PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Quibdó, febrero 2024

Señor (a)
YILSE ALEIDA RUIZ CARRILLO
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **5886389**
Coordinador académico
Dependencia formación complementaria-Población DesplazadaEn el programa de Emprendimiento
Quibdó-Chocó

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

Referencia: No(**5886389**) del año(2024)

ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. **35601300** de Quibdó, en mi calidad de Contratista del SENA, en (Formación complementaria-Población Desplazada en el Programa de COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR), 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 contratos la suma de TREINTA Y UN MILLONES QUINIETOS MIL PESOS ($31.500.000) M/CTE esta suma será pagada por el Sena al contratista de la siguiente manera a) un primer pago correspondiente al mes de febrero por valor de UN MILLON SEISCIENTOS CONCUENTA MIL PESOS ($1.650.000)M/CTE, b) SEIS (5) pagos iguales correspondiente a los meses de marzo a agosto por valor de CUATRO MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS ($4.500.000) MCTE, (1) un último pago correspondiente a 15 días del mes de septiembre por un valor de DOS MILLON DOSCIENTOS CINCUENTA MIL PESOS ($2.250.000) MTE.

. **Plazo:** Sera hasta el 15 de septiembre de 2024.

OBJETO: (Trascriba el objeto del contrato, dentro del siguiente cuadro)
CONTRATACION INSTRUCTORES-PRESTAR SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL DE 22 INSTRUCTORES, PARA ORIENTAR LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN EL NIVEL COMPLEMENTARIA VICTIMA, EN EL CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD DE LA REGIONAL CH

Obligaciones Específicas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Establecer estrategias de enseñanza-Aprendizaje- evaluacion según el programa de formación profesional y el enfoque metodológico adoptado.	Las estrategias de enseñanza aprendizaje utilizada en el presente periodo, están, formación presencial, Realizar Talleres Teórico – Prácticos" relacionados con la temática a tratar de los cursos FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA c o n te n i d o t e m á t ico producto, negociación - servicio¿ TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN? ¿CARACTERISTICAS DEL MERCADO? ¿PERFIL DEL CLIENTE? ¿SEGMENTO DEL MERCADO DE EMPRESAS Y DE LA POBLACION? ¿TÉCNICAS DE VENTA? ¿DEMANDA? SERVICIO AL CLIENTE - Qué espera de este curso? - Que es servicio al cliente -tipos de cliente? -planeación estratégica: dofa,? -momentos de verdad -protocolo de servicio al cliente-títulos valores: cheque, letra de cambio, pagaré y accione. etc. Con la temática desarrollada en los cursos se evaluara a los Aprendices sobre los Conocimientos adquiridos.	Actividad: Conversatorio sobre temas del curso a trabajar de manera grupal e individual. Temas de consulta relacionados con los cursos Emprendimiento de unidades productiva, y servicio al cliente Desarrollo de talleres de emprendimiento de unidades productivas. .

2	Orientar los procesos de enseñanza- aprendizaje, según las necesidades detectadas en los procesos de evaluación, Metodologías de aprendizajes y programas curriculares vigentes	En reunión de concertación con los aspirantes de los cursos. FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA - SERVICIO AL CLIENTE , La formación y la metodología están diseñadas de acuerdo a necesidades de los participantes y el proceso de formación..	Formato de concertación y lista de asistencia y evidencia fotográfica
3	Programar las actividades de enseñanza-aprendizaje – evaluacion de conformidad con los módulos de formación y el calendario institucional y el manual de procedimientos para la ejecución de acciones de formación profesional.	-Desarrollo de la formación Verificación y Registro Sofía Plus. -Elaboración de las fichas de caracterización. -Verificación de personal en la plataforma vivanto para determinar las victimas que participaran en el proceso de formación -Orientación a los aprendices sobre la importancia de los cursos a dictar. -Se asociaron las fichas en la Plataforma Sofía plus.	Fichas asociadas, en Sofia plus. Evidencias fotográficas Todo soportado en el drive. Evidencias de formación mes de febrero.
4	Llevar el registro de evidencias de la actividad de enseñanza-aprendizaje en el portafolio personal, para cuando sea requerido.	Se está llevando el Reporte de las actividades de formación en la plataforma DRIVE	formato de Caracterización, registro fotográfico. Guía de aprendizaje. Reporte de fichas en Sofía plus. Acta de concertación todo del mes de febrero.
5	Reportar información académica y administrativa según las responsabilidades institucionales asignadas.	Envío y Reporte de documentación de aprendices que participaran en el proceso de formación para inscripción ymatricula al programa de formación.	Formato de Excel y documentos de cedula para programación y matricula de los cursos FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA - SERVICIO AL CLIENTE
6	Evaluar la formación de los aprendices durante el proceso educativo de acuerdo con el manual de evaluación vigente.	Se asociaron las fichas 2928662 y 2926574 en Sofía plus.	No aplica porque no se ha generado el evento Fichas asociadas y calificadas y en formación, en Sofía plus
7	Atender oportunamente los requerimientos del supervisor de contrato y presentar Mensualmente los informes de ejecución del contrato.	Presentación de informe de actividades desarrolladas en el mes de febrero	Informe mensual mes de febrero

