SENA SISTEMA INTEGRADO DE MEJORA CONTINUA INSTITUCIONAL	CARACTERIZACIÓN DE LA FORMACIÓN F006-007-25 / Versión 01 Proceso: Administration Educativa Procedimiento: Matrícula

Nº FICHA DE CARACTERIZACION: _____No. SOLICITUD_____

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: ___FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS_____

TIPO DE FORMACION: TITULADA: _____COMPLEMENTARIA: ___X____

CODIGO PROGRAMA: __62330031 _ VERSION_____1_____SECTOR: ____SERVICIOS_____

CONVENIO ___SENA_____

PROGRAMA ESPECIAL: _VICTIMAS (**14)**_____ _____ _____

FECHA: INICIO: 20 - 07 - 2022____ TERMINACIÓN 01 - 08 - 2022_____TOTAL HORAS: __96_horas

Nº APRENDICES: 35_____ MUNICIPIO_____TIERRALTA

VEREDA: __COREA_____DIRECCIÓN: _IE SANTA FE SEDE COREA_____

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas)	
		INICIO	FIN
LUNES	25 DE JULIO 2022, 1AGOSTO	13:00 PM	21:00 PM
MARTES	26 DE JULIO DE 2022	13:00 PM	21:00 PM
MIERCOLES	20 DE JULIO Y 27 DE JULIO DE 2022	13:00 PM	21:00 PM
JUEVES	21 DE JULIO Y 28 DE JULIO DE 2022	13:00 PM	21:00 PM
VIERNES	22 DE JULIO Y 29 DE JULIO DE 2022	13:00 PM	21:00 PM
SABADO	23 DE JULIO Y 30 DE JULIO DE 2022	13:00 PM	21:00 PM
DOMINGO	31 DE JULIO	13:00 PM	21:00 PM
NOTA:			

* Cuando sea festivo indicar la fecha del festivo que se trabajara

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: MAYERLIN DEL CARMEN COGOLLO LOPEZ_____

_CC. Nº50.899.788 _____TELEFONO 3008097141_____

EMAIL: ____mayerlincogollolomail.com_____

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA: __ALCALDIA- VICTIMAS _____

NIT N TELEFONO: _ _____

DIRECCION: _____APARTADO: _____

E-MAIL: _____

NOMBRE DEL GERENTE:_____

No DE EMPLEADOS: _____ACTIVIDAD ECONOMICA: _____

DPTO: ___CORDOBA_____MUNICIPIO: __MONTERIA____GREMIO: ____POBLACION VICTIMA_____

TIPO DE EMPRESA

Ánimo de Lucro			Solidaria				
	Limitada			Precooperativas		**Instituciones Educativas**	
	Anónima	X		Cooperativas		Instituciones Educativas: Publica X Privada ☐	
	En Comandita			Cooperativas Públicas		**Otros**	
	Economía Mixta			Empresas Comunales		Entes Territoriales	
	Colectiva			Mutuales		ONGS	
	Unipersonal			Fondo de Empleados		Grupos	

JULIO-15-2022

INSTRUCTOR	COORDINADOR ACADEMICO	FECHA DE ENTREGA

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: FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
FICHA No. Por asignar
Municipio: Montería - Cerea
Instructor: Mayerlin Cogollo López
FECHA: JULIO 18-22
Lugar: IE Santafé - Sede Cerea
Nº. Doc. Identificac. 50.899.788
HORARIO: 13:00 - 21:00 PM.

