PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Barranquilla, 30 de septiembre de 2020

Doctor
GABIS DE JESUS AMAYA TORRES
SUPERVISOR CONTRATO No. 1335619/2020
Coordinacion de programas especiales
Centro Comercio y Servicios
Barranquilla

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes de septiembre del año 2020

Referencia: No 1335619 del año 2020

JEFFREY ALBERTO QUANT REALES, identificado con la cédula de ciudadanía No. 1.043.871.611 de Palmar de Varela, en mi calidad de Contratista del SENA, en Articulación con la media, en cumplimiento del Contrato No. 1335619 del 2020 de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes de septiembre de 2020, objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: El valor total del presente contrato es máximo de TREINTA Y SEIS MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y UN MIL TRESCIENTOS SEIS M/CTE ($36.431.306) incluido IVA de conformidad con el régimen tributario al que pertenezca el futuro contratista. Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a)un pago por valor de TRES MILLONES TRESCIENTOS SESENTA Y SEIS MIL DOSCIENTOS CINCUENTA Y DOS PESOS CON SESENTA Y SIETE CENTAVOS M/CTE ($3.366.252,67) b) nueve pagos de TRES MILLONES SEISCIENTOS SEIS MIL SEISCIENTOS SESENTA Y NUEVE PESOS CON VEINTINUEVE CENTAVOS M/CTE (3.606.669.29), C) Un último pago correspondiente SEISCIENTOS CUATRO MIL SETECIENTOS CINCUENTA NUEVE PESOS, CON SESENTA Y OCHO CENTAVOS M/CT (604.759.68)

Plazo: Sera hasta el 05 de diciembre de 2020.

OBJETO:
IMPARTIR FORMACION PROFESIONAL EN EL AREA DE VENTAS EN LOS DIVERSOS PROGRAMAS DE FORMACION TITULADA PRESENCIAL, VIRTUAL Y/O COMPLEMENTARIA QUE MANEJA EL CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS DEL SENA REGIONAL ATLANTICO EN EL MARCO DEL PROGRAMA DE ARTICULACIÓN CON LA MEDIA, SEGUIMIENTO A LA FORMACION Y SEGUIMIENTO ETAPA PRODUCTIVA

CLÁUSULA (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
	1) Acatar la Constitución Política, la Ley, los principios de la contratación estatal y las demás normas concordantes y complementarias, 2) Asumir la responsabilidad de todas las actividades relativas a la ejecución de las obligaciones establecidas en este contrato, 3) De acuerdo con el principio de coordinación, el contratista deberá participar en las reuniones que sean convocadas relacionadas con la ejecución del contrato. 4) Entregar al SENA periódicamente y al finalizar el contrato, o cuando el supervisor lo solicite, todos los documentos y archivos (físicos y electrónicos) a su cargo y que se produzcan en ejecución de sus obligaciones, debidamente inventariados conforme a las normas y procedimientos que establezca el Archivo General de la Nación y de acuerdo con el formato GD-F-004 Formato único de Inventario Documental,	Orientar procesos de formación Virtual a los aprendices de grado 10 y 11 de las Instituciones Educativas articuladas de las fichas: 2057262-2057354-2057444-2057336-1830095-1830046-1830288	Reporte Horas Sofia, Menu Lms Territorium
	5) Entregar al SENA a la finalización del plazo de ejecución o del vínculo contractual o cuando el supervisor del contrato lo solicite, los bienes devolutivos que le hayan sido asignados para el cumplimiento del objeto del contrato, 6) Utilizar en debida forma las claves asignadas para el ingreso a los sistemas de información y gestión del SENA,	Orientar procesos de formación virtual a los aprendices del grado 10 y 11 de las Instituciones Educativas articuladas de las fichas: 2057262-2057354-2057444-2057336-1830095-1830046-1830288	Aplicativo Sofía.

	que requiera para la ejecución del contrato y al finalizar el mismo, informar para su desactivación y, garantizar la seguridad y reserva de la información conocida por estos u otros medios durante la ejecución del contrato, 7) Colaborar en el suministro y respuesta de la información correspondiente a los requerimientos efectuados por los organismos de control del Estado Colombiano o cualquier otra autoridad, en relación con la ejecución, desarrollo o implementación del contrato y de asuntos relacionados con el mismo, 8) Solicitar autorización escrita del SENA para utilizar el nombre, emblema o sello oficial con fines publicitarios o ajenos a los establecidos en los lineamientos de la Entidad,		
	9) Cumplir con las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo del SENA, según la normatividad vigente, 10) El contratista deberá hacer entrega del examen médico pre-ocupacional al Grupo de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Dirección General y/o sus homólogos en los Centros de Formación y Direcciones Regionales de acuerdo con el profesiograma y el objeto a desarrollar y dentro de los plazos establecidos legalmente. (Decreto 723 de 2013 art. 18).11) Para los efectos de retención prevista en el artículo 3.2.7.5 del Decreto 1273 de 2018, el contratista estará	Se realizó los respectivos exámenes médicos preocupacionales.	Se entregó el certificado de exámenes preocupacionales en la oficina de contratación.