8	Reportar 160 horas mes de labores en la formación.	Reportar 8 horas diarias conforme a las obligaciones contractuales el cual se verán reflejadas una vez estén creadas las fichas en Sofia Plus	Reporte de tiempo en laplataforma sofia plus. Verificar fichas en la plataforma Sofía Plus
9	Aplicar al proceso de certificación de la norma de competencia Orientar formación presencial de acuerdo con procedimiento técnico y normativo según las normas que aplican la función instructor.	Me encuentro certificado en la norma de competencia "Orientar formación Presencial de Acuerdo con Procedimiento Técnico y Normativo"	Ver en certficados.sena.edu.co
10	Las demás para el Cabal cumplimiento del objeto contractual.	No aplico para este periodo (con Disponibilidad para ejecutarlo cuando se requiera).	No aplica porque no se ha generado el evento

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.				
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 electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. de planilla 4539886952, expedida por SOI correspondiente al mes de enero de 2024. (Decreto Ley 2106 de 2019 – según "Decreto *Ley Anti trámites"*)

Declaración bajo la gravedad de juramento.

Me permito declarar **bajo la gravedad de juramento** que durante el periodo objeto de cobro SI NO_X_ he suscrito otro u otros contratos con entidades(s) del Estado el (los) cual(es) se encuentra(n) en ejecución; la anterior declaración de acuerdo con lo establecido en el numeral 5º de la Directiva Presidencial No. 001 de 2022, a fin de identificar potenciales conflictos de interés y hacer la gestión del riesgos para la toma de decisiones dentro del principio de la debida diligencia frente a la ejecución de los contratos de prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión.

Nota: En el evento de señalar **SI,** el análisis efectuado por el supervisor y ordenador de pago deberá quedar documentado y publicado en el SECOP II en los documentos relacionados en el archivo Gestión Contractual GC_ del periodo objeto de cobro.

Evidencias en (xx) folios

Cordialmente,

ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ
Contratista
C.C. No. 35.601.300 de Quibdó

Recibí a satisfacción:

YILSE ALEIDA RUIZ CARRILLO
Supervisor(a) Contrato 5886389 de 2024

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS**
- CÓDIGO DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN: 62330031

- COMPETENCIA**:**

1**: VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.**

 RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZAR:

- 26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONE DEL MERCADO
- 26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE
- 26010104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
- 26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL E LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO

4: Duración de la Guía 96 horas.

Actividad Nro 1 Presentación del curso Duración: 4 hora	Salón comunitario el poblado
Esta actividad tiene como finalidad darles la bienvenida a los aprendices, socializar y conocer que es el SENA y el curso que vamos a desarrollar, además se hará la presentación por medio de una dinámica de cada uno de los miembros del curso con el fin de romper el hielo.	

Actividad Nro 2 de reflexión inicial Duración de 7 hora	Aula
En esta actividad de autodiagnóstico los aprendices en participación dinámica en mesa redonda en salón, darán conceptos respecto a interrogantes relacionadas con la temática del curso, el propósito de esta actividad es identificar los conocimientos previos que tienen los aprendices con respecto a la temática del curso de Fortalecimiento en mercadeo y ventas.	

Actividad 3: contextualización de los conocimientos Duración de 45 hora Ambiente: Aula y visita a negocio.
En esta etapa se desarrollara la temática del curso a través de explicación por parte del instructor tutor en el aula, se proyectara un video con el fin de facilitar más la apropiación del conocimiento por parte de los aprendices. Por grupo se harán observación al comercio conel fin de identificar el proceso del mercadeo en el entorno. Socialización de la actividad de campo.

Actividad 4: Apropiación de los conocimientos Duración de 30 hora Ambiente: Aula
En esta actividad se conformaran equipos de trabajo para que los alumnos consulten a través de fuentes escritas o internet temática del curso y en mesa redonda se hará un conversatorio donde cada grupo explicara sobre su tema de consulta dándole participación a los demás miembros del curso argumentar sobre dicho tema. Esta actividad tiene calificación.

Actividad 5: Taller sobre canales de distribución Duración de 6 hora Ambiente: Aula.
En esta actividad se le entregara a cada aprendiz un hoja de papel con imágenes de diferentes productos y servicios en el mercado, el objetivo de esta actividad es que los aprendices identifiquen cual es el canal de distribución más adecuado para comercializar dichos productos. Socialización de la actividad y se aclararan dudas presentadas.

Actividad 6: de evaluacion Duración de 4 hora Ambiente: Aula.
En esta etapa se evaluaran a los aprendices con el objetivo evidenciar los conocimientos adquiridos durante el curso. - Evaluar de forma escrita a través de un cuestionario conceptos sobre el mercadeo. - A través de la lista de chequeo evidenciar si los alumnos aplican correctamente los canales de distribución - En una hoja de papel en pareja los aprendices le aplicaran el análisis DOFA a una empresa x - Entrega de cada actividad planteada en físico las cuales tendrán su respectiva calificación. Socialización de la actividad de campo.

2. PRESENTACION : Actividad 1

Estimados aprendices *SENA*, reciban un cordial saludo de *bienvenida*, estamos iniciamos un ciclo formativo donde obtendrán capacitación en **MERCADEO Y VENTAS**. Nos espera un cuantioso trabajo en la cual, el aprendizaje colaborativo, el crecimiento del grupo mediante la educación y con el acompañamiento brindado por la instructora, se podrán lograr el objetivo principal que es esencialmente formar personas integrales con valores y capacitadas para desempeñarse exitosamente en la vida laboral y el sociedad en su conjunto.

