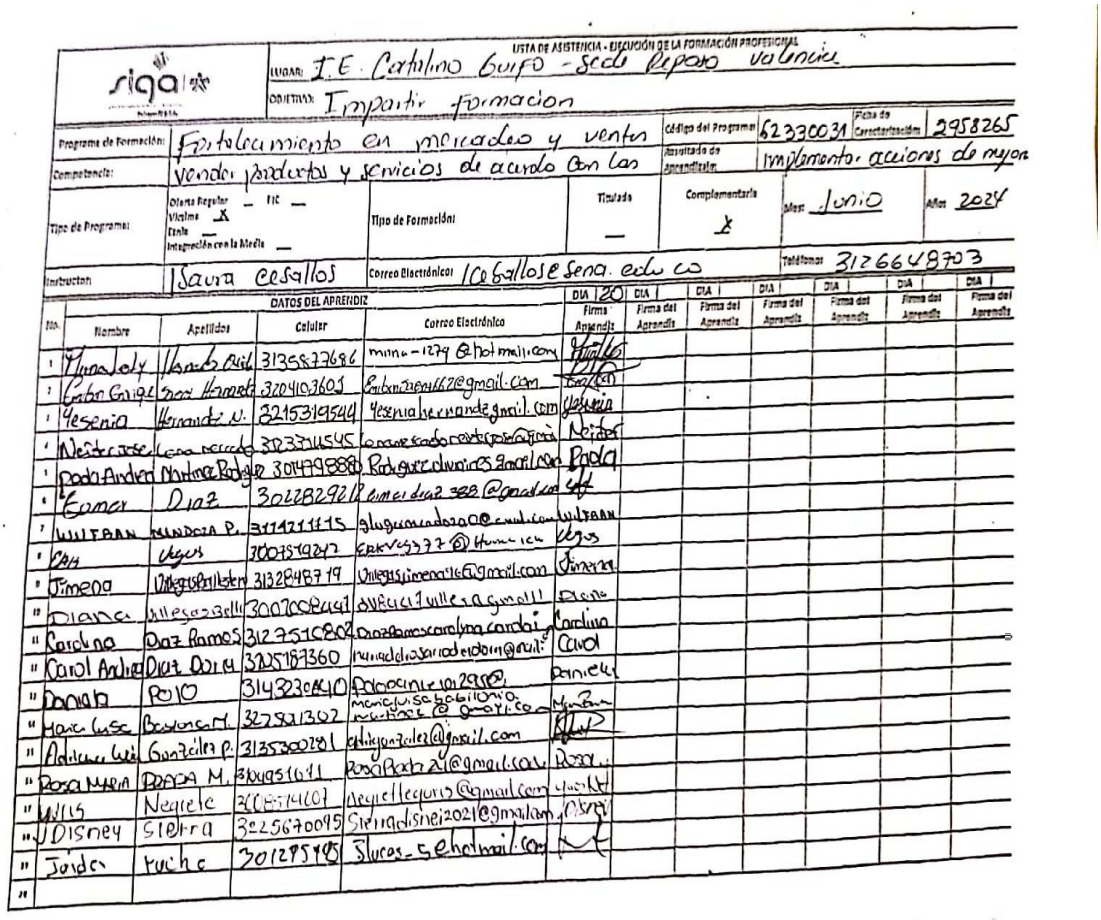
Anexo 8: Plan concertado ficha 2981545

	PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
PROGRAMA DE FORMACIÓN	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA
FICHA	2981545
COMPETENCIA	Vender productos y servicios de acuerdo con la necesidaes del cliente y objetivos comerciales
RESULTADO DE APRENDIZAJE	Realizar ventas de productos y servicios teniendo en cuenta las condicones del mercado.
INSTRUCTOR	ISAURA CEBALLOS GARAY

Aprendiz	Actividad a desarrollar	Forma de entrega actividad		Fecha de entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	No
KELLY JOHANA ARRIETA CHIQUILLO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
LENYS EDITH SUCERQUIA TAMAYO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
LUZ ESTHELLA RAMOS LEON	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
MARIA LUISA BABILONIA MARTINEZ	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
MARITZA DEL CARMEN MENDEZ JIMENEZ	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
NILSON DANIEL AVILEZ JULIO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
PAOLA DE ARCO ROSARIO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
SAIDA VIVIANA HERNANDEZ ATILANO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024		x
SANDRA PATRICIA NEGRETE BANDA	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
SHARON LIZETH BELTRAN MERCADO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024		x
SHIRLEY JEANETH DIAZ MARTINEZ	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
SHIRLY PAHOLA MARTINEZ RIVAS	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024		x
WENDY JOHANA HERNANDEZ ARGUMEDO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	
YANELYS DEL CARMEN NAVARRO NAVARRO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024		x
YISETH DAYANA MENDOZA HOYOS	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024		x
YOSIRA ALVAREZ CHARRASQUIEL	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024		x
YULISA ROMERO MORELO	TALLER SOBRE PROPUESTA COMERCIAL	x		7/9/2024	x	