	obligado a informar al SENA al momento de la suscripción del contrato y cuando quiera que se produzca alguna modificación que afecte el monto y el giro de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral, conforme con las variables allí establecidas.		
	12) El certificado de aprobación de la inducción al Subsistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo deberá adjuntarse a los documentos requeridos para el primer pago de honorarios. 13) Mantener actualizados los sistemas de información sobre los cuales se le haya asignado usuario y contraseña durante la ejecución del contrato y entregar al supervisor las evidencias del estado en que se encuentre, en los informes de ejecución contractual parcial o final, 14) EL CONTRATISTA asume, con la suscripción del contrato, la obligación de realizar los pagos al SISS (salud, pensión y riesgos laborales), de acuerdo con la normatividad vigente aportando los soportes de pago correspondientes, los cuales deben ser validados para constatar que en efecto el pago de la planilla haya sido recibido por la entidad correspondiente, y en caso de incumplimiento total o parcial, responder por las consecuencias y sanciones que disponga la ley,	°Se realizó el examen de inducción al subsistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo. °Se realizaron los pagos correspondientes a salud, pensión y ARL.	° Se entregó el certificado de inducción al subsistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo a contratación. ° Se anexan soportes de pago a contratación.
	15) EL CONTRATISTA se obliga a no subcontratar las actividades propias del objeto contractual, salvo, que dentro del desarrollo de	La verificación y actuación queda a mano de la entidad SENA.	Verificación y actuación queda en mano de la entidad SENA

	la propuesta se haya previsto disponer de recurso humano, para lo cual deberá tener en cuenta que no podrá vincular menores de edad, dando aplicación a la Resolución No. 1677 de 2008 del Ministerio de Protección Social y los Pactos, Convenios y Convenciones Internacionales ratificados por Colombia, sobre los derechos de los niños, 16) En caso de que proceda el registro y asignación de una firma digital, usarla dentro de los límites impuestos por el objeto y las obligaciones del presente contrato y en todo caso con la debida autorización de quien corresponda 17) Desplazarse dentro y fuera del territorio nacional en caso de que se requiera para el cumplimiento de sus obligaciones contractuales y legalizar las ordenes de viaje de acuerdo con los términos y lineamientos del SENA, una vez culminado el desplazamiento		
	18) Las demás necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual,19) Guardar reserva de la información asociada al objeto contractual que repose en bases de datos, sistemas de gestión, aplicativos, archivos físicos o magnéticos, respecto de los cuales se le haya concedido acceso mediante códigos, claves o contraseñas, respondiendo penal, civil y administrativamente por su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento, durante el plazo de ejecución del contrato y un (1) año	Se realizaron los pagos correspondientes a salud, pensión y ARL Se realizan informes mensuales de la ejecución del contrato y todo lo demás que se requieran para la ejecución del contrato	Se anexan soportes de pago a contratación. Se entregan informes mensuales y todo lo requerido para la ejecución del contrato.

	más, conforme a las disposiciones contenidas en la Ley 1266 de 2008, la Ley 1581 de 2012, la Ley 1273 de 2009 y las demás que las complementen, sustituyan o modifiquen. 20) En cumplimiento de lo dispuesto en el parágrafo 1° del artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, del artículo 6 de la Ley 1562 de 2012 y del Decreto 1273 de 2018 el (la) contratista deberá acreditar que se encuentra al día en el pago mensual de los aportes del Sistema de Seguridad Social Integral y para la realización de cada pago derivado del mismo, estos pagos podrán acreditarse mes vencido y únicamente por el sistema pila o de planilla asistida o el que determine el Ministerio del Trabajo. Cuando corresponda, el (la) contratista también debe acreditar el pago oportuno de los aportes al SENA, ICBF y cajas de Compensación Familiar (cuando corresponda).		
	PARÁGRAFO PRIMERO: En caso de requerirse el desplazamiento del contratista para desarrollar actividades directamente relacionadas con objeto del contrato, este será informado por parte del supervisor a fin que se adelanten las gestiones necesarias para facilitar su desplazamiento, bien sea dentro del territorio nacional o fuera de este, de conformidad con lo establecido en la resolución que para el efecto se encuentre vigente. PÁRAGRAFO SEGUNDO: El contratista se obliga a legalizar los gastos de	No aplica	No aplica

	desplazamiento generados en las órdenes de viaje debidamente celebradas dentro de los 5 días siguientes a la finalización de la misma.		