- Esta guía de aprendizaje le dará las herramientas y elementos necesarios para que tú como aprendiz del curso de MERCADEO Y VENTAS adquieran las competencias suficientes para conocer el mercado sus componentes realizar una venta exitosa, exibir de manera adecuada los productos según lineamientes de la empresa, para con ello poder estructurar de forma mas clara tu idea de negocio o mejorar tus ventas si ya estas en la actividad comercial.







3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial: 2

En la Fase de la Planeación, se determinan todas las pruebas necesarias a desarrollar con el objetivo de evidenciar el logro de los resultados esperados.

Se desarrollaran actividades de autodiagnostico por parte de los aprendices, con el fin de identificarconocimientos previos con relación a la temática del curso.

- Reflexione sobre las siguientes preguntas.

1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS?
2 ¿TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN? ¿CARACTERISTICAS DEL MERCADO?
3 ¿PERFIL DEL CLIENTE?
4 ¿SEGMENTO DEL MERCADO DE EMPRESAS Y DE LA POBLACION?
5 ¿TÉCNICAS DE VENTA? ¿DEMANDA?
6 ¿DEFINICION DE PRODUCTO O SERVICO? (CLASIFICACIÓN (SEGÚN DURABILIDAD Y TANGIBILIDAD).

Esta actividad tiene como finalidad encaminar y motivar a los aprendices en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje: actividad 3

Se requiere la disposición y honestidad de de los aprendices con el fin de identificar sus conocimientos

MERCADEO:

Es el conjunto de actividades destinadas a acercar los clientes al producto, permitiéndoles satisfacer plenamente susnecesidades y expectativas como consumidores.

Hoy en día ante una diversidad de productos y servicios, la competencia y los medios de comunicación, los consumidores perciben de una manera más práctica y sencilla las características que poseen los productos o servicios que necesitan o desean adquirir.

Actualmente la investigación de mercados ha cobrado fuerza debido a los avances tecnológicos y la importancia que tiene la opinión del cliente para las empresas, ya que de acuerdo a esta investigación puedentomar las mejores decisiones.

Con la investigación de mercados podemos determinar el tipo de estrategias que vamos a utilizar y así tomardecisiones más acertadas sobre como posicionarnos en un mercado, la sensibilidad de los precios acorde con el tipo de mercado que prefiere nuestro producto, su lugar predilecto para comprar y estar al tanto de losprecios y beneficios que tienen las marcas de la competencia en comparación con la nuestra.

VENTAS

Son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra. El concepto de **ventas** es muy amplio, pero básicamente consiste en el acto de negociación en el **cual** una partees el vendedor y la otra el comprador.

Hacer una venta es hacer un negocio. Las ventas ocurren tanto en empresas, que deben vender sus productos o servicios, como entre personas, cuando por ejemplo venden un artículo usado en los clasificados

Llevando el concepto al ámbito profesional, el área de ventas (también conocida como área comercial) es fundamental para el crecimiento de una empresa. Sin la venta, no hay facturación y, consecuentemente, no haycrecimiento.

ESTRATEGIA DE MERCADEO

Recopilar y analizar información respecto al mercado y su composición:

Estrategias de Mercado: Conceptos y aplicación producto, precio, promoción, publicidad, Distribución, mercado análisis DOFA, competencia.

Actividad grupal 4:

Conformar grupos de 4 personas, darle un nombre al equipo.

• Conversatorio acerca de los temas de investigación por parte de cada equipo segunsu tema de consulta.

• Estructurar un glosario sobre: Conceptos y aplicación producto, precio, promoción, publicidad, Distribución, mercado análisis DOFA, competencia.

• Socialización de las actividades anteriores.

- Reflexión y conclusión de las actividades.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

• Los aprendices recolectaran la información más relevante que se generan sobre los conceptos básicos de mercadeo

• Los aprendices aplicaran las estrategias de mercadeo de acuerdo al entorno y el producto acomercializar.

- Información sobre la segmentación del mercado de empresa y de personas.

• Investigar el mercado objetivo para el bien o servicio del proyecto.

- Aplicar la matriz DOFA (análisis interno y externo del mercado).

Actividad de Aprendizaje 5: taller sobre canales de distribución. Proyectando imágenes de diferentes negocios a través del videoving 1.Teniendo en cuenta el número de detallistas a través de los cuales se llega al consumidor final, que estrategia de distribución sugeriría para los siguientes productos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN: 6

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Respuestas a preguntas acerca de Mercadeo, mercado, tipos de mercado, componentes del mercado, precio, publicidad, segmentación del mercado de empresas y de personas, componentes de la venta, etc. **Evidencias de Desempeño:** Resultado de la observación de juego de roles aplicado a un caso a un producto identificar los canales de distribución más adecuado para llevar el producto al mercado, identificar los tipos de segmentación, determinar una venta exitosa, aplicar la correcta exhibición de productos. **Evidencias de Producto:** Resultado de la observación de procesos comercialización conformación de equipos de trabajo con distintas intencionalidades	Maneja adecuadamente los conceptos de mercadeo -Reconoce su entornocomercial. -Aplica las estrategias de mercadeo (producto, precio, promoción, publicidad y distribución) de acuerdo al diagnóstico realizado y su producto a comercializar a través del proceso de mercadeoy venta. -Ana liza las variables cualitativas y cuantitativas del mercado relacionadas con el desarrollo de los programas de exhibición y surtido en las diferentes formatos comercialesconsiderando los productos, la programación, el presupuesto asignado y la política de la organización. ♣ Identifica las zonas de exhibición, su ubicación y rentabilidad de acuerdo con la programación establecida y la política de la organización.	**Preguntas a través decuestionarios** **Observación, Actividad grupal** **Preguntas y lista de chequeo**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS.

