



PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, 18 de noviembre de 2025

Señor (a)

JORGE DAVID GOMEZ BEDOYA

SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.7548026**

PROFESIONAL G08

Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba

Montería

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes noviembre del año 2025

Referencia: **CO1.PCCNTR.7548026** del año 2025

ROBERTO JIMENEZ URUETA, identificado con la cédula de ciudadanía No. 73.078.969 de Cartagena, en mi calidad de Contratista del SENA, en Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba, 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: Se fija como valor total para el contrato la suma CUARENTA Y CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA Y UN MIL NOVECIENTOS TREINTA Y OCHO PESOS M/CTE (\$44.461.938) Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un primer pago correspondiente al mes de marzo de 2025 por valor de CUATRO MILLONES CIENTO TREINTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS CINCUENTA Y NUEVE PESOS M/CTE. (\$ 4.139.559), b) ocho (8) pagos iguales por los meses de abril a noviembre de 2025, por valor de CUATRO MILLONES QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS ONCE PESOS M/CTE. (\$4.599.511) cada uno. c) un (1) pago por el mes de diciembre de 2025 por valor de DOS MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS SEIS PESOS M/CTE. (\$2.759.706).

Plazo: Será hasta el 23 de Diciembre de 2025

OBJETO:
CONTRATAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL COMO INSTRUCTOR CONTRATISTA PARA IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL EN EL PROGRAMA DE ATENCIÓN POBLACIÓN VÍCTIMA DEL DESPLAZAMIENTO POR LA VIOLENCIA DEL CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DEL SENA REGIONAL CÓRDOBA



Obligaciones Específicas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planear y ejecutar la formación profesional cumpliendo con la programación académica predeterminada por la coordinación respectiva en los programas y competencias asignada, para el logro de los resultados de aprendizaje definidos, cumpliendo las horas de formación de las competencias de los programas de formación equivalentes a la programación de la Formación Profesional Integral.	Ejecución de las formaciones: EJECUCION BASICO DE CONTABILIDAD, COSTOS Y PRESUPUESTOS FICHA N° 3385898; EJECUCION FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS FICHA N° 3385892; EJECUCION MERCADEO Y VENTAS FICHA N° 3376447	Lista de asistencia, FOTOGRAFIAS, FICHA CARACTERIZACIÓN
2	Apoyar la elaboración de la planeación pedagógica, guías de aprendizaje, instrumentos de evaluación, plan de trabajo, ayudas didácticas requeridos para el desarrollo de los procesos de formación asignados	Se elaboraron las guías de aprendizaje para las formaciones evidenciadas.	Guías de aprendizaje
3	Registrar en el aplicativo SOFIA PLUS, todas las evidencias del proceso formativo: crear las rutas de aprendizaje, asociar aprendices, realizar registro de inasistencia de aprendices, planes de mejoramiento y registrar juicios evaluativos, acorde con los lineamientos institucionales.	Se crearon las rutas de aprendizaje, y la asociación de aprendices a las fichas matriculadas en el tiempo correspondiente.	Evidencia presentada
4	Participar en las reuniones de equipos de ejecución de la formación por grupo o áreas,	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A



	según la determinación de la respectiva Coordinación Académica y de acuerdo con el procedimiento establecido por la institución, para garantizar integralidad en el diseño de actividades de aprendizaje.		
5	Presentar las actas finales de cierre de etapa lectiva de las fichas asignadas como responsable, acorde con los lineamientos institucionales.	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A
6	Apoyar el trámite de las novedades de deserción de aprendices acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz.	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A
7	Asistir a los aprendices en las novedades acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A
8	Aportar todos los documentos soporte del proceso de formación profesional, publicados en la plataforma SIGA, así como los requeridos para aseguramiento de la calidad (Autoevaluación y Registro calificado).	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A
9	Participar en proyectos de investigación aplicada, técnica y pedagógica en función de la formación profesional de los programas relacionados con el área temática.	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A
10	Gestionar la colocación de aprendices en alguna de las modalidades de etapa productiva y rendir informes periódicos de los resultados alcanzados, conforme a las	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A



	instrucciones que les sean impartidas		
11	Subir los documentos soporte del pago en la plataforma del SECOP II en los plazos establecidos por la entidad y acorde con los requisitos legales exigidos. De evidenciarse la falta de cargue de los documentos para el respectivo pago en la plataforma por dos meses seguidos se procederá con el inicio de proceso de incumplimiento contractual.	Se ha cumplido con la obligación en el presente mes anexando los documentos correspondientes solicitados.	GTH-F-062-FORMATOINFOR MENSUALDEEJECUCION CONTRACTUALv02 Pago de la seguridad social Comprobantes de pago SOI
12	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo máximo de tres (3) días hábiles anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información.	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A
13	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo no inferior a quince (15) días hábiles las anomalías, inconsistencias, novedades del Contrato (Cesión - Terminación).	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A
14	Atender las solicitudes realizadas por el supervisor del contrato	Hasta el momento no se ha realizado esta actividad.	N/A

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
1.	XX	XX	XX	XX
2.	XX	XX	XX	XX

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. **4630284232** de la planilla, operador Bancoomeva y periodo **OCTUBRE**. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (8) folios