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.
Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				
2.				

Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados, fotocopia de la planilla- recibo de pago de aportes a salud, pensiones y ARL, 9409569931 expedido por aportes en línea correspondiente al mes de agosto del año 2020.(Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en ( ) folios

Cordialmente,

JEFFREY ALBERTO QUANT REALES
Contratista
C.C. No 1.043.871.611 de Palmar de Varela

Recibí a satisfacción:

GABIS DE JESUS AMAYA TORRES
SUPERVISOR CONTRATO No. 1335619/2020
Coordinacion de programa especiales

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: JEFFREY ALBERTO QUANT REALES

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 01/09/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 30/09/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 1830046 - VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y EL ESTILO DE EXHIBICIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 39,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2057444 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 20,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2057336 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 24,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 1830095 - VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y EL ESTILO DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 25,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2057354 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 19,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 1830288 - VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y TENDENCIAS DEL ENTORNO
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y EL ESTILO DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCION IDONEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMAS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 24,90

FICHA DE APRENDIZAJE: 2057262 - ASESORIA COMERCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 19,90

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 174,50

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

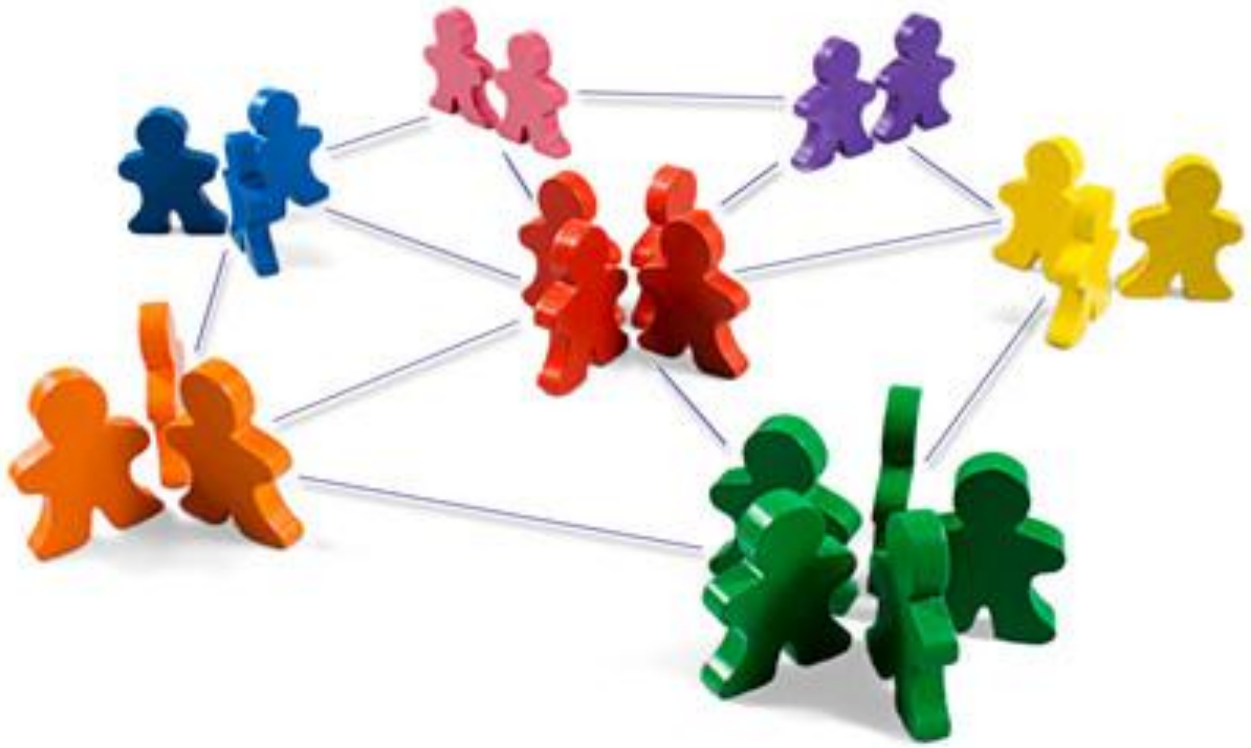
FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 0,00

INSTRUCTOR: JEFFREY ALBERTO QUANT REALES

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FORMATOS COMERCIALES



HIPERMERCADO





Un hipermercado es una gran superficie comercial. Se diferencia del supermercado por poseer un tamaño superior a 2.500 m2, además de poseer elementos de grandes almacenes o tiendas por departamento.