Misión –Visión – Sena –- Mercadeo – Mercado- Distribusion – Bien – Servicio - Aprendiz – Perfil – Formación –Programa – Estructura - Correo – Sofiaplus – Aprendizaje – Instructor – Costo – Publicidad – Promocion, segmentación, DOFA, oferta, demanda, venta, producto, población, cliente.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Los documentos de los temas específicos a tratar en los ambientes de aprendizaje los podemos encontrar en los siguientes links.

https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/feem/libros/principiosdemercadeo.pdf

http://infopvirtual.com/cursos/investigacion_de_mercados/Unidad%20I.pdf

https://portafolioemprendimientocies.files.wordpress.com/2011/03/cartilla-no-3-el-mercadeo.pdf

www.sena.edu.co

Capítulo 1 Tema: "Sociedades Comerciales". Editorial McGraw Hill. Última edición.

Formulación y Evaluación de Proyectos: Tercera edición. Córdoba, Padilla Marcial; Bogotá Ecoe Ediciones

Página Web www.dian.gov.co

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ	INSTRUCTORA	COORDINACION ACADEMICA FORMACION COMPLEMENTARIA PROGRAMA DESPLAZADOS	26-/02/2024

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

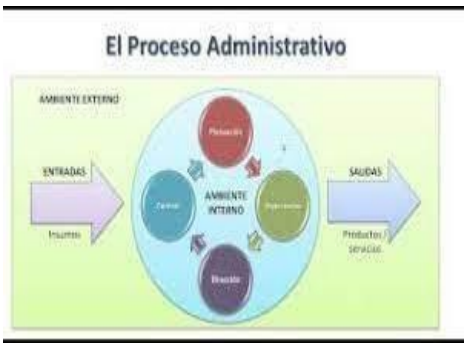
- Denominación del Programa de Formación: SERVICIO AL CLIENTE EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS
- Código del Programa de Formación: 12210010
- Competencia: ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA.
- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZAR
- 1. Identificar los factores que intervienen en las estrategias de atención al cliente, de acuerdo con las políticas y estándares de calidad organizacional.
- 2. Atender al cliente a través de los canales disponibles teniendo en cuenta sus características, condición (física humana y social), necesidades y los protocolos
- 3. Direccionar el requerimiento del cliente según procedimientos de servicio
- 4. Propiciar la solución de las necesidades del cliente según procedimientos de servicio organizacionales.
- 5. Valorar la atención según la satisfacción evidenciada por el cliente.

- Duración de la Guía: 48 HORAS

2. PRESENTACIÓN

Conociendo las funciones que desempeñaran los aprendices en los diferentes campos empresariales y de servicios administrativos donde ejercerán el servicio y atención al cliente es importante que conozcan y aprendan a ofrecer atención que favorezca las relaciones de la empresa con el cliente. Aplicar los protocolos e identidad corporativa en la presentación personal. Ofrecer atención personalizada que cumpla con los estándares de servicio de calidad de la organización y a realizar actividades relacionadas con los recursos de sus unidades productivas con el propósito en presentar alternativas de solución a posibles problemática que se lleguen a presentar a futuros con la atencion y servicio al cliente.

Lo que se pretende con este curso de Servicio al Cliente en la organización es transferirle a los aprendices conocimientos básicos para una buena atencion a los clientes desde el entorno que les toque interactuar con ellos.







3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **1.** Actividades de presentación.
  Esta actividad tiene como finalidad dar le la bienvenida a los aprendices, socializar y explicarles que es el SENA y el curso que vamos a desarrollar, además se hará la presentación por medio de una dinámica de cada uno de los miembros del uso con el fin de romper el hielo en el grupo.
  DINAMICA: El rey de los elementos: Se forma un círculo con todos los participantes, el animador tendrá la pelota y se la pasara a cualquiera, cuando la tire debe mencionar un elemento (Aire, Agua o Tierra) el que atrape la pelota debe mencionar un animal que pertenezca al elemento que mencionaron ejemplo. (Agua: tiburón) y pasársela a otro diciendo un elemento antes que la atrape el otro participante, no se vale repetir animales y debe responderse rápido, los que pierden van saliendo hasta elegir al ganador.
- Ambiente Requerido: Aula
- Materiales : cuaderno, agenda, lapicero, lápiz, pelota
- Tiempo: 3 hora

2. Actividades de reflexión:

Esta actividad de autodiagnóstico los aprendices en mesa darán conceptos respecto a interrogantes relacionadas con la temática del curso, el propósito de esta actividad es identificar los conocimientos previos que tienen los aprendices con respecto a la temática del curso de servicio al cliente en la organización.

- Evidencia: Reflexione sobre los siguientes preguntes.

Reflexione sobre los siguientes interrogantes.

-Estructura de la organización.

- Lineamientos estratégicos de la organización.

- Manual de funciones y procedimientos.

- Portafolio de servicios.

- Normas aplicables al servicio al cliente: legales, de calidad, de etiqueta y protocolo - cliente: tipos, clasificación y condición (física, humana, social).

- Atención al cliente: tipos, clasificación, condición, estrategias, canales y protocolos. - servicio: definición, clasificación, triángulo de servicio.