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Mendoza Navares	Deivis	1068900463	Deivis Mendoza
02	Polo Lopez	Juan Camilo	1073982509	Juan Polo
03	Herrera Mendez	Libardo Jose	1003044481	Libardo H.
04	Ganem Torres	Juan Felipe	1073982528	Juan Felipe
05	Gonzalez Polo	Diana del Carmen	1067911412	Diana Gonzalez P.
06	Escobar gomez	Katherin Paola	1042583241	Katherin Escobar
07	Vargas Herrera	Yaima Alejandra	1067844444	Yaima Vargas
08	Paula Jaraba		1067875246	Paula Jaraba
09	Ibañez Argumedo	Yasmira del carmen	50.931.201	YASMIRA IBAÑEZ A.
10	Bedoya Martinez	Jessica Paola	1067933675	Jessica Bedoya
11	Mendoza Ramos	Daniela.	1003005004	Daniela Mendoza
12	Gonzalez Teheran	Bella.	1192816003	[illegible]
13	Pérez Jaraba	Dina Luz	25801063	Dina Pérez
14	Ramirez lopez	Julieth paola	1.062.439.783	Julieth Ramirez
15	Aguas Mercado	Maverlis Paola	1.048204212	Maverlis Aguas
16	Ganem Torres.	Pamela	1.137.976.556	Pamela Ganem
17	Carrascal Arcia	Amauris	1.062.961.561	Amauris Carrascal
18	Oleda Oviedo	Maria Luisa	1.158.078.843	Maria Oleda.
19	Urango Beltran	Sara Rosa	1.073.818.297	Sara Urango
20	Gomez Jaramillo	Karen Dayana.	1.058.543.168	Karen Jaramillo.
21	Contreras moreno	Yiceth	1.066.733.710	Yiceth Contreras.
22	Rojas Calderon	Valeria Andrea	1073962493	Valeria Rojas
23	Ortiz Osorio	Yuranis Isabel	1073980811	Yuranis Ortiz.
24	Martinez Alemán	Camila Andrea	1073979601	Camila aleman
25	Gutman Quiroga	EVER Mauricio.	1.	Mauricio Tuirán.
26	Hernandez Gaspar	Jan Luis	1.135.796.736	Jan Luis
27	Hernandez Ríos	Coronda Augusto	1093089	
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR _____

Escaneado con CamScanner

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: FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
FICHA No. Por Asignar
Municipio: Corea – Itemalta
Instructor: Mayerlin Cogollo Lopez
FECHA: 07 – 10 – 22
Lugar: IE Santo Tomas - Sede Corea
Nº. Doc. Identificac. 1.058.879.788
HORARIO: 1300, 21 02 PM

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Rojas Calderon	Valeria Andrea	1073982498	Valeria Rojas Calderon
02	Contreras Moreno	yiceth	1066733770	yiceth Contreras
03	Urango Beltran	Sara Rosa	1.073.818.599	Sara Urango
04	Gomez Jaramillo	Karen Dayana.	1038543168	Karen Jaramillo.
05	Ojeda oviedo	Maria Luisa	1.138.078.83	Maria Ojeda
06	Carvajal Arcia	Amaris	1.062.941.81	Amaris Carvajal
07	Aguas Mercado	Mayerlis Paola	1.048.241.218	Mayerlis Aguas
08	Ramirez Lopez	Julieth Paola	1.062.439.758	Julieth Paola
09	Perez Taraba	Dina Luz	25801063	Dina Perez
10	Ganem Torres	Pamela.	1.137.978.576	Pamela Ganem
11	Mendoza Ramos	Daniela	1003005004	Daniela Mendoza
12	Bedoya Martinez	Jessica Paola	1067933675	Jessica Bedoya
13	Ibañez Argumedo	Yasmira del Carmen	50.931.201	Yasmira Ibañez
14	Taraba Banquet	Paula Andrea	1067875846	Paula Taraba.
15	Vargas Herrera	Yaina Alexandra	1067849144	Yaina Vargas
16	Escobar gomez	Katherin Paola	1042583241	Katherin Escobar.
17	Gonzalez Polo	Diana del Carmen	1067911412	Diana Gonzalez
18	Herrera Mendez	Libardo Jose	1003044481	Libardo
19	Pao Lopez	Juan camilo	1073982529	Juan
20				
21	Mendoza Ramos	Deivis	1068704163	Deivis Mendoza
22	Guzman Luviga	EUER Mauricio		Mauricio Luviga
23	Ganem Torres	Juan Felipe	1073982528	Juan Felipe
24	Gonzalez Teheran	Bella	1192816003	Bella
25	Ortiz Osoño	Yuranis Isabel	1073980812	Yuranis Ortiz.
26	Martinez aleman	Camila andrea	1073.819.604	Camila aleman
27	San Luis	Ire		
28	Gc Hernandez Gaspar	Jan Luis	1.133.796.78	San Luis
29	Coronado	Heinder Luis	1093085[illegible]	
30	Romero Pinilla	Leidis patricia	1232[illegible]	Leidis Romero
31	Taraba romero	paula	1073672[illegible]	Paula Taraba
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR

Escaneado con CamScanner

1. ASISTENCIA A MUESTRA EMPRESARIAL – CENTRO COMERCIAL NUESTRO





2. ASITENCIA A REUNION CON DIRECTIVAS DEL PROGRAMA VICTIMA- SPE





3. CURSO DE MERCADEO Y VENTAS MUNICIPIO TIERRALTA- CORREGIMIENTO COREA. N° DE FICHA POR ASIGNAR





PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** MERCADEO Y VENTAS
- **Código del Programa de Formación:** 63210007 versión 1
- **Nombre del Proyecto**:
- **Fase del Proyecto**:
- **Actividad de Proyecto:** RECONOCIMIENTO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES QUE PERMITAN APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA EL MERCADO Y LAS CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO
- **Competencia:** NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y
- POLÍTICAS DE LA EMPRESA
- **Resultados de aprendizaje alcanzar**: UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS OSERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDOPOR LA EMPRESA.
- **Duración de la Guía:** 80 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz SENA, Bienvenido(a) al programa de formación MERCADEO Y VENTAS. En esta unidad conoceremos las temáticas que aportan saberes para el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje por lo tanto son las necesarias para que el aprendiz conozca los fundamentos y el entorno en general sobre la determinación de la oferta y la demanda entre los productos y servicios para identificar el potencial del mercado. Se recomienda que su participación en el desarrollo de la presente guía se realice de manera responsable y comprometida, así, como también la demostración de sus fortalezasen el diseño de instrumentos de investigación de acuerdo con la competencia en desarrollo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NO. 1: Características del mercado: tipos de clientes, segmentación del mercado de empresas (B2B), segmentación de la población, comportamiento de consumo de clientes reales y potenciales, comportamiento de compra, perfiles de clientes.

En esta competencia, se inicia estudiando los factores, actores, variables que directa o indirectamente están presentes en un proceso de venta. Lea cada información contenida en los link y responda la pregunta que aparece a continuación

Momento 1: http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id26.html,
¿Qué factores podrían aumentar al modelo de que presenta el link, para que fuera una descripción más completa del comportamiento del consumidor?

¿Por qué compra el consumidor?
http://www.mailxmail.com/curso-manual-gestion-comercio-segunda-parte/que-compra-consumidor
¿Según los hábitos de compra que tipos de clientes existen?

http://www.mailxmail.com/curso-manual-gestion-comercio-segunda-parte/tipos-clientes

Resuelva las siguientes preguntas con base en los documentos suministrados por el instructor(para el desarrollo de esta actividad, el aprendiz debe realizar previamente las lecturas de los documentos entregados por el instructor para el estudio.

1. ¿Por qué es muy importante segmentar?

2. Argumente sobre las ventajas de la segmentación de mercados

3. Explique cada una de las clases de segmentación de mercados

4. ¿Qué directrices o criterios debo tener en cuenta para seleccionar el mercado meta? Sustente teniendo en cuenta otros documentos

5. Muestre los distintos tipos de estrategias para seleccionar un mercado meta.

CASO DE ESTUDIO

La floristería decide medir para el día de los enamorados, los tipos de productos y servicios que demanda más, durante este estudio, se envió una encuesta de solo 10 preguntas donde arrojó los siguientes resultados:

- Consumidores clásicos que desean regalar flores con servicio de encomienda
- Consumidores que desean arreglos con globos, chocolates, y decoraciones extra personalizados
- Consumidores que no saben que regalar
- Consumidores que necesitan seleccionar los regalos personalmente
- Consumidores de última hora

Si analizamos los 5 consumidores potenciales, nos permite crear estrategias para cada uno

¿Qué estrategia pensaría usted en aplicar para cada uno de estos segmentos de clientes?

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NO. 2: Producto o servicio: definición, objetivos, tipos, características (Intrínsecas, extrínsecas) (clasificación (según durabilidad y tangibilidad).