Los hipermercados ofrecen una amplia gama de productos. Además de las secciones habituales en un supermercado tales como alimentación, droguería, perfumería y bazar, los hipermercados también ofrecen mercaderías generales como: papelería, motor, electrónica de consumo, audio y vídeo, electrodomésticos, juguetes y textil.

Habitualmente los hipermercados se sitúan a las afueras de las ciudades o aledaños a autopistas y avenidas de alto tráfico.

Hipermercado compacto:

Establecimientos de superficie mediana, que poseen una línea completa de alimentos, además de una pequeña selección de mercancías generales. Por lo general este tipo de tiendas están ubicadas en zonas comerciales, barrios residenciales y pequeñas ciudades.



SUPERMERCADOS



Un supermercado es un establecimiento comercial urbano que vende bienes de consumo en sistemas autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza.

Los supermercados generalmente ofrecen productos a bajo precio. Para generar beneficios, los supermercados intentan contrarrestar el bajo margen de beneficio con un alto volumen de ventas.

Por su tamaño se dividen en:

- ***Supermercados mediano de 400 a 1.500 m2 de superficie de ventas***
- ***Supermercados grande: de 1.500 a 2.500 m2 de superficie de ventas***

ALMACENES



Son aquellos lugares donde se guardan los diferentes tipos de mercancía.

La formulación de una política de inventario para un departamento de almacén depende de la información respecto a tiempos de adelantes, disponibilidades de materiales, tendencias en los precios y materiales de compras, es la fuente mejor de esta información.

Esta función controla físicamente y mantiene todos los artículos inventariados, se deben establecer resguardo físico adecuados para proteger los artículos de algún daño de uso innecesario debido a procedimientos de rotación de inventarios defectuosos y a robos.

Función de los almacenes:

1. ***Mantiene las materias primas aseguradas de incendios, robos y deterioros.***
2. ***Permitir a las personas autorizadas al acceso a las materias almacenadas.***
3. ***Mantienen en constante información al departamentos de compras, sobre las existencias reales de materia prima.***
4. ***Lleva en forma minuciosa controles sobre las materias primas (entradas y salidas)***
5. ***Vigila que no se agoten los materiales (máximos – mínimos)***

CASH CARRY



El «Compra y llévate» (traducción de Cash and carry) se considera una fórmula comercial evolucionada de la venta mayorista tradicional, con la particularidad de dirigirse única y exclusivamente a profesionales (detallistas independientes y hoteleros) y operar en régimen de libre servicio. El minorista se desplaza al local del mayorista, elige los artículos que necesita, los paga y los transporta, frente al procedimiento convencional de realizar el pedido al mayorista, para que éste lo transporte y lo sirva en el establecimiento del detallista.

En resumen:
Es un mayorista; esto es, nunca vende a un consumidor final. Para acceder a un establecimiento «Cash and carry» se debe tener una tarjeta o identificación que acredita la condición de minorista.

Tiene una política comercial fundamentada en el precio y en las continuas ofertas. Conoce bien a sus clientes, su consumo y necesidades.