-¿Elementos de la Comunicación?
-¡En que consiste la comunicación asertiva ?
-¿Comunicación Verbal ¿Comunicación no Verbal
-Concepto
-Funciones de la comunicación empresarial
-¿Estructura orgánico-funcional
-¿Manual de funciones y procedimientos

Esta actividad tiene como finalidad encaminar y motivar a los aprendices en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje.

Actividad de aprendizaje: video sobre comunicación asertiva en la organización

El objetivo de esta actividad es mirar a través de un videoving un video sobre la comunicación en la organización y la importancia de una buena comunicación asertiva para el logro de los objetivos de la organización.

- Ambiente Requerido: Aula, plataformas digitales

Materiales: (marcadores, papel videiving, Borrador) Plataforma virtual, diapositivas

- Tiempo:4 hora

  Actividad.

-Taller sobre la comunicación: PASIVO- AGRESIVO –ASERTIVO
El objetivo de esta actividad es distinguir los diferentes tipos de comunicación

Anexo taller.

La comunicación es esencial para la vida, y ya sea en el trabajo o en lo personal, todo será más fácil si te comunicas bien.

- Ambiente Requerido: Aula, unidad productiva y campos abiertos

Materiales: (marcadores, papel periódico, cartulinas, lápices, lapiceros, videiving, Borrador, fotocopias, block.) Plataforma virtual, diapositivas

- Tiempo: 3 hora

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Socializar en mesas redondas y por medio de talleres, consultas trabajos en grupo y experiencias vividas sobre la importancia de la comunicación asertiva para lograr una buena atencion a los clientes adentro de la organización – unidad productiva.

LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN.

Comunicar es vender, dar a conocer nuestros productos, nuestros servicios, pero es complicado, en

ocasiones, que el consumidor compre debido a la gran competencia en el mercado.

Para que exista comunicación la información debe ser traducida a un código simbólico común para las partes comprometidas así como las asociaciones entre los símbolos y sus referentes deben ser compartidos

Las organizaciones intercambian información de manera constante con su entorno exterior. Ese entorno, dependiendo del sector y la actividad a la que se dedique la empresa, está formado por clientes, proveedores, competencia, intermediarios, medios de comunicación y público en general.

Para transmitir la información sobre la empresa al exterior, las organizaciones suelen emplear una serie de canales de comunicación formales, entre los que se encuentran las áreas de publicidad y relaciones públicas, las de marketing, prensa... Además, utilizan otros canales de comunicación informal, que van surgiendo conforme van cambiando las necesidades de comunicación. Dentro de los canales de comunicación mencionados, los departamentos de publicidad y relaciones públicas son los encargados de informar al público sobre las actividades, los productos y los servicios que ofrece la empresa. Tanto la publicidad como las relaciones públicas permiten dar a conocer la imagen de la empresa.

- Recopilar y analizar información respecto temas de la comunicación en la organización: Comunicación.-Elementos de la Comunicación -Comunicación Verbal -Comunicación no Verbal Comunicación Empresarial –Concepto -Funciones de la comunicación empresarial -Clasificación de la comunicación empresarial -Conducto regular -Relaciones públicas.

- Conformar equipo de trabajo de 5 personas, darle un nombre al equipo.

- realizar talleres que permitan evidenciar los conocimientos adquiridos.
- Actividad lúdica en la atención práctica a un cliente, como se ha sentido en el papel de clientes y las conclusiones que llegan al finalizar la actividad.
- Conversatorio acerca de la forma adecuada en la que se debe ser la comunicación asertiva dentro de la organización.
- Se evaluara, Apariencia y actitud personal, comunicación oral y escrita, estado de ánimo yprudencia.
- Socialización de las actividades anteriores.

Video: a través del videoving proyectar el video Como cambiar el mundo con pequeñas cosas.

Comentarios y reflexión del mismo.

Actividad 3: contextualización de los conocimientos

Tiempo: 13 horas

Ambiente: Aula y salida al comercio para observar la atención al cliente en algunos negocios. Socialización de la actividad de campo.

Materiales: tablero, marcador, videoving, cartelera, Plataforma virtual, diapositivas

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

En este momento significativo del aprendizaje, los aprendices podrán asimilar los saberes, incorporarlos y aplicarlos en el proceso de aprendizaje. Para ello se conceptualizara y se aplicaran vivencias a procesos significativos de aprendizaje de la siguiente manera:

Los aprendices aprenderán sobre los siguientes conceptos

- Brindar atención y servicio que favorezca las relaciones empresariales con el cliente:
- Que es Trabajo en Equipo.
- Identificar el tipo de información que maneja la Organización.
- Identificar los diferentes tipos de comunicación dentro de la organización.
- Aplicar las normas, procesos y procedimientos y políticas de la Organización
- Identificar los medios establecidos por la Organización a través de los cuales se presta atención y servicio al cliente.
- Ejecutar momentos de verdad estelares en la atención y el servicio al cliente.
- Documentar la atención y el servicio al cliente de acuerdo con el Sistema de Gestión de la Calidad, las políticas de la Organización y la trazabilidad.

Actividad grupal

En esta actividad se conformaran equipos de trabajo para que los alumnos consulten a través de fuentes escritas o internet la temática asignada y en mesa redonda se hará un conversatorio donde cada grupo explicara sobre su tema de consulta dándole participación a los demás miembros del curso para argumentar sobre dicho tema. Esta actividad tiene calificación.