Cordialmente,

Firma
ROBERTO JIMENEZ URUETA
Contratista
C.C. No. 73.078.969

Recibí a satisfacción:

Firma
JORGE DAVID GOMEZ BEDOYA
PROFESIONAL G08
Supervisor(a) Contrato N° **CO1.PCCNTR.7548026** de 2025
Coordinador Académico



EVIDENCIAS

1. EJECUCION BASICO DE CONTABILIDAD, COSTOS Y PRESUPUESTOS FICHA N° 3385898





2. EJECUCION FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS FICHA N° 3385892



3. EJECUCION MERCADEO Y VENTAS FICHA N° 3376447



4. LISTA DE ASISTENCIA DE LAS FORMACIONES



Sistema de
Gestión de la
Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: MERCADERO y VENTAS

FICHA No. _____

Municipio: MONTELA Lugar: MONTELA - CNA MJOP

Instructor: _____ N°. Doc. Identidad _____

FECHA: 12 / 11 / 2025 HORARIO: _____

N°	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DEL CELULAR	FIRMAS
01	SOTO MURILLO	MARIA ANDREA	26201500	3004748028	MURILLO
02	SOTO GARCIA	Luz ESTELIA	34973540	3007641991	Luz Estela
03	Romero M.	Luz Ester	1063280546	3002339422	Ester Romero
04	Vasquez L.	Daniela	1067826767	3123844942	Daniela Vasquez
05	Polo Mendez	Cassell Anari	1003049785	3217543152	Cassell Polo
06	Guzman	Leidy	7603562720	3235466283	Leidy Guzman
07	Gonzales	Estelle	34998362	3113850946	Estelle
08	Gonzalez Gonzalez	Daniela	1062958853	3046438782	Daniela
09	Gonzalez Causil	Saudith	1069484579	3145322613	Saudith
10	Dolores Martinez	MARIA DEL PILAR	34977402	3052945556	Maria del Pilar
11	Romero Carrizal	Jairo Amador	773977767	3747007627	Jairo Romero
12	Sergio Caraballo	ACOSTA	7137978325	3207545168	Sergio CC.
13	Jaraba Sam?	Luz Elena	1068582950	3104921285	Luz Jaraba S.
14	Ricardo Gonzalez	Wilfredo	92513779	3205364677	Wilfredo
15	Fabiana Hernandez	Fabiana Andrea	1082968903	3044424564	Fabiana Adl
16	Richards cc. ngs	MERY		3735047287	MERY Richards
17	Hernandez H	Jose David	1193555432	3102950956	Jose David
18	Martinez	Eduardo	1003406440	3127013380	Eduardo
19	Altahona	Jose Janic	1003404384	3113850446	Jose Janic
20	Pavara Montes	Sharik Helena	1062956977	3107057596	Sharik Helena
21	Juan Ruiz	Ana Carolina	1037468400	3012281578	Ana Carolina
22	Mandiego Fernandez	Gwendy	1067923208	3114089360	Gwendy
23	Fernandez conde	Ana Raquel	64565833	3233897303	Ana Raquel
24	Arbumedo vasquez	JESUS DAVID	1007574985	3113367670	JESUS ARBUMEDO
25	CASALOVA BOMILA	KARIN JURETH	1353159	3117432069	Karin
26	Lopez Cayollo	Daniela	1003402430	3226719844	Daniela Lopez C.
27	Eliabo Rivas	Eliabo	6343881	3043280276	Eliabo Rivas
28	Uenicy E. Cavudia		50909008	3124386893	Uenicy E.
29	Cayollo Altamiranda	Luz Ney	30650418	3134729425	Luz Ney Cayollo A.
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					

FIRMA DEL INSTRUCTOR _____



Sistema de
Gestión de la
Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: EMPRENIMIENTO

FICHA No. _____

Municipio: _____ Lugar: _____

Instructor: _____ N°. Doc. Identidad _____

FECHA: 04/11/2025 HORARIO: _____

N°	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DEL CELULAR	FIRMAS
01	Bonina	Yordán	106790213	311254081	Yordán
02	González	Estelita	34998362	3113850946	Estelita
03	Barba	Wilfrido	92513779	3205364677	Wilfrido Barba
04	Potón Sibaja	Harold	1062964921	3187784025	Harold
05					
06					
07					
08					
09					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					

FIRMA DEL INSTRUCTOR _____



Sistema de
Gestión de la
Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: Contabilidad
 FICHA No. _____
 Municipio: Monseñor Lugar: _____
 Instrúctor: _____ N°. Doc. Ident. 73078529
 FECHA: 16/10/2021 HORARIO: _____

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMA
01	JOLANO AVRIEZ	DANIELA SOFIA	1064048198	
02	JULEY REGINO ESPITIA	JULEY	1067870526	
03	ARCEAGA MORALES	LIAM ROSA	1062898019	
04	BERRIO MIRANDA	YENIS FERNANDA	1138025121	
05	PADILLA GUZMAN	LIZ ANGELLY	1062448672	
06	QUINTANA PADILLA	KELLY JOHANA	1067885257	
07	SIBAJA PATRON	Harold	1062964921	
08	TUBERQUA GARRIDO	Fergie Patricia	1138044190	
09	Peña Amista	Alexa	10778892	
10	RUIZ LOPEZ	Jesús David	1068422460	
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				