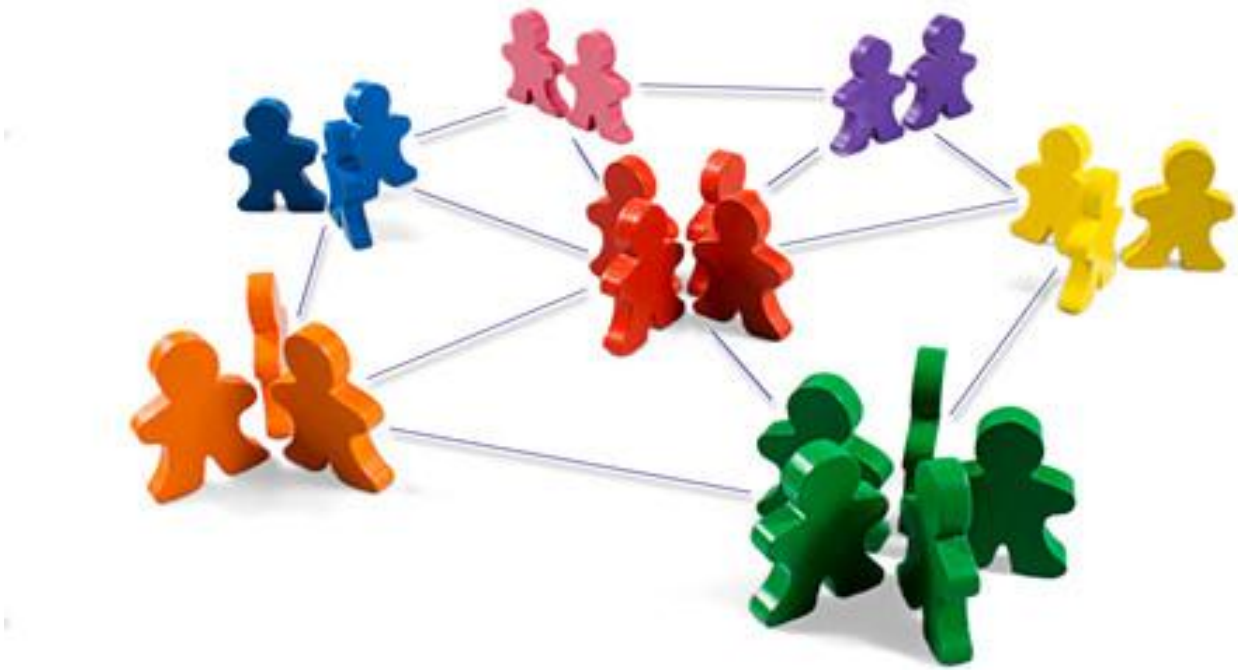
TIENDAS

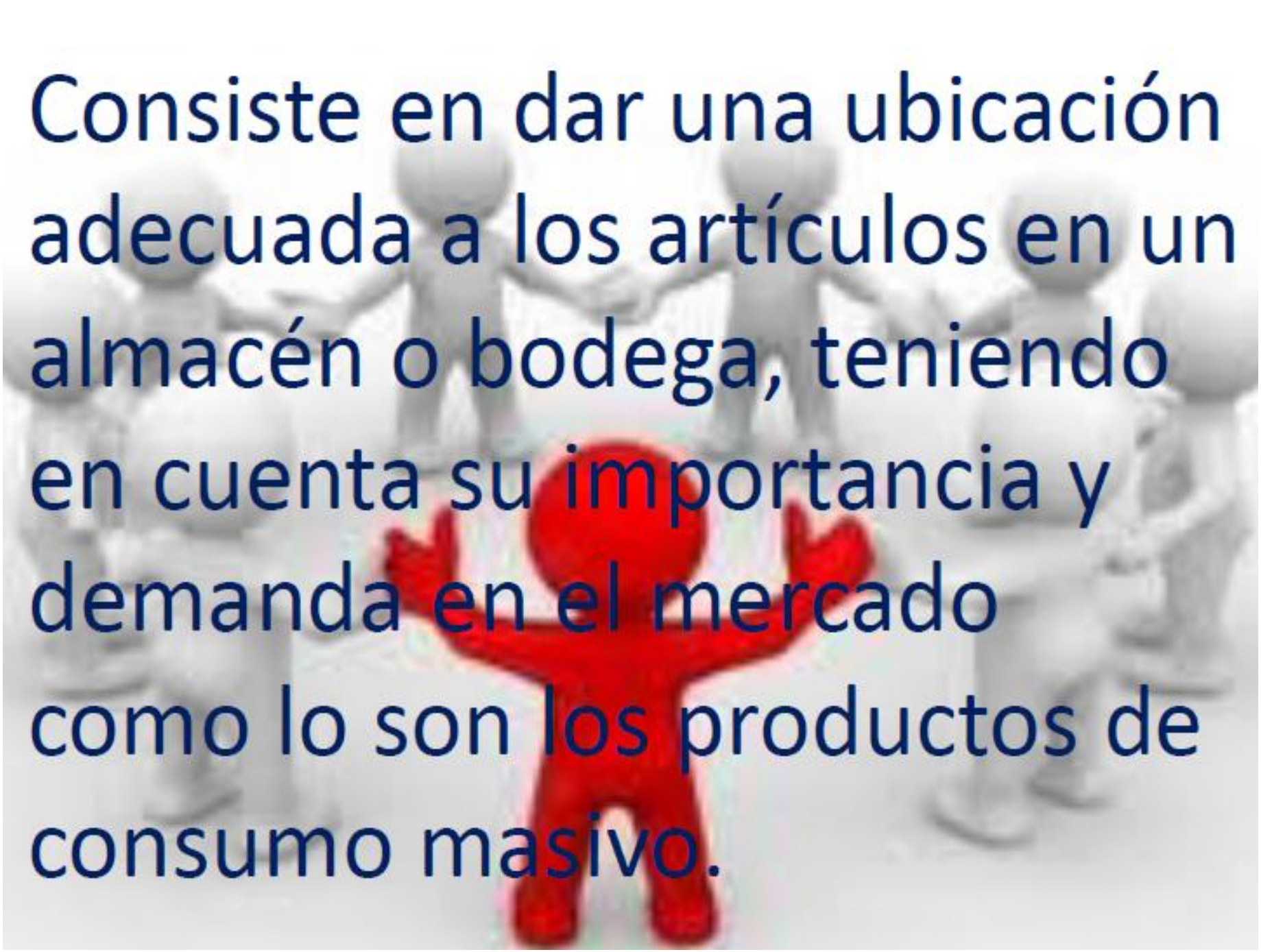


Una tienda o negocio es un tipo de establecimiento comercial, físico o virtual, donde la gente puede adquirir bienes o servicios a cambio de una contraprestación económica, de forma tradicional.
El vocablo «tienda» implica un establecimiento pequeño con atención directa por parte de un vendedor o «dependiente»; también presupone la existencia de un «mostrador» o mesa que separa la sala de ventas de los artículos en venta. Esta forma de comercio es opuesta al comercio en régimen de libre servicio, donde el consumidor se acerca a los artículos, los elige y los lleva hasta la línea de cajas registradoras para pagar su compra.

En Colombia, estos establecimientos representan más del 70 % del total de las ventas de víveres y productos básicos de consumo de las comunidades.

ROTACIÓN DE PRODUCTO




Consiste en dar una ubicación adecuada a los artículos en un almacén o bodega, teniendo en cuenta su importancia y demanda en el mercado como lo son los productos de consumo masivo.

Surtido

El surtido se define como el conjunto de referencias que ofrece un establecimiento comercial a su clientela clave para satisfacerle unas determinadas necesidades o deseos, constituyendo su posicionamiento estratégico en el mercado y permitiendo al detallista obtener beneficios que rentabilicen su inversión.

Sistema de Gestión de la Calidad	**Centro de comercio y servicios** **Regional Atlántico** **TALLER**	

Programa: Técnico en Venta de Productos y Servicios
Competencia: Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.
Nombre del Instructor: JEFFREY QUANT REALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE Definir y aplicar técnicas y procedimientos para la organización del surtido de acuerdo a los productos