Actividad 4: Apropiación de los conocimientos a través de exposición
Duración de 5 horas
Ambiente: Aula
Materia: tablero, marcador, catelera. Plataforma virtual, diapositivas

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : **Evidencias de Conocimiento :** **Respuestas a preguntas acerca de que** es la Comunicación Empresarial Concepto -Funciones de la comunicación empresarial -Clasificación de la comunicación empresarial -Conducto regular -Relaciones públicas **Evidencias de Desempeño:** **Evidencias de Desempeño:** Resultado del conversatorio y socialización de los temas desarrollados durante el curso.	Describe de manera diligente los servicios ofrecidos por la Organización de acuerdo con el portafolio de servicios. Aplica las cualidades que debe poseer el funcionario que atiende público y facilita el servicio. Proyecta estricta elegancia y distinción, a través de su pulcritud en el vestir, combinación de colores, accesorios, Ejecuta con responsabilidad momentos de verdad estelares durante la atención y el servicio al cliente interno y externo. Expresa de manera respetuosa, con claridad y precisión los mensajes relacionados con los clientes internos y externos,	Preguntas Observación talleres Observación Preguntas, lista de chequeo, talleres.

Evidencias de Producto: Resultados de las actividades desarrollas en cuanto al servicio y atención al cliente, teniendo como referente la ejecución de actividades lúdicas	Aplicando el conducto regular y la comunicación empresarial. Evalúa la atención y el servicio prestados por una Organización, a través de la libreta de calificaciones. Criterios de evaluacion Clasifica los tipos de clientes que visitan la organización, teniendo en cuenta el perfil del cliente. Describe los servicios ofrecidos por una Organización, de acuerdo con el portafolio de servicios. Aplica en la atención y servicio con objetividad los momentos de verdad durante el ciclo del servicio al cliente interno y Externo. Evalúa la atención y el servicio prestados por una Organización, a través de la libreta de calificaciones. Aplica las estrategias de atención y de servicio, cara a cara y a través de medios tecnológicos, de acuerdo con los Estándares de calidad y las políticas de la Organización	Preguntas, talleres. Exposicion, Trabajo en grupo y socialización del mismo.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Comunicación.-Elementos de la Comunicación -Comunicación Verbal -Comunicación no Verbal Comunicación Empresarial –Concepto -Funciones de la comunicación empresarial -Clasificación de la comunicación empresarial -Conducto regular -Relaciones públicas – visión – misión - objetivos- Correo – sofia plus – aprendizaje – instructor – tics- costo- precio- gasto- beneficio- punto de equilibrio – empresa- empresario- vida útil-, equipos de trabajos.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

www.sena.edu.co

http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf

https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd5096.pdf

https://edebe.com/educacion/documentos/830030-0-529-830030_LA_CEAC_CAS.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ	INSTRUCTORA	COORDINACION ACADEMICA FORMACION COMPLEMENTARIA PROGRAMA DESPLAZADOS	**27/02/2024**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

ACTA No. 1		
NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN: REUNIO PARA LA SOCIALIZACION DEL CURSO FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS.		
CIUDAD Y FECHA: Quibdó, 26 de febrero del 2024	**HORA INICIO:** 3:00 pm	**HORA FIN:** 4:00 pm
LUGAR Y/O ENLACE: Quibdó, barrio el poblado – casa comedor de las monjas	**DIRECCIÓN / REGIONAL / CENTRO:** **Centro de Recursos Naturales Industria Y biodiversidad**	

AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR:

1. Saludo –bienvenida y presentación de todos los participantes en la reunión.
2. Intervención de algunos aprendices.
3. concertar horarios de clase y lugar para dictar la Formación del curso.
4. Socialización de la temática y metodología a desarrollar en el curso **FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS** por parte de la instructora del SENA, ROSA MARIA PALACIOS,

OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN:

1. Concertar con los aprendices el horario y los días para dictar la formación del curso **FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS,** en el municipio de Quibdó – Barrio el poblado
2. definir la metodología y la forma a desarrollar el curso.

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

En el Municipio de Quibdó – barrio el poblado , a las 2:00 pm, se inició la reunión con algunos aprendices al curso **FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS** y ROSA MARIA PALACIOS RDRIGUEZ instructora del SENA, tomando la palabra la instructora, se da la bienvenida a los Participantes a la reunión, se les habla sobre el SENA, sus programas de formación y los cursos que ofrece en cada uno de ellos.

Se socializa la temática del curso **FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS**, y se explica la metodología para desarrollar la formación.

Intervienen algunos aprendices donde manifiestan el interés por el curso y sus expectativas Laborales con este y que además les permitirá fortalecer sus emprendimientos.
Se establece como horario para dictar las clases del curso **FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS** de la siguiente manera:

- los días lunes, miércoles y jueves de 2:00pm a 5:00pm
- El ambiente de Formacion será en la casa comedor de las monjas; Se concluye la reunión dando gracias a los participantes a las

4:00pm.

