PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Barranquilla, 30 de noviembre 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 noviembre 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 noviembre 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, 9411782920 expedido por aportes en línea correspondiente al mes de octubre 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: 01/11/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 30/11/2020 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 : 13,90

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 : 10,00

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 : 39,90

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 : 10,00

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 : 58,90

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 152,60

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

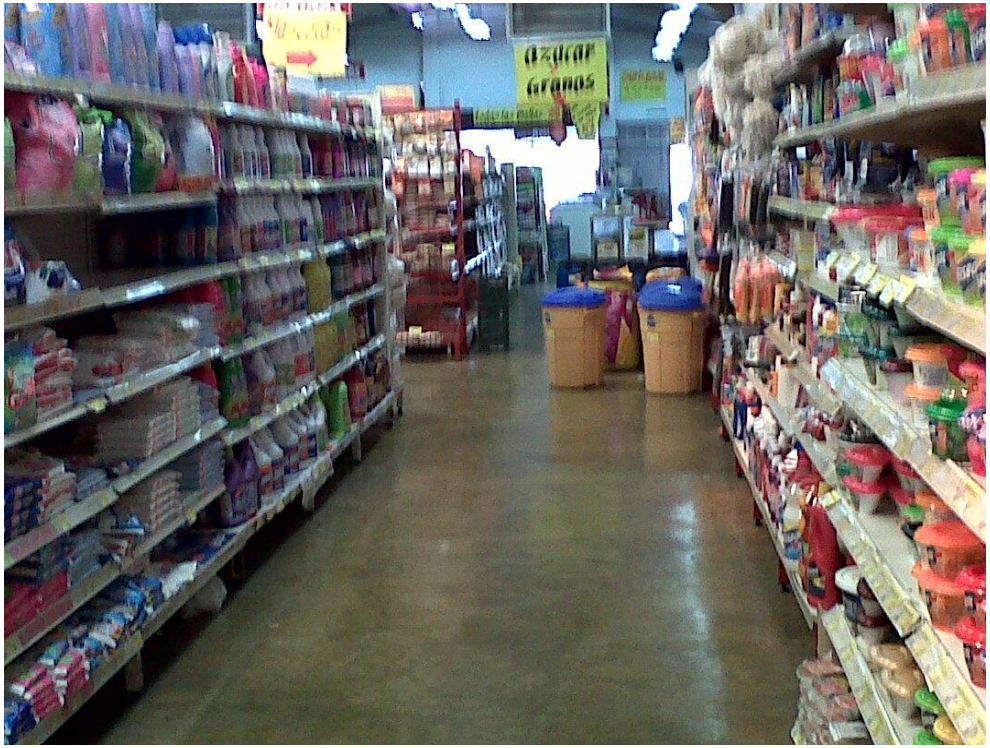
GONDOLAS



- Es un mueble, por lo general de cuatro estanterías, cuya dimensión puede variar según los productos expuestos, que se sitúa en los espacios libres del punto de venta, formando pasillos

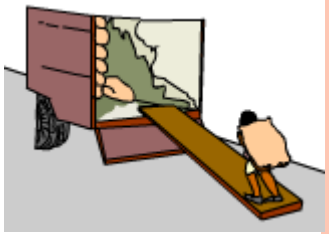
LAYOUT

- Es la distribución de los espacios dentro del establecimiento de venta, en el que se procura crear un circuito de movimiento que permita desarrollar las compras por impulso (no programadas).





¿Cómo exhibir los productos?