Sistema de
Gestión de la
Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: MERCADO Y VENTAS

FICHA No. _____

Municipio: MONTAÑA Lugar: _____

Instructor: _____ Nº. Doc. Identidad _____

FECHA: 07/11/2015 HORARIO: _____

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DEL CELULAR	FIRMAS
01	Martinez	Eduardo	1003406448	3127013380	<i>[Signature]</i>
02	Gonzalez Gonzalez	Daniela	1062958853	3046438782	<i>[Signature]</i>
03	Gonzalez Gausi	Sautilh	1069484579	3145322613	<i>[Signature]</i>
04	Gonzalez Cancha	Estella	34998362	3113850946	<i>[Signature]</i>
05	Juzman	Leidy	7003562726	3239466283	<i>[Signature]</i>
06	Pallares Martinez	MARIA DEL PILAR	34.977.407	3052945556	<i>[Signature]</i>
07	Vizquez L.	Daniela	1067826767	3123844742	<i>[Signature]</i>
08	Romero M.	Juz Ester	1063280546	3002339422	<i>[Signature]</i>
09	Richards Vargas	MERY		3135047287	<i>[Signature]</i>
10	Jaraba	Luz Elena	1068582950	3104921285	<i>[Signature]</i>
11	Adela Hona	Jose Daniel	100.3404380	3113850946	<i>[Signature]</i>
12	Polo Pateiroza	Gissell Andrea	1003049775	3217543152	<i>[Signature]</i>
13	Barba Gonzalez	Wilfrido Am.	92513779	3205364677	<i>[Signature]</i>
14	Mendoza Fernandez	Gudy	1067925209	3114089360	<i>[Signature]</i>
15	Fernandez Concha	Ana	64565833	3233897303	<i>[Signature]</i>
16	Cogollo A	Luz Ney	30650418	3134729425	<i>[Signature]</i>
17	Hernandez Sara	Fabianna	1062960903	3044424569	<i>[Signature]</i>
18	Argumedo Vasquez	Jesus David	1007574985	3113362670	<i>[Signature]</i>
19	Jose David	Hernandez H.	119355432	3102950756	<i>[Signature]</i>
20	Lopez Cogollo	Daniela	1003402435	3226719844	<i>[Signature]</i>
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					

FIRMA DEL INSTRUCTOR _____



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: ATENCIÓN al Cliente en Canales BPO
FICHA No. _____
Municipio: Montevideo Lugar: _____
Instructor: _____ N° Doc. Identidad _____
FECHA: 07/11/2025 HORARIO: _____

N°	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DEL CELULAR	FIRMAS
01	CORDERO GARCIA	FRANCISCO JOSE	1063139360	3001609683	Francisco
02	LOPEZ COGOLLO	DANIELA	1003402435	3326719844	Daniela
03	PEREZ JERONIMO	YADIRIS	103847913		Yadiris Perez
04	MARIMONACHA	MARCO JOSE	10782913	3207994083	Marco Marmona
05	QUINTANA PADILLA	KELLY JOHANA	7067885251	3244287794	Kelly Quintana
06					
07					
08					
09					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					

FIRMA DEL INSTRUCTOR _____



Sistema de
Gestión de la
Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: Mercado y Ventas

FICHA No. _____

Municipio: _____

Lugar: _____

Instructor: _____

Nº. Doc. Ident. _____

FECHA: 29 octubre / 2021

HORARIO: _____

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Sotelo Guzmán	Vanesa	1003529540	Vanesa Sotelo
02	Ramos Rodríguez	Moisés David	1064307986	Moisés Ramos
03	Angulo Hernández	Natalia Rojas	1068009718	Natalia Angulo
04	Pérez Martelós	Jhulliana Jacqueline	1003000831	Jhulliana
05	Pérez Martelós	Juan David	1062956204	Juan David
06	Velasco Pérez	Gissella Paola	1068417596	Gissella
07	Salcedo Valencia	Losa Issella	1158075212	Losa
08	Muncheo Ariza	ERIS SOPHIA	1010833720	ERIS
09	PADILLA GORMAN	W8 ANABELLY	1068417862	ANABELLY
10	Quintana Padilla	Kelly Johana	7067885251	Kelly
11	Benitez Sepulveda	Claudia Milena	7007031206	Claudia
12	Morillo Vidaneta	Harlenis Elizabeth	5625940 5625638	Harlenis
13	Suarez Morillo	Dariannys del Valle	5625940	Dariannys
14	Buzman Bularos	Dina Marcela	1063646004	Dina Buzman
15	DOMICU DOMICU	GERMAN	7073972156	GERMAN
16	Perez Ibarra	Eliano cristina	1032104563	Eliano Perez
17	Jimenez Ibarra	Jorge dierker	1062959963	Jorge
18	Zambrano Miranda	Andrea Carolina	1043670582	Andrea
19	Tordecilla Olascoaga	MARTHA LUCIA	50922582	MARTHA TORDECILLA
20	Jesus Argumedo Vasquez	Jesus David	1007574985	Jesus Argumedo
21	Julio Rodriguez	leni Milena	1003028033	leni julio
22	Barrera Oviedo	Dorlys	50898072	Dorlys
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				