CONCLUSIONES			
Se concretan los horarios y el lugar para dictar la Formacion del curso FORTALECIMIENTO EN MERCADOE Y VENTA			
ESTABLECIMIENTO Y ACEPTACIÓN DE COMPROMISOS Y/O DECISIONES			
ACTIVIDAD /DECISIÓN	**FECHA**	**RESPONSABLE**	**FIRMA**
Desarrollar las actividades propias del curso (talleres, consultas, trabajos).	26 / 02/2024	Aprendices del curso	
-cumplir con todo lo acordado en la reunión.	26 / 02/2024	Aprendices del Curso E Instructora SENA	
Explicación de la temática del curso **FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS** y entrega de certificados finalizado el curso.	26 / 02/2024	Instructora SENA	
ASISTENTES *(Incorporar evidencias asistentes. Ver Instructivo)*			





SENA

SENA

REGISTRO DE ASISTENCIA / DÍA 26 DEL MES DE Febrero DEL AÑO 2024

OBJETIVO(S): Concertar con los aprendices el horario y los días para dictar la formación del curso Fortalecimiento en Mercadeo y Venta Barrio el Poblado

No	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO ¿CUAL?	DEPENDENCIA /EMPRESA	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO/EXT.	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
	Liliana Valdes	1010166088			Aprendiz		Liliana...com	3216914236		Liliana Valdes
	Beatriz Abadio D.	1097457676			Aprendiz		Beatriz Abadio ...com	320fu03990		Beatriz A
	Martha cecilia Mc...llo	35852405			"		...com	3104618208		Martha M
	Ana Mildrey Mosquera P.	1077453894			Aprendiz		...com	3193246085		Ana Mosquera
	Claudia Marcela Hurtado	1077431894			"		Marcela Hurtado ...com	3118984648		Claudia Hurtado
	Lucy Yaneth copete c	1010704504			"		Lucy...copete...	3114029424		Lucy
	Faiva Serna Murillo	1077477431			Aprendiz			3206677453		Faiva
	Soledys Rentería	35849919			"			3147...		Soledys
	Mariana Ruiz Palacios	1004010751			"		Mariana Ruiz 218@gmail	3108306404		Mariana R.
	Zoraida Mosquera Salazar	1111273569			Aprendiz					Zoraida M.
	Ana Patricia Rodríguez	1077474781			"			3134121916		Ana Rodriguez

De acuerdo con La Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se compromete a garantizar la seguridad y protección de los datos personales que se encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente.

GOR-F-085 V01

FICHAS DE CARACTERIZACION

SENA REGIONAL CHOCÓ

MATRIZ CARACTERIZACIÓN GRUPOS ATENDIDOS CON LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN MUNICIPIOS Y COMUNIDADES

Nombre Instructor: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ Área_EMPRENDIMIENTO MES__ FEBRERO

No. FICHA CURSO	NOMBRE DEL CURSO	PROGRAMA FORMACIÓN (SER, Victima, Complementaria)	No. APRENDICES	MUNICIPIO	COMUNIDAD DONDE SE DESARROLLA LA FORMACIÓN (Corregimiento, vereda)		GRUPO ÉTNICO AL QUE PERTENECEN LOS APRENDICES				
						¿A QUE COMUNIDADES PERTENECEN O DE DONDE PROVIENEN LAS PERSONAS DEL CURSO? **Mencionelas**	AFRO (marque con una X)	Nombre del consejo comuitario al que pertenecen	INDIGENA (marque con una X)	Nombre del Resguardo Indigena al que pertenecen	Otro (Asociación u Organización) Cual?
2926574	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS	DESPLAZADOS	28	QUIBDÓ	QUIBDO-BARRIO EL POBLADO	ITSMILA-TODO-LLORO-MEDIO ATATO-BAUDO	X				MUJERES CABEZA DE HOGAR

NOTA: Por favor marque con una (X).

¿En el grupo en procesos de formación o capacitación hay poblaciones:

1. Desplazados por el conflicto armado (X) Cuantos?__21__
2. Mujer cabeza de familia (X) Cuantos?__17__
3. Jovenes Vulnerables (X) Cuantos?__7__
4. Tercera edad ( ) Cuantos?_____
5. Reincorporados ( ) Cuantos?_____
6. Otros, Cuales_____

OBSERVACIONES: Se esta realizando el proceso con las aprendices del barrio el poblado con el curso fortalecimiento en mercadeo y venta.

SENA REGIONAL CHOCÓ

MATRIZ CARACTERIZACIÓN GRUPOS ATENDIDOS CON LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN MUNICIPIOS Y COMUNIDADES

Nombre Instructor: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ Área_EMPRENDIMIENTO MES__ FEBRERO

No. FICHA CURSO	NOMBRE DEL CURSO	PROGRAMA FORMACIÓN (SER, Victima, Complementaria)	No. APRENDICES	MUNICIPIO	COMUNIDAD DONDE SE DESARROLLA LA FORMACIÓN (Corregimiento, vereda)		GRUPO ÉTNICO AL QUE PERTENECEN LOS APRENDICES				
						¿A QUE COMUNIDADES PERTENECEN O DE DONDE PROVIENEN LAS PERSONAS DEL CURSO? **Mencionelas**	AFRO (marque con una X)	Nombre del consejo comuitario al que pertenecen	INDIGENA (marque con una X)	Nombre del Resguardo Indigena al que pertenecen	Otro (Asociación u Organización) Cual?
2928662	ATENCION AL CLIENTE	DESPLAZADOS	27	QUIBDÓ	QUIBDO-BARRIO EL POBLADO	ITSMILA-TODO-LLORO-MEDIO ATATO-BAUDO	X				MUJERES CABEZA DE HOGAR

NOTA: Por favor marque con una (X).