Obligación contractual 1

Anexo 9: Listado de asistencia ficha 2958265



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

siga

LUGAR: I.E. Carmelino Gulfo - Sede Reposo Valencia

OBJETIVO: Impartir formacion

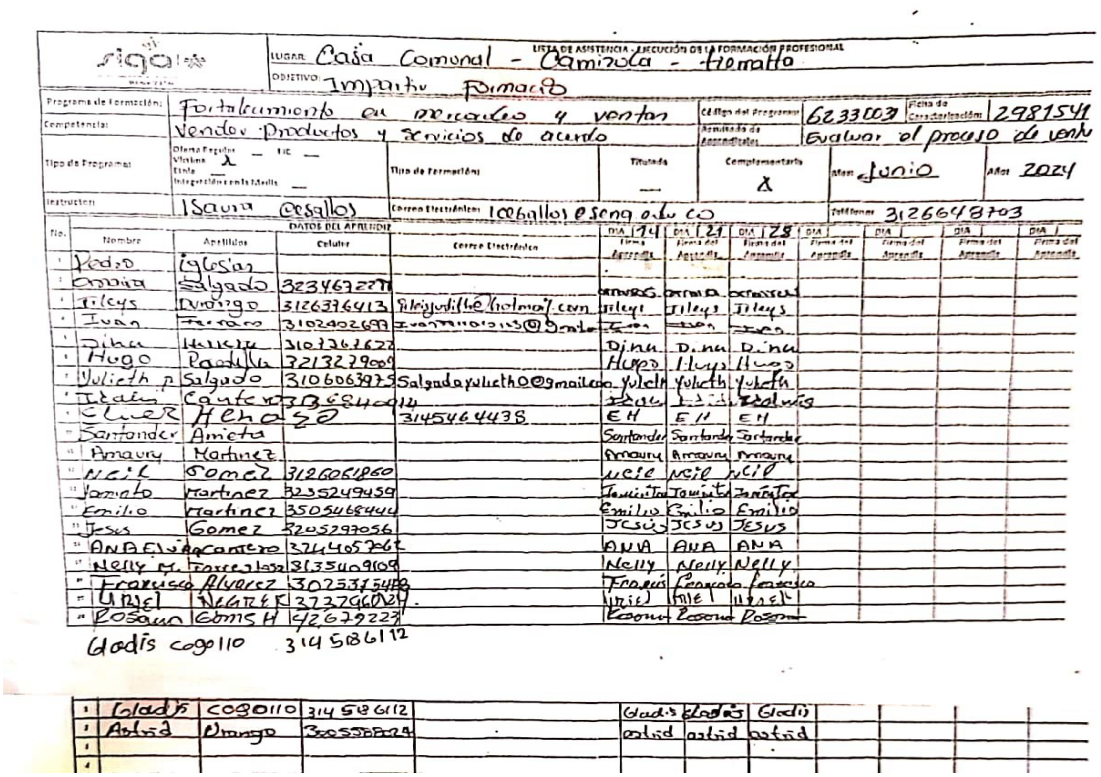
Programa de Formación:	Fortalecimiento en mercadeo y ventas	Código del Programa:	62330031
Competencia:	Vender productos y servicios de acuerdo con las	Ficha de Caracterización:	2958265
Resultado de aprendizaje:	Implementar acciones de mejor		
Tipo de Programa:	Oferta Regular _ TIC _ Virtual X Emple _ Integración con la Media _	Tipo de Formación:	Titulada — Complementaria X
Mes: Junio	Año: 2024		
Instructor:	Laura Casallos	Correo Electrónico:	lcasallos@sena.edu.co
Teléfono:	3126648703		

DATOS DEL APRENDIZ

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 20 Firma Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Yuranly	Hernandez Ortiz	3135827686	mina-1279@hotmail.com							
2	Carlos Enrique	Sosa Hernandez	3204103605	Carlosenrique172@gmail.com							
3	Yesenia	Hernandez N.	3215319544	Yeseniahernandez@gmail.com							
4	Nestor Jose	Lora Posada	3233744545	Lorarosado.nestor@gmail.com							
5	Paola Andrea	Martinez Rodriguez	3014998888	Rodriguezolivares@gmail.com							
6	Eomar	Diaz	3022829218	Eomardiaz388@gmail.com							
7	WILFRAN	MENDOZA P.	3114211115	glugarcardoza00@gmail.com							
8	Eder	Reyes	3007519247	Ederreyes777@hotmail.com							
9	Jimena	Villegas Valderrama	3132848719	Villegasjimena16@gmail.com							
10	Diana	Villegas Bello	3007008441	dvillegas7villegas@gmail.com							
11	Carolina	Diaz Ramos	3127515802	Diazramoscarolina@gmail.com							
12	Carol Andrea	Diaz Ortiz	3205187360	Carolandreadiazortiz@gmail.com							
13	Daniela	Polo	3143230410	Polocastrodaniela1@gmail.com							
14	Maria Luisa	Bolivar M.	3278213102	Marialuisabolivar@gmail.com							
15	Adriana Luci	Gonzalez P.	3135300281	Adrianagonzalez@gmail.com							
16	Rosa Maria	Rosa M.	3004951641	Rosapasta21@gmail.com							
17	Yuris	Negrete	3005314107	Negretelegarios@gmail.com							
18	Jdisney	Sierra	3225670095	Sierradisney2021@gmail.com							
19	Jaider	Fuche	3012951985	Sluces-5@hotmail.com							
20											

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 9: Listado de asistencia ficha 2981541 JUNIO



