PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería, 18 de Agosto de 2020

Señor
ALFONSO MARIO CORREA NARANJO
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.1340462
Coordinador de formación profesional integral
Centro de Comercio Industria y Turismo
Montería

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes de Agosto del año 2020

Referencia: No. **CO1.PCCNTR.1340462** del año 2020

LEIDY EDITH RAMOS JARAMILLO, identificado con la cédula de ciudadanía No.1067888973 de Montería, en mi calidad de Contratista del SENA, Regional córdoba, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro entre el 01 al 31 de Julio del 2020.

Valor y forma de Pago: el valor total del presente contrato es máximo de TREINTA Y DOS MILLONES DE PESOS MCTE **($32.000.000).** Esta suma será pagada por el SENA al contratista según el plan de pago establecido.

Dichos honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta de ahorros No. **7352024224** de **BANCO COLPATRIA,** cuyo titular es el (la) contratista, el cambio de cuenta por parte del contratista deberá ser informado al supervisor del contrato con el fin de surtir los trámites pertinentes. Para que el SENA pueda adelantar los trámites administrativos para el pago, el (la) contratista debe acreditar previamente el cumplimiento de los requisitos de pago, tales como la certificación expedida por el supervisor del contrato, en la que acredite el cumplimiento a entera satisfacción del objeto y obligaciones del contrato en el respectivo periodo y la certificación de los aportes al sistema general de salud, pensión y riesgos laborales, así como los demás documentos necesarios para el pago.

Plazo: Será hasta el 11 de Diciembre de 2020.

OBJETO:
CONTRATAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL COMO INSTRUCTOR CONTRATISTA PARA IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL EN EL PROGRAMA DE ATENCIÓN POBLACIÓN VÍCTIMA DEL DESPLAZAMIENTO POR LA VIOLENCIA DEL CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE SENA REGIONAL CORDOBA EN EL ÁREA DE FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE MERCADEO Y VENTAS.

CLÁUSULA (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planear procesos formativos de acuerdo al programa de formación y a los lineamientos institucionales.	Desarrollo de unidades productivas virtuales por medio de llamadas, fotos y videos enviados por el emprendedor por whatsapp. panadería Q´RICO y panadería COSA RICA. Matricula de grupo de mercadeo y ventas de Montelibano.	Fotos de las UP enviadas por el emprendedor, Envío de portafolio de servicios y plan de mercadeo de las unidades productivas a los gestores Xenia salleg y Nacor Díaz.
2	Ejecutar la formación profesional de acuerdo al programa de formación asignado, para el logro de los resultados de aprendizaje definidos.	Desarrollo de curso de mercadeo y ventas de forma virtual atendiendo a las directrices del gobierno nacional, utilizando herramientas como: whatsapp web, teams y correo electrónico.	Pantallazos de envio de material pedagógico vía whatsapp (documentos en Word,diapositivas,talleres). retroalimentación por grupo de whatsapp y encuentros con los aprendices por teams.
3	Evaluar los resultados de cada aprendiz	(no se ha dado el caso)	Curso en ejecución.
4	Llevar todos los documentos soportes del proceso de formación profesional, publicados en la plataforma SIGA.	(no se ha dado el caso)	(no se ha dado el caso)
5	Registrar en el aplicativo SOFIA PLUS, todas las evidencias del proceso formativo. Para ello deben crear las rutas de aprendizaje, asignar aprendices y evaluarlos.	Creación de ruta de aprendizaje y asociación de aprendices a la Ruta del curso mercadeo para el emprendimiento.	A la espera que el sistema sofia plus permita realizar las dos operaciónes.
6	Atender las solicitudes realizadas por el supervisor de contrato.	Cursos virtuales en linkedln. Reunión equipo victimas 11/08/2020.	Certificados de cursos en linkedln. Pantallazos de reunión.

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.
Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				
2.				

Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales, fotocopia de la planilla- recibo de pago de aportes a salud, pensiones y ARL, Planilla N° **4346559525** expedido por **BANCOOMEVA** correspondiente al mes de JULIO del año 2020. (Decreto Ley 2106 de 2019 – "*Decreto Ley Antitrámites"*

Cordialmente,

LEIDY EDITH RAMOS JARAMILLO
Contratista
C.C. No. 1.067.888.973 de Montería - Córdoba

Recibí a satisfacción:

ALFONSO MARIO CORREA NARANJO
Supervisor del contrato.
No. CO1.PCCNTR.1340462 del año 2020

VoBo. VANESA BULA
Líder victimas

Evidencias Fotograficas

UNIDAD PRODUCTIVA VIRTUAL PANADERIA Q´ RICO

PORTAFOLIO DE SERVICIOS
PANADERÍA Y COMIDAS RAPIDAS Q´RICO



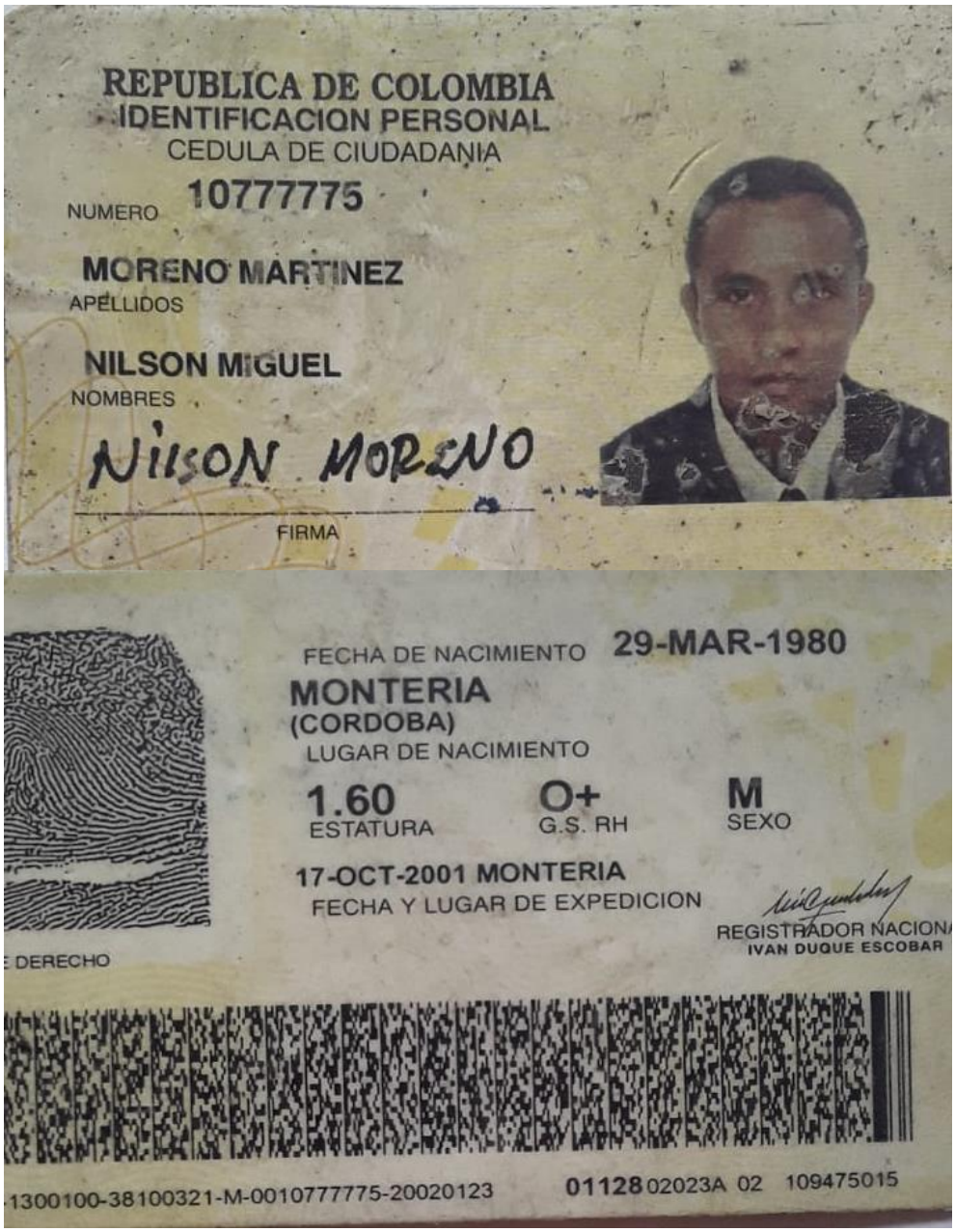
VEREDA BESITO VOLAO´- MONTERÍA
3215526876

PRESENTACIÓN

Panadería y comidas rápidas Q´RICO, es una unidad productiva ubicada en la vereda besito volao´ en el municipio de montería, su propietario NILSON MIGUEL MORENO MARTINEZ se dedica a la producción y comercialización de tortas, panes, panochas, galletas de limón, postres. Comidas rápidas como: suizo, hamburguesa, perro caliente, salchipapa, picadas, carne asada, arepa, chorizos, refrescos y bebidas naturales. A través de elaboración personalizada de productos sanos, con sabor casero y alta calidad.
Es una unidad productiva que brinda oportunidad de empleo a población víctima de la violencia, buscando siempre la satisfacción de sus clientes

PLAN DE MERCADO
UNIDAD PRODUCTIVA PANADERÍA Y COMIDAS RÁPIDAS Q´ RICO
PROGRAMA VÍCTIMAS

Regional:	**Córdoba**	**Centro: Centro De Comercio Industria y Turismo**
Nombre del programa de formación: Repostería		
Nombre de la unidad productiva: Panadería y comidas rápidas Q´ RICO		
Información básica de la unidad productiva		
Nombre Líder: NILSON MIGUEL MORENO MARTINEZ **Integrantes de la unidad productiva: 1**		
Documento de identidad N°: 10777775		
Celular: 3215526876		
Tipo de población: Población Victima		
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: LEIDY EDITH RAMOS JARAMILLO		
MERCADO		
Investigación de mercado:		
CONCEPTO	**CONTENIDO**	
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	Objetivo General: Ser una empresa líder reconocida a nivel Regional en la elaboración y comercialización de productos de panadería y comidas rápidas, brindando productos frescos, higiénicos, a un precio competitivo y asequible para toda la población logrando satisfacer las necesidades de los clientes. Implementando técnicas y conocimientos adquiridos en capacitación, contribuyendo al desarrollo sostenible de la región y aumentando el nivel de vida de la población victima que pertenecen a esta unidad productiva. Objetivos Específicos: • Producción y comercialización de los productos con el fin de obtener ingresos por ventas de los mismos. • Dar a conocer la unidad productiva por la calidad del producto y el servicio que se brinda a los clientes. • Ofrecer a la comunidad productos variados, nutritivos y a precios asequibles.	


REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA
NUMERO 10777775
MORENO MARTINEZ
APELLIDOS
NILSON MIGUEL
NOMBRES
Nilson Moreno
FIRMA
FECHA DE NACIMIENTO 29-MAR-1980
MONTERIA
(CORDOBA)
LUGAR DE NACIMIENTO
1.60
ESTATURA
O+
G.S. RH
M
SEXO
17-OCT-2001 MONTERIA
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICION
REGISTRADOR NACION
IVAN DUQUE ESCOBAR
DERECHO
1300100-38100321-M-0010777775-20020123
01128 02023A 02 109475015

BIENVENIDO: MARIO ANDRES TORRES URANGO

CONSULTA INDIVIDUAL

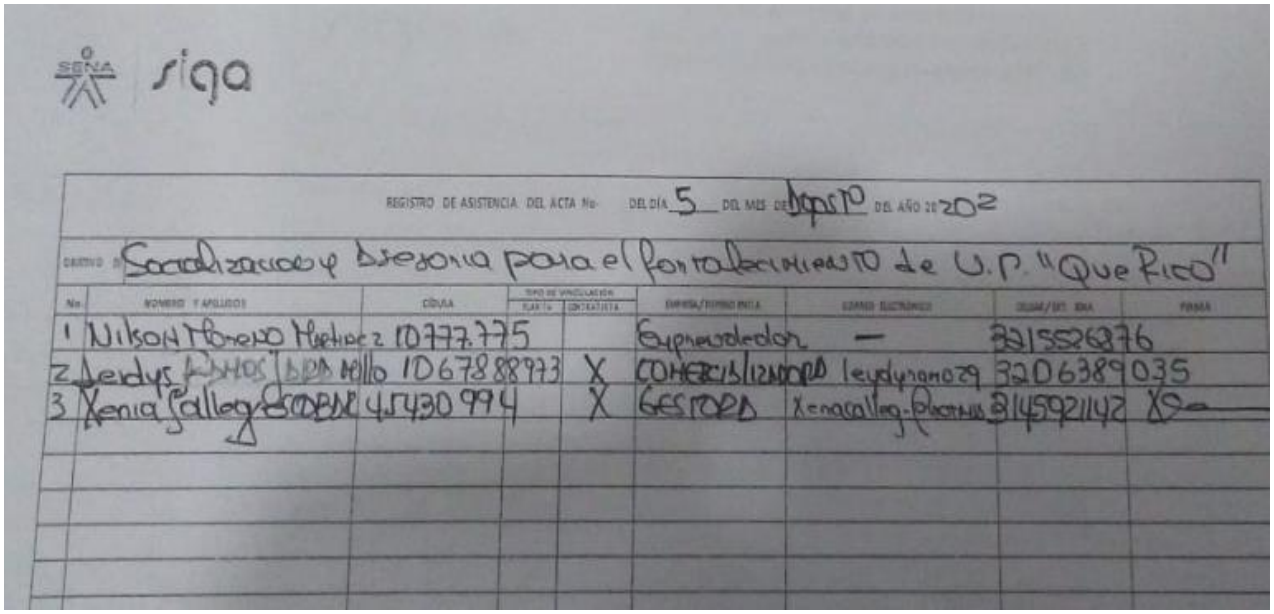
VOLVER A PANEL DE BUSQUEDA

DATOS VIGENTES DE LA PERSONA

ID:	22947491	NOMBRE:	NILSON MIGUEL MORENO MARTINEZ		
DOCUMENTO:	10777775	TIPO:	CEDULA DE CIUDADANÍA / CONTRASEÑA	GENERO:	
ETNIA:	NINGUNO	FUENTE VALIDACION:	VALIDADO POR RNEC (ANI) ()		

NILSON MIGUEL MORENO MARTINEZ				DOCUMENTO:	10777775	ID PERSONA:	741439
FUENTE:	SIPOD	DECLARACIÓN:	156155	FUD/CASO:	156155	TIPO VÍCTIMA:	DIRECTA
NACIMIENTO:	29/03/1980	GENERO:	HOMBRE	ETNIA:	NO RESPONDE	DISCAPACIDAD:	NINGUNA
FECHA DECLA:	27/07/1998	DEPTO. DECLA:	CORDOBA (23)	MUN. DECLA:	MONTERÍA (23001)		

DESPLAZAMIENTO FORZADO




Q'RICO




LI NADA
FORTIFICADA



UNIDAD PRODUCTIVA VIRTUAL PANADERIA COSA RICA

PORTAFOLIO DE SERVICIOS
PANADERÍA COSA RICA



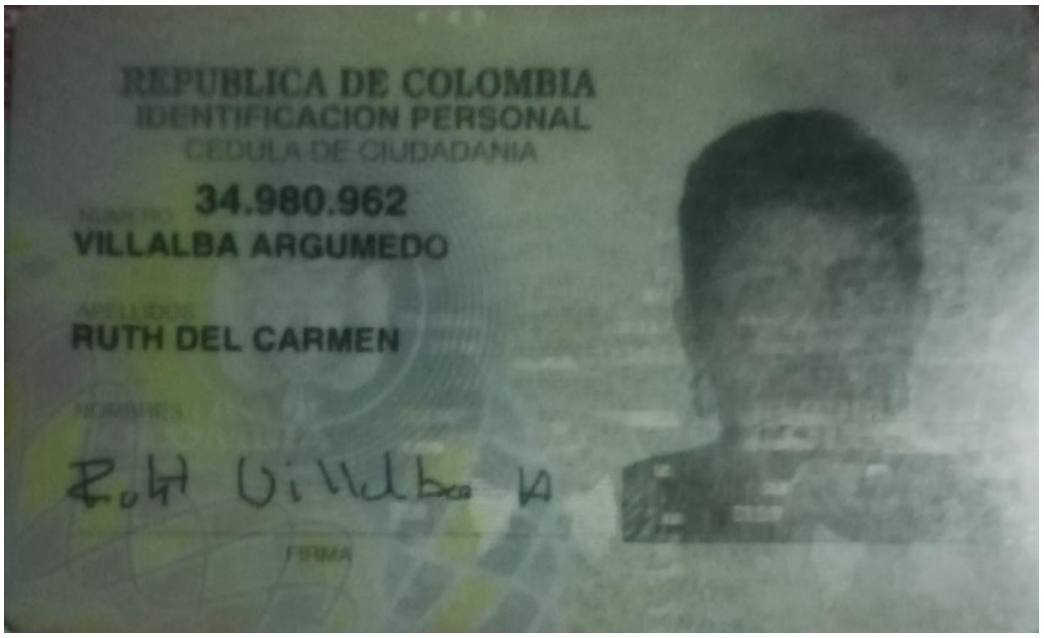
BARRIO VILLA TERESA
CHINÚ - CÓRDOBA

3226019780

PRESENTACIÓN

Panadería COSA RICA está ubicada en el municipio de Chinú, su propietaria es RUTH DEL CARMEN VILLALBA ARGUMEDO. Es una unidad productiva dedicada a la producción y comercialización de tortas, postres, pan de bono, panzerotti, deditos, entre otros. La Unidad productiva ofrece satisfacción y beneficios a nuestros clientes como: productos con sabor casero para sus desayunos, complementos de sus eventos sociales y demás. Además, sus integrantes cuentan con un ingreso económico con el cual mejoran su calidad de vida y el de sus familias.

PLAN DE MERCADO UNIDAD PRODUCTIVA PANADERÍA COSA RICA PROGRAMA VÍCTIMAS		
Regional:	**Córdoba**	**Centro: Centro De Comercio Industria y Turismo**
Nombre del programa de formación: Repostería		
Nombre de la unidad productiva: Panadería COSA RICA		
Información básica de la unidad productiva: BARRIO VILLA TERESA CHINÚ - CÓRDOBA		
Nombre Líder: RUTH DEL CARMEN VILLALBA ARGUMEDO **Integrantes de la unidad productiva: 1**		
Documento de identidad N°: 34.980.962		
Celular: 3226019780		
Tipo de población: Población Víctima		
COMERCIALIZADOR DE LA UNIDAD PRODUCTIVA: LEIDY EDITH RAMOS JARAMILLO		
MERCADO		
Investigación de mercado:		
CONCEPTO	**CONTENIDO**	
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	Objetivo General: Elaboración y comercialización de Es una unidad productiva dedicada a la producción y comercialización de tortas, postres, pan de bono, panzerotti, deditos, entre otros. ofrece satisfacción y beneficios a nuestros clientes como: productos con sabor casero para sus desayunos, complementos de sus eventos sociales y demás. Satisfaciendo las necesidades de los clientes, elaborando productos de calidad con la implementación de técnicas caseras y conocimientos adquiridos en capacitaciones. contribuyendo al desarrollo sostenible de la región y aumentando el nivel de vida de la población victima que pertenece a esta unidad productiva. Objetivos Específicos: • Obtener ingresos por ventas de los productos de tal forma que se obtenga un ingreso por las mismas. • Crear variedad de productos para satisfacer la demanda actual del mercado. • Dar a conocer la unidad productiva por la calidad del producto y el servicio que se brinda a los clientes. • Mejorar las condiciones económicas de los integrantes de la familia que conforman la unidad productiva.	


REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA
34.980.962
VILLALBA ARGUMEDO
RUTH DEL CARMEN
FIRMA


FECHA DE NACIMIENTO 08-JUL-1961
MONTERIA
(CORDOBA)
LUGAR DE NACIMIENTO
1.46
ESTATURA
O+
G.S. RH
F
SEXO
25-JUN-1981 MONTERIA
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICIÓN
REGISTRADOR NACIONAL
INDICE DERECHO
A-0103500-00201967-F-0034980962-20091206
0018709352A 1
2600102130

BIENVENIDO: MARIO ANDRES TORRES URANGO

CONSULTA INDIVIDUAL

VOLVER A PANEL DE BUSQUEDA

DATOS VIGENTES DE LA PERSONA

ID:	23734647	NOMBRE:	RUTH DEL CARMEN VILLALBA ARGUMEDO		
DOCUMENTO:	34980962	TIPO:	CEDULA DE CIUDADANÍA / CONTRASEÑA	GENERO:	
ETNIA:	NINGUNO	FUENTE VALIDACION:	VALIDADO POR RNEC (ANI) ()		

RUTH DEL CARMEN VILLALBA ARGUMEDO — DOCUMENTO: 34980962 — ID PERSONA: 357203

FUENTE:	SIPOD	DECLARACIÓN:	71072	FUD/CASO:	71072	TIPO VÍCTIMA:	DIRECTA
NACIMIENTO:	08/07/1961	GENERO:	MUJER	ETNIA:	NO RESPONDE	DISCAPACIDAD:	NINGUNA
FECHA DECLA:	11/05/2001	DEPTO. DECLA:	CORDOBA (23)	MUN. DECLA:	CHINÚ (23182)		

▸ DESPLAZAMIENTO FORZADO

RUTH DEL CARMEN VILLALBA ARGUMEDO — DOCUMENTO: 34980962 — ID PERSONA: 93575

FUENTE:	SIRAV	DECLARACIÓN:	64335	FUD/CASO:	64335	TIPO VÍCTIMA:	INDIRECTA
NACIMIENTO:	01/01/1900	GENERO:	FEMENINO	ETNIA:	NO DEFINIDO	DISCAPACIDAD:	SIN INFORMACION
FECHA DECLA:	08/09/2008	DEPTO. DECLA:	CORDOBA (23)	MUN. DECLA:	MONTERIA (23001)		

▸ DESAPARICION FORZADA



ACTA No:		
NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN: UNIDAD PRODUCTIVA CASA RICA		
CIUDAD Y FECHA: VIRTUAL, 03 de Agosto del 2020	HORA INICIO:	HORA FIN:
LUGAR: VIRTUAL	DIRECCIÓN GENERAL / REGIONAL / CENTRO CORDOBA, CCIT	

TEMA (S):
1. ORIENTAR A LA EMPRENDEDORA EN el BUEN FUNCIONAMIENTO
2. DE SU UNIDAD PRODUCTIVA
3. CAPTACIÓN DE DATOS PARA SU PLAN DE NEGOCIOS.

OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN: IDENTIFICAR Y CONSTATAR LA FORMACIÓN DE LA UNIDAD PRODUCTIVA UBICADA EN EL BARRIO VILLA TERESA DEL MUNICIPIO DE CHIMÁ DESDE LA VIRTUALIDAD.