¿En el grupo en procesos de formación o capacitación hay poblaciones:

1. Desplazados por el conflicto armado (X) Cuantos?__21__
2. Mujer cabeza de familia (X) Cuantos?__17__
3. Jovenes Vulnerables (X) Cuantos?__7__
4. Tercera edad ( ) Cuantos?_____
5. Reincorporados ( ) Cuantos?_____
6. Otros, Cuales_____

OBSERVACIONES: Se esta realizando el proceso con las aprendices del barrio el poblado con el curso fortalecimiento en mercadeo y venta.

	CARACTERIZACION DE LA FORMACION FE06-0L)7-25/ Versión 01 Proceso: Administración educativa Procedimiento: Matricula

2926574

N° FICHA DE CARACTERIZACION: No. SOLICITUD _____

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA

TITULADA: ___COMPLEMENTARIA_X_

CODIGO PROGRAMA: 62330031 VERSION:1 SECTOR: SERVICIO

CONVENIO _____

PROGRAMA ESPECIAL: DESPLAZADOS

FECHA INICIO: 23 DE FEBREO ____TERMINACIÓN: _____TOTAL HORAS: 96

N° APRENDICES: 28 MUNICIPIO: QUIBDO

20VEREDA: BARRIO EL POBLADO

QUIBDÓDIRECCIÓN: BARRIO EL POBLADO

206

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas) INICIO	FIN
LUNES	institucion educativa el poblado	3:00pm	6:pm
MARTES	institucion educativa el poblado	3:00pm	6:pm
MIERCOLES	institucion educativa el poblado	3:00pm	6:pm
JUEVES	institucion educativa el poblado	3:00pm	6:pm
VIERNES	institucion educativa el poblado	3:00pm	6:pm
SABADO			
DOMINGO			
FESTNO *	Fecha:		

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

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ TELEFONO: 3123923970

EMAIL: rpalaciosrodriguez@yahoo.es

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA: MUJERES CABEZA DE HOGAR BARRIO EL POBLADO

NIT N°_____TELEFONO:_____FAX: _____

DIRECCION: POBLADO_____QUIBDO: _____

E-MAIL: _____

NOMBRE DEL GERENTE: _____

No DE EMPLEADOS: 28_____ACTIVIDAD ECONOMICA: ACTIVIDAD INFORMAL

DPTO: CHOCO_____MUNICIPIO: QUIBDO_____GREMIO: OBLACION VULNERABLE

_____

TIPO DE EMPRESA

Antes de Leyes	Anónima		Antes de Leyes	Precooperativas		Inst. Judicial Educativas	
				Cooperativas		Instituciones Privada	
	En Comandita			Cooperativas Públicas		Pública	
	Economía Mixta					Entes Territoriales	Colectivo Unipersonal
						ONGS	
				Fondos de Empleados		Gnipm	

Rosa Mª Palacios R.

INSTRUCTOR

COORDINADOR ACADEMICO

23-02-2024

FECHA DE ENTREGA

5:21 pm.

Powered by CamScanner

@	CARACTERIZACION DE LA FORMACION FE06-0L)7-25/ Versión 01 Proceso: Administración educativa Procedimiento: Matricula

2928662

N° FICHA DE CARACTERIZACION: No. SOLICITUD _____

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: Servicio al Cliente

TITULADA: ___COMPLEMENTARIA_X_ VERSION:1 SECTOR: SERVICIO

CODIGO PROGRAMA: 13530025

CONVENIO _____

PROGRAMA ESPECIAL: DESPLAZADOS

FECHA INICIO: 23 DE FEBREO____TERMINACIÓN: _____TOTAL HORAS: 50

N° APRENDICES: 28 MUNICIPIO: QUIBDO

20VEREDA: . BARRIO EL POBLADO

QUIBDÓDIRECCIÓN: BARRIO EL POBLADO

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas) INICIO	FIN
LUNES	Iinstitucion educativa el poblado	9:00am	12pm
MARTES	Iinstitucion educativa el poblado	9:00am	12pm
MIERCOLES	Iinstitucion educativa el poblado	9:00am	12pm
JUEVES	Iinstitucion educativa el poblado	9:00am	12pm
VIERNES	Iinstitucion educativa el poblado	9:00am	12pm
SABADO			
DOMINGO			
FESTNO *	Fecha:		

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

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ TELEFONO: 3123923970

EMAIL: rpalaciosrodriquez@yahoo es

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA: MUJERES CABEZA DE HOGAR BARRIO EL POBLADO

NIT N°_____TELEFONO:_____FAX: _____

DIRECCION: POBLADO QUIBDO: _

E-MAIL: _____

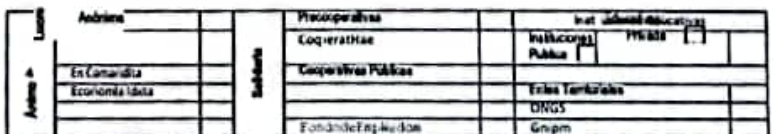
NOMBRE DEL GERENTE: _____

No DE EMPLEADOS: 28_____ACTIVIDAD ECONOMICA: ACTIVIDAD INFORMAL

DPTO: CHOCO_____MUNICIPIO: QUIBDO_____GREMIO: OBLACION VULNERABLE

_____

TIPO DE EMPRESA



Rosa Mª Palacios R.

_____

INSTRUCTOR

23-02-2024 5:22pm

COORDINADOR ACADEMICO FECHA DE ENTREGA

Powered by CamScanner

EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS

CLASE CURSO FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTA