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

Lugar: Casa Comunal - Camizola - Hatillo
Objetivo: Impulso Primario

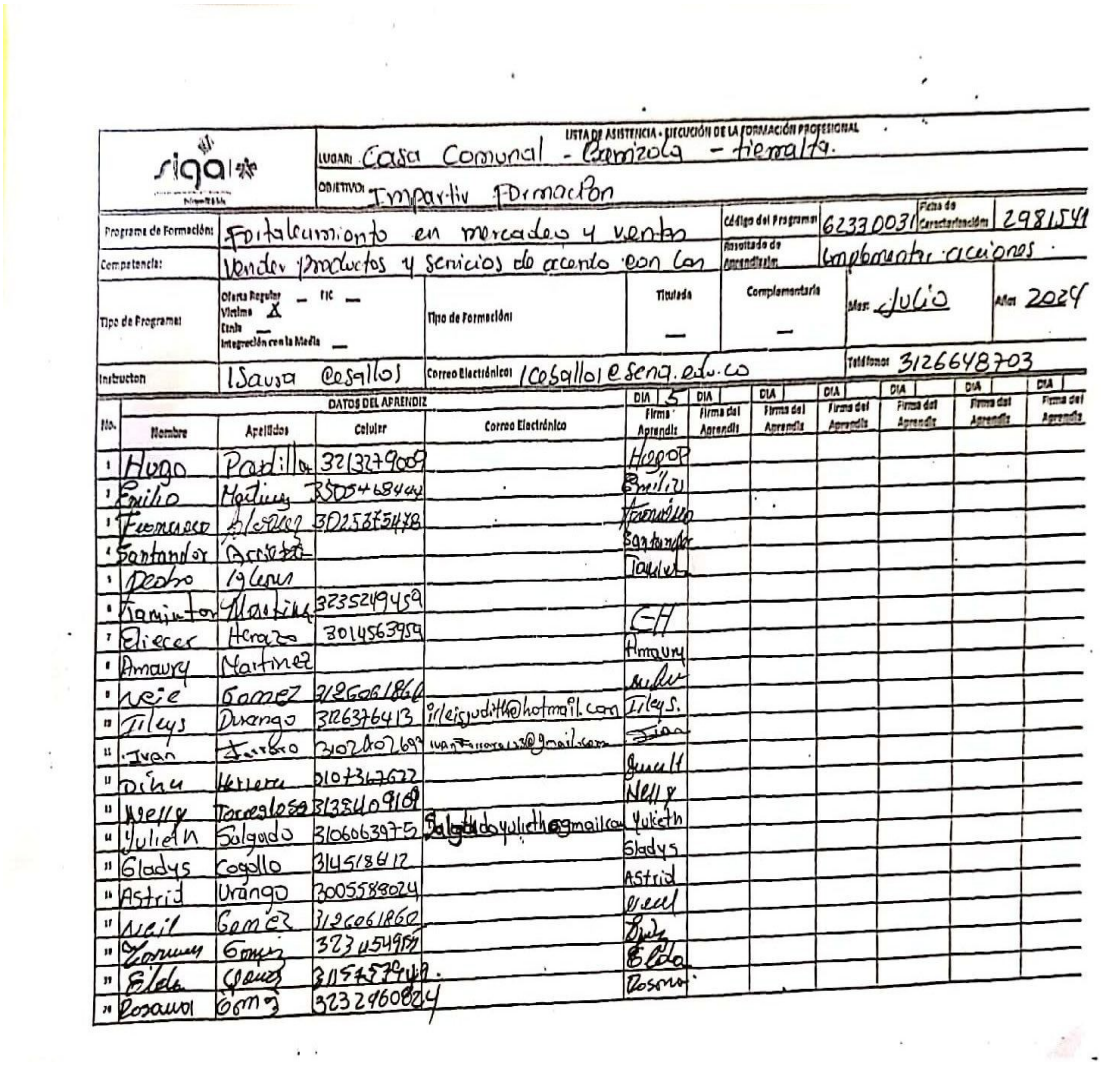
Programa de Formación:	Fortalecimiento en mercadeo y ventas	C. Código del Programa:	62331003
Competencia:	Vender Productos y Servicios de acuerdo	Resultado de Aprendizaje:	Evaluar el proceso de venta
Tipo de Programa:	Oferta Regular: X — Especial: — — Integración con la Media: —	Tipo de Formación:	Titulada: — Complementaria: X
Instructor:	Isaura Cogollos	Correo Electrónico:	Cogollos@senaedu.co
		Mes:	Junio
		Año:	2024
		Teléfono:	3126648703

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 14 Firma del Aprendiz	DIA 21 Firma del Aprendiz	DIA 28 Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Pedro	Iglesias									
2	Omaira	Salgado	3234637277								
3	Yileys	Domingo	3126376413	Yileydilhe@hotmail.com	Yileys	Yileys	Yileys				
4	Ivan	Ferraro	3102402689	Ivanmario1103@gmail.com	Ivan	Ivan	Ivan				
5	Dina	Hurtado	3107362622		Dina	Dina	Dina				
6	Hugo	Padilla	3213229009		Hugo	Hugo	Hugo				
7	Yulieth P	Salgado	3106063979	Salgadayulieth0@gmail.com	Yulieth	Yulieth	Yulieth				
8	Itzain	Cantero	3136840414		Itzain	Itzain	Itzain				
9	Cluer	Heredia	3145464438		EH	EH	EH				
10	Santander	Arrieta			Santander	Santander	Santander				
11	Amaury	Martinez			Amaury	Amaury	Amaury				
12	Neil	Gomez	3126061860		Neil	Neil	Neil				
13	Jamaico	Martinez	3235249459		Jamaico	Jamaico	Jamaico				
14	Emilio	Martinez	3505468444		Emilio	Emilio	Emilio				
15	Jesus	Gomez	3205297056		Jesus	Jesus	Jesus				
16	Anabel	Arcantero	3244057617		Ana	Ana	Ana				
17	Nelly M.	Torres Jaraz	3135409109		Nelly	Nelly	Nelly				
18	Francisco	Alvarez	3025315488		Francisco	Francisco	Francisco				
19	Uriel	Negrete	3737960124		Uriel	Uriel	Uriel				
20	Rosaura	Gomez H	3126729223		Rosaura	Rosaura	Rosaura				
	Gladis	Cogollo	3145186112								

1	Gladis	Cogollo	3145186112		Gladis	Gladis	Gladis				
2	Astrid	Arango	3005882429		astrid	astrid	astrid				
3											
4											

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 9: Listado de asistencia ficha 2981541 JULIO



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

siga

LUGAR: Casa Comunal - Barrizola - tierralta.

