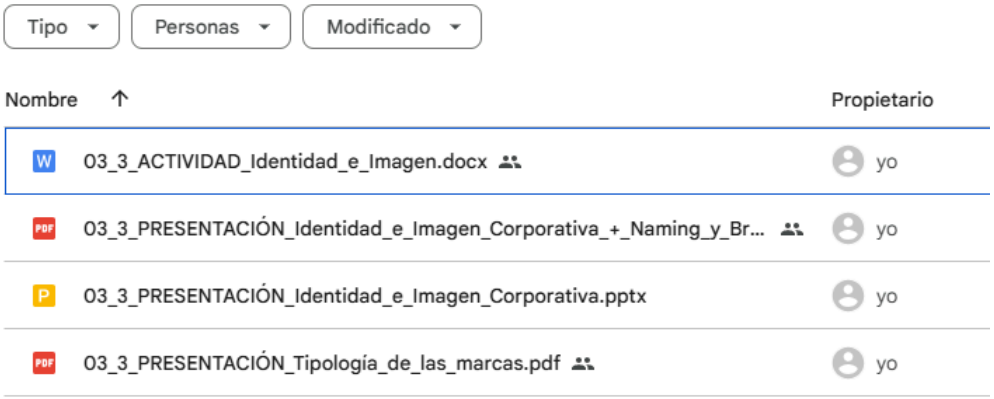
EVIDENCIAS

Actividad 1





04_3._4._ TALLER Envases Empaques _y_ Embalajes

04_3._4._TALLER_Envases_Empaques_y_Embalajes

1. Luego de ver el video, realiza una gráfica en computador de cómo es el proceso logístico de Amazon, desde que compras un producto, hasta que llega a tu casa, recuerda enumerar cada paso. https://www.youtube.com/watch?v=5pTvd5BCdTE&ab_channel=TopesdeGama

2. Proponer diseño de empaque y embalaje (Boceto) para 2 de los productos/servicios de la empresa del Grupo proyecto.

Guardar la actividad con el nombre **04_3._4._TALLER_Envases_Empaques_y_Embalajes** en el **enlace de actividades de apropiación guía 04** de la plataforma **Territorium** y en el portafolio del aprendiz.



Actividad 2 y 3

Ficha 226149



Tipo | Personas | Modificado

Nombre	Propietario	Última modifi...	Tamaño de a
Material Teórico	yo	7 mar 2024	—
09_3_TALLER_ como hacer una campaña de social media 2.docx	yo	28 nov 2024	66 kB
Copia de 09_3_TALLER_ como hacer una campaña de social media 2.docx	yo	28 nov 2024	90 kB

09_3_TALLER_ como hacer una campaña de social media

SOCIAL MEDIA

Son plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios y las empresas.



TALLER:

1. Cada grupo de proyecto debe trabajar con la Mipyme seleccionada.
   Los grupos trabajarán en las siguientes tareas:
   1. Análisis de audiencia: Identificar el público objetivo de su MiPyme (edad, intereses, plataformas que utiliza).
   2. Selección de plataformas: Elegir las redes sociales más adecuadas para su caso, basándose en las características descritas en el material.
   3. Redactar el objetivo de comunicación que se quiere lograr (Smart)
   4. Diseño del plan de contenido: Crear un mini plan de una semana que incluya:
      a. Tipo de contenido (informativo, entretenido, inspiracional, promocional).
      b. Frecuencia de publicaciones para cada plataforma elegida (utilizando las recomendaciones del material).

Elección de Plataformas

- **Facebook:** Ideal para compartir contenido de todo tipo, como publicaciones de **blog, imágenes, vídeos** y **eventos**. Tiene una gran audiencia y una variedad de herramientas para **segmentar la audiencia**.
- **Instagram:** Ideal para compartir **contenido visual atractivo**, como **fotos de productos**, **vídeos de demostración** y **stories**. Es una plataforma muy popular entre los **jóvenes**.
- **X:** Ideal para compartir noticias, actualizaciones de la empresa y opiniones. Es una plataforma muy dinámica y rápida.
- **LinkedIn:** Ideal para compartir contenido relacionado con el **trabajo**, como **artículos**, **ofertas de empleo** y eventos. Es una plataforma profesional que te permite **conectar** con otros profesionales de tu sector.



Tipo | Personas | Modificado

Nombre	Propietario	Última modifi...	Tamaño de a
Material Teórico	yo	29 nov 2024	—
09_4 _INFORME_Plan_de_medios 1 Ejemplo.xlsx	yo	15 mar 2024	19 kB
09_4 _INFORME_Plan_de_medios 1.xlsx	yo	28 nov 2024	18 kB
09_4 INFORME_ Plan de Medios_Instrucciones.docx	yo	3 dic 2024	70 kB

MEDIOS IMPRESOS Y BTL

Los medios impresos muestran la mayor diversidad de todos, en términos de propiedad y contenidos. Abarcan desde diarios hasta revistas semanales, desde periódicos noticiosos hasta publicaciones especializadas. Por otra parte el BTL es el acrónimo de Below The Line (debajo de la línea) y consiste en emplear formas de comunicación no masivas dirigidas a un segmento específico (grupo objetivo) empleando como armas principales la creatividad.





TALLER:

1. Cada grupo de proyecto debe trabajar con la Mipyme seleccionada
2. Deberán realizar piezas gráficas y/o BTL. Para realizar las piezas deben tener en cuenta los siguientes pasos:

a. Tener en cuenta el objetivo de comunicación que se quiere lograr.

a. Definir el medio impreso y/ o BTL a utilizar.

- Prensa: Nombre del periódico, página donde se va a publicar y tamaño del aviso.
- Revista: Nombre de la revista, página donde se va a publicar y tamaño del aviso.
- BTL: Lugar donde se desea ubicar el aviso

c. Seleccionar los elementos que debe llevar la Pieza gráfica y/o BTL (Fotografía, logos, colores corporativos, copy y otros elementos que ayuden a la realización del medio). Para la elección de la fotografía se recomiendan los siguientes bancos de imágenes: https://magic.piktochart.com/templates#/ , https://pixabay.com/es

a. Crear la pieza gráfica y/o BTL con ayuda del programa online canva https://www.canva.com/

a. Finalmente realizar una presentación con el proceso realizado para la pieza gráfica y/o BTL y la pieza final. Cargar el archivo de PowerPoint creado, con el nombre: "09_3 TALLER Como hacer piezas gráficas BTL." en la plataforma y en el portafolio del aprendiz o según indicaciones de su instructor(a).

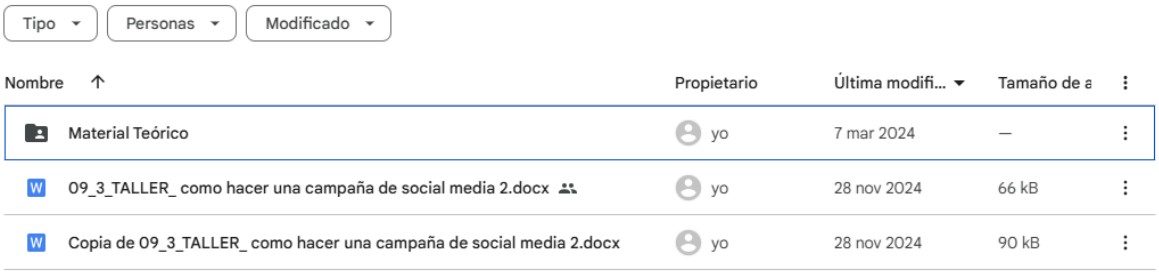
1

DO-F-012 V06

LOGO EMPRESA	Plan de medios							
	TIEMPO							
	MES							
ATL	Nombre	Tipo de pauta	Programa / Ubicación	FECHA-MES-DÍA	HORARIO	N° DE EMISIONES	VALOR UNITARIO DE PAUTA	VALOR TOTAL
Tevisión	RCN							
	CARACOL							
Prensa	EL TIEMPO							
Revista	CROMOS							
Radio	LA W							
Internet	Pagina web							
BTL								
TTL								
TOTAL INVERSIÓN DE MEDIOS								$ -

Ficha 226150


Tipo
Personas
Modificado
Nombre
Propietario
Última modifi...
Tamaño de a
09_3_TALLER_Cómo hacer piezas gráficas BTL.docx
yo
22 nov 2024
2,8 MB


Tipo
Personas
Modificado
Nombre
Propietario
Última modifi...
Tamaño de a
Material Teórico
yo
7 mar 2024
—
09_3_TALLER_ como hacer una campaña de social media 2.docx
yo
28 nov 2024
66 kB
Copia de 09_3_TALLER_ como hacer una campaña de social media 2.docx
yo
28 nov 2024
90 kB

/09_3_TALLER_ como hacer una campaña de social media

SOCIAL MEDIA

Son plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios y las empresas.



TALLER:

1. Cada grupo de proyecto debe trabajar con la Mipyme seleccionada.
   Los grupos trabajarán en las siguientes tareas:
   1. Análisis de audiencia: Identificar el público objetivo de su MiPyme (edad, intereses, plataformas que utiliza).
   2. Selección de plataformas: Elegir las redes sociales más adecuadas para su caso, basándose en las características descritas en el material.
   3. Redactar el objetivo de comunicación que se quiere lograr (Smart)
   4. Diseño del plan de contenido: Crear un mini plan de una semana que incluya:
      a. Tipo de contenido (informativo, entretenido, inspiracional, promocional).
      b. Frecuencia de publicaciones para cada plataforma elegida (utilizando las recomendaciones del material).

Elección de Plataformas

•**Facebook:** Ideal para compartir contenido de todo tipo, como publicaciones de **blog, imágenes, vídeos** y **eventos**. Tiene una gran audiencia y una variedad de herramientas para **segmentar la audiencia**.

•**Instagram:** Ideal para compartir **contenido visual atractivo**, como **fotos de productos**, **vídeos de demostración** y **stories**. Es una plataforma muy popular entre los **jóvenes**.

•**X:** Ideal para compartir noticias, actualizaciones de la empresa y opiniones. Es una plataforma muy dinámica y rápida.

•**LinkedIn:** Ideal para compartir contenido relacionado con el **trabajo**, como **artículos**, **ofertas de empleo** y eventos. Es una plataforma profesional que te permite **conectar** con otros profesionales de tu sector.



Tipo | Personas | Modificado

Nombre	Propietario	Última modifi...	Tamaño de a
Material Teórico	yo	29 nov 2024	—
09_4 _INFORME_Plan_de_medios 1 Ejemplo.xlsx	yo	15 mar 2024	19 kB
09_4 _INFORME_Plan_de_medios 1.xlsx	yo	28 nov 2024	18 kB
09_4 INFORME_ Plan de Medios_Instrucciones.docx	yo	3 dic 2024	70 kB

LOGO EMPRESA	Plan de medios							
	TIEMPO							
	MES							
ATL	Nombre	Tipo de pauta	Programa / Ubicación	FECHA-MES-DÍA	HORARIO	N° DE EMISIONES	VALOR UNITARIO DE PÁUTA	VALOR TOTAL
Tevisión	RCN							
	CARACOL							
Prensa	EL TIEMPO							
Revista	CROMOS							
Radio	LA W							
Internet	Pagina web							
BTL								
TTL								
TOTAL INVERSIÓN DE MEDIOS								$ -

MEDIOS IMPRESOS Y BTL

Los medios impresos muestran la mayor diversidad de todos, en términos de propiedad y contenidos. Abarcan desde diarios hasta revistas semanales, desde periódicos noticiosos hasta publicaciones especializadas. Por otra parte el BTL es el acrónimo de Below The Line (debajo de la línea) y consiste en emplear formas de comunicación no masivas dirigidas a un segmento específico (grupo objetivo) empleando como armas principales la creatividad.



TALLER:

1. Cada grupo de proyecto debe trabajar con la Mipyme seleccionada
2. Deberán realizar piezas gráficas y/o BTL. Para realizar las piezas deben tener en cuenta los siguientes pasos:

a. Tener en cuenta el objetivo de comunicación que se quiere lograr.

a. Definir el medio impreso y/ o BTL a utilizar.

- Prensa: Nombre del periódico, página donde se va a publicar y tamaño del aviso.
- Revista: Nombre de la revista, página donde se va a publicar y tamaño del aviso.
- BTL: Lugar donde se desea ubicar el aviso

c. Seleccionar los elementos que debe llevar la Pieza gráfica y/o BTL (Fotografía, logos, colores corporativos, copy y otros elementos que ayuden a la realización del medio). Para la elección de la fotografía se recomiendan los siguientes bancos de imágenes: https://magic.piktochart.com/templates#/ , https://pixabay.com/es

a. Crear la pieza gráfica y/o BTL con ayuda del programa online canva https://www.canva.com/

a. Finalmente realizar una presentación con el proceso realizado para la pieza gráfica y/o BTL y la pieza final. Cargar el archivo de PowerPoint creado, con el nombre: "09_3 TALLER Como hacer piezas gráficas BTL." en la plataforma y en el portafolio del aprendiz o según indicaciones de su instructor(a).

1

DO-F-012 V06

Ficha 2826163

Actividad_09_3_ 3 Diseñando el Layout Perfecto

Objetivo

Los estudiantes aplicarán los conocimientos adquiridos sobre layout para diseñar el layout perfecto de una tienda virtual. La actividad fomentará la creatividad, el trabajo en equipo y la aplicación práctica de conceptos teóricos.

Duración

1.5 horas

Herramientas Necesarias

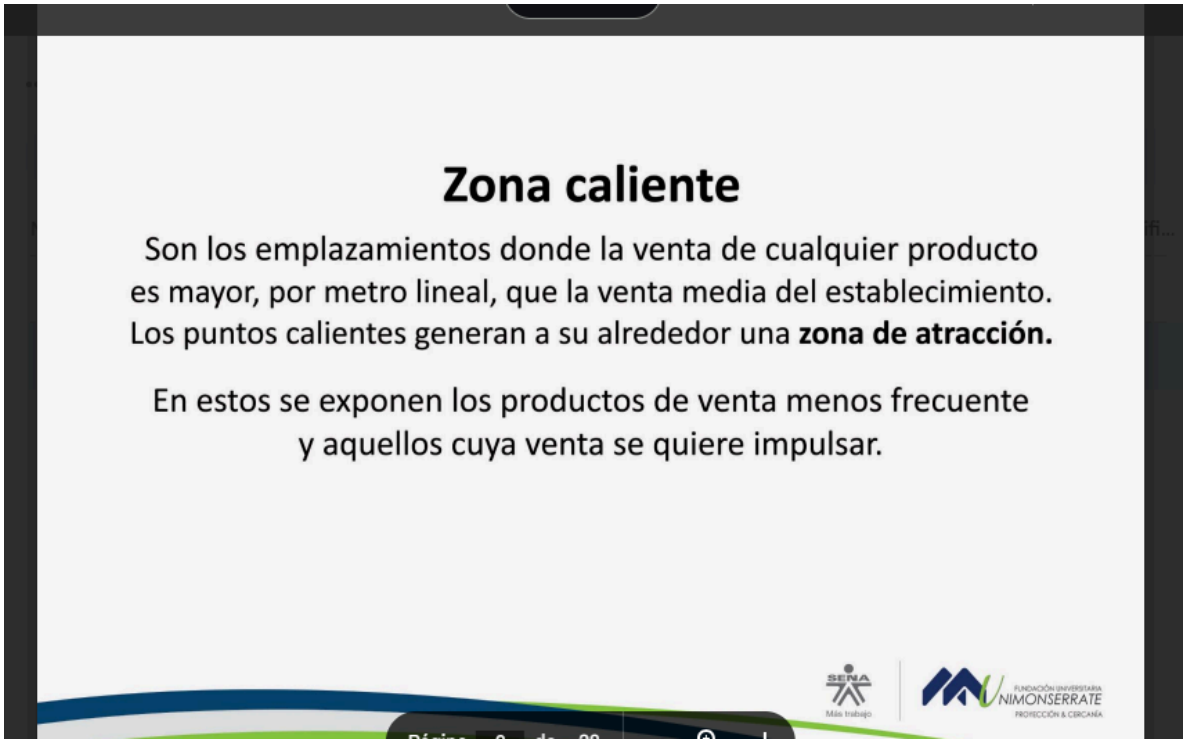
- Acceso a Interneta
- Herramienta de colaboración en línea (como Google Slides, Miro, o una pizarra virtual)
- Opcional: software de diseño gratuito (como Canva o una herramienta de diagramación en línea)

Descripción de la Actividad

1. **Fase de Planificación (20 minutos)**
   - **Investigación y Brainstorming**: Cada equipo discute y decide el tipo de tienda y el layout que quieren implementar (parrilla, libre, espigal,).
   - **Creación de un Boceto**: Utilizando la herramienta de colaboración en línea, cada equipo crea un boceto inicial de su layout, considerando aspectos como tráfico de clientes, visibilidad, zonas calientes y frías, etc.
2. **Desarrollo del Layout (30 minutos)**
   - **Diseño Detallado**: Los equipos desarrollan su diseño detallado en la herramienta elegida, incluyendo ubicaciones específicas para diferentes categorías de productos, áreas de promociones, y productos de compra impulsiva.
3. **Presentación y Feedback (25 minutos)**
   - **Presentaciones**: Cada equipo presenta su diseño a la clase, explicando sus decisiones de layout
   - **Feedback**: Después de cada presentación, los otros equipos pueden hacer preguntas y dar sugerencias constructivas.

Ejemplo de Guía para los Estudiantes

1. **Elegir el Tipo de Tienda**:
   - Decidan si van a diseñar un supermercado, tienda de ropa, electrónica, o cualquier otra tienda.


Zona caliente
Son los emplazamientos donde la venta de cualquier producto es mayor, por metro lineal, que la venta media del establecimiento. Los puntos calientes generan a su alrededor una zona de atracción.
En estos se exponen los productos de venta menos frecuente y aquellos cuya venta se quiere impulsar.

Tipo Personas Modificado

Nombre	Propietario
Material Teórico	yo
Actividad_01_3_ 5 El gran Escaparate.docx	yo



FICHA 2996218

Tipo | Personas | Modificado

Nombre	Propietario
03_3_ACTIVIDAD_Identidad_e_Imagen.docx	yo
03_3_PRESENTACIÓN_Identidad_e_Imagen_Corporativa_+_Naming_y_Br...	yo
03_3_PRESENTACIÓN_Identidad_e_Imagen_Corporativa.pptx	yo
03_3_PRESENTACIÓN_Tipología_de_las_marcas.pdf	yo

04_3._4._ TALLER Envases Empaques _y_ Embalajes

04_3._4._ TALLER Envases Empaques _y_ Embalajes

1. Luego de ver el video, realiza una gráfica en computador de cómo es el proceso logístico de Amazon, desde que compras un producto, hasta que llega a tu casa, recuerda enumerar cada paso. https://www.youtube.com/watch?v=5pTvd5BCdTE&ab_channel=TopesdeGama

2. Proponer diseño de empaque y embalaje (Boceto) para 2 de los productos/servicios de la empresa del Grupo proyecto.

Guardar la actividad con el nombre **04_3._4._ TALLER Envases Empaques _y_ Embalajes** en el **enlace de actividades de apropiación guía 04** de la plataforma **Territorium** y en el portafolio del aprendiz.



Juicios evaluativos Ficha 2826149

Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resultado de Aprendizaje
ANGIE BETH	AMAYA CRUZ	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

ANGIE BETH	AMAYA CRUZ	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
ANGIE BETH	AMAYA CRUZ	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

ANGIE BETH	AMAYA CRUZ	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
MELINNA ELIZABETH	MALAGON MEDINA	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
MELINNA ELIZABETH	MALAGON MEDINA	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE

				ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
MELINNA ELIZABETH	MALAGON MEDINA	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
MELINNA ELIZABETH	MALAGON MEDINA	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN

				Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
SEBASTIAN	GAVIRIA OSPINA	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
SEBASTIAN	GAVIRIA OSPINA	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
SEBASTIAN	GAVIRIA OSPINA	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA,

			SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
SEBASTIAN	GAVIRIA OSPINA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
YULI VANESSA	GAMEZ OLARTE	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS

				INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
YULI VANESSA	GAMEZ OLARTE	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
YULI VANESSA	GAMEZ OLARTE	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y

				TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
YULI VANESSA	GAMEZ OLARTE	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
NICOLL DANIELA	OSORIO LEANDRO	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
NICOLL DANIELA	OSORIO LEANDRO	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA

				LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
NICOLL DANIELA	OSORIO LEANDRO	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
NICOLL DANIELA	OSORIO LEANDRO	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS

				UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
ANGELA LORENA	ACOSTA HERNANDEZ	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
ANGELA LORENA	ACOSTA HERNANDEZ	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

ANGELA LORENA	ACOSTA HERNANDEZ	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
ANGELA LORENA	ACOSTA HERNANDEZ	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
MAURICIO ALEJANDRO	LOPEZ GARCIA	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS

				ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
MAURICIO ALEJANDRO	LOPEZ GARCIA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
MAURICIO ALEJANDRO	LOPEZ GARCIA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA

				APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
MAURICIO ALEJANDRO	LOPEZ GARCIA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
LUISA FERNANDA	HERNANDEZ OSORIO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

LUISA FERNANDA	HERNANDEZ OSORIO	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
LUISA FERNANDA	HERNANDEZ OSORIO	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

LUISA FERNANDA	HERNANDEZ OSORIO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
WILMER EDUARDO	MATEUS GARAVITO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
WILMER EDUARDO	MATEUS GARAVITO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE

				ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
WILMER EDUARDO	MATEUS GARAVITO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
WILMER EDUARDO	MATEUS GARAVITO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN

				Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
JHON ALEXANDER	JIMENEZ RODRIGUEZ	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
JHON ALEXANDER	JIMENEZ RODRIGUEZ	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
JHON ALEXANDER	JIMENEZ RODRIGUEZ	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA,

			SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
JHON ALEXANDER	JIMENEZ RODRIGUEZ	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
CLARA PAOLA	VALBUENA TORRES	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS

				INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
CLARA PAOLA	VALBUENA TORRES	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
CLARA PAOLA	VALBUENA TORRES	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y

				TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
CLARA PAOLA	VALBUENA TORRES	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
FABRIZIO	NARANJO VALDERRAMA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
FABRIZIO	NARANJO VALDERRAMA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA

				LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
FABRIZIO	NARANJO VALDERRAMA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
FABRIZIO	NARANJO VALDERRAMA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS

				UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
ALEJANDRA	MARTINEZ LOBO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
ALEJANDRA	MARTINEZ LOBO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

ALEJANDRA	MARTINEZ LOBO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
ALEJANDRA	MARTINEZ LOBO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
SANTIAGO	TERRIOS BARRETO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS

				ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
SANTIAGO	TERRIOS BARRETO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
SANTIAGO	TERRIOS BARRETO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA

				APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
SANTIAGO	TERRIOS BARRETO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
MAYRON JONSSET	PARRA MONROY	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