ACTIVIDADES:

- Responder a las preguntas asignadas.

A continuación responda a las siguientes preguntas.

1. Defina los formatos comerciales y cuantos tipos conoce?
2. Usted cree que las tiendas de barrio desaparecerán por otro formato comercial, justifica tu respuesta?
3. Para usted que es rotación de productos?
4. Por qué cree que se utiliza un código de barra, justifique su respuesta?

"TENER ÉXITO NO ES ALEATORIO, ES UNA VARIABLE DEPENDIENTE DEL ESFUERZO"
--SOFOCLES--

Debilidades

Oportunidades

Fortalezas

Amenazas

Debilidades

Fortalezas

Son variables internas (que dependen de la organización)



En el análisis interno deben considerarse todos los aspectos que se manejan en la organización, recursos humanos, recursos físicos, recursos financieros, recursos técnicos y tecnológicos, riesgos, etc.

Cuatro preguntas son claves para resolver esta primera parte:

- ¿Qué aspectos me diferencian de la competencia?
- ¿En qué la supero?
- ¿En cuáles estamos igualados?
- ¿En cuáles me supera?

Amenazas

Oportunidades

Son variables externas (que no dependen de la organización)

En el análisis externo se deben considerar todos los elementos de la cadena productiva, aspectos demográficos, culturales, políticos e institucionales.



Algunas preguntas que sirven de guía son:

- ¿En qué áreas es difícil alcanzar altos desempeños?
- ¿En qué áreas se podrían generar altos desempeños?
- ¿Cuáles son las barreras que impiden alcanzar las metas propuestas?

Formule la matriz

El paso siguiente es la formulación de la Matriz DOFA.

Para esto se escriben todos los factores que conozcas.



La siguiente matriz es una guía de cómo presentar la información.