Nombre del Curso: Mercedes y Virtud - Vicio

FICHA No. _____

Municipio: _____ Lugar: _____

Instructor: _____ N° Doc. Identidad _____

FECHA: 05/NOV/2015 HORARIO: _____

N°	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DEL CELULAR	FIRMAS
01	Jaraba S	Luz Elena	1068582930	3104921285	Luz Elena Jaraba
02	Cogollo A	Luz Ney	30650418	3134729425	Luz Ney C.A
03	Montillo Udaneta	Harlenis	5625638	3117468519	Jep
04	Guzmán B.	Dina	1063646709	3024936196	Dina Guzmán
05	Bentz Suleta	claudia	1001031706	3735859248	claudia bentz
06	Patron Sibaya	Harold	1062964921	3187784025	Harold
07	DOMÍNGO D.	GERMAN	707972156	3146759479	German
08	Jimenez Ibona	Jorge eliecer	1062459963	2218788719	Jorge
09	Perez abang	Eliana cristina	1032104563	3246721041	Eliana Perez
10	Sotelo Guzman	Vanesa del Carmen	1003599570	3022496401	Vanesa Sotelo
11	Alarcón Palmera	Angie Paola	1033718704	3023596637	Angie Alarcón
12	Fabra Sardon	Nathaly	1011432489	3276767475	Nathaly Fabra
13	Lopez Ruiz	Ana Carolina	1037468400	3012281678	Ana Lopez
14	Lozano Pons	Andrea	1138080922	3006820661	Andrea Lozano
15	Nieto Pérez	Gissella Paula	1068417596	3015712918	Gissella Nieto
16	Perez Mantelos	Juan David	1062956204	3128304811	Juan Perez
17	Sotelo Valencia	Rosa ISSCILLA	1138075212	3135247464	Rosa Sotelo
18	Perez Mantelos	Shullanna Jacqueline	1003000831	3206876898	Shullanna
19	Alarcón	Andrea	1138080922	3006820661	Andrea
20	Ramos Rodriguez	Moises David	1064307986	3018940091	Moises Ramos
21	Angulo Hernandez	Natalia Rosa	1068809773	3114576225	Natalia Angulo
22	Argumedo Vasquez	Jesus David	1007574985	3113367670	Jesus Argumedo
23	Regino Perez	yoelis	1067899452	3126070165	yoelis
24	Lopez Respiros	Diego	1062914117	3144664553	Diego
25	Jose David	Humandez H.	1193555432	3102950756	Jose David H.
26	PADILLA GERMAN	Luz Anjelly	1068478672	3014747788	Luz Anjelly
27	Quintana padilla	Kelly Johana	1067885252	3244287794	Kelly
28	Correa Urbanez	Harbelus	1067926852	3104098262	Harbelus
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					

FIRMA DEL INSTRUCTOR _____

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
 Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: *Exhibición de Productos en Superficies Comerciales*

FICHA No. _____

Municipio: _____ Lugar: _____

Instructor: *Colette Jiménez* N° Doc. Identidad _____

FECHA: *01/11/2025* HORARIO: _____

N°	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DEL CELULAR	FIRMAS	
01	<i>Diana</i>	<i>figueroa</i>	<i>Yeraldin</i>	<i>1067902153</i>	<i>3017259081</i>	<i>Yeraldin</i>
02	<i>Morillo</i>	<i>Urdaneta</i>	<i>Hailenis</i>	<i>5625638</i>	<i>3117468519</i>	<i>Hailenis</i>
03	<i>Maria</i>	<i>Al P</i>	<i>Paez Ueyra</i>	<i>119274267</i>	<i>3113182508</i>	<i>Maria Paez</i>
04	<i>Ismael</i>	<i>Coma</i>	<i>Luzmaría</i>	<i>371655209</i>	<i>3006904180</i>	<i>Luzmaría Coma</i>
05	<i>Moreno</i>	<i>Cogollo</i>	<i>Jesús Cumilo</i>	<i>1133794415</i>	<i>322 777 44 99</i>	<i>Jesús Cumilo</i>
06	<i>Regino</i>	<i>Pérez</i>	<i>Yoelis</i>	<i>1067899452</i>	<i>312 607 01 65</i>	<i>Yoelis Pérez</i>
07						
08						
09						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						
36						

FIRMA DEL INSTRUCTOR _____

||| PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL
INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación:
- Código del Programa de Formación:
62330031
- FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
- DURACION: del curso: 96 HORAS

COMPETENCIA: 260101047 vender productos y servicios de acuerdo a las necesidades del cliente y objetivos comerciales

DESCRIPCION: presentar la propuesta de productos y servicios, asesorar al cliente y cerrar la venta

Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:

26010104701-estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y procesos comerciales.