OBJETIVO: Impartir Formación

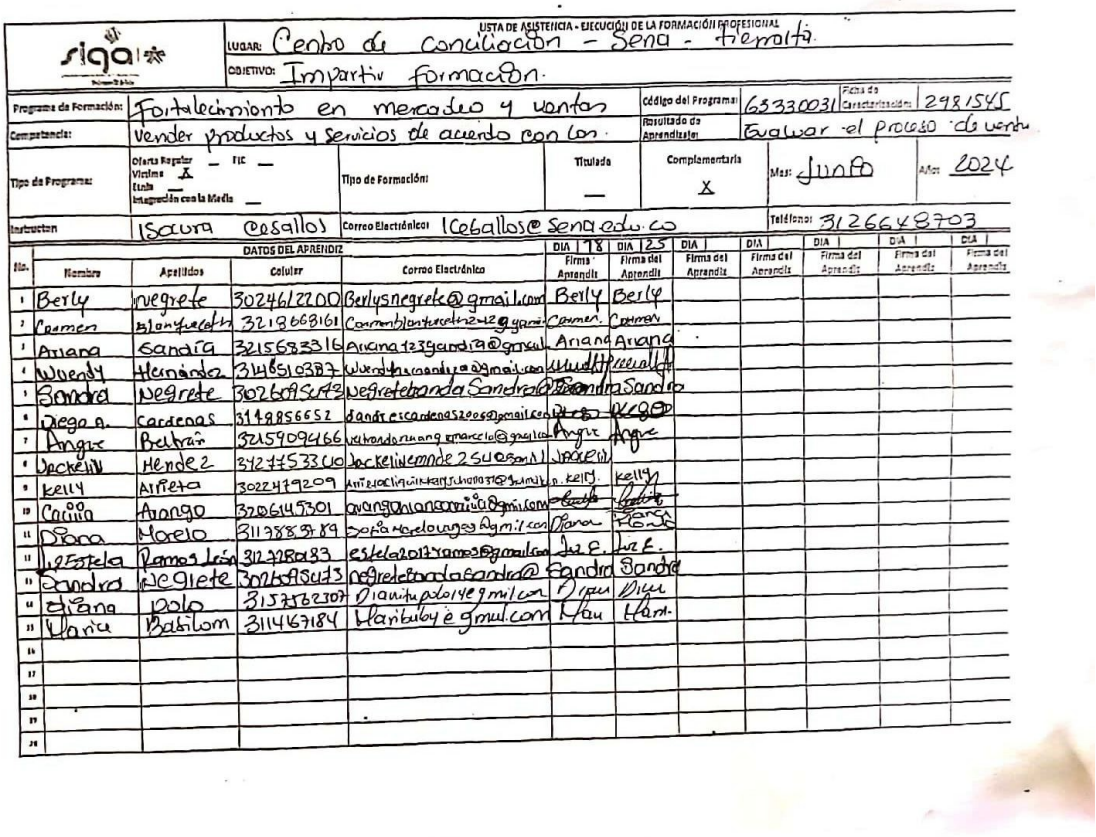
Programa de Formación:	Fortalecimiento en mercadeo y ventas	Código del Programa:	62330031
Competencia:	Vender productos y servicios de acuerdo con las	Ficha de Caracterización:	2981541
Resultado de aprendizaje:	Implementar acciones.		
Tipo de Programa:	Oferta Regular — FIC —; Víctima X; Etnia —; Integración con la Media —	Tipo de Formación:	Titulada — / Complementaria —
Mes:	Julio	Año:	2024
Instructor:	Sausa Cogollo	Correo Electrónico:	Cogollo1e sena.edu.co
Teléfono:	3126648703		

DATOS DEL APRENDIZ

No.	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 5 Firma Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz	DIA Firma del Aprendiz
1	Hugo	Padilla	3213279009		Hugo P						
2	Emilio	Martinez	3505468404		Emilio						
3	Francisco	Alcazar	3025854748		Francisco						
4	Santander	Acosta			Santander						
5	Pedro	Iglesias			Pedro						
6	Jamilton	Martinez	3235249459								
7	Eliecer	Herazo	3014563959		EH						
8	Amaury	Martinez			Amaury						
9	Leie	Gomez	3126061860								
10	Tileys	Durango	3126376413	tileisyudith@hotmail.com	Tileys S.						
11	Juan	Fuentes	3102607697		Juan						
12	Dilia	Herrera	3107367622								
13	Nelly	Torres	3138409109		Nelly						
14	Yuleth	Salgado	3106063975	Salgadoyuleth@gmail.com	Yuleth						
15	Gladys	Cogollo	3145186112		Gladys						
16	Astrid	Urango	3005583024		Astrid						
17	Yail	Gomez	3126061860								
18	Zamara	Gomez	3233459459								
19	Elda	Gomez	3115457948		Elda						
20	Rosaura	Gomez	3232460824		Rosaura						

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 9: Listado de asistencia ficha 2981545 JUNIO



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LUGAR: Centro de conciliación - Sena - Armenia
OBJETIVO: Impartir formación.