MAYRON JONSSET	PARRA MONROY	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
MAYRON JONSSET	PARRA MONROY	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

MAYRON JONSSET	PARRA MONROY	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
VIDAL ALEJANDRO	HERRERA CORREA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
VIDAL ALEJANDRO	HERRERA CORREA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE

				ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
VIDAL ALEJANDRO	HERRERA CORREA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
VIDAL ALEJANDRO	HERRERA CORREA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN

				Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
MILTON EDWIN	LUCUMI GUACHETA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
MILTON EDWIN	LUCUMI GUACHETA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
MILTON EDWIN	LUCUMI GUACHETA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA,

			SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
MILTON EDWIN	LUCUMI GUACHETA	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
JUAN DE DIOS	BARRAZA RUDAS	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS

				INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
JUAN DE DIOS	BARRAZA RUDAS	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
JUAN DE DIOS	BARRAZA RUDAS	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y

				TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
JUAN DE DIOS	BARRAZA RUDAS	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
MIGUEL ALEXANDER	LOPEZ HURTADO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
MIGUEL ALEXANDER	LOPEZ HURTADO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA

				LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
MIGUEL ALEXANDER	LOPEZ HURTADO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
MIGUEL ALEXANDER	LOPEZ HURTADO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS

				UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
DANIELA CAROLINA	NAVA CUELLAR	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
DANIELA CAROLINA	NAVA CUELLAR	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

DANIELA CAROLINA	NAVA CUELLAR	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
DANIELA CAROLINA	NAVA CUELLAR	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
DUVAN ALEJANDR O	LOSADA SOTO	EN FORM ACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS

				ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
DUVAN ALEJANDRO	LOSADA SOTO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
DUVAN ALEJANDRO	LOSADA SOTO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA

				APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
DUVAN ALEJANDRO	LOSADA SOTO	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
DIVANNA DEL CARMEN	QUINTERO MACHACON	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

DIVANNA DEL CARMEN	QUINTERO MACHACON	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
DIVANNA DEL CARMEN	QUINTERO MACHACON	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.

DIVANNA DEL CARMEN	QUINTERO MACHACON	EN FORMACION	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.

Juicios Evaluativos Ficha 2826150

ANA MARIA	CORTES GOMEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO

ANA MARIA	CORTES GOMEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO
ANA MARIA	CORTES GOMEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
LORENA ANERIETH	SUAREZ MORENO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA	APROBADO

			LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	
LORENA ANERIETH	SUAREZ MORENO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO
LORENA ANERIETH	SUAREZ MORENO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS	APROBADO

			UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	
JONATHAN STEVEN	VARELA CORREA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
JONATHAN STEVEN	VARELA CORREA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y	APROBADO

			TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	
JONATHAN STEVEN	VARELA CORREA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
CLAUDIA LORENA	SANCHEZ SANCHEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
CLAUDIA LORENA	SANCHEZ SANCHEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA,	APROBADO

		SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	
CLAUDIA LORENA	SANCHEZ SANCHEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
VALERIE ORIHANA	GALINDO OLIVEROS	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO	APROBADO

			TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	
VALERIE ORIHANA	GALINDO OLIVEROS	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO
VALERIE ORIHANA	GALINDO OLIVEROS	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN	APROBADO

			Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	
JULIAN FELIPE	VACA ESCOBAR	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
JULIAN FELIPE	VACA ESCOBAR	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO

JULIAN FELIPE	VACA ESCOBAR	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
MYRIAM DENNISS	MENDEZ CASTILLO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
MYRIAM DENNISS	MENDEZ CASTILLO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL	APROBADO

			SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	
MYRIAM DENNISS	MENDEZ CASTILLO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
EDISSON OSWALDO	NAVAS BAYONA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN	APROBADO

			LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	
EDISSON OSWALDO	NAVAS BAYONA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO
EDISSON OSWALDO	NAVAS BAYONA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO

CRISTIAN CAMILO	RODRIGUEZ BENITEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50806 - EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.	APROBADO
CRISTIAN CAMILO	RODRIGUEZ BENITEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
CRISTIAN CAMILO	RODRIGUEZ BENITEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO,	APROBADO

			SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	
CRISTIAN CAMILO	RODRIGUEZ BENITEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
PAULA ALEJANDRA	GOMEZ BELTRAN	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL	APROBADO

			PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	
PAULA ALEJANDRA	GOMEZ BELTRAN	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO
PAULA ALEJANDRA	GOMEZ BELTRAN	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO

NICOLLE SOLANGIE	CONTRERAS RODRIGUEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
NICOLLE SOLANGIE	CONTRERAS RODRIGUEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO

NICOLLE SOLANGIE	CONTRERAS RODRIGUEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
JHASMIN	DAZA MELENDEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
JHASMIN	DAZA MELENDEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL	APROBADO

			SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	
JHASMIN	DAZA MELENDEZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
VERONICA LIZETH	MENESES BECERRA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN	APROBADO

			LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	
VERONICA LIZETH	MENESES BECERRA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO
VERONICA LIZETH	MENESES BECERRA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO

JUAN PABLO	FANDIÑO MUÑOZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
JUAN PABLO	FANDIÑO MUÑOZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO

JUAN PABLO	FANDIÑO MUÑOZ	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
MARIA LUZ DARY	RAMIREZ SARAY	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
MARIA LUZ DARY	RAMIREZ SARAY	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL	APROBADO

			SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	
MARIA LUZ DARY	RAMIREZ SARAY	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
ALEJANDRO DE JESUS	PLATA VIVIEN	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN	APROBADO

			LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	
ALEJANDRO DE JESUS	PLATA VIVIEN	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO
ALEJANDRO DE JESUS	PLATA VIVIEN	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO

JIMMY STIWARD	MURCIA JARAMILLO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
JIMMY STIWARD	MURCIA JARAMILLO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	APROBADO

JIMMY STIWARD	MURCIA JARAMILLO	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO
MIGUEL ANGEL	CORTES VELANDIA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50807 - DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	APROBADO
MIGUEL ANGEL	CORTES VELANDIA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50808 - PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN Y EL	APROBADO

			SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.	
MIGUEL ANGEL	CORTES VELANDIA	3387 - GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.	50809 - DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.	APROBADO

Juicios evaluativos Ficha 2996218

NATHALIA LISETH	MOSQUERA MOLINA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE	APROBADO

				RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	
EDWIN DARIO	MORALES YANDI	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
ANGELA SOFIA	DUARTE ACOSTA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
JOHAN NICOLAS	SERRATO VERA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
JUAN PABLO	AVILA PEREZ	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
OMAR DANIEL	LOPEZ SALAZAR	EN FORM	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL	APROBADO

		ACIO N		DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	
MARIA CAMILA	MEDICIS MARTINEZ	EN FORM ACIO N	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APRO BADO
JULIAN EDUARDO	RIVERA CRISTANCH O	EN FORM ACIO N	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APRO BADO
LAURA SOFIA	BOLIVAR FERRUCHO	EN FORM ACIO N	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APRO BADO
MARIA JOSE	VIRGUEZ VALDERRA MA	EN FORM ACIO N	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APRO BADO

SOFIA	RINCON GARCIA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
GERMAN DAVID	LINARES PLAZAS	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
LINA MARIA	PORRAS ARIZA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
HERNAN DAVID	PINILLA ACOSTA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
JUANITA	BARRERA MARTINEZ	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE	APROBADO

				RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	
KAREN SOFIA	CASTELLANOS CAMACHO	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
MIGUEL ANGEL	GALVEZ QUINTANA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
SHARA YULIETH	RICAURTE AVILA	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
ALVARO JAVIER	PARRA LOPEZ	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
VALERIA	RODRIGUEZ JIMENEZ	EN FORM	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL	APROBADO

		ACIO N		DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	
DAREN STEVEN	BARRERA LOPEZ	EN FORM ACIO N	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APRO BADO
JOHAN ALEJANDR O	MONDRAGO N OROZCO	EN FORM ACIO N	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APRO BADO
BRAYAN SANTIAGO	CUMBAL BURBANO	EN FORM ACIO N	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APRO BADO
MARIA FERNAND A	MACETO MONTIEL	EN FORM ACIO N	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APRO BADO

ALEJANDRA	DURAN CHAPARRO	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO
DANIEL YOSEF	NATERA BARRETO	EN FORMACION	38824 - Formular el plan según objetivos y metodologías	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	APROBADO

Actividades 6

Ficha 2996218

Nombre	Apellidos	Competencia	Resultado de Aprendizaje	Juicio de Evaluación
NATHALIA LISETH	MOSQUERA MOLINA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
NATHALIA LISETH	MOSQUERA MOLINA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO	APROBADO

			CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	
EDWIN DARIO	MORALES YANDI	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
EDWIN DARIO	MORALES YANDI	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
ANGELA SOFIA	DUARTE ACOSTA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
ANGELA SOFIA	DUARTE ACOSTA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
JOHAN NICOLAS	SERRATO VERA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO

JOHAN NICOLAS	SERRATO VERA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
JUAN PABLO	AVILA PEREZ	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
JUAN PABLO	AVILA PEREZ	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
OMAR DANIEL	LOPEZ SALAZAR	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
OMAR DANIEL	LOPEZ SALAZAR	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
MARIA CAMILA	MEDICIS MARTINEZ	3413 - Definir el plan de merchandising según	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA	APROBADO

		objetivos y técnicas de la promoción	MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	
MARIA CAMILA	MEDICIS MARTINEZ	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
JULIAN EDUARDO	RIVERA CRISTANCHO	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
JULIAN EDUARDO	RIVERA CRISTANCHO	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
LAURA SOFIA	BOLIVAR FERRUCHO	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
LAURA SOFIA	BOLIVAR FERRUCHO	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS	APROBADO

			COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	
MARIA JOSE	VIRGUEZ VALDERRAMA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
MARIA JOSE	VIRGUEZ VALDERRAMA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
SOFIA	RINCON GARCIA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
SOFIA	RINCON GARCIA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
GERMAN DAVID	LINARES PLAZAS	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
GERMAN DAVID	LINARES PLAZAS	38701 - Proyectar el mercado según	610731 - RA1. SELECCIONAR EL	APROBADO

		segmentos y métodos de pronóstico	SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	
LADY LORENA	LIMAS BENAVIDES	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
LINA MARIA	PORRAS ARIZA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
LINA MARIA	PORRAS ARIZA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
HERNAN DAVID	PINILLA ACOSTA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
HERNAN DAVID	PINILLA ACOSTA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO	APROBADO