Duración de la Guía: 8 horas



2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz en esta guía de aprendizaje se pretende que identifique y adquiera los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para seleccionar el segmento de mercado, target o mercado meta en el cual la organización enfocara las estrategias de marketing para vender productos y servicios acordes con sus necesidades y expectativas. Para esto es necesario realizar una caracterización de clientes potenciales identificadas, CONOCER LA IMPORTANCIA EN LA PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS, TIPOS DE PRODUCTOS, ELABORAR UNA PROPUESTA COMERCIAL ATENCIENDO LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES POTENCIALES, ELABORAR UN PORTAFOLIO DE SERVICIOS ATRACTIVO Y CON LA INFORMACION RELEVANTE PARA NUESTROS CLIENTES.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Cognitivo

- Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta requerimientos de la organización
- Reconocer las variables del marketing mix según productos y servicios ofertados por la organización
- Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta requerimientos de la organización

3.2 Actividades de Reflexión inicial

1. PORQUE CONSIDERA USTED QUE LA FORMA DE VENDER HOY ES DIFERENTE A LA FORMA DE VENDER DE HACE 15 AÑOS?

SOCIALICE CON SU INSTRUCTOR

Esta actividad no es calificable.

4. CONTEXTUALIZACIÓN

¿Qué es Marketing?

Es un conjunto de técnicas y estudio que tienen como propósito mejorar la comercialización de un producto o servicio “Los estudios de Marketing son fundamentales para el lanzamiento comercial de un producto.



El marketing debe estar presente en todas las etapas del CICLO DE VIDAD DEL PRODUCTO.

VER VIDEO CICLO DE VIDAD DEL RPDUCTO

Beneficios del Marketing:

1. Aumenta el número de clientes
2. Nos ayuda a mejorar los productos y servicios
3. Mejora la reputación de la empresa
4. Te diferencia de la competencia
5. Reduce costos de publicidad
6. Posiciona la marca
7. Fideliza clientes
8. Aumenta las utilidades de la compañía.

4.1 Marketing Mix

Es un análisis de estrategia de aspectos internos y desarrollada comúnmente por la empresa. Se tienen en cuenta cuatro variables principales del negocio: Producto, precio, distribución y producción. Se refiere al conjunto de acciones o tácticas que una empresa utiliza para promocionar la marca o producto en el mercado. También es conocido como Marketing de las 4'Ps conformando una mezcla de variables (Precio, Producto, Plaza y Promoción).

Lo anterior indica que la finalidad del marketing es: Colocar el producto apropiado o adecuado en el lugar esperado por el cliente en el momento justo en que lo necesita y a precios accesibles.

Ejemplo:

Un cliente que requiere comprar una droga para un fuerte dolor de cabeza espera encontrarla en el lugar más cercano a su residencia y en un punto que tenga atención las 24 horas, a un precio que se ajuste a sus necesidades y con la calidad esperada.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NUMERO UNO

El Aprendiz debe responder las siguientes preguntas:

esta se constituye en una evidencia de producto y conocimiento que debe ser enviada a su instructor .

Es calificable de 1 a 100 puntos.

- 1) Considera Usted que se cumple el objetivo fundamental del Marketing si siendo las 9:00 P.M. Usted necesita adquirir un producto medicinal y el único punto de venta abierto se encuentra a dos horas de su residencia y en el momento que lo adquiere ya Usted no lo necesita. Si ___ No ___? Justifique su respuesta
- 2) El objetivo principal de la empresa, es obtener utilidades con el mínimo de esfuerzo, creando productos y servicios de excelente calidad y precios accesibles con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente. Esta afirmación es: falsa ___ o verdadera ___?
- 3) JUSTIFIQUE SU RESPUESTA

Segmentación de Mercado

Segmentar es dividir, es fraccionar, es partir el mercado en grupos pequeños de consumidores con características similares u homogéneas ubicados en lugares accesibles, medibles y rentables.

Objetivos de la segmentación:

Es aplicar estrategias comerciales diferenciadas para cada segmento de mercado, consiguiendo así una mejor satisfacción de los consumidores y una mejor rentabilidad de las acciones de Marketing.

Importancia de la segmentación:

Permite satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. Potencializar las estrategias de Marketing. Identificar nuevas oportunidades de negocio.

Tipos de segmentación de mercado:

- 1) **Segmentación Geográfica:** Se refiere al entorno y al espacio físico en que se desenvuelve el público objetivo (Target). Cuando segmento geográficamente, divido por barrios, sectores, ciudades y regiones.
- 2) **Segmentación Demográfica:** Permite conocer aspectos específicos de la persona, del cliente objetivo o target, Sexo, edad, capacidad adquisitiva, tamaño de la familia, nivel de vida.
- 3) **Segmentación Psicográfica:** tiene en cuenta las creencias, valores, aficiones e intereses de los individuos, rasgos de personalidad y clase social.
- 4) **Segmentación Conductual:** Hace referencia a la división del mercado con base a la conducta de los consumidores, las actitudes, conocimientos, reacciones y hábitos de uso de un producto. Se refieren a su comportamiento.

DEFINICION DE PRODUCTO

Se define producto como un conjunto de características y atributos físicos, técnicos, psicológicos, químicos y ergonómicos diseñados para la satisfacción de las necesidades del consumidor.