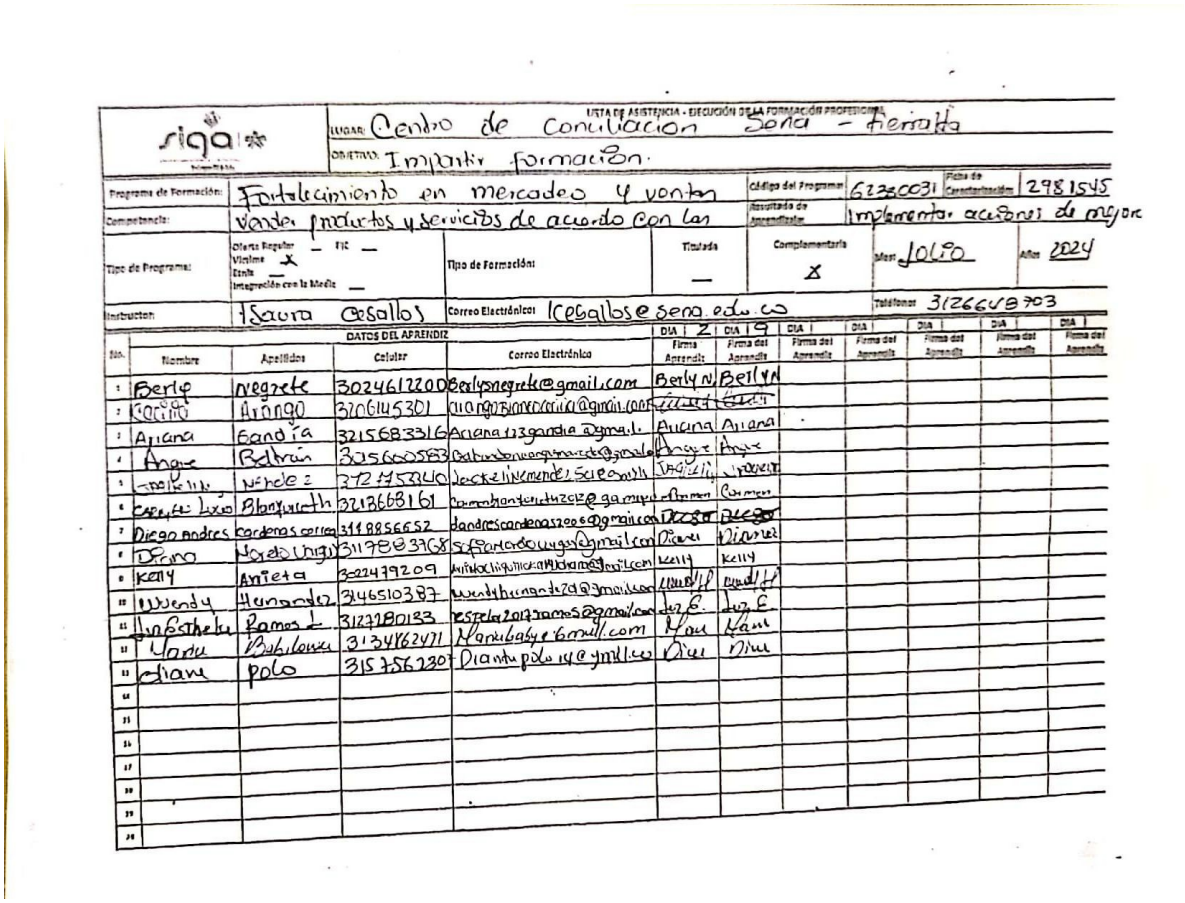
Programa de Formación:	Fortalecimiento en mercadeo y ventas	Código del Programa:	65330031
Competencia:	Vender productos y servicios de acuerdo con los	Resultado de Aprendizaje:	Evaluar el proceso de venta
Tipo de Programa:	Oferta Regular — FIC — Virtual X Titulada — Integración con la Media —	Tipo de Formación: Titulada	Complementaria X
Instructor:	Laura Caballos	Correo Electrónico: lcaballos@sena.edu.co	Teléfono: 3126648703

Ficha de Caracterización: 2981545 — Mes: Junio — Año: 2024

No.	DATOS DEL APRENDIZ Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	DIA 18 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	Berly	Negrete	3024612200	Berlysnegrete@gmail.com	Berly	Berly					
2	Carmen	Blanquicett	3218668161	Carmenblanquicett2412@gmail.com	Carmen	Carmen					
3	Ariana	Sandía	3215683316	Ariana123sandia@gmail.com	Ariana	Ariana					
4	Wendy	Hernández	3146510387	Wendyhernandez@gmail.com	Wendy	Wendy					
5	Sandra	Negrete	3026895473	negretebsandra@gmail.com	Sandra	Sandra					
6	Diego A.	Cardenas	3198856652	diegoescardenas2006@gmail.com	Diego	Diego					
7	Angie	Beltrán	3215909466	valentinaangie@gmail.com	Angie	Angie					
8	Jackeline	Hendez	3427753340	jackelinemendez25@gmail.com	Jackeline						
9	Kelly	Arteta	3022479209	Artetaciliakellyjohana@gmail.com	Kelly	Kelly					
10	Carlos	Arango	3206145301	arangoalcarlos@gmail.com	Carlos	Carlos					
11	Diana	Morelo	3117883489	sofiamorelo@gmail.com	Diana	Diana					
12	Estela	Ramos León	3127280483	estela2017ramos@gmail.com	Luz E.	Luz E.					
13	Sandra	Negrete	3026895473	negretebsandra@gmail.com	Sandra	Sandra					
14	Diana	Polo	3157582307	Dianitapolo149@gmail.com	Diana	Diana					
15	María	Babilon	3114697184	Mariibuby@gmail.com	Mari	Mari					
16											
17											
18											
19											
20											

Continuación Obligación contractual 1

Anexo 9: Listado de asistencia ficha 2981545 JULIO



LISTA DE ASISTENCIA - EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

siga

LUGAR: Centro de Conciliación Sena - Tierralta

OBJETIVO: Impartir formación.