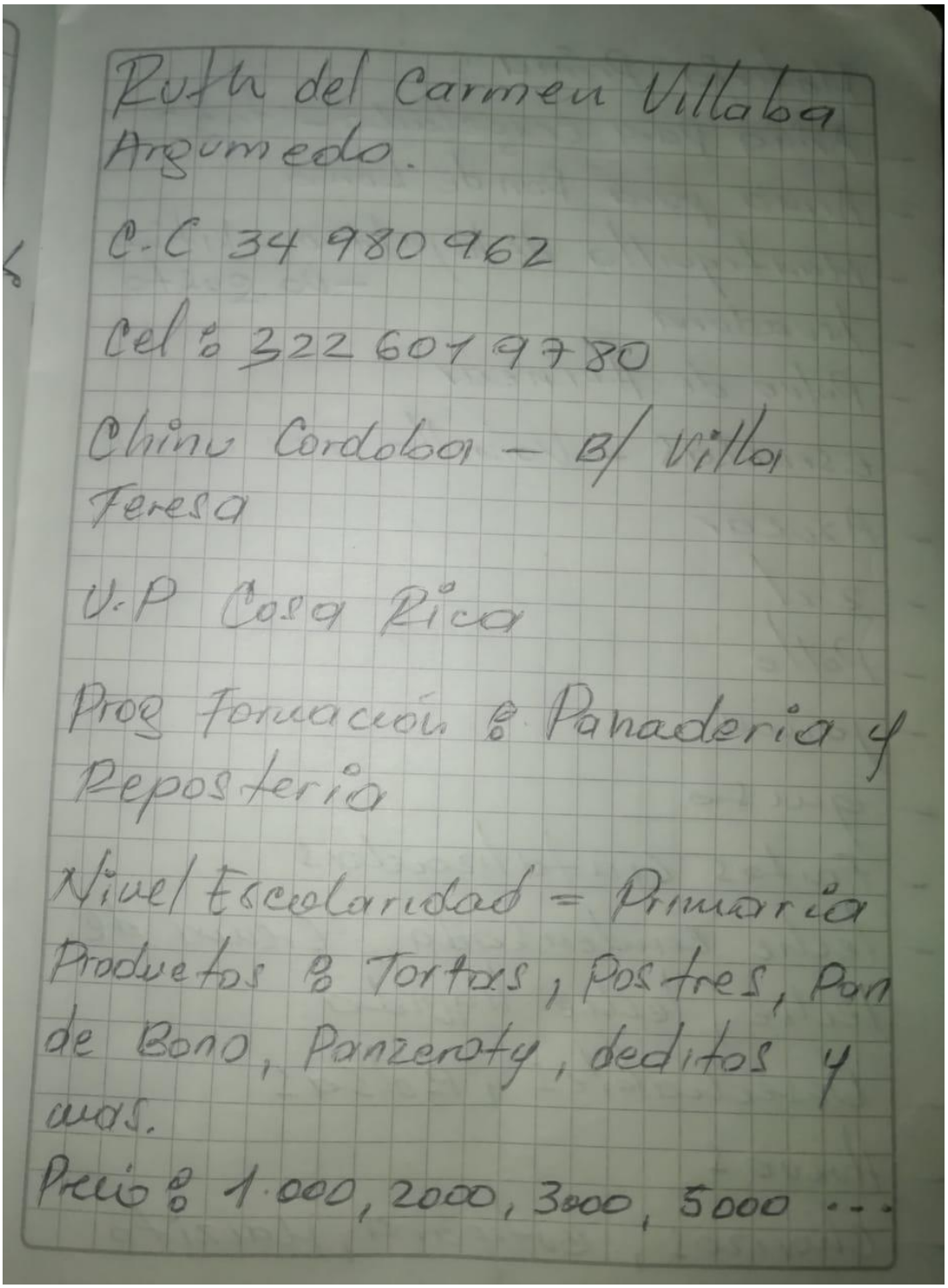
DESARROLLO DE LA REUNIÓN

REUNIÓN VIRTUAL, A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS VÍA WHATSAPP, ENTRE EL GESTOR, COMERCIALIZADORA Y EMPRENDEDORA PARA LA ORIENTACIÓN Y ASESORAMIENTO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA

COMPROMISOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
- RECOPILACIÓN DE EVIDENCIAS - ACTA DE REUNIÓN	- GESTOR - COMERCIALIZADORA - EMPRENDEDORA	03/08/2020

ASISTENTES: (Incorporar registro de asistencia)
- GESTOR: NACOR DAVID DIAZ RUIZ
- EMPRENDEDORA: RUTH DEL CARMEN VILLALBA A.
- COMERCIALIZADORA: DEIBYS RAMOS


Ruth del Carmen Villalba Argumedo.
C.C 34 980 962
Cel: 322 607 9780
Chinu Cordoba – B/ Villa Teresa
U.P Casa Rica
Prog formación: Panadería y Repostería
Nivel escolaridad = Primaria
Productos: Tortas, Postres, Pan de Bono, Panzerotty, deditos y ans.
Precio: 1.000, 2000, 3000, 5000 ...







INSCRIPCIÓN DE CURSO MERCADEO Y VENTAS, CREACIÓN DE FICHA, CORREOS ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA.

SENA	CARACTERIZACION DE LA FORMACION F006-007-25 / Versión 01 Proceso: Administración educativa Procedimiento: Matricula

Nº FICHA DE CARACTERIZACION: No. SOLICITUD:

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: **MERCADEO Y VENTAS**

TIPO DE FORMACION: TITULADA: _____ COMPLEMENTARIA: **X**

CODIGO PROGRAMA: **62330031** VERSION 1 SECTOR: **COMERCIO**

CONVENIO: **SENA – ALCALDIA**

PROGRAMA ESPECIAL: **VÍCTIMAS**

FECHA: INICIO: **04 / 08/ 2020** TERMINACIÓN: **24/ 09 / 2020** TOTAL HORAS: **120 HORAS**

Nº APRENDICES: **28** MUNICIPIO: **MONTELIBANO**

VEREDA: _____ DIRECCIÓN: MONTELIBANO

HORARIO			
DIA	AMBIENTE DE APRENDIZAJE	HORAS (24 horas)	
		INICIO	FIN
LUNES			
MARTES	VIRTUAL	**14:00 PM**	**19:00 PM**
MIERCOLES	VIRTUAL	**14:00 PM**	**19:00 PM**
JUEVES	VIRTUAL	**14:00 PM**	**19:00 PM**
VIERNES			
SABADO			
DOMINGO			
FESTIVO *	Fecha:		

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

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: **LEIDY EDITH RAMOS JARAMILLO** CC. Nº **1067888973**

TELEFONO **3206389035** EMAIL: **leydyramo29@gmail.com**

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA: **SENA (MONTERIA)**

NIT Nº_____ TELEFONO: _____ FAX: _____

DIRECCION: _____APARTADO:_____

E-MAIL:_____

NOMBRE DEL GERENTE: _____

No DE EMPLEADOS: _____ACTIVIDAD ECONOMICA: _____

DPTO: **CORDOBA** MUNICIPIO: **MONTERIA** GREMIO: _____

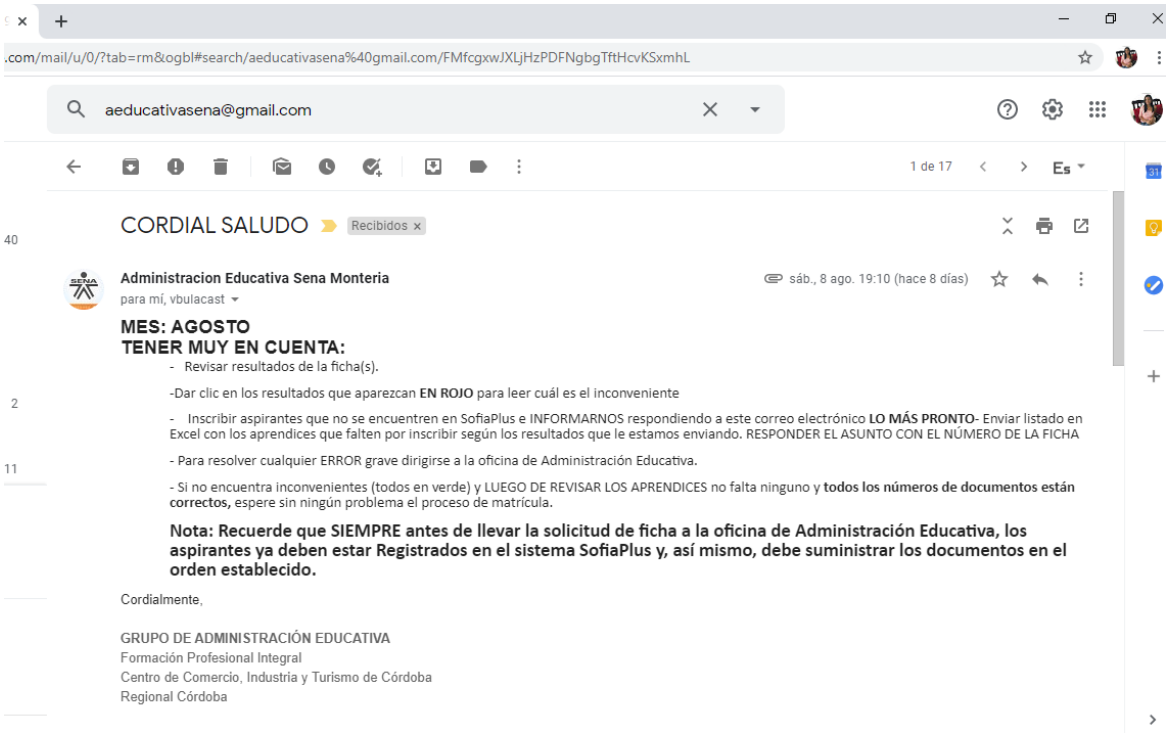
TIPO DE EMPRESA

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

Leidy Ramos Jaramillo

_____ _____ GTO _____ _____

INSTRUCTOR COORDINADOR ACADEMICO FECHA DE ENTREGA



aeducativasena@gmail.com

1 de 17

CORDIAL SALUDO

Recibidos

Administracion Educativa Sena Monteria

para mí, vbulacast

sáb., 8 ago. 19:10 (hace 8 días)

MES: AGOSTO
TENER MUY EN CUENTA:

- Revisar resultados de la ficha(s).