Escoger 5 productos básicos de exportación colombianos y establezca:

a. Segmento de mercado que atiende
b. Características intrínsecas y extrínsecas del producto
c. Estrategias de precios utilizadas y etapa de su ciclo de vida
d. Dibujar los canales de distribución que utiliza la empresa
e. Estrategias de comunicación: ATL yBTL utilizados

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NO. 4. MARKETING MIX: Construya un marketing mix para un producto escogido por usted con al menos una acción en cada elemento de la mezcla. Por favor indicar el producto asignado antes de iniciar su respuesta

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NO. 5 Conformar equipos de tres personas y realizar la lectura de los siguientes documentos dispuestos por el instructor: Presentación de la empresa, manual del vendedor, cualidades del vendedor Demostraciones, degustaciones, muestras, sitios de exposición. De acuerdo al tema asignado, realizar una presentación en power point y exponer

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Reconocimiento sobre los conceptos apropiados en los resultados de aprendizaje Seleccionar los productos para la exhibición de acuerdo al tipo de exhibición, los requerimientos de los proveedores y el mercado y relacionar los productos que proveen una solución completa a las necesidades importantes del consumidor, seleccionadas y administradas **Evidencias de Desempeño** Proyectar la gestión estratégica del área de ventas en función de la toma de decisión de compra por parte del consumidor **Evidencias de Producto:** Documento taller guía de aprendizaje desarrollada por el aprendiz	Analiza las variables cualitativas y cuantitativas del mercado relacionadas con el desarrollo de los programas de exhibición y surtido en las diferentes formatos comerciales considerando los productos, la programación, el presupuesto asignado y la política de la organización. Realiza el surtido a partir de las dimensiones, las estrategias de exhibición, el espacio físico, la disponibilidad financiera, el perfil socioeconómico y el volumen y concentración de la categoría de acuerdo con el segmento de mercado y las necesidades y características de los clientes, el tipo de formato y la línea de productos, la política de exhibición y objetivos comerciales.. Realiza la segmentación del mercado de acuerdo con las políticas y objetivos formulados en el plan de mercadeo y basados en datos y estadísticas fácilmente verificables.	1. Formulación de preguntas 2. Exposición 3. Simulación 4. Foro 5. Trabajo de campo 6. Observación directa **Autoevaluación**. (Cada aprendiz, argumentará acerca del grado de apropiación de los conceptos analizados y explicará uno de ellos, mediante un ejemplo.) **Coevaluación**. Cada equipo colaborativo analizará y le asignará una puntuación a los ejemplos planteados por sus compañeros, estos a su vez serán también objeto de evaluación por parte de sus pares.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Mercado: Se puede definir como el lugar físico o virtual donde se lleva a cabo el intercambio de productos, mediante un proceso de transacciones comerciales

Sistema de información: Consta de personal, equipo y procedimientos para obtener, ordenar, analizar, evaluar, y distribuir información necesaria, oportuna y exacta a quienes toman las decisiones de marketing.

Segmentación del Mercado: es la división del mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar los recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing.

REGISTRO: Es un conjunto de datos que se almacenan dentro de una tabla.

7. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Stanton, William (1998): Fundamentos de Marketing. México. Ed. Mac Graw Hill 885p. 10 Edición.

Kotler, Philip (2004): Fundamentos de Marketing. Edición. Bogotá: Ed. Pearson Educación.885 P. 5

Ries, Al. y TROUT, Jack (1993):Posicionamiento. México. Ed. Mac Graw Hill.175 p

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**LEONARDO AYÚS**	**INSTRUCTOR**	**COORDINACIÓN ACADÉMICA**	

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURÍSMO CORDOBA

PLAN DE TRABAJO

PROGRAMA DE FORMACIÓN	**FORTALECIMIENTO MERCADEO Y VENTAS**
COMPETENCIA	**NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA** **BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO** **ESTABLECIDOPOR LA EMPRESA**
RESULTADO DE APRENDIZAJE	**UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS OSERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDOPOR LA EMPRESA.**
FICHA	**# FICHA POR ASIGNAR**
INSTRUCTOR:	**MAYERLIN COGOLLO LOPEZ**