Programa de Formación:	Fortalecimiento en mercadeo y ventas			Código del Programa:	62360031	Ficha de Caracterización:	2981545
Competencia:	Vender productos y servicios de acuerdo con las			Resultado de Aprendizaje:	Implementar acciones de mejora		
Tipo de Programa:	Oferta Regular — FIC — Víctima X Étnia — Integración con la Media —	Tipo de Formación:	Titulada —	Complementaria X	Mes: Julio	Año: 2024	
Instructor:	Laura Casallas	Correo Electrónico:	lcasallas@sena.edu.co		Teléfono: 3126479703		

No.	DATOS DEL APRENDIZ				DIA 2	DIA 9	DIA	DIA	DIA	DIA	DIA
	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	Firma Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz	Firma del Aprendiz
1	Berly	Negrete	3024612200	Berlynegrete@gmail.com	Berly N.	Berly N.					
2	Jocsán	Arango	3206145301	[illegible]	[illegible]	[illegible]					
3	Ariana	Bandía	3215683316	Ariana123gandia@gmail.	Ariana	Ariana					
4	Angie	Beltrán	3056005583	[illegible]	Angie	Angie					
5	[illegible]	Verde =	3721753140	[illegible]	[illegible]	[illegible]					
6	[illegible]	Blanquicett	3213668161	[illegible]	[illegible]	[illegible]					
7	Diego Andres	Cardenas correa	3118856652	[illegible]	[illegible]	[illegible]					
8	Diana	Maria Virgen	3117883768	[illegible]	Diana	Diana					
9	Kelly	Arrieta	3022479209	[illegible]	Kelly	Kelly					
10	Wendy	Hernandez	3146510387	[illegible]	[illegible]	[illegible]					
11	Jinfa Esthefa	Ramos L.	3127780183	[illegible]	Jinfa E.	Jinfa E.					
12	Yanu	Bubilonia	3134862471	[illegible]	Yanu	Yanu					
13	diana	polo	3157562307	[illegible]	Diana	Diana					
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											

Obligación contractual 1

Anexo 10: Pantallazo de reporte de horas JULIO

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	176,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

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

ACTIVIDADES ADICIONALES

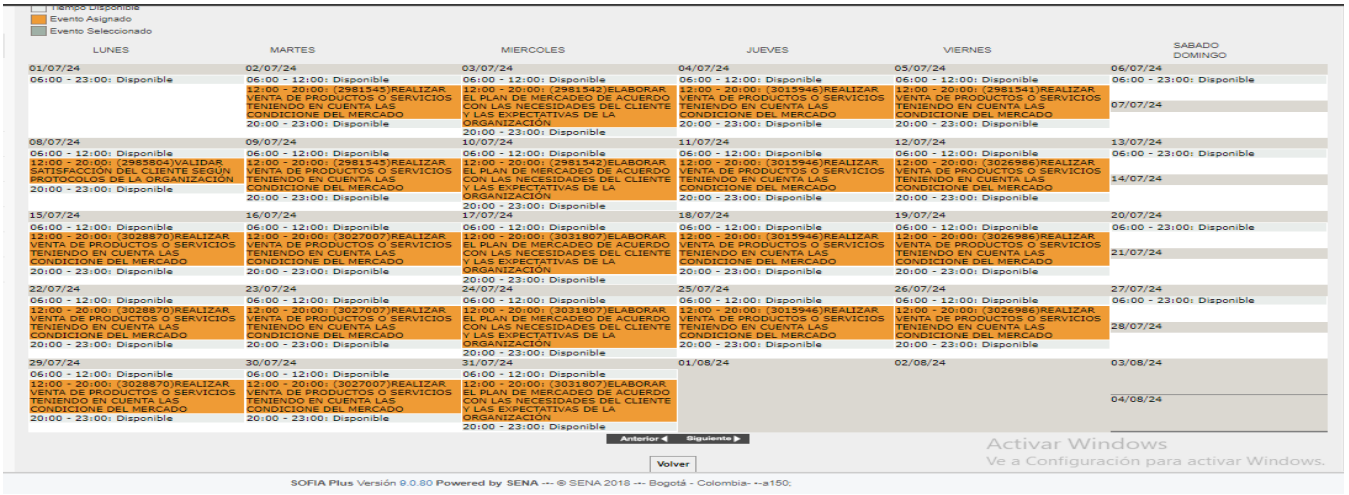
FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
		TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: ISAURA CEBALLOS GARAY