-Dar clic en los resultados que aparezcan **EN ROJO** para leer cuál es el inconveniente

- Inscribir aspirantes que no se encuentren en SofiaPlus e INFORMARNOS respondiendo a este correo electrónico **LO MÁS PRONTO**- Enviar listado en Excel con los aprendices que falten por inscribir según los resultados que le estamos enviando. RESPONDER EL ASUNTO CON EL NÚMERO DE LA FICHA

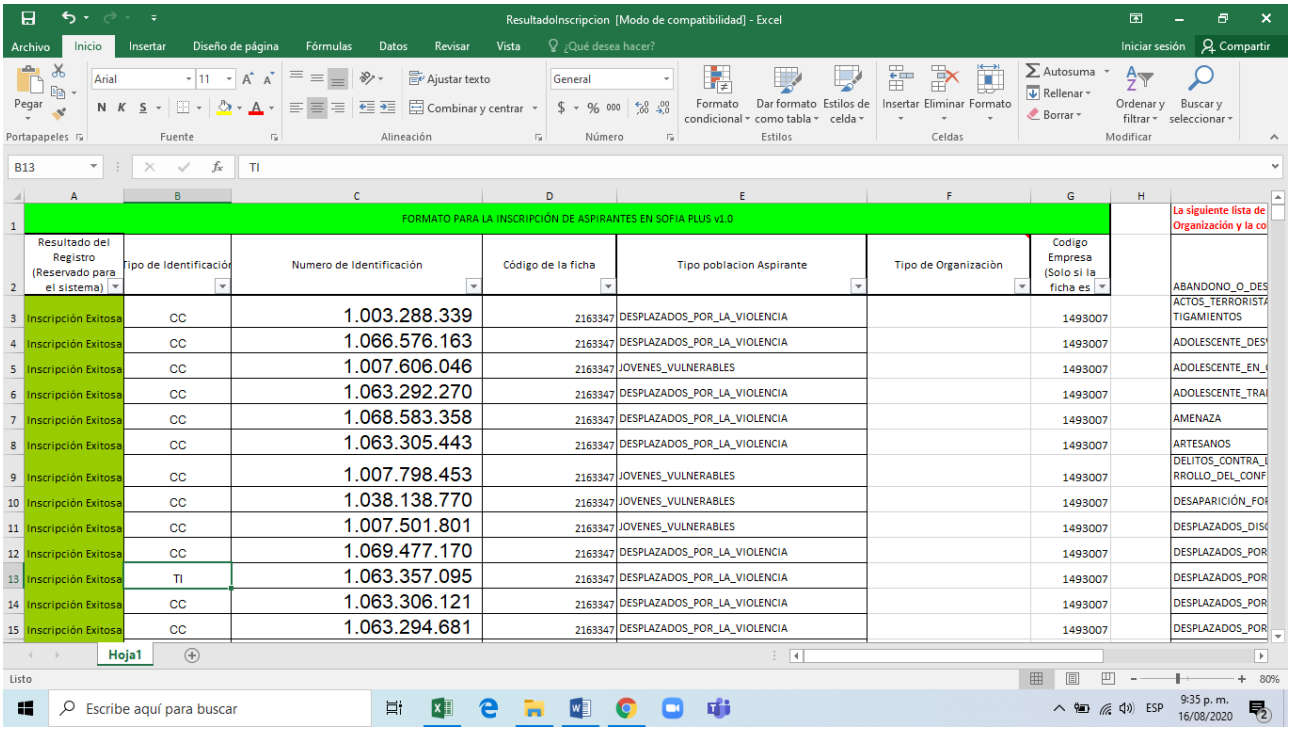
- Para resolver cualquier ERROR grave dirigirse a la oficina de Administración Educativa.

- Si no encuentra inconvenientes (todos en verde) y LUEGO DE REVISAR LOS APRENDICES no falta ninguno y **todos los números de documentos están correctos,** espere sin ningún problema el proceso de matrícula.

Nota: Recuerde que SIEMPRE antes de llevar la solicitud de ficha a la oficina de Administración Educativa, los aspirantes ya deben estar Registrados en el sistema SofiaPlus y, así mismo, debe suministrar los documentos en el orden establecido.

Cordialmente,

GRUPO DE ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA
Formación Profesional Integral
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
Regional Córdoba



ResultadoInscripcion [Modo de compatibilidad] - Excel

B13: TI

	A	B	C	D	E	F	G	H	
1	FORMATO PARA LA INSCRIPCIÓN DE ASPIRANTES EN SOFIA PLUS v1.0								La siguiente lista de Organización y la co
2	Resultado del Registro (Reservado para el sistema)	Tipo de Identificación	Numero de Identificación	Código de la ficha	Tipo poblacion Aspirante	Tipo de Organizaciòn	Codigo Empresa (Solo si la ficha es		ABANDONO_O_DES
3	Inscripción Exitosa	CC	1.003.288.339	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		ACTOS_TERRORISTA TIGAMIENTOS
4	Inscripción Exitosa	CC	1.066.576.163	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		ADOLESCENTE_DES
5	Inscripción Exitosa	CC	1.007.606.046	2163347	JOVENES_VULNERABLES		1493007		ADOLESCENTE_EN_
6	Inscripción Exitosa	CC	1.063.292.270	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		ADOLESCENTE_TRA
7	Inscripción Exitosa	CC	1.068.583.358	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		AMENAZA
8	Inscripción Exitosa	CC	1.063.305.443	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		ARTESANOS
9	Inscripción Exitosa	CC	1.007.798.453	2163347	JOVENES_VULNERABLES		1493007		DELITOS_CONTRA_ RROLLO_DEL_CONF
10	Inscripción Exitosa	CC	1.038.138.770	2163347	JOVENES_VULNERABLES		1493007		DESAPARICIÓN_FO
11	Inscripción Exitosa	CC	1.007.501.801	2163347	JOVENES_VULNERABLES		1493007		DESPLAZADOS_DIS
12	Inscripción Exitosa	CC	1.069.477.170	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		DESPLAZADOS_POR
13	Inscripción Exitosa	TI	1.063.357.095	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		DESPLAZADOS_POR
14	Inscripción Exitosa	CC	1.063.306.121	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		DESPLAZADOS_POR
15	Inscripción Exitosa	CC	1.063.294.681	2163347	DESPLAZADOS_POR_LA_VIOLENCIA		1493007		DESPLAZADOS_POR