No.	**ACTIVIDADES A REALIZAR**	TEMATICA-SOCIALIZACION GUIA APRENDIZAJE-SESION EXPERIENCIAS PREVIAS-SESION PREGUNTAS Y RESPUESTAS-CONCLUSION DE LA TEMATICA A CARGO DEL INSTRUCTOR		TEMATICA-CONCEPTOS DE MERCADO , MERCADEO, PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO A NIVEL DE SOCIALIZACIÓN POR EL INSTRUCTOR -SESION DE VIDEO DE APOYO A LA FORMACION ACERCA DE LA TEMATICA-SESION PREGUNTAS Y RESPUESTAS-CONCLUSION DE LA TEMATICA A CARGO DEL INSTRUCTOR								**OBSERVACIONES**
	NOMBRE DEL APRENDIZ	FECHA DE REALIZACIÓN: 18/07/2022	CUMPLIÓ	FECHA DE REALIZACIÓN:19/07/2022	CUMPLIÓ	FECHA DE REALIZACIÓN:	CUMPLIÓ	FECHA DE REALIZACIÓN:	CUMPLIÓ	FECHA DE REALIZACIÓN:	CUMPLIÓ	FECHA DE REALIZACIÓN:	CUMPLIÓ	
		PARTICIPACIÓN- BAJA(B) ACTIVA(A)	**SI/ NO**	**PARTICIPACIÓN- BAJA(B) ACTIVA(A)**	**SI/No**	**PARTICIPACIÓN- BAJA(B) ACTIVA(A)**	**SI/ NO**	**PARTICIPACIÓN- BAJA(B) ACTIVA(A)**	**SI/ NO**	**PARTICIPACIÓN- BAJA(B) ACTIVA(A)**	**SI/ NO**	**PARTICIPACIÓN- BAJA(B) ACTIVA(A)**	**SI/ NO**	
1	BEDOYA MARTINEZ JESSICA PAOLA	A	SI	A	SI									
2	BUELVAS ARLEY DEL CARMEN	A	SI	A	SI									
3	CABALLERO SIGAJA KATHERINE	A	SI	B	SI									
4	CAMPUZANO ROMERO INES MARIA	A	SI	B	SI									
5	DORIA LOPEZ ROSMARY	A	SI	A	SI									
6	GANEM TORRES PAMELA	B	SI	B	SI									
7	GASPAR OSORIO ARELIS DEL CARMEN	A	SI	A	SI									
8	GONZALEZ OSPINO DELLYS MARIA	A	SI	A	SI									
9	HERNANDEZ GENES YOLANDA SOFIA	A	SI	A	SI									
10	HERRERA VARGAS MAIRA ALEJANDRA	A	SI	A	SI									
11	HERRERA VARGAS YEIDI PATRICIA	A	SI	B	SI									

12	JARABA BANQUET PAULA ANDREA	B	SI	B	SI									
13	JARABA NARVAEZ GUSTAVO ENRIQUE	B	SI	B	SI									
14	JARABA ROMERO PAULA ALEJANDRA	A	SI	A	SI									
15	LERECH VILLALOBOS KAREN DANIELA	A	SI	A	SI									
16	MADERA ARTEAGA GIRNE	B	SI	B	SI									
17	MADRID RUIZ MARIA	B	SI	B	SI									
18	MARTINEZ BUELVAS YANELYS	B	SI	B	SI									
19	MEJIA MIRANDA MARIA MARGARITA	B	SI	B	SI									
20	MENDOZA PAYARES DEIVIS JOSE	B	SI	B	SI									
21	MENDOZA PAYARES WENDY DAYANA	B	SI	B	SI									
22	MENDOZA RAMOS DANIELA	B	SI	B	SI									
23	MORALES CABALLERO GABRIELA	B	SI	B	SI									
24	NARVAEZ LOZANO ANA LUZ	B	SI	B	SI									
25	ORTIZ HERNANDEZ CESAR AUGUSTO	B	SI	B	SI									
26	ORTIZ OSORIO YURANIS ISABEL	B	SI	B	SI									
27	OSPINO PESTANA MARIELITA DEL CARMEN	B	SI	B	SI									
28	PALACIOS BLANQUICET BIENEY	B	SI	B	SI									
29	PERALTA ESCOBAR BEATRIZ ELENA	B	SI	B	SI									
30	PEREZ JARABA DINA LUZ	B	SI	B	SI									
31	RAMIREZ LOPEZ JULIET PAOLA	B	SI	B	SI									
32	ROMERO PINILLA LEIDER PATRICIA	B	SI	B	SI									
33	SALGADO CUETO YERALDIN	B	SI	B	SI									
34	VARGAS HERRERA YAIRA	B	SI	B	SI									
35														
36														