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGIA EL

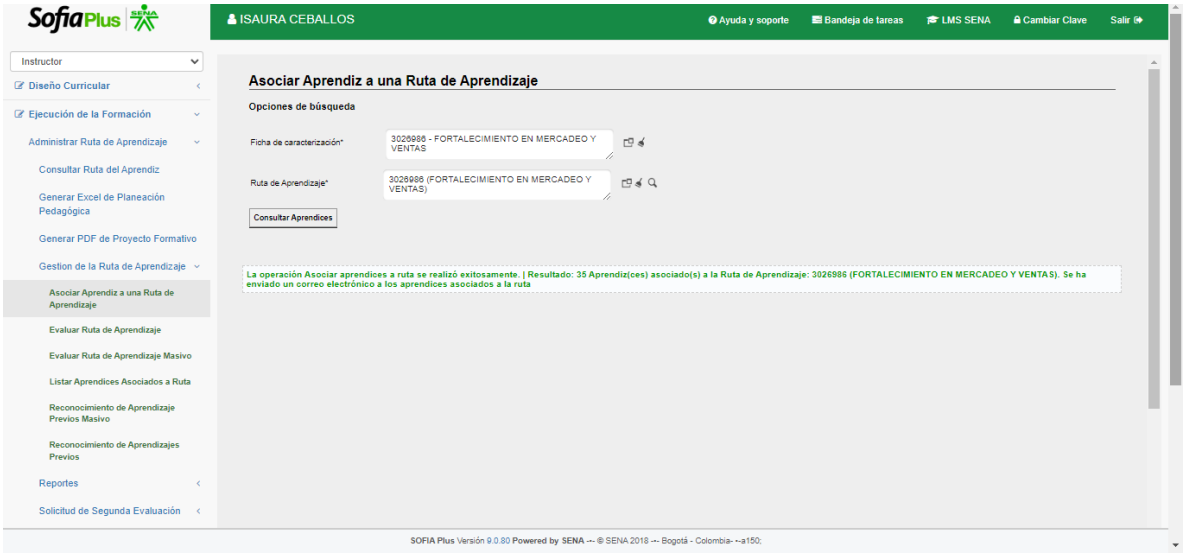
1/07/24 6:54 Page 5 of 5

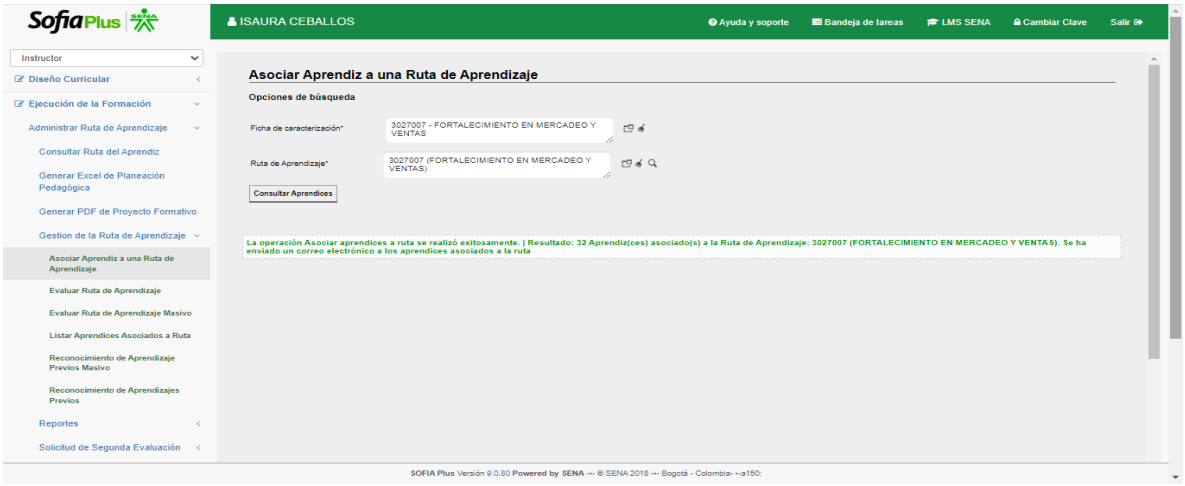
5/5



Obligación contractual 2

Anexo 11: Pantallazo de asociación de la ruta a la ficha – 3015946- 3026986





Obligación contractual 3

Anexo 12: Listados de verificación de vivanto ficha: - 3015946

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 EN MERCADEO Y VENTAS				JCEBALLOS@SENA.EDU.CO		
MUNICIPIO	TIERRALTA		CORREGIMIENTO		VEREDA LA GLORIA		

CONS	NOMBRES Y APELLIDOS	TD	DOCUMENTO	CELULAR	FECHA DE NACIMIENTO	LUGAR DE NACIMIENTO	VIVANTO		
1	ASTRID JOHANA URANGO SALGADO	TI	1071431262		9/7/2006	TIERRALTA	JOVENES_VULNERABLES	CARRIZOLA	
2	BENJAMIN DOMICO DOMICO	CC	6844697		4/9/1980	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
3	BRAYAN DAVID DOMICO GUASCARUCA	TI	1073989222		2/22/2009	TIERRALTA	JOVENES_VULNERABLES		
4	CARMEN LUCIA BLANQUICET MESA	CC	1073987280		12/11/1989	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA	CENTRO DE CONCILIACION	
5	CAROLINA CUÑAPA MAJORE	CC	43141522		8/20/1960	CAREPA	MUJER_CABEZA_DE_FAMILIA		
6	CINDY PATRICIA DOMICO BAILARIN	TI	1073988206		7/5/2007	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
7	CLAUDIA DE LA CRUZ SOTELO	CC	26215140		4/2/1978	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
8	DARLYS FERNANDEZ VILLEGAS	TI	1073992376		1/10/2010	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
9	DERLYS JOHANA BLANQUICET LOPEZ	TI	1073994601		4/15/2008	TIERRALTA	INDIGENA		
10	DINA MARCELA ROMERO DE HOYOS	CC	1003360940		3/29/1996	PUEBLO NUEVO	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
11	DORIS JOHANA DOMICO BAILARIN	CC	1073988204		10/12/2001	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
12	DUBALIER DARIO CASTRO SANDON	CC	1073984267		4/17/1989	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
13	ELADIO MIGUEL DIAZ NERIO	CC	78767614		1/1/1978	TIERRALTA	INDIGENA		
14	GILDARDO DOMICO LANA	CC	1073971785		4/16/1999	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
15	JADER DARIO URANGO DIAZ	TI	1032255200		12/17/2008	CACERES	JOVENES_VULNERABLES		
16	JUAN SEBASTIAN BAILARIN DOMICO	CC	1133869609		8/13/2005	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
17	KARIME PEÑA PEREZ	TI	1073985830		5/11/2008	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
18	LADIS MANUEL URANGO GONZALEZ	CC	78742785		7/17/1966	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
19	LUISA FERNANDA PALACIOS GABALO	TI	1041087890		23-Feb-07	EL BAGRE	JOVENES_VULNERABLES		
20	LYS ARIANA URANGO DIAZ	TI	1066745349		5/21/2010	PLANETA RICA	JOVENES_VULNERABLES		
21	MARCOS ANTONIO BERRIO MUÑOZ	CC	10998267		5/24/1976	CANELETE	INDIGENA		
22	MARLYS ALMANZA GUZMAN	CC	1074007003		10/28/1996	MONTERIA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
23	NINFA DEL CARMEN SOTELO MONTES	CC	50974150		5/24/1960	PLANETA RICA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
24	OCTAVIO ENRIQUE JARUPIA DOMICO	CC	78646301		5/8/2002	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
25	VICENTE MANUEL DIAZ NERIO	CC	1073971766		10/22/1983	TIERRALTA	INDIGENA		
26	PRINCILEY DOMICO DOMICO	TI	1071434878		4/11/2009	TIERRALTA	INDIGENA		
27	SILVANA DOMICO GUASARUCA	TI	1073992763		3/29/2010	TIERRALTA	INDIGENA		
28	SILVERIO DOMICO DOMICO	CC	1073999307		3/21/1994	TIERRALTA	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		
29	WILFREDO MAJORE DOMICO	TI	1148700239		6/18/2007	CHIGORODO	INDIGENA		
30	YORLENIS ATENCION VALENCIA	CC	1073993363		5/5/1992	TIERRALTA	JOVENES_VULNERABLES		
							26		