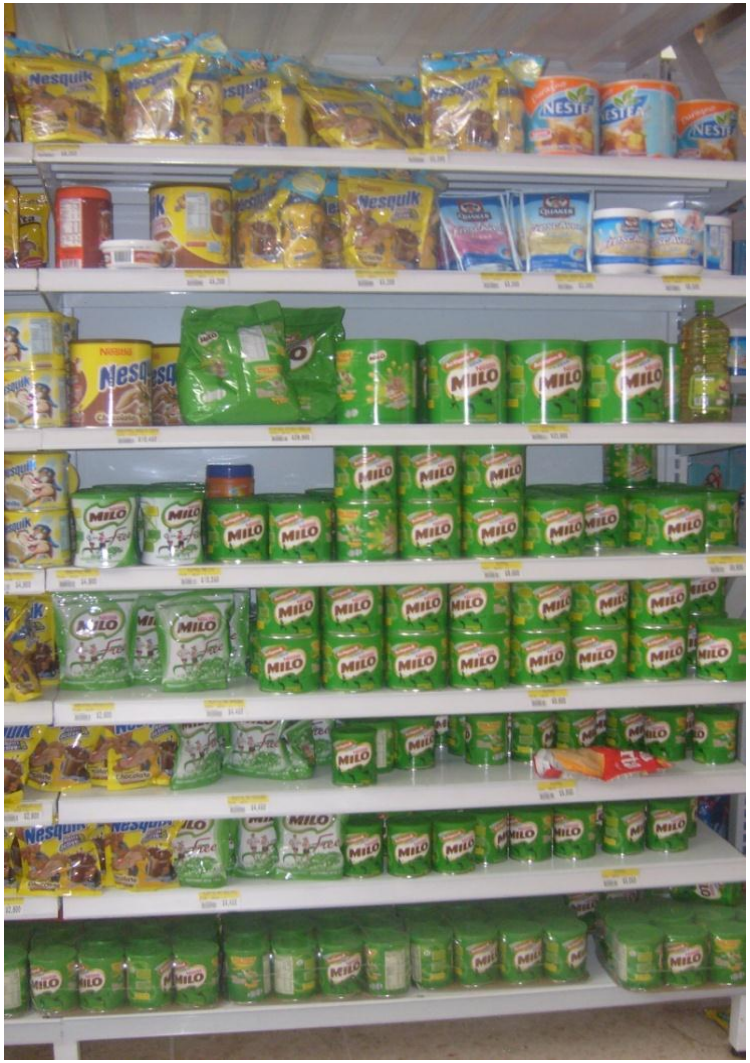


EXHIBICION HORIZONTAL



Consiste en ubicar el producto dispuesto de izquierda a derecha o viceversa. La ventaja es que podemos posicionar favorablemente uno en relación al otro a partir del porcentaje de rotación que se manifiesta en los diferentes niveles.

EXHICION VERTICAL



Se organiza un mismo producto de arriba hacia abajo. Este tipo de exhicion es mucho mas efectiva por que se tiene la opción de colocar todos los productos en igual condición.

EXHIBICION EN BLOQUE

Agrupa a los productos de una manera determinada, formando bloques en dos o tres estantes sucesivos, lo que permite que otras marcas sean ubicadas a ambos lados, apareciendo otra vez en bloque a lo largo de la góndola.



Sistema de Gestión de la Calidad	**Centro de comercio y servicios Regional Atlántico** **TALLER EVALUATIVO**	Fecha: Versión: Código:

Programa: Técnicos en ventas de productos y servicios

Competencia: Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.

Proceso: TALLER EVALUATIVO

Nombre del Instructor: JEFFREY QUANT REALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.

REALICE LA SIGUIENTE ACTIVIDAD:

- En un octavo de cartulina o en una hoja de block, dibuje o diseñe una góndola para la presentación de un producto o servicio que usted escoja y explique qué tipo de exhibición (HORIZONTAL, VERTICAL o EN BLOQUE) va a utilizar y porque.

EJEMPLOS E IDEAS DE GONDOLAS PARA EXHIBICION







Sistema de Gestión de la Calidad	**Centro de comercio y servicios** **Regional Atlántico** **TALLER EVALUATIVO**	Fecha: Versión: Código:

Programa: Técnicos en ventas de productos y servicios

Competencia: Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.

Proceso: TALLER EVALUATIVO

Nombre del Instructor: JEFFREY QUANT REALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.

PREGUNTAS:

1. Defina que es una góndola y sus partes explicando en un dibujo.
2. Para usted de los tipos de exhibición cual es el más importante y porque?

CRITERIOS DE EVALUACIÒN: Aplica los conceptos de exhibición, surtido y merchandasing.

Branding

¿qUé ES?

CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA

GENERALITAT VALENCIANA
C|d|T
INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas
IMPULSALICANTE
BBOOSTER VENTURES

1. ELEMENTOS CLAVE:

1. NAMING (EL NOMBRE DE LA MARCA)
2. LOGOoIMAGEN CORPORATIVA (LA IMAGEN QUE VAN A UTILIZAR)

NAMING

EL NOMBRE DE LA MARCA ES LO MÁS ESCUCHADO, LEÍDO, VISTO Y PRONUNCIADO A TRAVéS DE LOS GRANDES MEDIOS DE DIFUSIÓN

LOGOTIPO

- UN LOGOTIPO ES LA PRIMERA IMPRESIÓN qUE CAUSA UNA EMPRESA aFecta a la percepciÓn de marca de un cliente, a sus decisiones de compra y a su actitud Hacia un producto.



LOGOTIPO

- LEGIBLE
- ESCALABLE
- REPRODUCIBLE
- DISTINGUIBLE
- MEMORABLE
- ADAPTABLE



GENERALITAT VALENCIANA
C|d|T
INVAT·TUR
Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas
IMPULSALICANTE
BBOOSTER
VENTURES

PALETA DE COLOR

cada color tiene una implicaciÓn diFerente y aporta matices a tu mensaJe

soleado
optimista

creatiVo
JoVen

enérgico
audaZ

diVertido
coQueto

espiritual,
sabio

proFesional
tranQuilo

orgÁnico
crecimiento

rural
HistÓrico

creÍble
potente

limpio
puro

5. TIPS PARA UN BUEN BRANDING

sencilla limpia actual







busca una

COHERENCIA

ENTRE IDEA, IMAGEN Y NOMBRE

Branding

IMAGEN CORPORATIVA PARA STARTUPS

GENERALITAT VALENCIANA

C|d|T

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

IMPULSALICANTE

BBOOSTER VENTURES

Sé CONSTANTE



Branding

IMAGEN CORPORATIVA PARA STARTUPS

GENERALITAT VALENCIANA
C|d|T
INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas
IMPULSALICANTE
BBOOSTER VENTURES

para conseguir Que tu marca sea

RECONOCIBLE

Branding

IMAGEN CORPORATIVA PARA STARTUPS

GENERALITAT VALENCIANA

C|d|T

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

IMPULSALICANTE

BBOOSTER VENTURES

ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE

Centro Internacional de Negocios



2. CONCEPTOS

ENVASE

Recipiente que tiene contacto directo con el producto específico, con la función de envasarlo y protegerlo.



2. CONCEPTOS

EMPAQUE

Presentación comercial de la mercancía, contribuyendo a la seguridad de ésta durante sus desplazamientos y lográndola vender dándole una buena imagen visual y distinguiéndola de los productos de la competencia.



2. CONCEPTOS

EMBALAJE

Prepara la carga en la forma mas adecuada para su transporte en los modos elegidos para su despacho al exterior y para las distintas operaciones a que se someta durante el viaje entre el exportador y el importador.



2. CONCEPTOS

EMPAQUE VS. EMBALAJE

-El empaque es la manera de presentar el producto para la venta.

- El empaque esta orientado hacia el **marketing.**

-El embalaje es la protección del producto durante el transporte y/o almacenamiento.

- El embalaje esta orientado hacia la **logística.**

3. CLASIFICACION DEL EMPAQUE Y EL EMBALAJE

Los empaques, teniendo en cuenta sus características, se pueden clasificar en:



Empaque primario

Empaque secundario

Empaque terciario

Unidad de Carga

7. TIPOS Y MATERIALES DE EMPAQUE Y EMBALAJE

Empaques de papel

Se utiliza principalmente como envoltorios, dentro o fuera de otros empaques o embalajes. Ejemplos: bolsas, botes y cajas plegables de cartoncillo.

- Ofrecen protección frente a la luz y el polvo.
- El papel absorbe la humedad del aire y pueden servir para retrasar el deterioro del producto debido a este factor.
- No ofrecen protección mecánica.








7. TIPOS Y MATERIALES DE EMPAQUE Y EMBALAJE

Empaques de cartón corrugado

Material de celulosa, que consiste de una hoja de papel con la cual se forma una "flauta" (papel ondulado) en una máquina corrugadora. En ambos lados de la flauta se adhieren hojas planas de papel, conocidas como "*liner*".