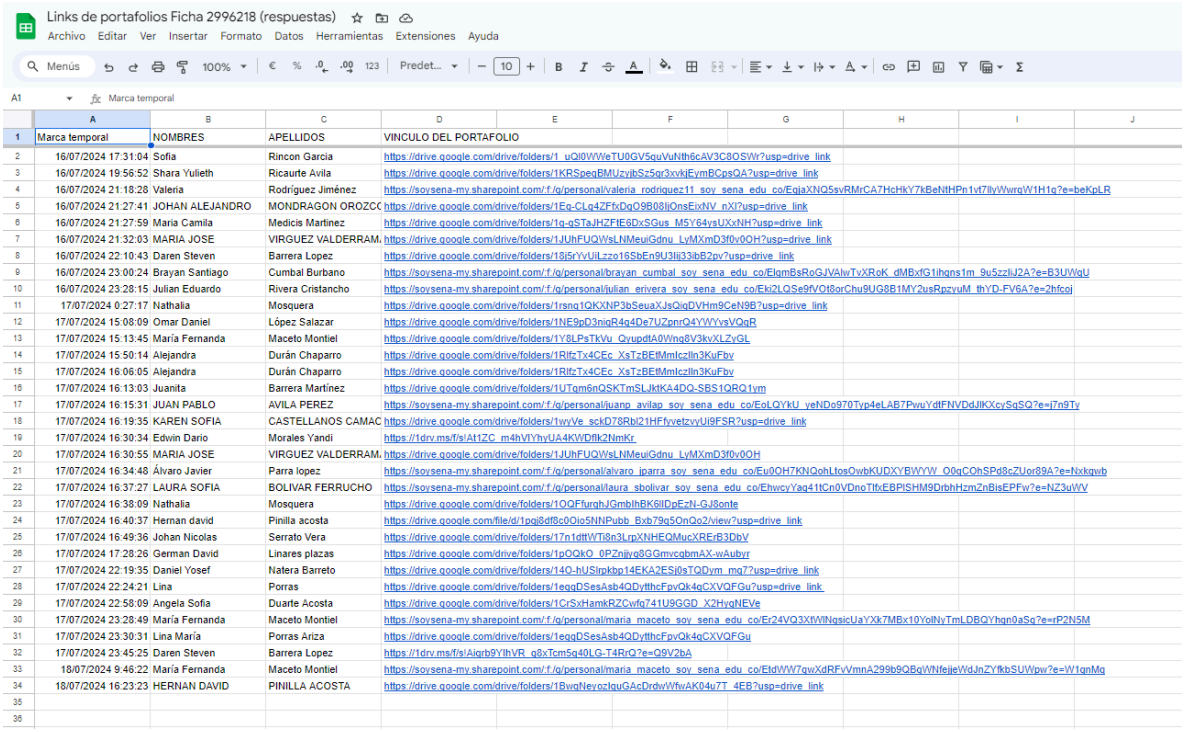
			CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	
JUANITA	BARRERA MARTINEZ	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
JUANITA	BARRERA MARTINEZ	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
KAREN SOFIA	CASTELLANOS CAMACHO	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
KAREN SOFIA	CASTELLANOS CAMACHO	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
MIGUEL ANGEL	GALVEZ QUINTANA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO

MIGUEL ANGEL	GALVEZ QUINTANA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
SHARA YULIETH	RICAURTE AVILA	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
SHARA YULIETH	RICAURTE AVILA	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
ALVARO JAVIER	PARRA LOPEZ	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
ALVARO JAVIER	PARRA LOPEZ	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
VALERIA	RODRIGUEZ JIMENEZ	3413 - Definir el plan de merchandising según	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA	APROBADO

		objetivos y técnicas de la promoción	MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	
VALERIA	RODRIGUEZ JIMENEZ	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
DAREN STEVEN	BARRERA LOPEZ	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
DAREN STEVEN	BARRERA LOPEZ	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
JOHAN ALEJANDRO	MONDRAGON OROZCO	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
JOHAN ALEJANDRO	MONDRAGON OROZCO	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS	APROBADO

			COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	
BRAYAN SANTIAGO	CUMBAL BURBANO	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
BRAYAN SANTIAGO	CUMBAL BURBANO	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
MARIA FERNANDA	MACETO MONTIEL	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
MARIA FERNANDA	MACETO MONTIEL	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO
ALEJANDRA	DURAN CHAPARRO	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
ALEJANDRA	DURAN CHAPARRO	38701 - Proyectar el mercado según	610731 - RA1. SELECCIONAR EL	APROBADO

		segmentos y métodos de pronóstico	SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	
DANIEL YOSEF	NATERA BARRETO	3413 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	APROBADO
DANIEL YOSEF	NATERA BARRETO	38701 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	APROBADO

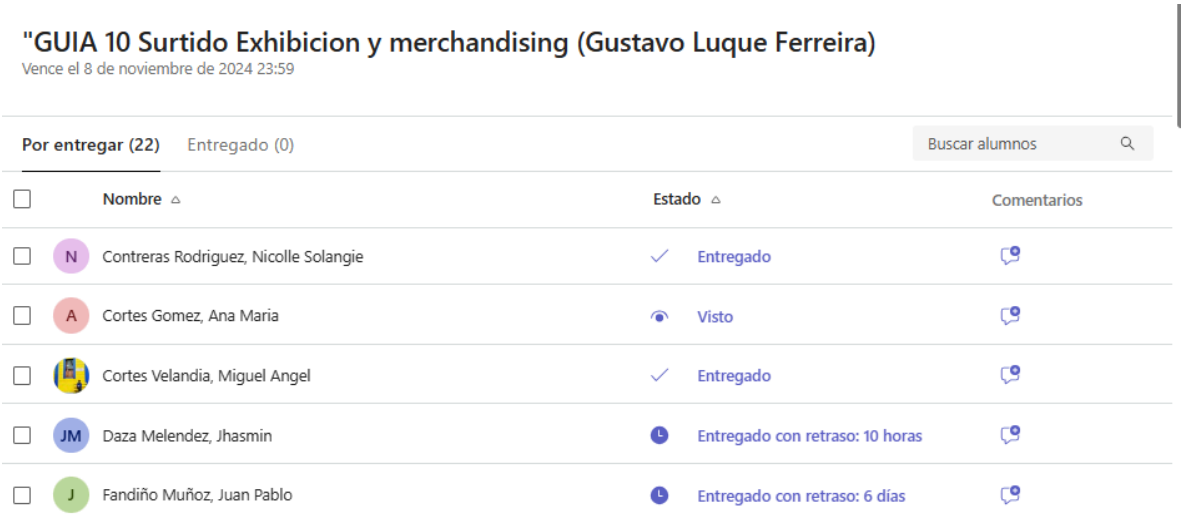


Links de portafolios Ficha 2996218 (respuestas)

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

	Marca temporal	NOMBRES	APELLIDOS	VINCULO DEL PORTAFOLIO
2	16/07/2024 17:31:04	Sofia	Rincon Garcia	https://drive.google.com/drive/folders/1_uQl0WWeTU0GV5quVuNth6cAV3C8OSWr?usp=drive_link
3	16/07/2024 19:56:52	Shara Yulieth	Ricaurte Avila	https://drive.google.com/drive/folders/1KRSpeqBMUzvjbSz5qr3xvkjEvmBCpsQA?usp=drive_link
4	16/07/2024 21:18:28	Valeria	Rodríguez Jiménez	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/valeria_rodriguez11_soy_sena_edu_co/EgjaXNQ5svRMrCA7HcHkY7kBeNtHPn1vt7lIyWwrqW1H1q?e=beKpLR
5	16/07/2024 21:27:41	JOHAN ALEJANDRO	MONDRAGON OROZCO	https://drive.google.com/drive/folders/1Eq-CLq4ZFfxDqO9B08IjOnsEixNV_nXI?usp=drive_link
6	16/07/2024 21:27:59	Maria Camila	Medicis Martinez	https://drive.google.com/drive/folders/1q-qSTaJHZFtE6DxSGus_M5Y64ysUXxNH?usp=drive_link
7	16/07/2024 21:32:03	MARIA JOSE	VIRGUEZ VALDERRAMA	https://drive.google.com/drive/folders/1JUhFUQWsLNMeuiGdnu_LyMXmD3f0v0OH?usp=drive_link
8	16/07/2024 22:10:43	Daren Steven	Barrera Lopez	https://drive.google.com/drive/folders/18j5rYvUiLzzo16SbEn9U3lii33ibB2pv?usp=drive_link
9	16/07/2024 23:00:24	Brayan Santiago	Cumbal Burbano	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/brayan_cumbal_soy_sena_edu_co/ElqmBsRoGJVAlwTvXRoK_dMBxfG1ihqns1m_9u5zzIiJ2A?e=B3UWgU
10	16/07/2024 23:28:15	Julian Eduardo	Rivera Cristancho	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/julian_erivera_soy_sena_edu_co/Eki2LQSe9fVOt6orChu9UG8B1MY2usRpzyuM_thYD-FV6A?e=2hfcoj
11	17/07/2024 0:27:17	Nathalia	Mosquera	https://drive.google.com/drive/folders/1rsnq1QKXNP3bSeuaXJsQiqDVHm9CeN9B?usp=drive_link
12	17/07/2024 15:08:09	Omar Daniel	López Salazar	https://drive.google.com/drive/folders/1NE9pD3niqR4q4De7UZpnrQ4YWYvsVQqR
13	17/07/2024 15:13:45	María Fernanda	Maceto Montiel	https://drive.google.com/drive/folders/1Y8LPsTkVu_QyupdtA0Wnq8V3kvXLZyGL
14	17/07/2024 15:50:14	Alejandra	Durán Chaparro	https://drive.google.com/drive/folders/1RlfzTx4CEc_XsTzBEtMmIczlln3KuFbv
15	17/07/2024 16:06:05	Alejandra	Durán Chaparro	https://drive.google.com/drive/folders/1RlfzTx4CEc_XsTzBEtMmIczlln3KuFbv
16	17/07/2024 16:13:03	Juanita	Barrera Martínez	https://drive.google.com/drive/folders/1UTqm6nQSKTmSLJktKA4DQ-SBS1QRQ1ym
17	17/07/2024 16:15:31	JUAN PABLO	AVILA PEREZ	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/juanp_avilap_soy_sena_edu_co/EoLQYkU_yeNDo970Typ4eLAB7PwuYdtFNVDdJlKXcySqSQ?e=j7n9Ty
18	17/07/2024 16:19:35	KAREN SOFIA	CASTELLANOS CAMACHO	https://drive.google.com/drive/folders/1wyVe_sckD78RbI21HFfvvetzvyUi9FSR?usp=drive_link
19	17/07/2024 16:30:34	Edwin Dario	Morales Yandi	https://1drv.ms/f/s!At1ZC_m4hVtYhyUA4KWDflk2NmKr
20	17/07/2024 16:30:55	MARIA JOSE	VIRGUEZ VALDERRAMA	https://drive.google.com/drive/folders/1JUhFUQWsLNMeuiGdnu_LyMXmD3f0v0OH
21	17/07/2024 16:34:48	Álvaro Javier	Parra lopez	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/alvaro_jparra_soy_sena_edu_co/Eu0OH7KNQohLtosOwbKUDXYBWYW_O0qCOhSPd8cZUor89A?e=Nxkgwb
22	17/07/2024 16:37:27	LAURA SOFIA	BOLIVAR FERRUCHO	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/laura_sbolivar_soy_sena_edu_co/EhwcyYaq41tCn0VDnoTIfxEBPISHM9DrbhHzmZnBisEPFw?e=NZ3uWV
23	17/07/2024 16:38:09	Nathalia	Mosquera	https://drive.google.com/drive/folders/1OQFfurqhJGmblhBK6IlDpEzN-GJ8onte
24	17/07/2024 16:40:37	Hernan david	Pinilla acosta	https://drive.google.com/file/d/1pqj8df8c0Oio5NNPubb_Bxb79q5OnQo2/view?usp=drive_link
25	17/07/2024 16:49:36	Johan Nicolas	Serrato Vera	https://drive.google.com/drive/folders/17n1dttWTi8n3LrpXNHEQMucXRErB3DbV
26	17/07/2024 17:28:26	German David	Linares plazas	https://drive.google.com/drive/folders/1pOQkO_0PZnjiyq8GGmvcqbmAX-wAubyr
27	17/07/2024 22:19:35	Daniel Yosef	Natera Barreto	https://drive.google.com/drive/folders/14Q-hUSIrpkbp14EKA2ESj0sTQDym_mq7?usp=drive_link
28	17/07/2024 22:24:21	Lina	Porras	https://drive.google.com/drive/folders/1eqqDSesAsb4QDytthcFpvQk4qCXVQFGu?usp=drive_link
29	17/07/2024 22:58:09	Angela Sofia	Duarte Acosta	https://drive.google.com/drive/folders/1CrSxHamkRZCwfq741U9GGD_X2HvgNEVe
30	17/07/2024 23:28:49	María Fernanda	Maceto Montiel	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/maria_maceto_soy_sena_edu_co/Er24VQ3XfWlNqsicUaYXk7MBx10YolNyTmLDBQYhqn0aSq?e=rP2N5M
31	17/07/2024 23:30:31	Lina María	Porras Ariza	https://drive.google.com/drive/folders/1eqqDSesAsb4QDytthcFpvQk4qCXVQFGu
32	17/07/2024 23:45:25	Daren Steven	Barrera Lopez	https://1drv.ms/f/s!Aiqrb9YlhVR_q8xTcm5q40LG-T4RrQ?e=Q9V2bA
33	18/07/2024 9:46:22	María Fernanda	Maceto Montiel	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/maria_maceto_soy_sena_edu_co/EtdWW7qwXdRFvVmnA299b9QBqWNfejjeWdJnZYfkbSUWpw?e=W1qnMq
34	18/07/2024 16:23:23	HERNAN DAVID	PINILLA ACOSTA	https://drive.google.com/drive/folders/1BwqNeyozIguGAcDrdwWfwAK04u7T_4EB?usp=drive_link