	FUERZAS-F	**DEBILIDADES-D**
	1. 2. 3. Anotar las fuerzas 4. 5.	1. 2. 3. Anotar las debilidades 4. 5.
OPORTUNIDADES-O 1. 2. 3. Anotar las oportunidades 4. 5.		
AMENAZAS-A 1. 2. 3. Anotar las amenazas 4. 5.		

ANALISIS DOFA COCA COLA

FORTALEZAS

1. **Posicionamiento Coca-Cola**
2. Confiabilidad en la calidad del producto.
3. Distribución especializada (todo el mercado)
4. Sistemas de información completo
5. **Empresas fabricadores en cada pais.**
6. Formula del producto secreta, el producto es inimitable.

OPORTUNIDADES

1. **Implementación del Portafolio al 100%**
2. **Incrementar nuestro liderazgo en Coca-Cola Light**
3. **Capturar ocasiones de consumo no cubiertas**
4. **Diferenciarnos con ejecución innovadora en el punto de venta**
5. **Agresividad en promociones de valor**

DEBILIDADES

1. Difícil adecuación de estrategias de Mercado **Disponibilidad del portafolio en Regiones**
2. **Precios altos vs resto de la industria**

AMENAZAS

1. Cambio de tendencias del mercado
2. **Marcas de precio más agresivas**
3. **Tendencia hacia lo Saludable y Sano**
4. Concentración en canales modernos

Sistema de Gestión de la Calidad	**Dirección de Formación Profesional** **Grupo de Innovación Pedagógica y Gestión de la Información** **Formación Pedagógica de Instructores** **Centro de Comercio y Servicios** **Regional Atlántico** **TALLER**	

Programa: Técnico en Asesoria comercial

Proceso: TALLER

Nombre del Instructor: JEFFREY A. QUANT REALES

DESCRIPCIÓN DE LA EVALUACION:

Después de la explicación dada por el Instructor por medio del material de apoyo DE MATRIZ DOFA realice el siguiente taller.

TALLER

1) REALICE UN DOFA DE USTED MISMO (COLOCAR 3 ITEM DE CADA VARIABLE)

2) ESCOJA UNA MARCA O PRODUCTO Y REALICE UN DOFA (COLOCAR 3 ITEM DE CADA VARIBLE)

“SI HICIÉSEMOS TODAS LAS COSAS DE LAS QUE SOMOS CAPACES, NOS ASOMBRARÍAMOS”

--Thomas Edison--

Sistema de Gestión de la Calidad	**Dirección de Formación Profesional** **Grupo de Innovación Pedagógica y Gestión de la Información** **Formación Pedagógica de Instructores** **Centro de Comercio y Servicios** **Regional Atlántico** **TALLER**	

Programa: Técnico en Asesoria comercial

Proceso: TALLER

Nombre del Instructor: JEFFREY A. QUANT REALES

DESCRIPCIÓN DE LA EVALUACION:

Después de la explicación dada por el Instructor por medio del material de apoyo DE MATRIZ DOFA realice el siguiente taller.

TALLER
PUEDEN HACERLO EN GRUPO DE 3 SI USTEDES QUIEREN

DE LAS 3 IDEAS INNOVADORAS QUE USTED REALIZO EN UN TRABAJO ANTERIOR, ESCOJA 1 Y REALICE EL DOFA (3 VARIABLES DE CADA UNA).

NOTA: ESTO SE HACE CON EL FIN DE QUE ESA IDEA QUE USTED TOME, SEA LA IDEA DEL PROYECTO QUE VAMOS REALIZAR MAS ADELANTE, ES IMPORTANTE QUE NO CAMBIE DE OPINION POR ESO RECOMIENDO QUE VEAN DE LAS 3 IDEAS CUAL ES LA QUE MAS SE AJUSTE A LA REALIDAD Y QUE POSIBLEMENTE SE PUEDA CUMPLIR

“SI HICIÉSEMOS TODAS LAS COSAS DE LAS QUE SOMOS CAPACES, NOS ASOMBRARÍAMOS”

--Thomas Edison--

CRM

CRM

- Customer (Clientes)
- Relationship (Relaciones / Interacciones)
- Management (Administración)

O EN ESPAÑOL

Administración de la relación con los clientes.

DEFINICION DEL CLIENTE PARA EL CRM

- Puede pensarse en un cliente, como un “ente” que se Involucra con una empresa por medio de la regular y periódica adquisición de bienes o servicios que ésta le proporciona.