La resistencia del cartón varia de acuerdo con el tipo de onda utilizado: A (5.0 mm), B (3.0 mm), C (4.0 mm), E (1.5 mm).

- Son los más utilizados para el transporte y protección de productos a nivel local y para exportación.

- Envasado de calzado, frutas y hortalizas, artesanías, decoración, maquinaria industrial, electrodomésticos, mercancías a semigranel, entre otros.








7. TIPOS Y MATERIALES DE EMPAQUE Y EMBALAJE

Empaques de plástico

Encontramos empaques plásticos con materias como el PET, PEAD, PP, PVC, entre otros. Estos recipientes tipo bolsas, frascos, tubos, cajas, botes, bandejas, etc., son normalmente utilizados para el envasado de alimentos, cosméticos, productos de aseo, aceites, etc.

- Ofrecen mayor resistencia y protección al producto.
- No son fácilmente reciclables.
- Afectan el medio ambiente.





7. TIPOS Y MATERIALES DE EMPAQUE Y EMBALAJE

Empaques metálicos

Los dos principales materiales para la elaboración de empaques y embalajes metálicos son el acero y el aluminio. En el enlatado de alimentos predomina el uso de empaques en acero; en el envasado de bebidas con gas predomina el uso de empaques en aluminio.

Como lámina, el aluminio es un componente para los envases de los tarros y cajas de chocolates, galletas, dulces, tubos flexibles de cremas dentales y los empaques de aerosoles, etc.

En la industria alimentaria el uso de bandejas, platos y vasos en acero es muy usual, sobre todo en el subsector de restaurantes.

- Ofrecen mayor resistencia y protección al producto.
- Son de fácil reciclabilidad.
- Reutilizables.
- Se utilizan para empacar alimentos tales como: Atunes, sardinas, patés, conservas de verduras, entre otros.








7. TIPOS Y MATERIALES DE EMPAQUE Y EMBALAJE

Empaques de vidrio

Cuerpo transparente, sólido y frágil, que proviene de la fusión de arena silícea con potasa o soda cáustica. En este material, los empaques más usuales son las botellas y los frascos.

Sirven para contener una gran variedad de productos como bebidas, alimentos (salsas, compotas), cosméticos, farmacéuticos, entro otros.

- Ofrecen mayor resistencia y protección al producto.
- Son de fácil reciclabilidad.
- Visibilidad del contenido.
- Reutilizables.









7. TIPOS Y MATERIALES DE EMPAQUE Y EMBALAJE

Empaques con materiales complejos o compuestos

Materiales formados por 2 o más componentes que aportan alguna cualidad específica al producto que se va a empacar. Los materiales usados para realizar éstas combinaciones son: El papel, la hoja de aluminio y los plásticos. Un ejemplo de estos son los empaques *tetrapack* que contienen leche, jugos, etc.



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 APLICADO AL PROYECTO**	

Programa: Técnico en Asesoria comercial

Proceso: TALLER APLICADO AL PROYECTO

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 BRANDING, ENVASE Y EMPAQUE realice el siguiente taller aplicado al proyecto.

TALLER APLICADO AL PROYECTO
CON SU GRUPO DE PROYECTO DE LA IDEA INNOVADORA

SIGUIENDO EL TRABAJO DE LA IDEA INNOVADORA, REALICE EL SIGUIENTE TALLER DE LA PLANEACION ESTRATEGICA:

1) CONSTRUYA SU MARCA (NOMBRE Y LOGOTIPO) DE LA IDEA INNOVADORA
2) DISEÑE EL ENVASE O EMPAQUE DE SU IDEA INNOVADORA

“HAZ DE LOS OBSTACULOS ESCALONES PARA AQUELLO QUE QUIERES ALCANZAR”