FICHA 2826150

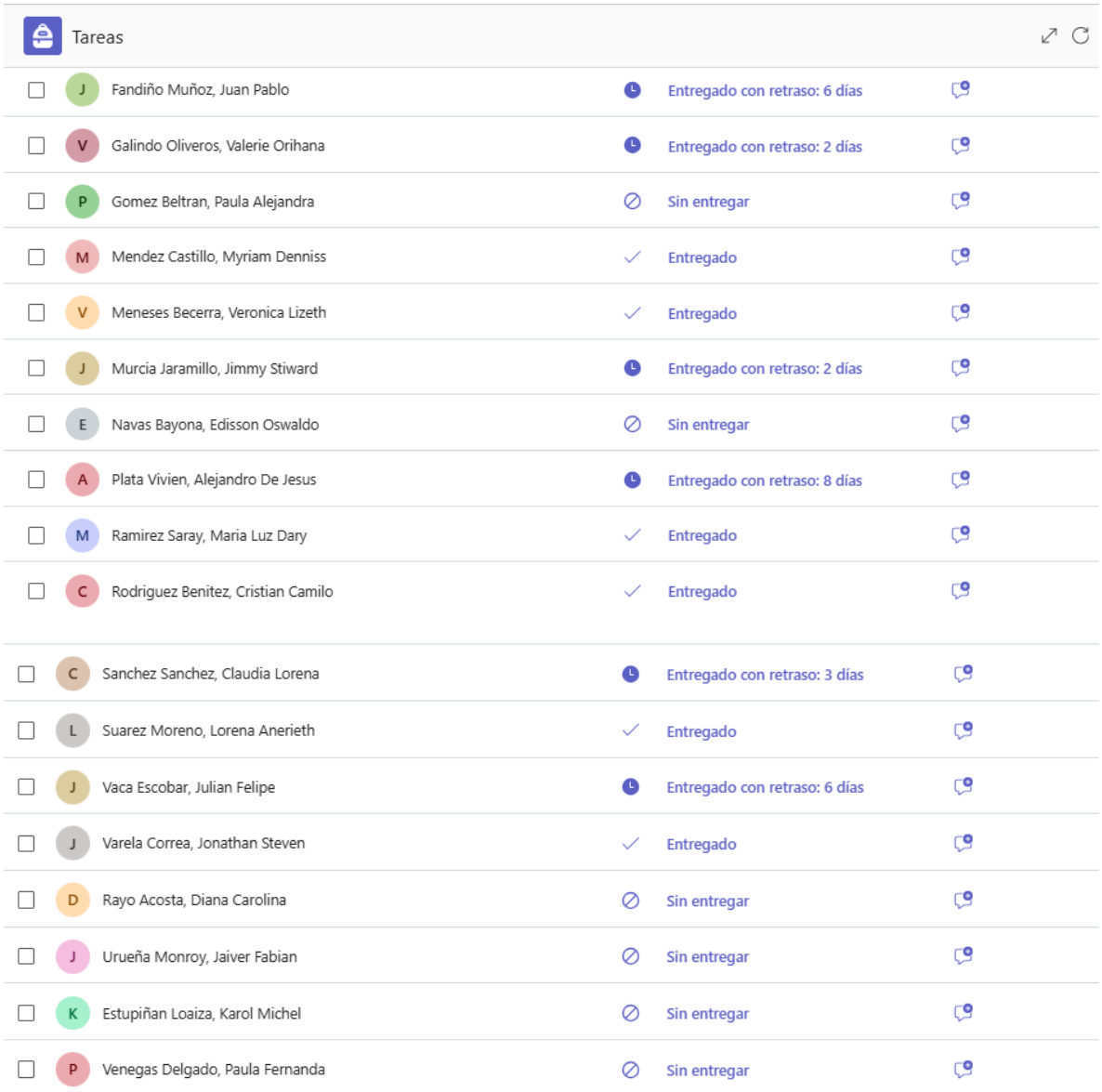


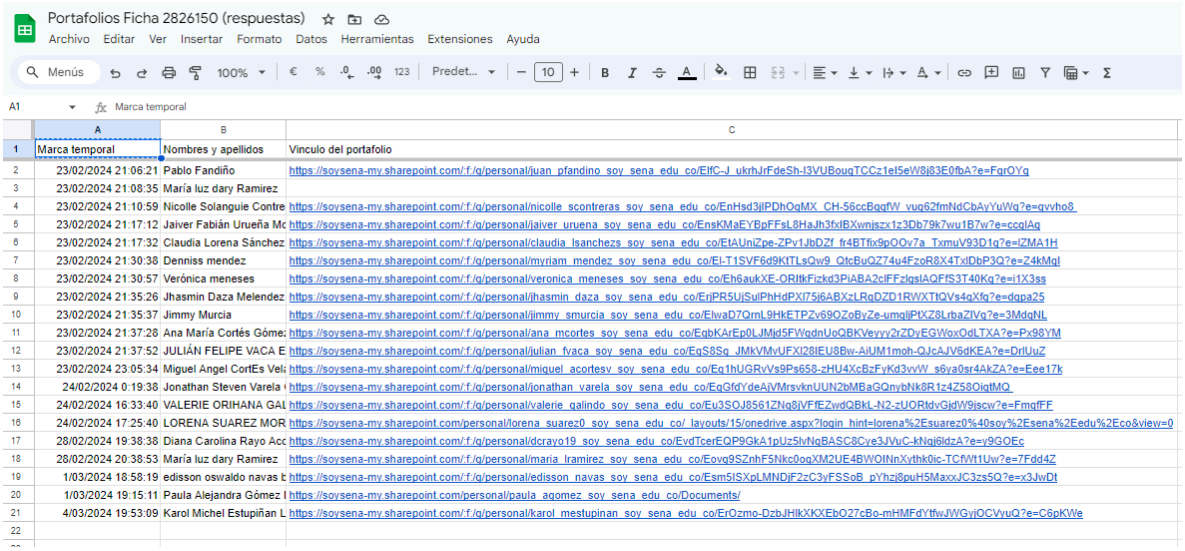
"GUIA 10 Surtido Exhibicion y merchandising (Gustavo Luque Ferreira)

Vence el 8 de noviembre de 2024 23:59

Por entregar (22) Entregado (0) Buscar alumnos

Nombre	Estado	Comentarios
Contreras Rodriguez, Nicolle Solangie	Entregado	
Cortes Gomez, Ana Maria	Visto	
Cortes Velandia, Miguel Angel	Entregado	
Daza Melendez, Jhasmin	Entregado con retraso: 10 horas	
Fandiño Muñoz, Juan Pablo	Entregado con retraso: 6 días	


Tareas
Fandiño Muñoz, Juan Pablo
Entregado con retraso: 6 días
Galindo Oliveros, Valerie Orihana
Entregado con retraso: 2 días
Gomez Beltran, Paula Alejandra
Sin entregar
Mendez Castillo, Myriam Denniss
Entregado
Meneses Becerra, Veronica Lizeth
Entregado
Murcia Jaramillo, Jimmy Stiward
Entregado con retraso: 2 días
Navas Bayona, Edisson Oswaldo
Sin entregar
Plata Vivien, Alejandro De Jesus
Entregado con retraso: 8 días
Ramirez Saray, Maria Luz Dary
Entregado
Rodriguez Benitez, Cristian Camilo
Entregado
Sanchez Sanchez, Claudia Lorena
Entregado con retraso: 3 días
Suarez Moreno, Lorena Anerieth
Entregado
Vaca Escobar, Julian Felipe
Entregado con retraso: 6 días
Varela Correa, Jonathan Steven
Entregado
Rayo Acosta, Diana Carolina
Sin entregar
Urueña Monroy, Jaiver Fabian
Sin entregar
Estupiñan Loaiza, Karol Michel
Sin entregar
Venegas Delgado, Paula Fernanda
Sin entregar



Portafolios Ficha 2826150 (respuestas)