DEFINICION DE SERVICIO

Es un conjunto de acciones realizada para la satisfacción de las necesidades del consumidor: podríamos hablar de servicios personales, técnicos, de transporte, turísticos y otros

PRODUCTOS TANGIBLES Y SUS CARACTERÍSTICAS

Son aquellos que tienen una forma física se pueden palpar, oler, saborear, transportar, almacenar, transferir de



propiedad, manipular, reparar.

Ejemplo: Un televisor puede fácilmente almacenarse, hacerle mantenimiento, transferir la propiedad. Esta son características básicas de los productos tangibles.

PRODUCTOS O SERVICIO INTANGIBLES

Son aquellos que no podemos ver, tocar, oler, ni saborear, tampoco podemos transferir su propiedad, no se pueden almacenar, pero se pueden transformar y trasladar convirtiéndolo en otro servicio o intangible.

Ejemplo: María Pérez tiene un servicio de internet y desea transferir la 'propiedad a Juana García que es vecina del barrio contiguo. Esto no será posible porque para esto habrá que transformar el servicio para que pueda ser recibido satisfactoriamente, por lo tanto, aquí demostramos que el servicio no se puede transportar.

Otra característica fundamental de los intangibles es que estos cambian permanentemente de valor de acuerdo a las necesidades del cliente.

PRECIO DE UN PRODUCTO:

Es el valor en moneda legal que entrega un comprador al vendedor a cambio de un producto o servicio.

VALOR DE COMPRA:

Es el precio que se paga por un producto o servicio.

VALOR DE USO:

Es la satisfacción que recibe un cliente al utilizar un producto o servicio, generándole la sensación de haberle servido para el fin que lo requirió.

DEFINICION DE CLIENTE:

Es aquella persona que solicita un producto o servicio a cambio de un pago, son aquellos que contrataran de forma ocasional o frecuente los productos o servicios que la empresa ofrece.

TIPOS DE CLIENTE

Cliente interno: Son todos aquellos que se encuentran vinculados directa o indirectamente con la compañía; Trabajadores, contratista y proveedores.

Cliente Externo: Son todos aquellos clientes ajenos a nuestra compañía que de manera permanente u ocasional contratan nuestros productos o servicios y están clasificados en clientes activos, inactivos y potenciales.

Cliente Activo: Mantiene vinculo permanente con nuestra compañía, compra frecuentemente

Cliente inactivo: En alguna ocasión fue un cliente activo y por alguna circunstancia está alejado de nuestra empresa.

Cliente Potencial: Es aquel cliente que se encuentra disperso en el mercado pero que hace parte de nuestros clientes objetivos y que tienen las posibilidades de adquirir nuestros productos o servicios.

Una de las finalidades del marketing es retener a los clientes activos, reconquistar a los clientes inactivos atraer a los clientes potenciales.

NIVEL DE SATISFACCION:

Es la diferencia que existe entre lo que el cliente espera recibir de un producto o servicio y lo que realmente recibe:
Ejemplo

Si usted llega a un Restaurante y solicitan un almuerzo de \$25.000 esperarías recibir un excelente almuerzo. Si por el contrario solicitara un almuerzo de \$4.000 su expectativa respecto a lo que espera recibir inmediatamente cambia.

Actividades de apropiación del conocimiento:

UNA VEZ ESCUCHE LOS CONCEPTOS EMITIDOS POR EL INSTRUCTOR DE LAS CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS TANGIBLES

El aprendiz debe realizar la siguiente actividad:

1) CITE DOS Productos Tangibles y DOS productos intangibles.

2) DIGA CUALES SON LAS CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS INTANGIBLES:

ESTA GUIA FUE DISEÑADA POR: ROBERTO JIMENEZ URUETA-INSTRUCTOR SENA-CENTRO DE INDUSTRIA Y

TURISMO DE CORDOBA

CEL.3132543542, e-mail: urueta24@hotmail.com

www.sena.edu.co
   **SENAComunica**



PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL GUÍA DE APRENDIZAJE NUMERO DOS

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DEAPRENIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
- Código Programa: 62320031
- PROGRAMA. VICTIMAS
- DURACIONDEL CURSO:: 96 HORAS
- Duración de esta guía: 12 hotas

- Actividad de Proyecto: Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado seleccionado.



COMPETENCIA: 260101047 vender productos y servicios de acuerdo a las necesidades del cliente y objetivos comerciales

DESCRPCION: presentar la propuesta de productos y servicios, asesorar al cliente y cerrar la venta

Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:

26010104701-estructurar oferta comercial teniendo en cuenta estrategias y procesos comerciales.

DURACION DE ESTA GUIA: 12 HORAS

FECHA MAXIMA DE ENTREGA: (8 días)

PAGINA NUMERO UNO

1. PRESENTACIÓN

Una vez adquiridas las capacidades para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales y reales de la organización, y haber realizado su caracterización es indispensable conocer los atributos y beneficios que ofrecen los productos y servicios a ofertar, es por esto que en esta guía de aprendizaje se pretende que adquieran habilidades en la forma como se van a dirigir a ellos, para hacerles propuestas comerciales que potencialicen la imagen y presentación de los productos y servicios, logrando así una diferencia competitiva que active el acercamiento con los clientes para con buenos argumentos realizar un cierre efectivo de ventas que generen beneficios tanto para la organización como para los clientes.

2. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Cognitivo

- Identificar productos y servicios según las necesidades del mercado y las políticas de la empresa
- Requerimientos de la organización

Actividades de Reflexión inicial

Ingresa a este link, <https://youtu.be/XxvLDL8Smck> - despues de ver este cortometraje, diga que enseñanza le deja el video, el ratón en venta

Invitaos al aprendiz a ver el siguiente video de apoyo.

QUE EL MERCHANDISING?:

<https://www.youtube.com/watch?v=IZL0IMFK70M>

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Este momento le permitirá entender su rol como vendedor en una empresa y los aportes que pueda agregar con su actitud y conocimientos necesarios para que exista un mejor conocimiento sobre los productos y servicios que serán ofertados por la organización principalmente para poder cumplir con las expectativas y deseos de los clientes



- a. Cómo considera que debe ser la organización de los productos a exhibir?
- b. ¿A partir del espacio físico en donde se van a exhibir los productos es necesarios diseñar estrategias de acomodación de estos para conseguir una mejor presentación?
- c. ¿Considera que la presentación de los productos y servicios ayuda a mejorar la rentabilidad de una empresa?
- d. ¿Considera que las buenas presentaciones de los productos mejoran las ventas le dan valor agregado a la empresa? Justifique su respuesta
- e. ¿Piensa que un buen portafolios de productos y / o servicios ahorra tiempo y ayuda en la determinación y toma de decisiones en una negociación?
- f. ¿La actualización permanente del portafolio de productos y /o servicios es relevante para el sostenimiento, competitividad y permanencia de la empresa en el mercado?
- g. ¿Permite un portafolio de productos y / o servicios ampliar la oferta y establece relaciones sólidas con los clientes?

Actividades de apropiación del conocimiento

Productos de comparación

Son **productos** que no se adquieren con tanta frecuencia como los anteriores, por lo que antes de obtenerlos se hace una **comparación** de precios, duración y calidad. Podemos citar dentro de este tipo de **productos** la ropa, los muebles y los electrodomésticos.

Consulte en siguiente enlace:

<https://www.promonegocios.net/producto/tipos-productos.html>

1. Después de haber consultado el enlace y estudiado el tema aquí propuesto, desarrollar en hojas bond tamaño carta, en forma manuscrita, la siguiente actividad: en el sistema de evaluación SENA, esta prueba, se constituye en una prueba de producto.

a. escriba dos ejemplos de cada uno de los siguientes productos:

- Productos de conveniencia
- Productos de comparación
- Productos de especialidad
- Productos no buscados

www.sena.edu.co
📍 📞 📧 SENAComunica

Otros *Tipos de Productos:*

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, otras clasificaciones de productos trascendentes en la formulación de estrategias [4], son las siguientes:

- **Productos de consumo popular:** Son productos fabricados y destinados a consumidores finales sin la necesidad de un proceso industrial adicional. Se encuentran en lugares accesibles al público en general y se compran regularmente para satisfacer una necesidad; son productos destinados al mercado masivo [4]
- **Productos gancho:** Estos productos no reditúan una ganancia considerable a la empresa, pero sirven para vender otros o para dar una imagen al consumidor de que la empresa cuenta con todo lo necesario [
- **Productos de impulso:** Fungen como base para dar a conocer otros productos de reciente creación y características similares; en ocasiones se hacen modificaciones a su diseño antes de su decadencia [4].
- **Productos de alta rotación:** Son los que se producen en gran cantidad, rápidamente y para una temporada corta (por ejemplo, esferas navideñas, trajes de baño, tiendas de campaña, impermeables, etcétera) .

Productos de media y baja rotación: éstos no tienen una producción masiva. La producción es baja o intermedia de acuerdo con el pedido de cada una de las empresas. Entre otros, pueden citarse mosaicos, materiales eléctricos, estambres y tornillos..

Productos de temporada: Son aquellos que se producen como respuesta a la demanda en las diferentes épocas del año (por ejemplo, juguetes, útiles escolares, etcétera).

Actividades Aprendizaje - Área Procedimental:

- Elaborar propuesta comercial de productos y servicios según tipología y necesidades de los clientes

Actividades de transferencia del conocimiento

Portafolio de productos y servicios: Es importante que el aprendiz conozca la matriz de cómo la empresa administra una cantidad de productos o servicios, lo cual constituye su portafolio. Para tener éxito, toda empresa debe esforzarse en desarrollar un portafolio de productos que le aseguren utilidades y flujo de efectivo. Los modelos de portafolio son métodos que permiten a la dirección de la empresa determinar la posición competitiva del producto y las posibilidades de mejorar la contribución que da un producto, en comparación con otros. Este análisis puede ser de productos o líneas de productos. En grupos colaborativos mediante manualidades y bricolaje elaborar un portafolio de productos para su idea de negocio o proyecto productivo.

Que debe contener el Brochure

- Ideas creativas e innovadoras para su realización.
- El tamaño del Brochure es muy importante a la hora del diseño porque define el criterio para la forma sea un tríptico, un díptico, etc.
- Las fotografías e imágenes se verán en la primera parte del Brochure. Es importante, en la medida de lo posible, usar una foto que represente el negocio y que el mensaje que se transmite impulse al lector a seguir leyendo.