--CHARLES CHAPLIN--

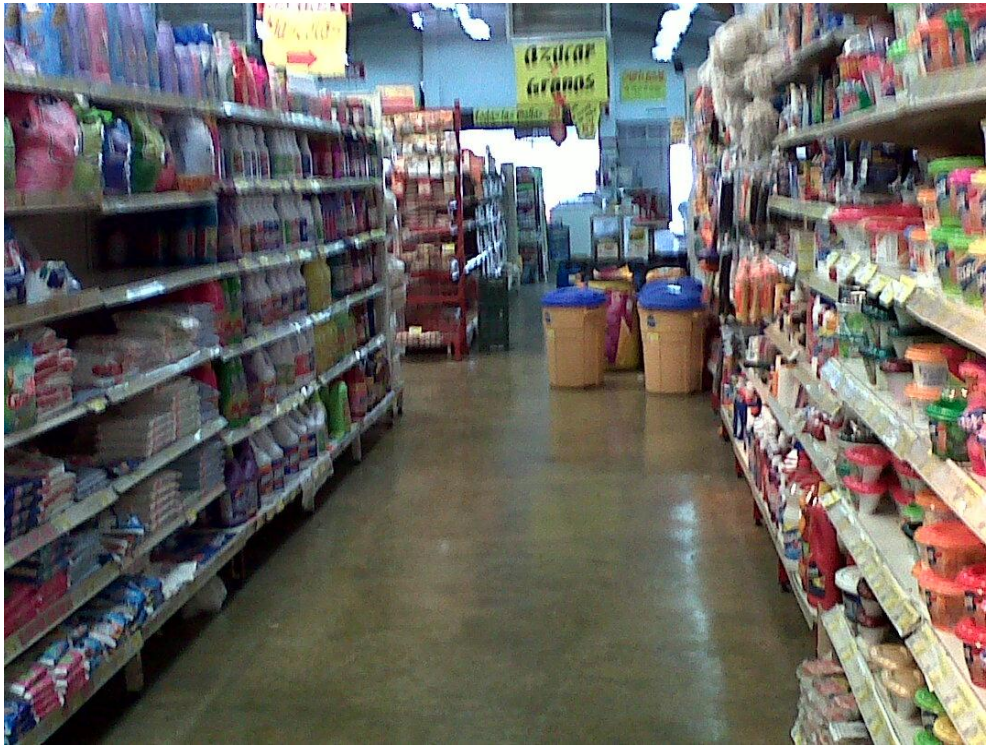
GONDOLAS



- Es un mueble, por lo general de cuatro estanterías, cuya dimensión puede variar según los productos expuestos, que se sitúa en los espacios libres del punto de venta, formando pasillos

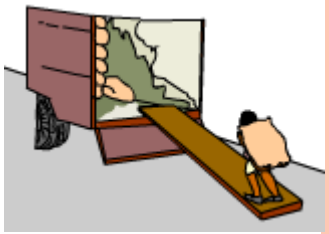
LAYOUT

- Es la distribución de los espacios dentro del establecimiento de venta, en el que se procura crear un circuito de movimiento que permita desarrollar las compras por impulso (no programadas).





¿Cómo exhibir los productos?