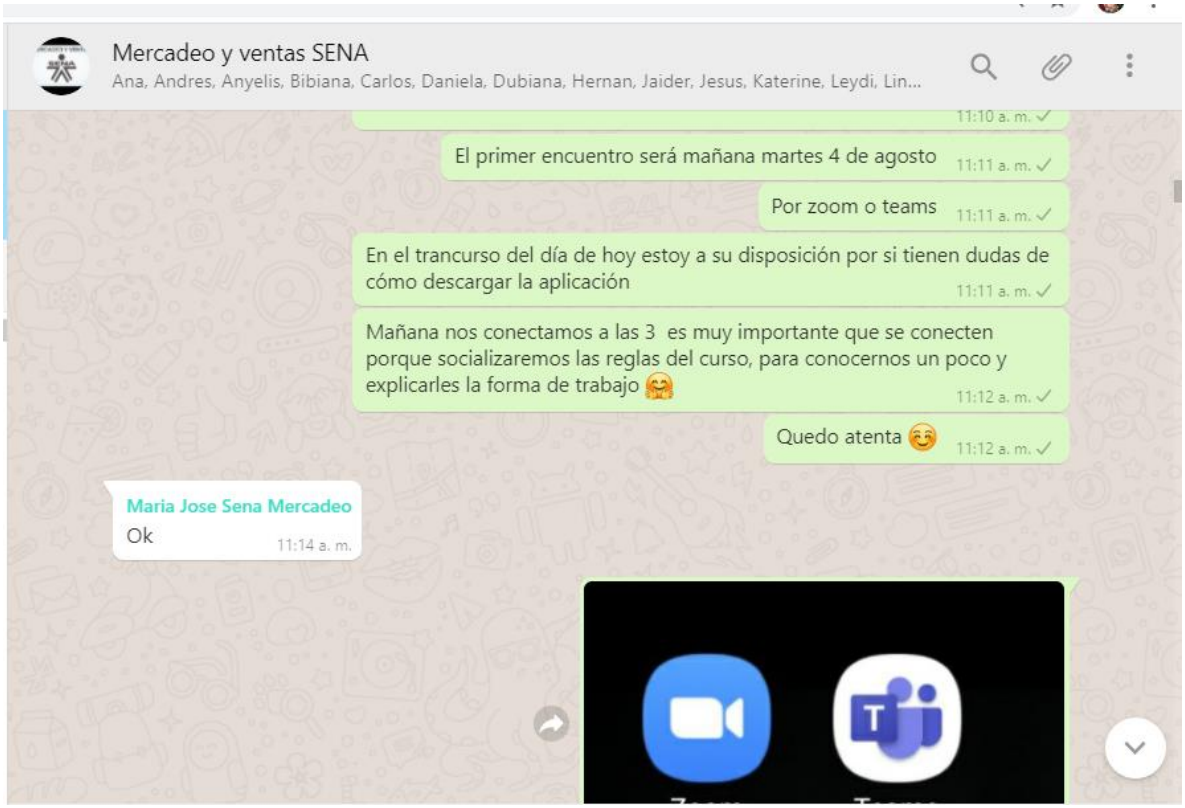
Hoja1

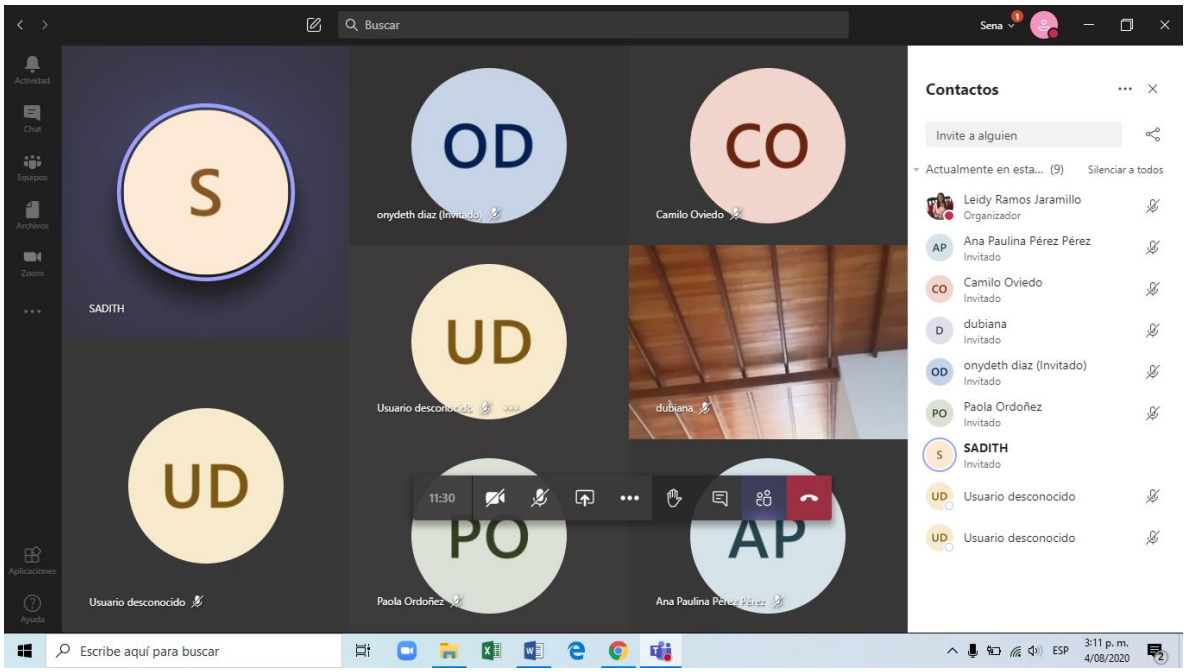
Listo

Escribe aquí para buscar

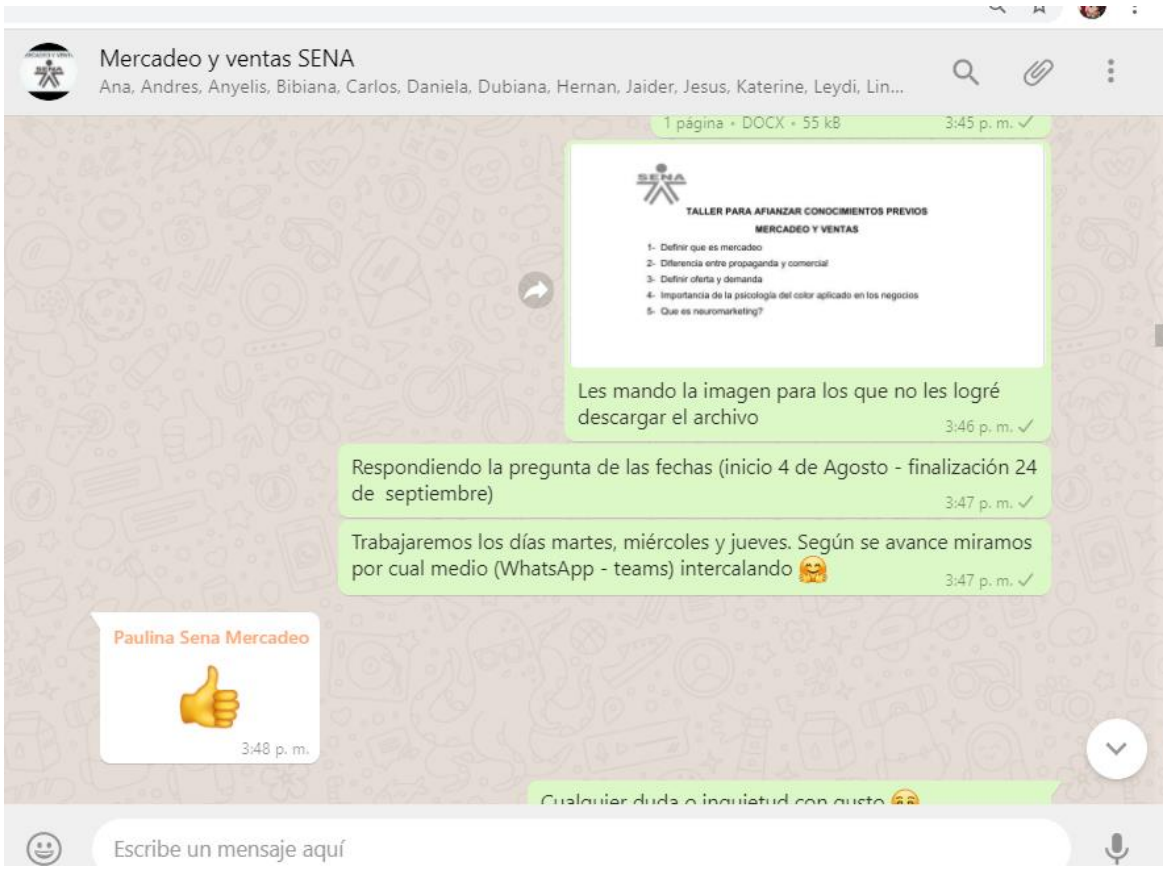
9:35 p. m. 16/08/2020

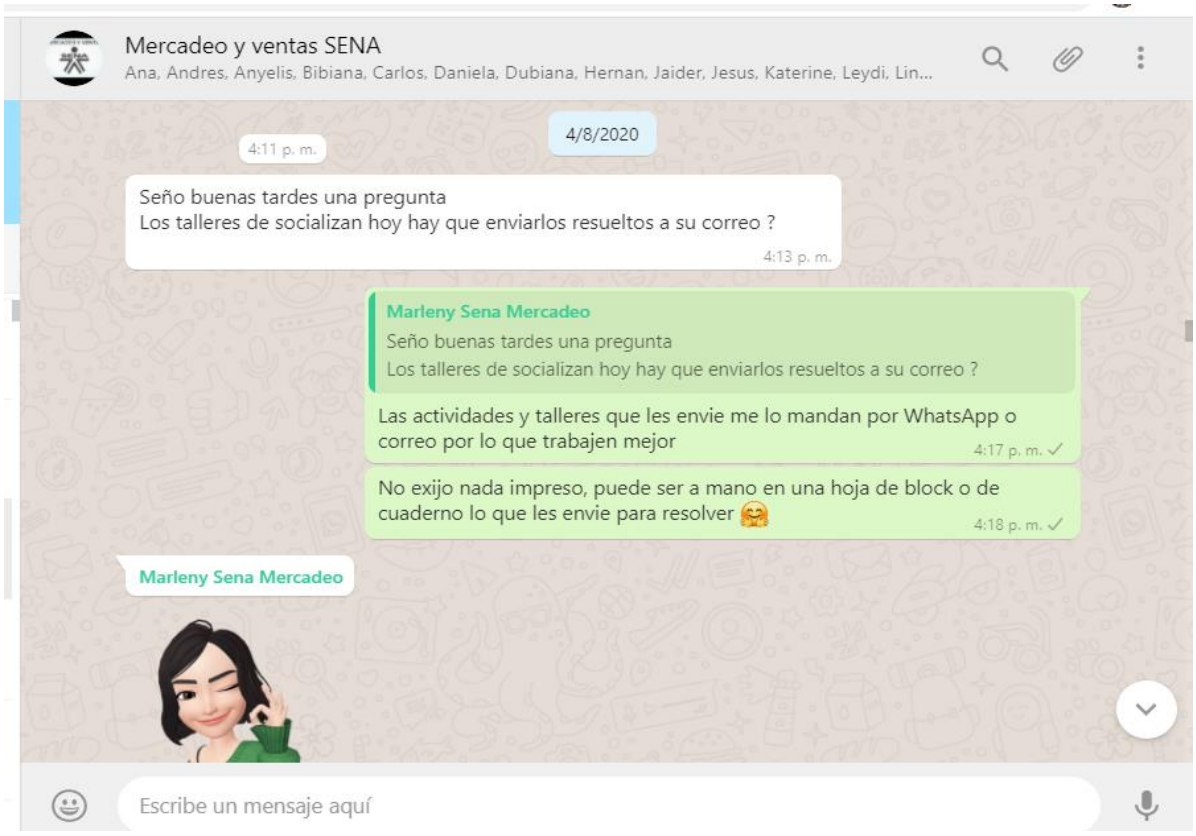
DESARROLLO DEL CURSO POR WHATSAPP Y TEAMS
MERCADEO Y VENTAS