TIPOS DE CLIENTES

Las siguientes definiciones corresponden a algunos “tipos de clientes” que suelen incluirse en iniciativas y estrategias empresariales enfocadas en el CRM:

- **Agente:** Aunque los agentes no compran productos y servicios, sin embargo, controlan las relaciones de las organizaciones y los consumidores finales que compran sus productos.

- **Beneficiarios:** Los beneficiarios se encuentran en muchas industrias, tales como seguros, banca, e inversión por nombrar algunos.

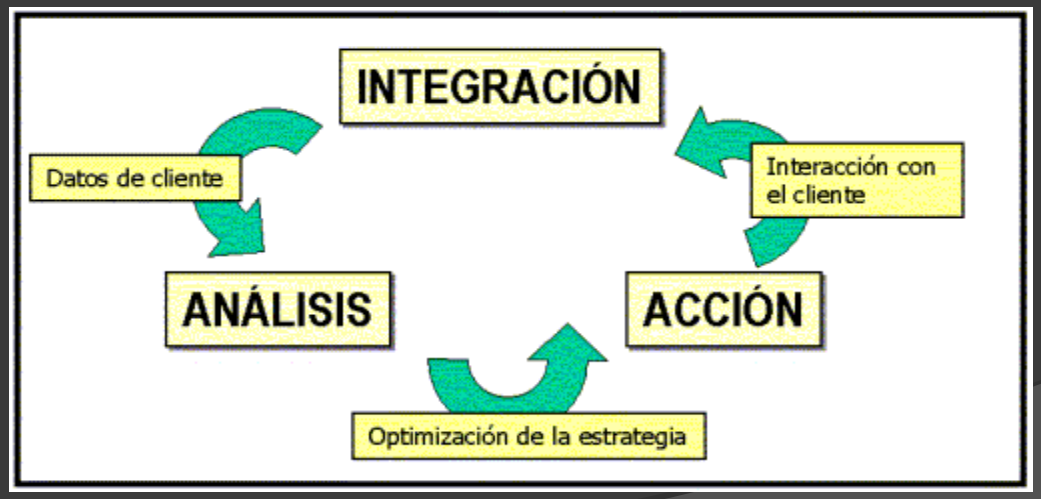
- Competidor / Asociado: Las organizaciones están tomando un interés creciente en la competencia que tienen en su sector al punto que pueden llegar a incluir a sus competidores en sus propias definiciones de "clientes" debido a que bajo ciertas condiciones un competidor puede llegar a convertirse en un cliente o en un "asociado de negocios".
- Empleado: Un empleado es un cliente algo similar a un agente. Los empleados a menudo tienen la facilidad para comprar productos y servicios de la compañía, con un descuento preferencial.



- Garante: Un garante es un individuo u organización que somete u otorga una garantía para el reembolso de un crédito, por ejemplo en el caso en que un banco presta dinero a una persona, el garante es quien se compromete a ayudar al deudor a responder por el dinero recibido.

CICLO DE VIDA DEL CLIENTE (CVC)

El propósito del Ciclo de Vida del Cliente (CVC) consiste en “Definir las fases por las que un cliente atraviesa cuando evalúa, compra (o alquila), y usa los productos que ofrece una compañía o empresa.



Cuando un cliente está considerando la compra de un producto o servicio, atraviesa por una serie de procesos o fases:

- Identifica todo lo que tiene que llenar (formas, garantías, solicitudes, etc.) por un producto o servicio disponible para la compra.
- Intenta desarrollar un conocimiento acerca de la organización, que le ofrece el producto o servicio, y que podría satisfacer su necesidad.
- Considera cómo los productos y servicios ofrecidos por la organización satisfacen o no sus requerimientos.
- Evalúa los productos y servicios de la compañía contra otros (la competencia) para identificar el que mejor satisface sus necesidades.
- Decide comprar el producto o servicio de la compañía, o en su defecto las adquiere a un competidor. A esta fase se la conoce como el Momento del Cliente.

CONCLUSIONES

- CRM es una estrategia enfocada en lograr una mayor diferenciación en el negocio de compra y venta de productos y servicios.
- Implementar una estrategia CRM requiere cambios en la forma de pensar de la organización, esto es: cultura, procesos del negocio, tecnología, estrategias de marketing, etc.
- La información generada por el CRM debe emplearse para desarrollar estrategias de ventas y servicios, de tal modo, que sean únicas y apropiadas para cada cliente.
- Las estrategias de CRM deben ser ejecutadas y evaluadas consistentemente en todos los puntos de contacto con los clientes.
- El CRM es una estrategia de negocio, no es una tecnología o un producto en sí mismo.