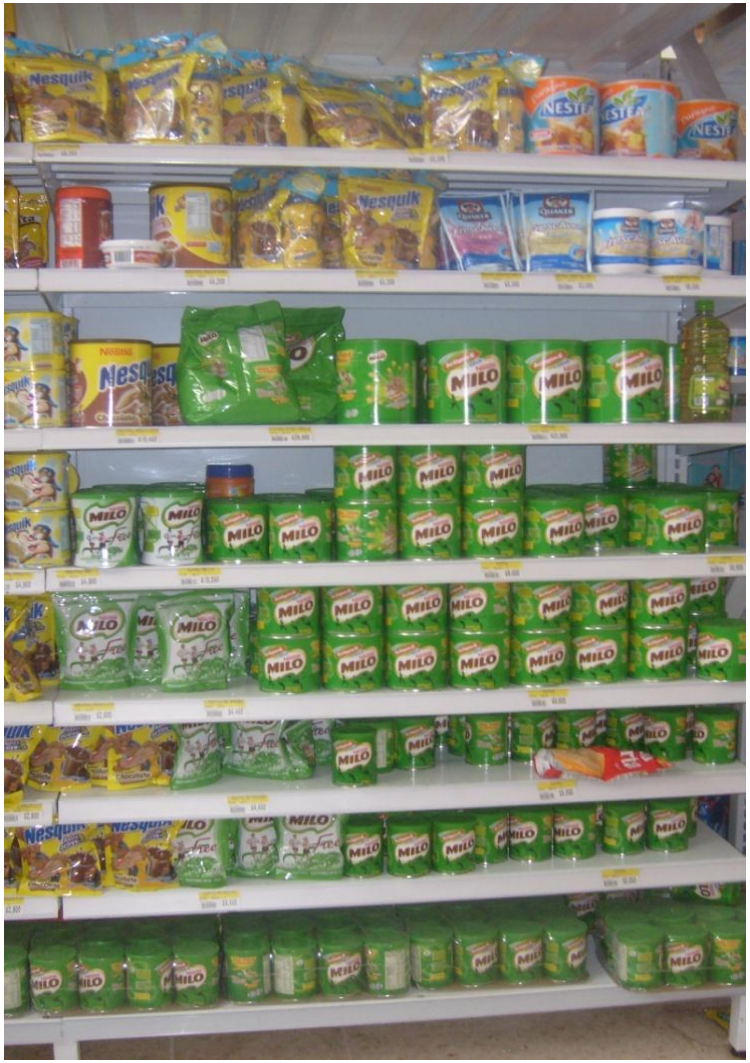


EXHIBICION HORIZONTAL



Consiste en ubicar el producto dispuesto de izquierda a derecha o viceversa. La ventaja es que podemos posicionar favorablemente uno en relación al otro a partir del porcentaje de rotación que se manifiesta en los diferentes niveles.

EXHICION VERTICAL



Se organiza un mismo producto de arriba hacia abajo. Este tipo de exhicion es mucho mas efectiva por que se tiene la opción de colocar todos los productos en igual condición.

EXHIBICION EN BLOQUE

Agrupa a los productos de una manera determinada, formando bloques en dos o tres estantes sucesivos, lo que permite que otras marcas sean ubicadas a ambos lados, apareciendo otra vez en bloque a lo largo de la góndola.



Sistema de Gestión de la Calidad	**Centro de comercio y servicios** **Regional Atlántico** **TALLER APLICADO AL PROYECTO**	Fecha: Versión: Código:

Programa: Técnicos en Asesoria comercial

Proceso: TALLER APLICADO AL PROYECTO

Nombre del Instructor: JEFFREY QUANT REALES

Después de la explicación dada por el Instructor por medio del material de apoyo DE GONDOLA Y EXHIBICION realice el siguiente taller aplicado al proyecto.

TALLER APLICADO AL PROYECTO
CON SU GRUPO DE PROYECTO DE LA IDEA INNOVADORA

REALICE LA SIGUIENTE ACTIVIDAD:

- En un octavo de cartulina o en una hoja de block, dibuje o diseñe una góndola para la presentación de su producto o servicio de la idea innovadora y explique qué tipo de exhibición (HORIZONTAL, VERTICAL o EN BLOQUE) va a utilizar y porque.

EJEMPLOS E IDEAS DE GONDOLAS PARA EXHIBICION





EL BROCHURE

LA CARTA DE PRESENTACIÓN ...

¿QUÉ ES?

Es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente; abarca desde imagenes publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca, hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa, la cual es conocido como portafolio de productos o servicios.

FUNCIONES

Función informativa: La información puede ser referida a presentar a su compañía, algún nuevo producto o servicio que ésta ofrezca, una reciente modificación en su nombre, etc.

Función publicitaria: el Brochure es una importante herramienta de marketing y es un excelente medio para promover uno o varios productos o servicios que ofrezca su compañía de manera atractiva.

Función identificadora: un buen diseño de Brochure permite mantener un criterio a través de los diferentes brochures que encargue su compañía. Este criterio (llamado muchas veces “concepto”) unificado a lo largo de los diferentes brochures permite a quien los reciba reconocer automáticamente de qué compañía se trata





Resumiendo, lo que se debe considerar a la hora de planear un Brochure es lo siguiente.

Pensar cuál será nuestro objetivo. Cuál será la función del Brochure.

Destacar la función que le corresponda entre función informativa, publicitaria e identificadora.