Activar Windows
Ve a Configuración para

Obligación contractual 5

Anexo 13: Registros fotográficos en formación de las fichas: 2981542





Obligación contractual 5

Anexo 14: Registro fotográfico de la ficha 2985804



Obligación contractual 5

Anexo 15: Registro fotográfico de la ficha 3015946





Obligación contractual 5

Anexo 16: Registros fotográficos en formación de las fichas: 292981541





Obligación contractual 5

Anexo 17: Registros fotográficos en formación de las fichas: 2981545





Obligación contractual 7

Anexo 18: Reporte inicial de novedad del ambiente ficha 3015946

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

1. INFORMACIÓN GENERAL

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

Regional:	CORDOBA	Centro de Formación:	CENTRO AGROPECUARIO Y DE BIOTECNOLOGICO EL PORVENIR
Programa de Formación:	FORTALECIMIENTO DE MERCADEO Y VENTAS	Código de Programa:	62330031
Identificación del ambiente de aprendizaje	Localización:	MUNICIPIO DE TIERRLTA	
	Denominación:	CASA COMUNAL- LA GLORIA	
	Tipo de Ambiente	Interno [ ]	Externo [X]

2. IDENTIFICACIÓN DE NOVEDADES

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

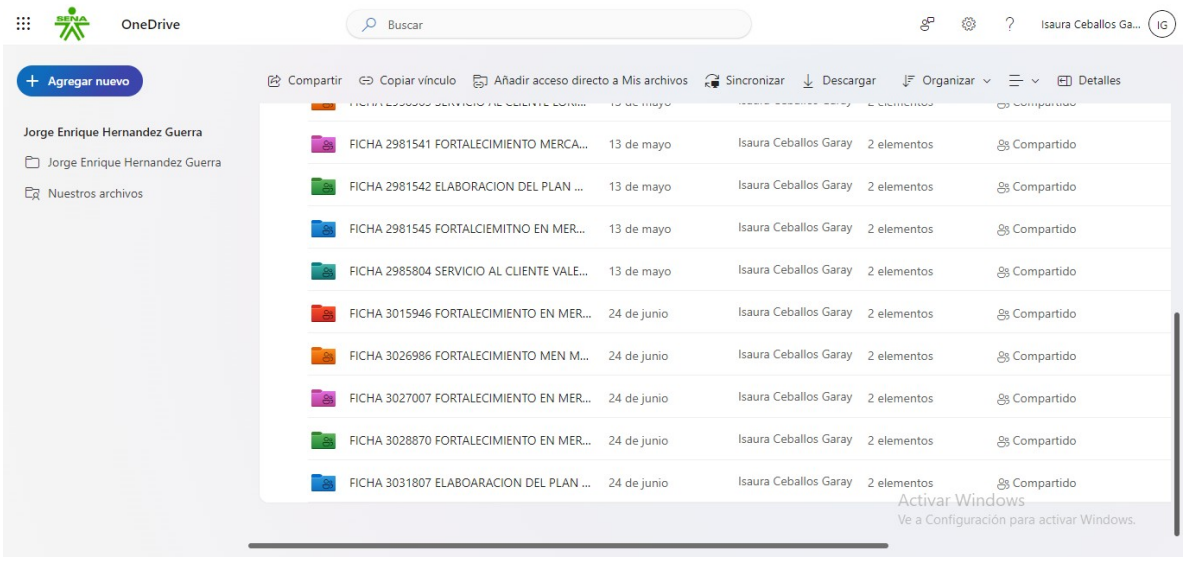
Ciudad y fecha:	4-07-2024	Firma Nombre Instructor que realiza el reporte	ISAURA CEBALLOS GARAY

GFPI-F-021.V2

Ciudad y fecha:	4-07-2024	Firma Nombre Coordinador que recibe el reporte	IVAN DARIO GUZMAN SANCHEZ

Obligación 11

Anexo 19: Pantallazo del portafolio del instructor (DRIVE DEL PRORAMA DE VICTIMAS)



https://sena4-my.sharepoint.com/personal/jhernandezg_sena_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fjhernandezg%5Fsena%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FPORTAFOLIO%20DE%20EVIDENCIA%20INSTRUCTORES%20VICTIMAS%2FISAURA%20CEBALLOS&ct=1708012038633&or=OWA%2DNT&cid=e03b6d66%2D44f7%2D5813%2Dc93f%2D28797040c2c5&ga=1&WSL=1