- Lograr que el mensaje de su afiche sea efectivo. En otras palabras, el objetivo de su Brochure es lograr que la persona conozca, guste, confíe, pruebe, compre, repita y refiera. Revisar si la compañía ofrece paquetes promocionales.
- Es importante hablar sobre los beneficios que genera para atender la necesidad o el problema para el cliente. El beneficio es donde realmente se conecta el valor del cliente con la razón de ser de nuestro negocio.
- Si la compañía requiere incursionar en zonas con diferentes idiomas es necesario revisar muy bien las traducciones del respectivo idioma.
- El contacto puede ser un pequeño cintillo al final del Brochure y debe contener como mínimo su página web, correo y teléfono. En el caso de que reciba a clientes para demostraciones o para ver producto o recibir el servicio en persona, asegúrese de incluir las direcciones necesarias a su local.

Propuesta Comercial: Son documentos en los que una persona o empresa propone un plan comercial o una posibilidad de realizar un negocio. En GaeS de trabajo elaborar una propuesta comercial, el instructor les hará entrega de un formato donde pueden plasmar su propuesta. El instructor le facilitará un formato para la presentación de la Propuesta comercial de su idea de negocio o proyecto productivo.

- **Ambiente Requerido**

Capacidad para 36 personas, mesas y 36 sillas ergonómicas. Ambientes propicios para el manejo de la comunicación asertiva. Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente.

- Materiales

Computadores, Televisor, Impresora Laser, Tablero Acrílico

Marcadores Borrables, Carpeta, Ganchos Legajadores, Cosedora, Perforadora y Esferos

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Respuesta a preguntas sobre producto, servicios y portafolio comercial	<ul style="list-style-type: none"> · Determina las necesidades y deseos del cliente según segmento de mercado · Reconoce los productos y servicios a partir del portafolio comercial · Utiliza herramientas ofimáticas para la elaboración de la propuesta comercial según requerimientos de la organización 	Técnica de Evaluación: Valoración de conocimiento Instrumento de evaluación: Cuestionario
Evidencia de Producto: Propuesta Comercial		Técnica de Evaluación: Valoración de producto Instrumento de evaluación: Lista de Verificación

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Ciclo de vida del producto: Son las etapas por la que atraviesa un producto desde su lanzamiento, crecimiento, madurez y decadencia. Para cada etapa existen diferentes estrategias de marketing

Códigos de barras: Permite reconocer rápidamente un artículo de forma única, global y no ambigua en un punto de la cadena logística y así poder realizar inventario o consultar sus características asociadas

Embalaje: Es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

Empaque: Parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta.

Envase: Es todo recipiente o soporte que contiene o guarda un producto, protege la mercancía, facilita su transporte, ayuda a distinguirla de otros artículos y presenta el producto para su venta. Es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo

Imagen de marca: Representación mental de un conjunto de ideas, creencias e impresiones reales o psicológicas, que el consumidor o la consumidora considera que tiene una marca determinada para satisfacer sus deseos o necesidades.

Listado de atributos: Técnica considerada ideal para la generación de nuevos productos, o mejorar los existentes, consiste en enumerar atributos del objeto o concepto, e intentar mejorar o solucionar cada uno de ellos.

Atributos físicos del producto: forma, Tamaño, peso, color, consistencia, presentación.

Atributos ergonómicos: forma del envase, forma de sellado o tapado, forma de sujetarlo o almacenarlo, comodidad en su uso, forma práctica de consumo.

Atributos psicológicos: logo, marca, slogan, influencia de la publicidad, si es dietético o no, si mejora la salud, si esta en promoción, si es para clientes selectos.

Marca: Nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, que permite identificar los productos o servicios de una empresa y diferenciarlos de los de la competencia.

Propuesta de valor: es cuando no solo ofrecemos el producto que los demás ofrecen, sino que la propuesta lleva consigo unos servicios adicionales o algo diferente en beneficio de nuestro cliente y que nos hace diferentes a la competencia.

Servicio: Conjunto de actividades encaminadas a lograr el beneficio o satisfacción al cliente. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.

Surtido: Conjunto de artículos que un establecimiento comercial ofrece a la venta. Se refiere a la variedad de artículos presentes en el punto de venta.

REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

Roberts, K. (2005) Lovemarks, El futuro más allá de las marcas. Barcelona: Ediciones Urano

Stanton, J. William et all. (2007). Fundamentos de Marketing. México. Mc Graw Hill 14ª Edición.

Kotler, Lobato, F. (2010) Operaciones administrativas de compra-venta. MacMillan Editores Philips & Armstrong,

Gary. (2014). Fundamentos de marketing. México. Pearson 11ª Edición.

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	GRUPO ASESORIA COMERCIAL CCIT		CCIT		
modificada	Roberto Jimenez	Instructor	CITTC	Dic-2023	Adaptación tipo de población

INSTRUCTOR:

ROBERTO JIMENEZ URUETA

CENTRO DE INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA

CEL.3132543542

Correo: uruta24@hotmail.com

PAGINA NUMERO NUEVE (ULTIMA)