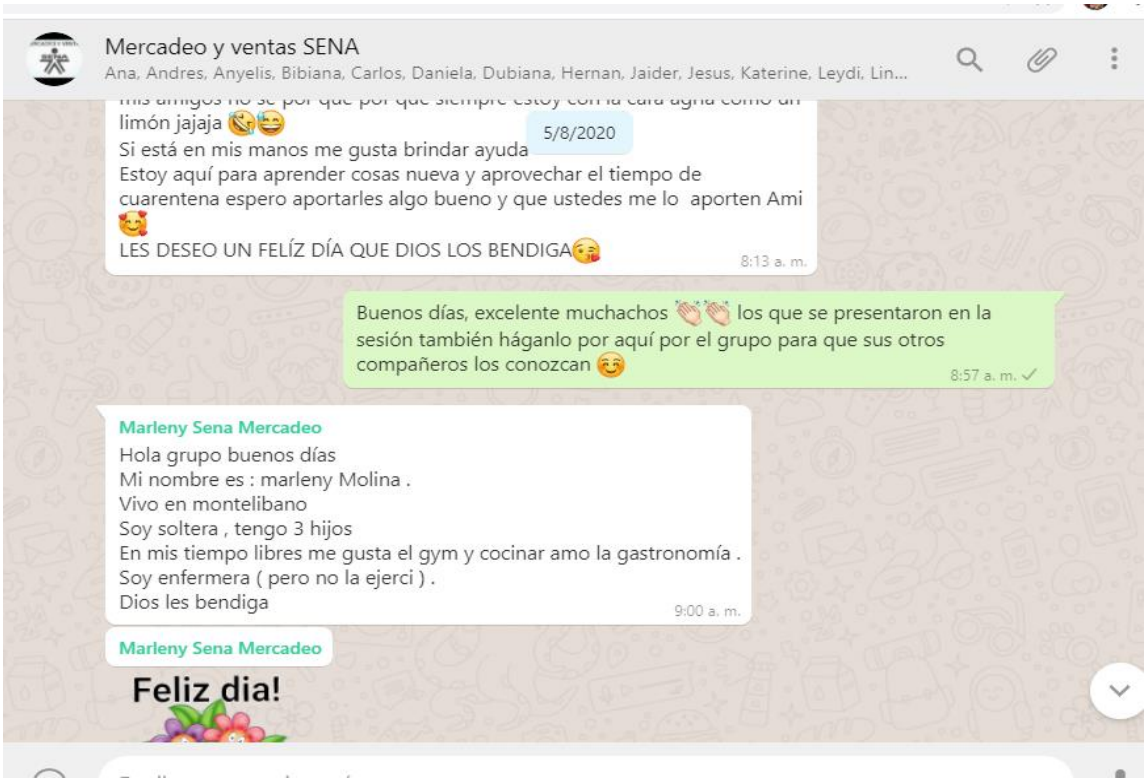


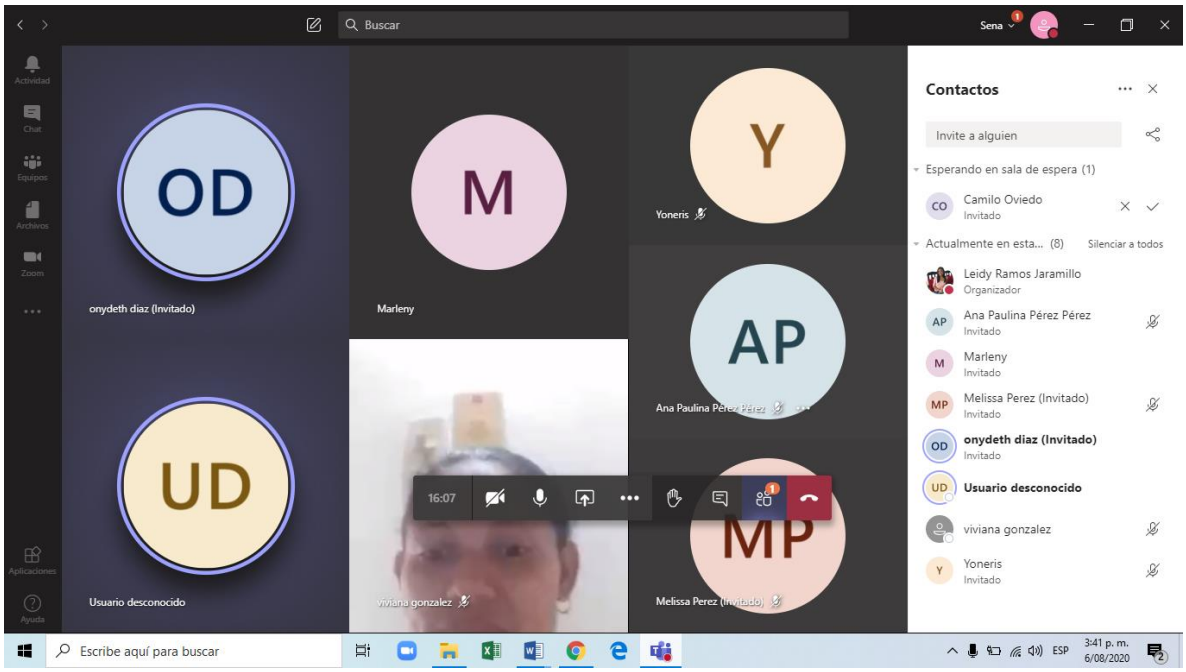


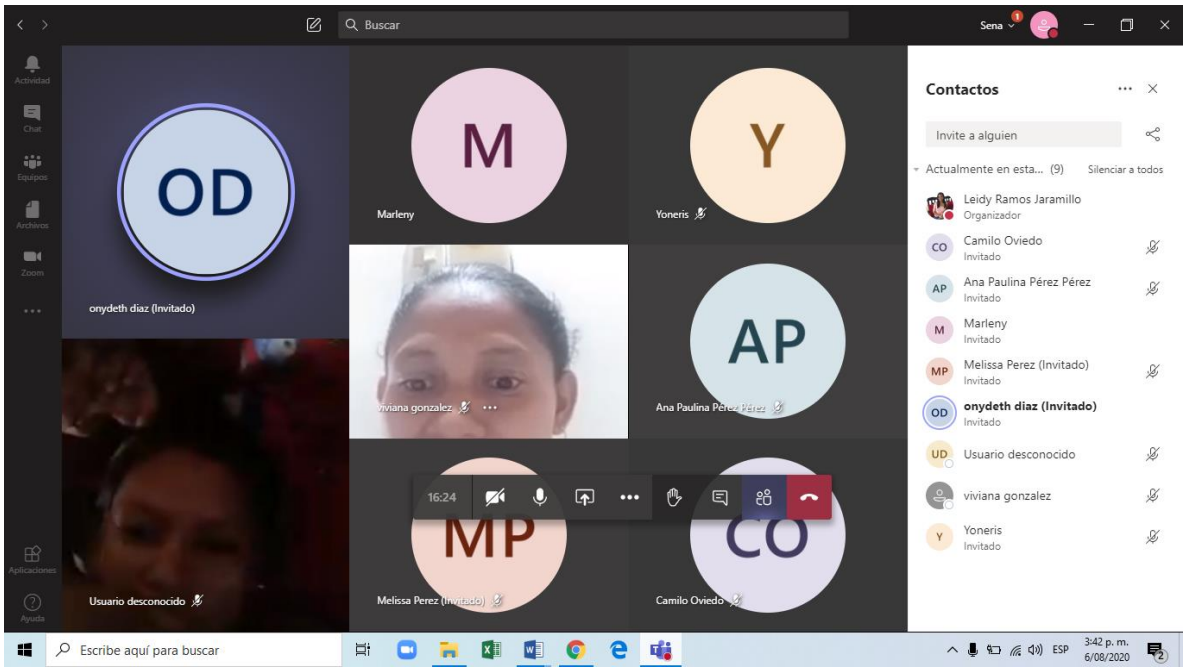

Buscar
Sena
Contactos
Invite a alguien
Actualmente en est... (11)
Silenciar a todos
Leidy Ramos Jaramillo
Organizador
Camilo Oviedo
Invitado
dubiana
Invitado
jesus david
Invitado
onydeth diaz (Invitado)
Invitado
Paola Ordoñez
Invitado
SADITH
Invitado
Usuario desconocido
Usuario desconocido
Usuario desconocido
Yoneris
Invitado
SADITH
onydeth diaz (Invitado)
Camilo Oviedo
Usuario desconocido
Usuario desconocido
Paola Ordoñez
dubiana
jesus david
Yoneris
31:44
Escribe aquí para buscar
ESP
3:31 p. m.
4/08/2020

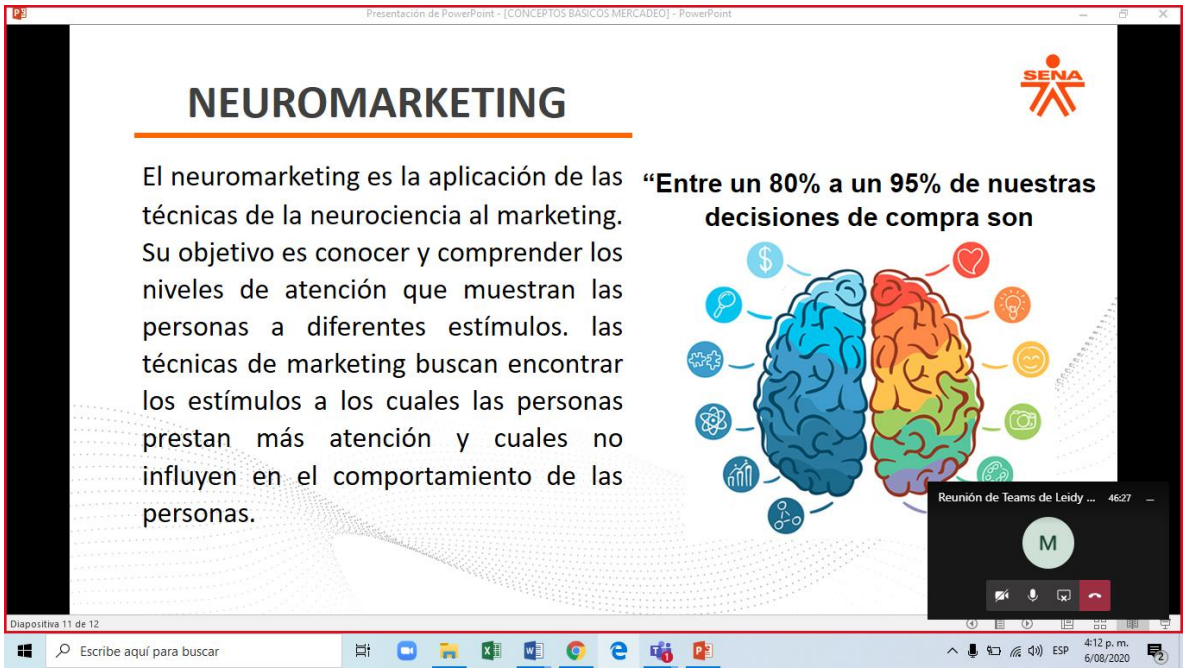

Mercadeo y ventas SENA
Ana, Andres, Anyelis, Bibiana, Carlos, Daniela, Dubiana, Hernan, Jaider, Jesus, Katerine, Leydi, Lin...
1 página • DOCX • 55 kB
3:45 p. m.
TALLER PARA AFIANZAR CONOCIMIENTOS PREVIOS
MERCADEO Y VENTAS
1- Definir que es mercadeo
2- Diferencia entre propaganda y comercial
3- Definir oferta y demanda
4- Importancia de la psicología del color aplicado en los negocios
5- Que es neuromarketing?
Les mando la imagen para los que no les logré descargar el archivo
3:46 p. m.
Respondiendo la pregunta de las fechas (inicio 4 de Agosto - finalización 24 de septiembre)
3:47 p. m.
Trabajaremos los días martes, miércoles y jueves. Según se avance miramos por cual medio (WhatsApp - teams) intercalando
3:47 p. m.
Paulina Sena Mercadeo
3:48 p. m.
Escribe un mensaje aquí

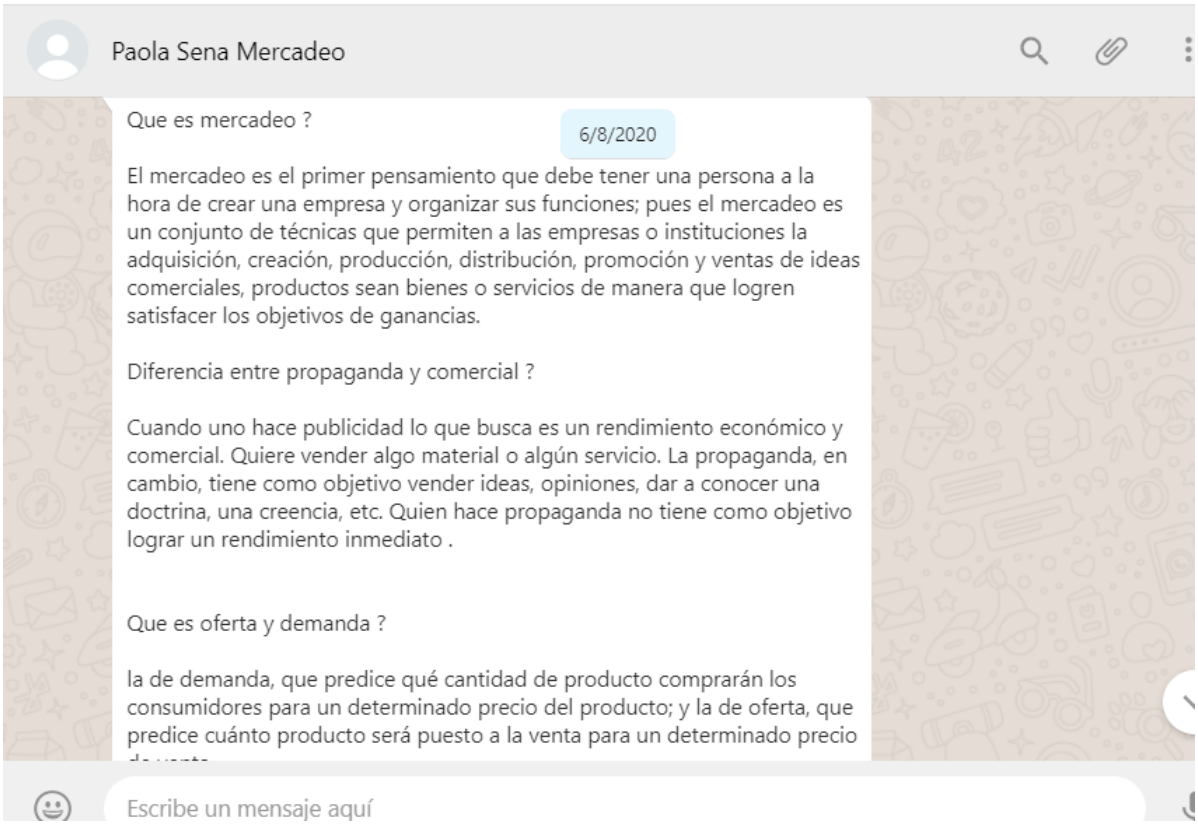

Mercadeo y ventas SENA
Ana, Andres, Anyelis, Bibiana, Carlos, Daniela, Dubiana, Hernan, Jaider, Jesus, Katerine, Leydi, Lin...
4:11 p. m.
4/8/2020
Seño buenas tardes una pregunta
Los talleres de socializan hoy hay que enviarlos resueltos a su correo ?
4:13 p. m.
Marleny Sena Mercadeo
Seño buenas tardes una pregunta
Los talleres de socializan hoy hay que enviarlos resueltos a su correo ?
Las actividades y talleres que les envie me lo mandan por WhatsApp o correo por lo que trabajen mejor
4:17 p. m.
No exijo nada impreso, puede ser a mano en una hoja de block o de cuaderno lo que les envie para resolver
4:18 p. m.
Marleny Sena Mercadeo
Escribe un mensaje aquí