Constatar que las funciones que no sean la primaria estén también presentes en el Brochure aunque en segundo grado de importancia.

Elegir el formato óptimo para que su Brochure trasmita correctamente el mensaje que se desea.





PUBLICIDAD CON UN BROCHURE

La potencia publicitaria del Brochure descansa sobre dos características principales que son la inmediatez y la materialidad.

La Inmediatez

El Brochure se presenta de manera repentina ante los ojos de potencial cliente y produce un efecto de reconocimiento inmediato. Los colores, la diagramación, la tipografía y principalmente el Logo saltan sobre el potencial cliente y lo sumergen en el reconocimiento de una compañía en particular. En la publicidad tradicional, el receptor se entera de qué compañía es la publicidad cuando la publicidad lo aclara. En cambio, el Brochure presenta un reconocimiento inmediato por parte de los potenciales clientes .

La Materialidad

Los estudios de Marketing revelan que la textura de los productos tiene relación directa con las asociaciones que el consumidor hace a partir de ella.

Una textura suave es asociada con el lujo y con lo femenino, mientras que una textura áspera se asocia a lo masculino y a la durabilidad. Cuando un consumidor se encuentra con un producto flexible asocia esta flexibilidad con la comodidad y la versatilidad; en cambio, cuando se encuentra con un producto rígido lo asocia con la potencia y la seguridad.

¿CÓMO DISEÑAR UN BROCHURE?

Tener claro la personalidad de la empresa, eso implica:

- Conocer el producto o servicio a la perfección.
- Saber que tipo de ofertas van a promocionar en el brochure
- Tener claro el concepto del material a realizar .
- Determinar el formato de la pieza gráfica (logotipo e imágenes).

Todo lo señalado tiene que ir en concordancia con la Imagen Corporativa de su producto o servicio.

Sistema de Gestión de la Calidad	**Centro de comercio y servicios** **Regional Atlántico** **TALLER APLICADO AL PROYECTO**	Fecha: Versión: Código:

Programa: Técnicos en Asesoria comercial

Proceso: TALLER APLICADO AL PROYECTO

Nombre del Instructor: JEFFREY QUANT REALES

Después de la explicación dada por el Instructor por medio del material de apoyo DEL BROCHURE realice el siguiente taller aplicado al proyecto.

TALLER APLICADO AL PROYECTO
CON SU GRUPO DE PROYECTO DE LA IDEA INNOVADORA

REALICE LA SIGUIENTE ACTIVIDAD:

- REALICE UN BROCHURE TENIENDO EN CUENTA LO SIGUIENTE:

1. **EL LOGOTIPO, SLOGAN Y NOMBRE DEL PRODUCTO DE LA IDEA INNOVADORA**
2. **REALICE UNA PROMOCION EXCLUSIVA PARA LA NAVIDAD.**

EJEMPLOS DEL BROCHURE



1. **MODELO HOJA DE PRESENTACION**

DESARROLLO DEL PROCESO DE VENTA EN EMPRESAS XXXXXXXXXXXX DE LA REGIÓN

Integrantes:

XXXXXXXXX
XXXXXXXXX
XXXXXXXXX
XXXXXXXXX

Proyecto presentado al instructor:
Jeffrey Alberto Quant Reales

Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA
Articulación con La Educación Media
Asesoría Comercial

Palmar de Varela, Atlántico

TABLA DE CONTENIDO

Introducción

CAPITULO 1 .Fase de Análisis

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo General
1.2.2. Objetivos Específicos

1.4. Presentacion de la Idea de Negocio

1.4.2. Nombre y Logotipo
1.4.3. Slogan de la empresa

1.4 Matriz Dofa

1.5.1 Debilidades
1.5.2 Oportunidades
1.5.3 Fortalezas
1.5.4 Amenazas

CAPITULO 2 FASE DE PLANEACIÓN

2.1. Planeación Estratégica

2.1.1 Misión
2.1.2 Visión

2.2 Estrategias de marketing (4P)

2.2.1 Estrategia de Producto
2.2.2 Estrategia de Precio
2.2.3 Estrategia de Plaza
2.2.4 Estrategia de Promoción