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

	A	B	C
1	Marca temporal	Nombres y apellidos	Vinculo del portafolio
2	23/02/2024 21:06:21	Pablo Fandiño	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/juan_pfandino_soy_sena_edu_co/ElfC-J_ukrhJrFdeSh-I3VUBougTCCz1el5eW8j83E0fbA?e=FqrOYq
3	23/02/2024 21:08:35	María luz dary Ramirez	
4	23/02/2024 21:10:59	Nicolle Solanguie Contre	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nicolle_scontreras_soy_sena_edu_co/EnHsd3jlPDhOqMX_CH-56ccBgqfW_vuq62fmNdCbAyYuWq?e=qvvho8
5	23/02/2024 21:17:12	Jaiver Fabián Urueña Mc	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jaiver_uruena_soy_sena_edu_co/EnsKMaEYBpFFsL8HaJh3fxIBXwnjszx1z3Db79k7wu1B7w?e=ccqlAg
6	23/02/2024 21:17:32	Claudia Lorena Sánchez	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/claudia_lsanchezs_soy_sena_edu_co/EtAUniZpe-ZPv1JbDZf_fr4BTfix9pOOv7a_TxmuV93D1q?e=IZMA1H
7	23/02/2024 21:30:38	Denniss mendez	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/myriam_mendez_soy_sena_edu_co/El-T1SVF6d9KtTLsQw9_QtcBuQZ74u4FzoR8X4TxlDbP3Q?e=Z4kMqI
8	23/02/2024 21:30:57	Verónica meneses	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/veronica_meneses_soy_sena_edu_co/Eh6aukXE-ORIfkFizkd3PiABA2clFFzlqsIAQFfS3T40Kq?e=i1X3ss
9	23/02/2024 21:35:26	Jhasmin Daza Melendez	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jhasmin_daza_soy_sena_edu_co/ErjPR5UjSulPhHdPXI75j6ABXzLRqDZD1RWXTtQVs4qXfq?e=dqpa25
10	23/02/2024 21:35:37	Jimmy Murcia	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jimmy_smurcia_soy_sena_edu_co/ElwaD7QrnL9HkETPZv69OZoByZe-umqIjPtXZ8LrbaZIVq?e=3MdqNL
11	23/02/2024 21:37:28	Ana María Cortés Gómez	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/ana_mcortes_soy_sena_edu_co/EqbKArEp0LJMjd5FWqdnUoQBKVeyyy2rZDyEGWoxOdLTXA?e=Px98YM
12	23/02/2024 21:37:52	JULIÁN FELIPE VACA E	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/julian_fvaca_soy_sena_edu_co/EqS8Sq_JMkVMvUFXI28IEU8Bw-AiUM1moh-QJcAJV6dKEA?e=DrlUuZ
13	23/02/2024 23:05:34	Miguel Angel CortEs Vel	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/miguel_acortesv_soy_sena_edu_co/Eq1hUGRvVs9Ps658-zHU4XcBzFyKd3vvW_s6ya0sr4kZA?e=Eee17k
14	24/02/2024 0:19:38	Jonathan Steven Varela	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jonathan_varela_soy_sena_edu_co/EqGfdYdeAjVMrsvknUUN2bMBaGQnybNk8R1z4Z58OiqtMQ
15	24/02/2024 16:33:40	VALERIE ORIHANA GAL	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/valerie_galindo_soy_sena_edu_co/Eu3SOJ8561ZNq8jVFfEZwdQBkL-N2-zUORtdvGjdW9jscw?e=FmqfFF
16	24/02/2024 17:25:40	LORENA SUAREZ MOR	https://soysena-my.sharepoint.com/personal/lorena_suarez0_soy_sena_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?login_hint=lorena%2Esuarez0%40soy%2Esena%2Eedu%2Eco&view=0
17	28/02/2024 19:38:38	Diana Carolina Rayo Acc	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/dcrayo19_soy_sena_edu_co/EvdTcerEQP9GkA1pUz5lvNqBASC8Cye3JVuC-kNqj6ldzA?e=y9GOEc
18	28/02/2024 20:38:53	María luz dary Ramirez	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/maria_lramirez_soy_sena_edu_co/Eovq9SZnhF5Nkc0oqXM2UE4BWOINnXythk0ic-TCfWt1Uw?e=7Fdd4Z
19	1/03/2024 18:58:19	edisson oswaldo navas b	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/edisson_navas_soy_sena_edu_co/Esm5ISXpLMNDjF2zC3yFSSoB_pYhzj8puH5MaxxJC3zs5Q?e=x3JwDt
20	1/03/2024 19:15:11	Paula Alejandra Gómez I	https://soysena-my.sharepoint.com/personal/paula_agomez_soy_sena_edu_co/Documents/
21	4/03/2024 19:53:09	Karol Michel Estupiñan L	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/karol_mestupinan_soy_sena_edu_co/ErOzmo-DzbJHlkXKXEbO27cBo-mHMFdYtfwJWGyjOCVyuQ?e=C6pKWe
22			

FICHA 2826149

	C	D	E	F	G
	NOMBRE	CORREO PERSONAL	CORREO SENA	CELULAR	ENLACE PORTAFOLIO
	Juan de Dios Barraza Rudas	juanbarraza2992@gmail.com	juan_dbarraza@soy.sena.edu.co	3003927667	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/juan_dbarraza_soy_sena_edu_co/EpTBUil1z5ZDprshGtXp0MIBjbGZcSqSpOFLdVokVLM12w?e=
	Mauricio Alejandro Lopez Garcia	Mauroa200512@gmail.com	Mauricio_lopez@soy.sena.edu.co	3164172659	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/mauricio_lopez_soy_sena_edu_co/ElbDs16pDY9It_k5bmMJ5jEB9dV2z20ZtheqpxFFHuFZRw?e
	Daniela Carolina Nava Cuellar	danielacaronava@gmail.com	daniela_nava@soy_sena_edu.co	3132493922	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/daniela_nava_soy_sena_edu_co/EnSnCYGTQiNGk-WBx-zSTlcBqqYqLTJ-bdIye4R_jAqqw?e=d1
	Clara Paola Valbuena Torres	Torres.valbuena.paola@gmail.com	Clara_valbuena@soy.sena.edu.co	3219070238	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/clara_valbuena_soy_sena_edu_co/EiNmcFX9rAxApcfDlqaGc5qBQa6F0GTHlr5GYDLCDAimpQ?
	Santiago Terrios Barreto	Santiagobarreto1104@gmail.com	Santiago_terriosb@soy.sena.edu.co	3243150386	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/santiago_terriosb_soy_sena_edu_co/Em1QKy7WvCFOvrDxukmxJ1AB-yzrsHoQ1AiMMq90Oz0fqg
	Angie Beth Amaya Cruz	Angilieac08@gmail.com	Angie_bamaya@soy.sena.edu.co	3144601247	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/angie_bamaya_soy_sena_edu_co/EumbPR3DCcNAnyJb19dQLzoBE5RIEqxw_HHksY3PKlRv0w?
	Luna Lorena Ortega Villota	Yosoyluna.2023@gmail.com	luna_lortega@soy.sena.edu.co	3227346524	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/luna_lortega_soy_sena_edu_co/EksJW5JzpzJIlkREKCnevIMBEy7pzHn_81nrvvMSKibvkA?e=Cfto
	Joan Esteban Triviño muñoz	jhoanneesteban2018@gmail.com	joan_trivino@soy.sena.edu.co	3025458144	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/joan_trivino_soy_sena_edu_co/Ek2Kck7qg8dPuDTa1qlnhvYBBEPTp4_Ldy2S1Eeb0RziBg?e=m1
	Melinna Elizabeth Malagon Medina	melinna.malagon.1804@gmail.com	Memalagon4@soy.sena.edu.co	3007344332	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/memalagon4_soy_sena_edu_co/EvD86h-hpONDrNEFcFqNwoABAIlUsn1i3qVcKse9vMUkNw?e=
	Mayron jonssel parra Monroy	Mayronjonss@gmail.com	mayron_parra@soy.sena.edu.co	3013054350	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/mayron_parra_soy_sena_edu_co/Ehai1A2JC-pAqu0UZ8tONE4B6UIM6Bv2f2IojabK5thXTw?e=mr
	Elizabeth Buzon Suarez	elizademachacon@gmail.com	elizabeth_buzon@soy.sena.Edu.co	3011181528	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/elizabeth_buzon_soy_sena_edu_co/Eh_UKcA34e1DqOQIKtttHFx4B_wGNJXhGPBHt09CE9ek0s
	Duvan Alejandro Losada Soto	Duvanlozada99@outlook.com	duvan_losada@soy.sena.edu.co	3213426413	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/duvan_losada_soy_sena_edu_co/ElNXF_f3ikBAp67c5Ul7wh0BbNfCYKQphUl614goMz5Hh4A?e=
	Angela Lorena Acosta Hernandez	angelalore_0628@hotmail.com	angela_lacosta@soy.sena.edu.co	3022305525	https://drive.google.com/drive/folders/1rv9MIfk8fAbMNIsGrueCzNMiOFLsQV
	Wilmer Eduardo Mateus Garavito	wilomato65@gmail.com	wemateus4@soy.sena.edu.co	3219090745	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/wemateus4_soy_sena_edu_co/EumGkAdH0dBCuK21O8zsYZABN9BQbHs5IwmLvEcYlL6rdg?e=
	Miguel Lopez	mglpz29@gmail.com	Miguel_alopezh@soy.sena.edu.co	3208063937	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/miguel_alopezh_soy_sena_edu_co/El6eQNTazJEITH7ECI2M34B3ADmos1BRwMv8FnxaOk6Q?e
	NICOLL DANIELA OSORIO LEANDRO	osorionicoll00@gmail.com	nicoll_doaorio@soy.sena.edu.co	3105622968	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nicoll_dosorio_soy_sena_edu_co/EiwGlsCNC-Zfsmov47kAXNAB4Np4ohEJe_8qPajnr7rAVA?e=lj
	Vidal Alejandro Herrera Correa	alejandro.fipsel@gmail.com	vidal_aherrera@soy.sena.edu.co	3142173532	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/vidal_aherrera_soy_sena_edu_co/EuLj8m61pHILh77Xr0eP3ecBJscKkg1bA2j9c_p7tQ9JJA?e=1N
	Alejandra mártinez lobo	Luciana.300616@gmail.com	alejandra_martinezlo@soy.sena.edu.co	3213266569	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/alejandra_martinezlo_soy_sena_edu_co/EtlE4J-yHGJGp-SU5Lw2sZqBQMkvsqdCiUr3oXmSBFdE
	YULI VANESSA GAMEZ OLARTE	VANESA456159@GMAIL.COM	YULI_VGAMEZ@SOY.SENA.EDU.CO	3022043058	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yuli_vgamez_soy_sena_edu_co/ErXM4Iye-ZJNIlsc89-9L0wBbo9qB-MMAE4fE-aRlubB_A?e=Dr1F
	Divanna Quintero	divanna.carmen07@gmail.com		3016457836	https://outlook.live.com/mail/0/AQMkADAwATZiZmYAZC0zN2ZlLWUxYmEtMDACLTAwCgAuAAADSzf4O%2Bk0YU%2BRp1HKlr00cAEANT%2BfK
	MILTON EDWIN LUCUMI GUACHETA	milton357@hotmail.com	milton_lucumi@soy.sena.edu.co	3134000602	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/milton_lucumi_soy_sena_edu_co/EfY9ZcYNvzVIn-fnabljqwBCBKP_sGVeNCNzwWY7ElmfQ?e=L
	Jhon Alexander Jiménez R.	Jhonj_96-18@hotmail.com	jajimenez0362@misena.edu.co	3104828147	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jhon_ajimenez_soy_sena_edu_co/EmN_mrYm-vIMoEkPnjQRm_4BT-juUU_2v0f3_IV_c1Xhw?e=E
	Fabrizio Naranjo Valderrama	fabrizionaranjov@gmail.com	Fabrizio_naranjov@soy.sena.edu.co	3225669634	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/fabrizio_naranjov_soy_sena_edu_co/EoXw0-faphJKslq5ieG9m14Bqdvk3DjFhzzhch1fQGRoovA?e
	Luisa Fernanda Hernandez Osorio	luisa_902106@hotmail.com	luisa_fhernandezo@soy.sena.edu.co	3192763446	https://soysena-my.sharepoint.com/personal/luisa_fhernandezo_soy_sena_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?view=0

FICHA 2970191

LINK DE PORTAFOLIO DEL APRENDIZ

Ficha de Caracterización: 2970191 - OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL
Estado: EN EJECUCION