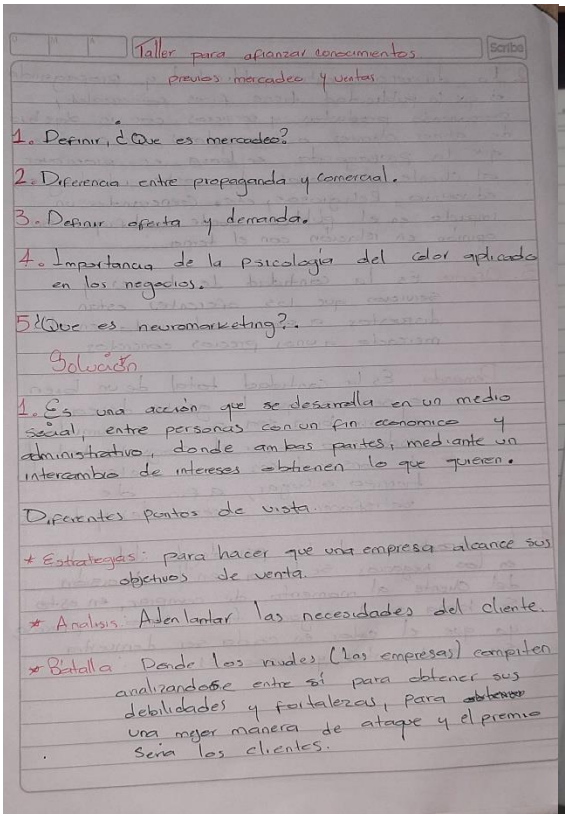

Mercadeo y ventas SENA
Ana, Andres, Anyelis, Bibiana, Carlos, Daniela, Dubiana, Hernan, Jaider, Jesus, Katerine, Leydi, Lin...
limón jajaja
5/8/2020
Si está en mis manos me gusta brindar ayuda
Estoy aquí para aprender cosas nueva y aprovechar el tiempo de cuarentena espero aportarles algo bueno y que ustedes me lo aporten Ami
LES DESEO UN FELÍZ DÍA QUE DIOS LOS BENDIGA
8:13 a. m.
Buenos días, excelente muchachos los que se presentaron en la sesión también háganlo por aquí por el grupo para que sus otros compañeros los conozcan
8:57 a. m.
Marleny Sena Mercadeo
Hola grupo buenos días
Mi nombre es : marleny Molina .
Vivo en montelibano
Soy soltera , tengo 3 hijos
En mis tiempo libres me gusta el gym y cocinar amo la gastronomía .
Soy enfermera (pero no la ejerci) .
Dios les bendiga
9:00 a. m.
Marleny Sena Mercadeo
Feliz dia!


Buscar
Sena
Contactos
Invite a alguien
Esperando en sala de espera (1)
Camilo Oviedo
Invitado
Actualmente en esta... (8)
Silenciar a todos
Leidy Ramos Jaramillo
Organizador
Ana Paulina Pérez Pérez
Invitado
Marleny
Invitado
Melissa Perez (Invitado)
Invitado
onydeth diaz (Invitado)
Invitado
Usuario desconocido
Invitado
viviana gonzalez
Yoneris
Invitado
OD
UD
M
Y
AP
MP
onydeth diaz (Invitado)
Usuario desconocido
Marleny
Yoneris
Ana Paulina Pérez Pérez
16:07
Escribe aquí para buscar
ESP
3:41 p. m.
6/08/2020


Buscar
Sena
Contactos
Invite a alguien
Actualmente en esta... (9)
Silenciar a todos
Leidy Ramos Jaramillo
Organizador
Camilo Oviedo
Invitado
Ana Paulina Pérez Pérez
Invitado
Marleny
Invitado
Melissa Perez (Invitado)
Invitado
onydeth diaz (Invitado)
Invitado
Usuario desconocido
Invitado
viviana gonzalez
Yoneris
Invitado
OD
M
Y
AP
MP
CO
onydeth diaz (Invitado)
Marleny
Yoneris
viviana gonzalez
Ana Paulina Pérez Pérez
Usuario desconocido
Melissa Perez (Invitado)
Camilo Oviedo
16:24
Escribe aquí para buscar
ESP
3:42 p. m.
6/08/2020


Presentación de PowerPoint - [CONCEPTOS BASICOS MERCADEO] - PowerPoint
NEUROMARKETING
El neuromarketing es la aplicación de las técnicas de la neurociencia al marketing. Su objetivo es conocer y comprender los niveles de atención que muestran las personas a diferentes estímulos. las técnicas de marketing buscan encontrar los estímulos a los cuales las personas prestan más atención y cuales no influyen en el comportamiento de las personas.
"Entre un 80% a un 95% de nuestras decisiones de compra son
Reunión de Teams de Leidy ... 46:27
M
Diapositiva 11 de 12
Escribe aquí para buscar
ESP
4:12 p. m.
6/08/2020


Paola Sena Mercadeo
Que es mercadeo ?
6/8/2020
El mercadeo es el primer pensamiento que debe tener una persona a la hora de crear una empresa y organizar sus funciones; pues el mercadeo es un conjunto de técnicas que permiten a las empresas o instituciones la adquisición, creación, producción, distribución, promoción y ventas de ideas comerciales, productos sean bienes o servicios de manera que logren satisfacer los objetivos de ganancias.
Diferencia entre propaganda y comercial ?
Cuando uno hace publicidad lo que busca es un rendimiento económico y comercial. Quiere vender algo material o algún servicio. La propaganda, en cambio, tiene como objetivo vender ideas, opiniones, dar a conocer una doctrina, una creencia, etc. Quien hace propaganda no tiene como objetivo lograr un rendimiento inmediato .
Que es oferta y demanda ?
la de demanda, que predice qué cantidad de producto comprarán los consumidores para un determinado precio del producto; y la de oferta, que predice cuánto producto será puesto a la venta para un determinado precio
Escribe un mensaje aquí



Taller para afianzar conocimientos previos mercadeo y ventas

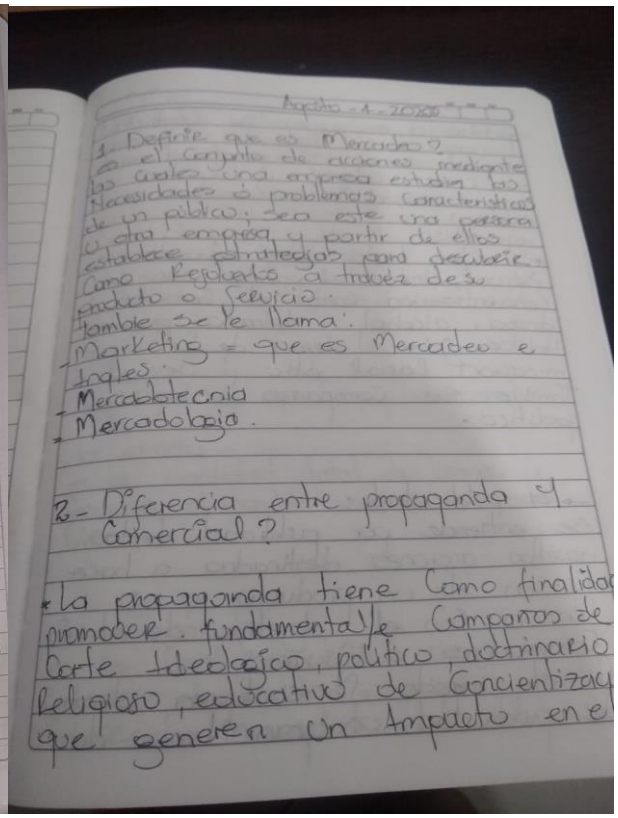
1. Definir, ¿Que es mercadeo?
2. Diferencia entre propaganda y comercial.
3. Definir oferta y demanda.
4. Importancia de la psicología del color aplicado en los negocios.
5. ¿Que es neuromarketing?.

Solución

1. Es una acción que se desarrolla en un medio social, entre personas con un fin económico y administrativo, donde ambas partes, mediante un intercambio de intereses obtienen lo que quieren.

Diferentes puntos de vista

* Estrategias: para hacer que una empresa alcance sus objetivos de venta.
* Análisis: Adelantar las necesidades del cliente.
* Batalla: Donde los nudos (las empresas) compiten analizandose entre sí para obtener sus debilidades y fortalezas, para obtener una mejor manera de ataque y el premio sería los clientes.

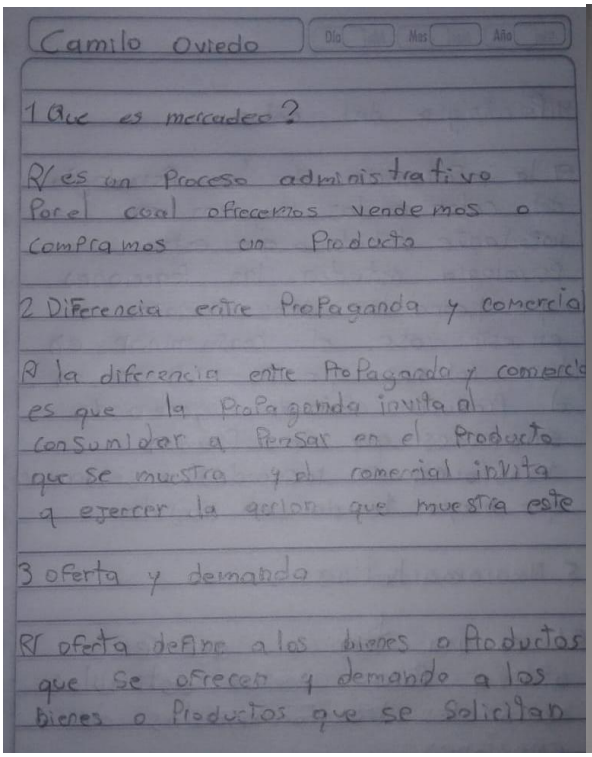


Agosto - 1 - 2020

1. Definir que es Mercadeo?
es el conjunto de acciones mediante las cuales una empresa estudia las necesidades o problemas caracteristicas de un publico, sea este una persona otra empresa, y partir de ellos establece estrategias para descubrir como resolverlo a través de su producto o servicio.
Tambien se le llama:
- Marketing = que es Mercadeo en Ingles.
- Mercadotecnia
- Mercadologia.

2- Diferencia entre propaganda y Comercial?

* La propaganda tiene como finalidad promover. fundamentalmente Campañas de Corte Ideologico, politico, doctrinario Religioso, educativo de Concientizacion que generen un impacto en el



Camilo Oviedo

Dia Mes Año

1 Que es mercadeo?

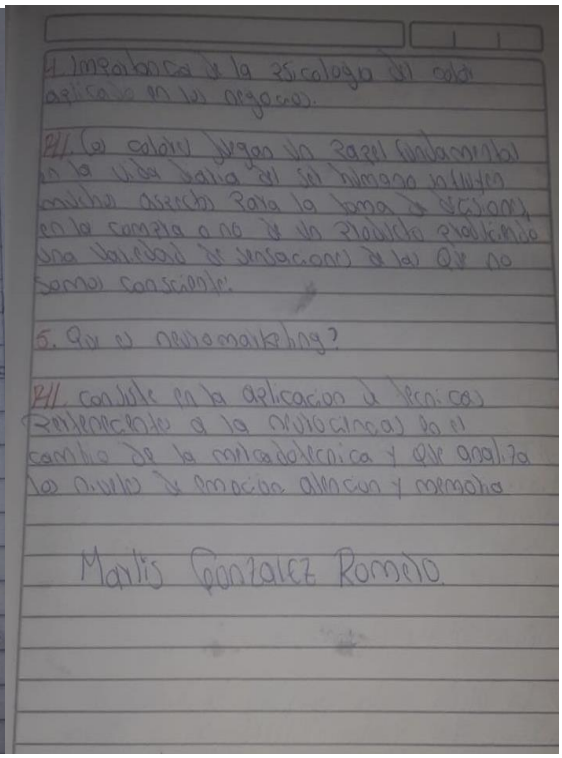
R/ es un Proceso administrativo Por el cual ofrecemos vendemos o compramos un Producto

2 Diferencia entre Propaganda y comercial

R la diferencia entre Propaganda y comercial es que la Propaganda invita al consumidor a pensar en el producto que se muestra y el comercial invita a ejercer la accion que muestra este

3 oferta y demanda

R/ oferta define a los bienes o Productos que se ofrecen y demande a los bienes o Productos que se solicitan



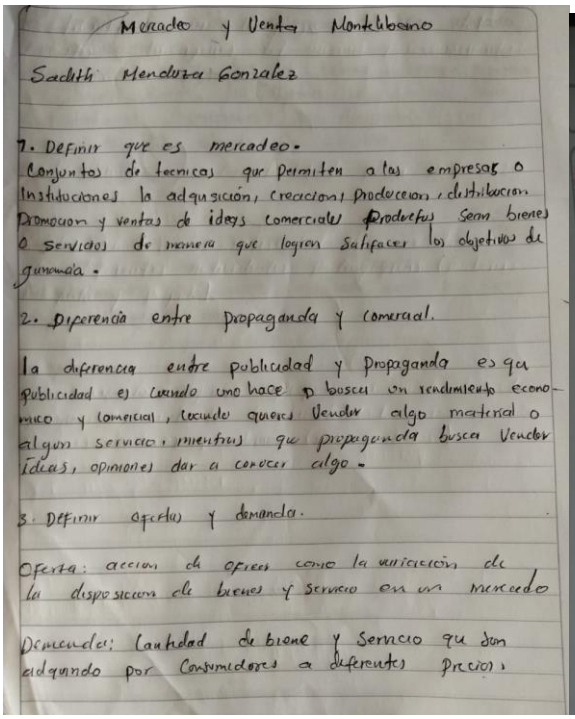
4 Importancia de la psicologia del color aplicado en los negocios.