Número de Documento	Nombre	Apellidos	Correo Electrónico	Estado	https://1drv.ms/f/s!AjHzi7Byzu6PanFNO4a3W0H6Cl4	Link de portafolio	INDUCCIÓN DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4
1000131061	YEIMMY VALENTINA	MONROY PACHECO	valentinamonroy256@gmail.com	INDUCCION	Yeimmy_monroy@soy.sena.edu.co	https://1drv.ms/f/s!AjHzi7Byzu6PanFNO4a3W0H6Cl4				
1000131163	EVER LEONARDO	NIÑO PERDOMO	leonardperdomo475@gmail.com	INDUCCION	ever_nino@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/ever_nino_soy_sena_edu_co/Elpoi8OB_WDh0rKI8N3mvkB7IicA9emhLGe6rkw7OfSbg?e=t020A3				
1000252318	DEISI YURANI	ORTIZ MORENO	deisyortiz369@gmail.com	INDUCCION	deisi_ortiz@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/deisi_ortiz_soy_sena_edu_co/EvpNn6SaJlFGhb54iDoaAwBIoWe-1quN_7YE9-mJmbaA?e=T1HPjW				
1000325635	DEISY LIZCARETH	RODRIGUEZ SANCHEZ	elizasanchez2002@gmail.com	INDUCCION		https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/deisy_rodriguez_soy_sena_edu_co/Ekq5Q6ISdLtOvX4s7Ns8Ge0BQ0OvCFh_6PdPqRXs5Q?e=FGMsNj				
1000619656	JULIANA	CAMACHO GUERRERO	camachojuliana69@gmail.com	INDUCCION	juliana_camachog@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/juliana_camachog_soy_sena_edu_co/EkBH6W6_KpFDMOBFxJ	VOCERA			
1000806941	JULIO CESAR	TORO GIRALDO	julietoro279@gmail.com	INDUCCION	julio_cloro@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/julio_cloro_soy_sena_edu_co/EmPD7oYZn-hGsuJcRQlC9m0B8Thqee9YaT1Br5p1isUiLA?e=HmhJaZ				
1000935327	NASLY MAYERLY	ROMERO RONDON	Naslyromero.15@gmail.com	INDUCCION	nasly_mromero@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nasly_mromero_soy_sena_edu_co/EaPcNHZf1RH9Hlmd5XY1S6cdBdo2KJeIQpIkaPYKQJkY9w?e=SH9IoO				
1001296754	JUAN CAMILO	RIOS LOPEZ	rioslopez420@gmail.com	INDUCCION	juan_crios@soy.sena.edu.co	PORTAFOLIO_EVIDENCIAS_JUAN_CAMILO_RIOS_LOPEZ				
1001297128	TANIA ALEJANDRA	VARGAS VARGAS	alejav2304@gmail.com	INDUCCION	tania_avargasv@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/tania_avargasv_soy_sena_edu_co/Eqq3Eyfd2XFIsiuZTrEFJL4B1qRccW-FAZ8BuhyZUb0eyw?e=4cfqEJ				
1001591951	DORIELA	VIDAL HOYOS	dorielavidal0915@gmail.com	INDUCCION	doriela_vidal@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/doriela_vidal_soy_sena_edu_co/EqqFfKL8HPNHdqR72TUJoBfAXcFp-RA7wdbfHwcbiBQ?e=icYc3d				
1007185783	KEVIN ARLEY	LAGUNA LOPEZ	kevinchi.lag.23@gmail.com	INDUCCION	kalaguna3@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/kalaguna3_soy_sena_edu_co/EkesyM5lhNMicaKtlcZmXAB5cR3Q	Grupo 3			
1007614434	CAMILO	GIRALDO CORTES	Cam777111@gmail.com	INDUCCION	Camilo.giraldo4@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/camilo_giraldo4_soy_sena_edu_co/ErMeiI2n1AFlvVl6EmZQNYIBsmM7zLem9CvDI_TsTsLdUA?e=OiNGKg				
1014659549	KEVIN DAVID	TOLEDO BAEZ	kevintoledo.kvt@gmail.com	INDUCCION	edotoledo94@soy.sena.edu.co	PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS KEVIN DAVID TOLEDO BAEZ				
1014978261	JUAN ESTEBAN	URQUINA VILLEGAS	juanurquina@outlook.com	INDUCCION	Juan_esteban@soy.sena.edu.co					
1019983103	WINNER FAIR	BURITICA DIAZ	lion.buritica467@gmail.com	INDUCCION	winner_buritica@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/winner_buritica_soy_sena_edu_co/Ersbx0OrGQpMrRc43WCGsX4BsSXBzdsJw_B6ujFT4JIBwFA?e=LbO8Q				
1022926103	NASLY VALERIA	GOMEZ LOZANO	31valeriagomezl@gmail.com	INDUCCION	nasly_vgomez@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nasly_vgomez_soy_sena_edu_co/EpGrsvDqqzNGqRaOuJUABIABJGVNqbeKAucEJQC2hw?e=b1nfDL				
1027408899	YULIED CAMILA	MELENDEZ SALAMANCA	yuliedcamilamelendezsa@gmail.co	INDUCCION	yulied_melendez@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yulied_melendez_soy_sena_edu_co/Ev_693aPQ_hOmx-WY_JTtXxBkuuCYfD_BO8eUx3OCD4VQ?e=bwJK97				
1030527010	DYLAN GIOVANNY	SANCHEZ SEGURA	sudylan03@gmail.com	INDUCCION	dylan_gsanchez@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/dylan_gsanchez_soy_sena_edu_co/EavIP5zc8BJHWnvDaEcBxQhKLcuvPJ2wXZHWxJJw?e=ATCmMQ				
1030636334	OMAR FERNANDO	TIQUE NOPE	omfetino2@hotmail.com	INDUCCION	oftique@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/oftique_soy_sena_edu_co/EaC3_D4duxNDqQUR7BZ03IBuTFafMhw9XCHNXk0Q6a_8g?e=2eiUeh				
1031801944	JUAN SEBASTIAN	CORDOBA PUERTO	sebastiancordobita427@gmail.com	INDUCCION	juan_scordobap@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/juan_scordobap_soy_sena_edu_co/EtPB6lJVD_ZGIqOEtH9WJu9BsLoWnPeqBjXMfSMCPXHfNw?e=ef00DT				
1033817760	JUAN DAVID	MUÑOZ USMA	juanusma75@gmail.com	INDUCCION	juan_dmunozu@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/juan_dmunozu_soy_sena_edu_co/Emd5b8cIwZMnDJ1eHTk3ABC8HBibvRerlEqbwQbrw54RA?e=9WvKPB				
1039678765	LUISA FERNANDA	TORRES ZAPATA	luisa28046@gmail.com	INDUCCION	luisa_ftorres7@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/luisa_ftorres7_soy_sena_edu_co/ErTXh5PsIlepOHXHd4crwABUzcIrM80MYP7xa7PcoKVA?e=a3pMfz				
1054571297	JOSE RODOLFO	REYES MONTES	thestrick7462@gmail.com	INDUCCION	jose_reyesm@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jose_reyesm_soy_sena_edu_co/EomFRBkGLRNqeZ1CWRY-PxBqED1PMyxpmUl2TcRcJcoDw?e=taEqUK				
1077112483	JHONATAN DAVID	RODRÍGUEZ ROJAS	jhonyrojas678@gmail.com	INDUCCION	jhonatan_drodriguezr@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jhonatan_drodriguezr_soy_sena_edu_co/Epr6fq7EyFqSO8zm19UPQBNMxg79nW4kh7EJiXwefoA?e=AbuVWk				
1085034898	JOENDRIS	SEGOVIA SEGOVIA	joendrissegovia@gmail.com	INDUCCION	joendris_segovia@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/joendris_segovia_soy_sena_edu_co/EmeOe4ChClMh5FW9a7J8c0BX1I_40_jUXZ179LGeR1zQ?e=jeesQs				
1106306071	INGRID DANIELA	HERRAN TARAZONA	danielaherran32@gmail.com	INDUCCION	ingrid_herran@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/ingrid_herran_soy_sena_edu_co/EhRSiSNgReqPiMI-hbIZXR8BpoEMQr-mBaBydW09R0Sg?e=qekKdB				
1108930038	EDGAR ANDRES	ZABALA AYA	andreszabalaaya@gmail.com	INDUCCION	edgar_zabala@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/edgar_zabala_soy_sena_edu_co/En2EvqHpWiVAmN0b5nUF_EBuOIajdFTMtr1PRMpuQ?e=MRRd4				
1122510290	NEFER DANILO	HERRERA GARZON	herreradanilo93@gmail.com	INDUCCION	nefer_herrera@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nefer_herrera_soy_sena_edu_co/EucU56VpbXIGqth19iUPnqB0QGLByprGRt6dmGt5VjqMQ?e=ZeIDP				
1054540863	DANIEL ALEXANDER	BLANCO TAFUR	danitafur80@gmail.com	INDUCCION	daniel_ablanco@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/daniel_ablanco_soy_sena_edu_co/EuBa08IUpaROqm2vWRRXIoB5pHdSoPZtAMvyUQ6eQGQA?e=mnSqvp				
1028881182	JUAN ESTEBAN	MARROQUIN GUTIERREZ	jem094124@gmail.com	INDUCCION	Juan_emarroquin@soy.sena.edu.co	https://soysena-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/juan_emarroquin_soy_sena_edu_co/EunD8AUAIqVMHHhfDP41okQBwXD3_pQqqMyoFs4z4pNe4w?e=JVC5TJ				

Calificaciones

FICHA 2826150

	CALIFICACIONES GUIA 09 - FICHA 2826150						
	Introducción al surtido	Taller: Creando un surtido efectivo	Exhibición en el punto de venta	Visual merchandising: Elementos clave	Taller: Diseño de un escaparate atractivo	chandising promocio	Éxitos y fracasos en
MYRIAM DENNISS MENDEZ CASTILLO	A	A	A	A	A	A	A
VALERIE ORIHANA GALINDO OLIVEROS	A	A	A	A	A	A	A
MARIA LUZ DARY RAMIREZ SARAY	A	A	A	A	A	A	A
JHASMIN DAZA MELENDEZ	A	A	D	A	A	A	A
JUAN PABLO FANDIÑO MUÑOZ	A	A	A	A	A	A	A
VERÓNICA LIZETH MENESES BECERRA	A	A	A	A	A	A	A
Edisson Oswaldo Navas Bayona	A	A	A	A	A	A	A
Nicolle Solanguie Contreras Rodríguez	A	A	A	A	A	A	A
ANA CORTÉS	A	A	A	A	A	A	A
MIGUEL ÁNGEL CORTÉS VELANDIA	A	A	A	A	A	A	A
JONATHAN STEVEN VARELA CORREA	A	A	A	A	A	A	A
lorena suarez moreno	A	A	A	A	A	A	A
JIMMY STIWARD MURCIA JARAMILLO	A	A	A	A	D	A	A
CLAUDIA LORENA SANCHEZ	A	A	A	A	A	A	A
PAULA ALEJANDRA GÓMEZ BELTRÁN	A	A	A	A	A	A	A
KAROL MICHEL ESTUPIÑAN LOAIZA	A	A	A	A	A	A	A
JULIÁN FELIPE VACA ESCOBAR	A	A	A	A	A	A	A
Cristian Camilo Rodriguez	A	A	A	A	A	A	A
Alejandro plata	A	A	D	D	A	A	A

FICHA 2826149

	CALIFICACIONES GUIA 09 - FICHA 2826149						
Juan de Dios Barraza Rudas	Introducción al surtido	Taller: Creando un surtido efectivo	Exhibición en el punto de venta	Visual merchandising: Elementos clave	Taller: Diseño de un escaparate atractivo	Merchandising promocional	dio: Éxitos y fracasos en el m
Mauricio Alejandro Lopez Garcia	A	A	A	A	A	A	A
Daniela Carolina Nava Cuellar	A	A	D	A	D	A	A
Clara Paola Valbuena Torres	A	A	A	A	A	A	A
Santiago Terrios Barreto	A	A	A	A	A	A	A
Melinna Elizabeth Malagon Medina	A	A	A	A	A	A	A
Mayron jonsset parra Monroy	A	A	A	A	A	A	A
Duvan Alejandro Losada Soto	A	A	A	A	A	A	A
Angela Lorena Acosta Hernandez	A	A	A	A	A	A	A
Wilmer Eduardo Mateus Garavito	A	A	A	A	A	A	A
Miguel Lopez	A	A	A	A	A	A	A
NICOLL DANIELA OSORIO LEANDRO	A	A	A	A	D	A	A
Vidal Alejandro Herrera Correa	A	A	D	A	A	A	A
Alejandra mártinez lobo	A	A	A	A	A	A	A
YULI VANESSA GAMEZ OLARTE	A	A	A	D	D	A	A
MILTON EDWIN LUCUMI GUACHETA	A	A	A	A	A	A	A
Jhon Alexander Jiménez R.	A	A	A	A	A	A	A
Fabrizio Naranjo Valderrama	A	A	A	A	A	A	A
Luisa Fernanda Hernandez Osorio	A	A	A	A	A	A	A
Sebatian Gaviria	A	A	A	D	A	A	A

FICHA 2696218

		CALIFICACIONES FICHA 2996218 - SEPTIEMBRE					
		Introducción a la segmentación de	Taller: Creando un perfil de cliente ideal	Segmentación geográfica y demográfica	entación psicográfica y por comportam	Taller: Segmentación de un producto o servicio	Herramientas de segmentación
LUIS ERNESTO	PULIDO FULA	A	A	A	A	A	D
NATHALIA LISETH	MOSQUERA MOLINA	A	A	A	A	A	A
EDWIN DARIO	MORALES YANDI	A	A	A	A	A	A
JOHAN NICOLAS	SERRATO VERA	A	A	A	A	A	A
INGRID MARCELA	CESPEDES BELTRAN	A	A	A	A	A	D
MARIA CAMILA	MEDICIS MARTINEZ	A	A	A	A	A	A
JULIAN EDUARDO	RIVERA CRISTANCHO	A	A	A	A	A	A
LADY LORENA	LIMAS BENAVIDES	A	A	A	A	A	A
LINA MARIA	PORRAS ARIZA	A	A	A	A	A	A
HERNAN DAVID	PINILLA ACOSTA	A	A	A	A	A	A
JUANITA	BARRERA MARTINEZ	A	A	A	A	A	A
MIGUEL ANGEL	GALVEZ QUINTANA	A	A	A	A	A	A
SHARA YULIETH	RICAURTE AVILA	A	A	A	A	A	A
JOHAN ALEJANDRO	MONDRAGON OROZCO	A	A	A	A	A	A
BRAYAN SANTIAGO	CUMBAL BURBANO	A	A	A	A	A	A
DANIEL YOSEF	NATERA BARRETO	A	A	A	A	A	A
ANGELA SOFIA	DUARTE ACOSTA	A	A	A	A	A	A
JUAN PABLO	AVILA PEREZ	A	A	A	A	A	A
OMAR DANIEL	LOPEZ SALAZAR	A	A	A	A	A	A
LAURA SOFIA	BOLIVAR PERRUCHO	A	A	A	A	A	A
MARIA JOSE	VIRGUEZ VALDERRAMA	A	A	A	A	A	A
SOFIA	RINCON GARCIA	A	A	A	A	A	A
GERMAN DAVID	LINARES PLAZAS	A	A	A	A	A	A
KAREN SOFIA	CASTELLANOS CAMACHO	A	A	A	A	A	A
JUAN DAVID	ARIAS RODRIGUEZ	A	A	A	A	A	D
ALVARO JAVIER	PARRA LOPEZ	A	A	A	A	A	A
VALERIA	RODRIGUEZ JIMENEZ	A	A	A	A	A	A
DAREN STEVEN	BARRERA LOPEZ	A	A	A	A	A	A
MARIA FERNANDA	MACETO MONTIEL	A	A	A	A	A	A
ALEJANDRA	DURAN CHAPARRO	A	A	A	A	A	A

PORTAFOLIO DEL INSTRUCTOR

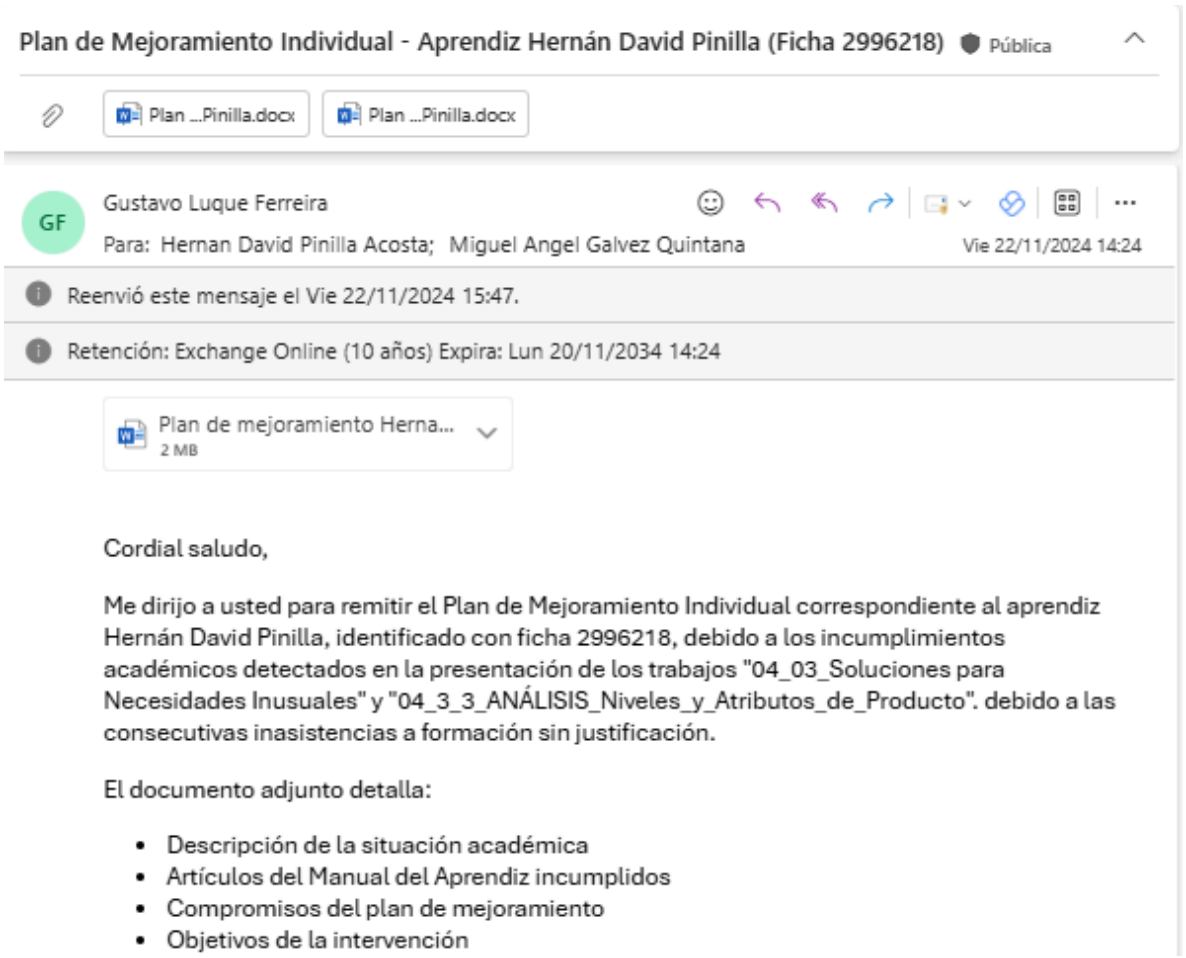
https://sena4-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/gluque_sena_edu_co/Eo0-E8uZMvVAtsRP7Cxnly0BtJdmjFWm--4CGBDCTc6fMQ?e=CyhtKC


Mis archivos
PORTAFOLIO INSTRUCTOR GUSTAVO LUQUE FERREIRA
Nombre
Modificado
Modificado...
Tamaño del ar...
Compartir
Actividad
1. FICHA_2671722 13 de marzo Gustavo Luque Ferr 6 elementos Compartida
2. FICHA_2826149 13 de marzo Gustavo Luque Ferr 6 elementos Compartida
3. FICHA_2826150 13 de marzo Gustavo Luque Ferr 6 elementos Compartida
4. FICHA_2695063 13 de marzo Gustavo Luque Ferr 6 elementos Compartida
5. FICHA_2996218 Ayer a las 10:05... Gustavo Luque Ferr 6 elementos Compartida
6. FICHA_2970194 Ayer a las 10:06... Gustavo Luque Ferr 6 elementos Compartida
7. FICHA_2970191 Ayer a las 10:07... Gustavo Luque Ferr 6 elementos Compartida
9. FICHA_ 2925004 Ayer a las 10:13... Gustavo Luque Ferr 6 elementos Compartida


Mis archivos
PORTAFOLIO INSTRUCTOR GUSTAVO LUQUE FERREIRA
5. FICHA_2996218
Nombre
Modificado
Modificado...
Tamaño del ar...
Compartir
Actividad
1. FORMATOS_TRABAJO_CONCERTADO Ayer a las 9:56 ... Gustavo Luque Ferr 2 elementos Compartida
2. GUIAS_DE APRENDIZAJE Ayer a las 9:56 ... Gustavo Luque Ferr 4 elementos Compartida
3. PLANES_DE_MEJORAMIENTO Ayer a las 9:56 ... Gustavo Luque Ferr 0 elementos Compartida
4. SEGUIMIENTO_ETAPA_PRODUCTIVA Ayer a las 9:56 ... Gustavo Luque Ferr 0 elementos Compartida
5. REGISTROS _DE_INASISTENCIA Ayer a las 9:56 ... Gustavo Luque Ferr 2 elementos Compartida
6. OTROS Ayer a las 9:56 ... Gustavo Luque Ferr 4 elementos Compartida

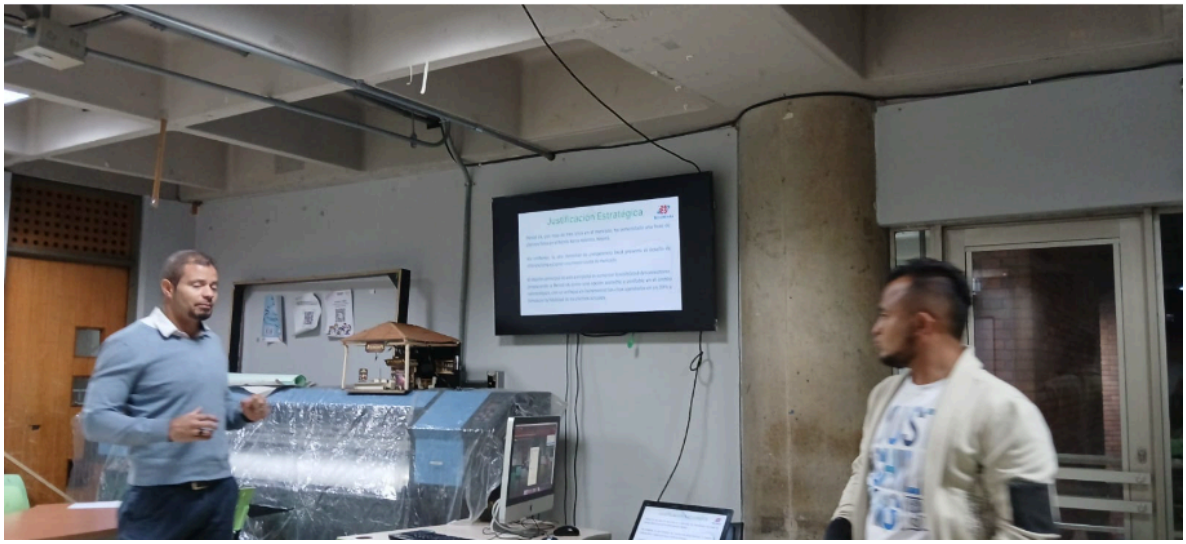


PLANES DE MEJORAMIENTO



EVIDENCIAS DE FORMACIÓN








¡HOLA!


PLAN DE
MEDIOS


SUPER
HUEVO


PLAN DE
MEDIOS


PLAN DE MEDIOS
COLTEC QP S.A.S



ACTIVIDADES BIENESTAR DEL APRENDIZ


Black Z·Kalley


AHORRO
ENERGÍA
Black Z Kalley