R/ Los colores juegan un papel fundamental en la vida diaria del ser humano influyen muchos aspectos para la toma de decisiones en la compra o no de un Producto provocando una variedad de sensaciones de las que no somos conscientes.

5. Que es neuromarketing?

R/ consiste en la aplicacion de tecnicas Relacionadas a la Psicologia o el cambio de la mercadotecnica y que analiza los gustos y emociones alrededor y normales

Maritis Gonzalez Romero



Mercadeo y Ventas Montelibano

Sadith Mendoza Gonzalez

1. Definir que es mercadeo.

Conjuntos de tecnicas que permiten a las empresas o Instituciones la adquisición, creacion, producción, distribucion, Promocion y ventas de ideas comerciales productos sean bienes o servicios de manera que logren satisfacer los objetivos de ganancia.

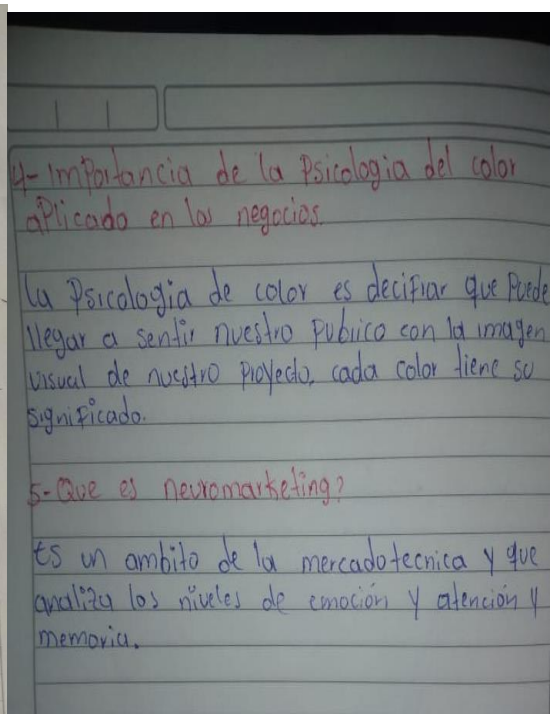
2. Diferencia entre propaganda y comercial.

la diferencia entre publicidad y propaganda es que publicidad es cuando uno hace o busca un rendimiento economico y comercial, cuando quiere Vender algo material o algun servicio, mientras que propaganda busca Vender ideas, opiniones dar a conocer algo.

3. Definir oferta y demanda.

Oferta: accion de ofrecer como la comercializacion de la disposicion de bienes y servicio en un mercado

Demanda: Cantidad de bien y Servicio que son adquirido por Consumidores a diferentes Precios.

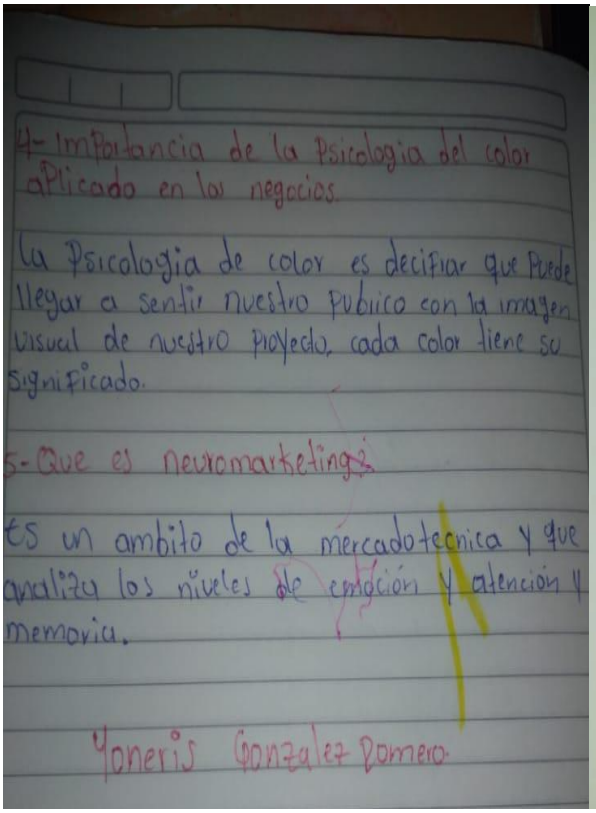


4- Importancia de la Psicologia del color aplicado en los negocios.

La Psicologia de color es decifiar que Puede llegar a sentir nuestro Publico con la imagen visual de nuestro Proyecto, cada color tiene su Significado.

5- Que es Neuromarketing?

Es un ambito de la mercadotecnica y que analiza los niveles de emocion y atencion y memoria.



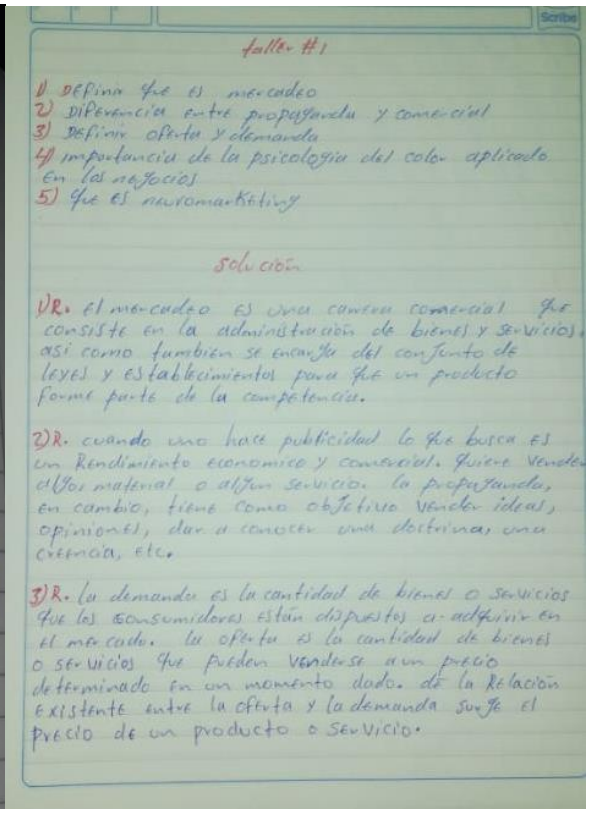
4- Importancia de la Psicologia del color aplicado en los negocios.

La Psicologia de color es decifiar que Puede llegar a sentir nuestro Publico con la imagen visual de nuestro Proyecto, cada color tiene su Significado.

5- Que es Neuromarketing?

Es un ambito de la mercadotecnica y que analiza los niveles de emocion y atencion y memoria.

Yoneris Gonzalez Romero



taller #1

1) Defina que es mercadeo
2) Diferencia entre propaganda y comercial
3) Definir oferta y demanda
4) importancia de la psicologia del color aplicado en los negocios
5) Que es neuromarketing

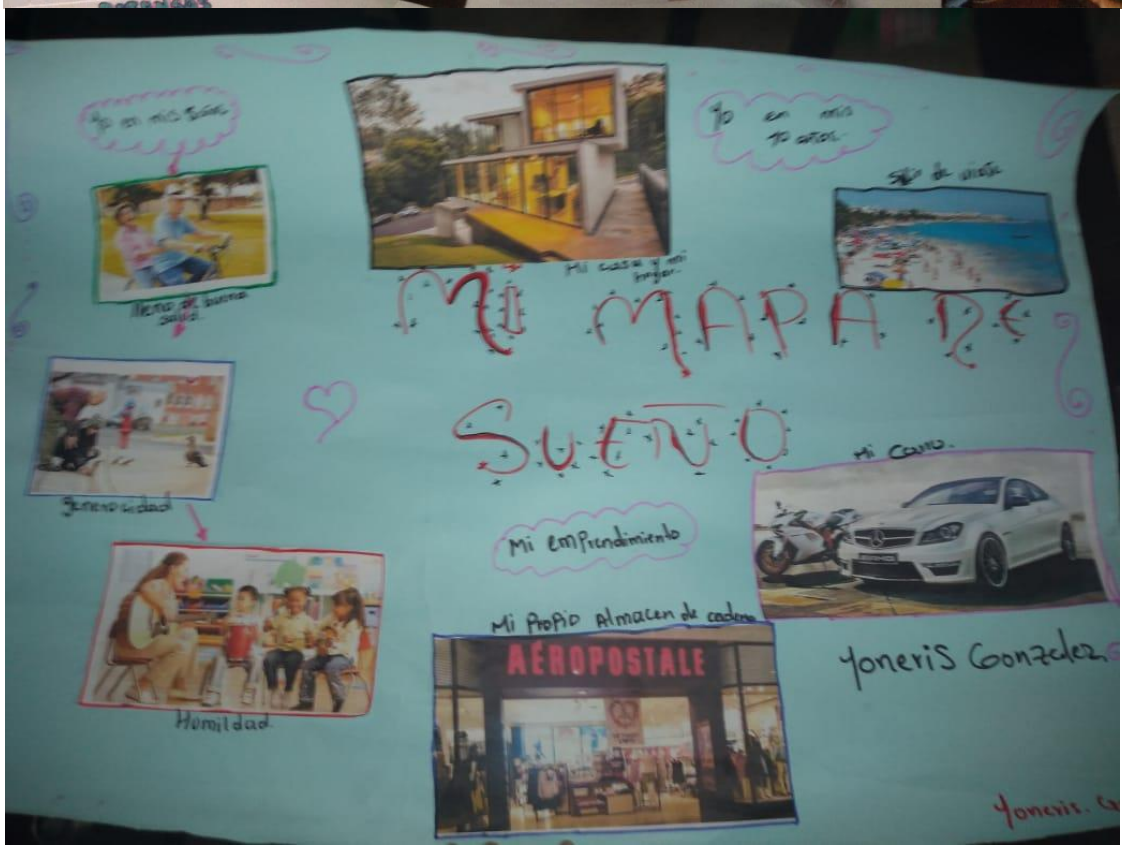
Solucion

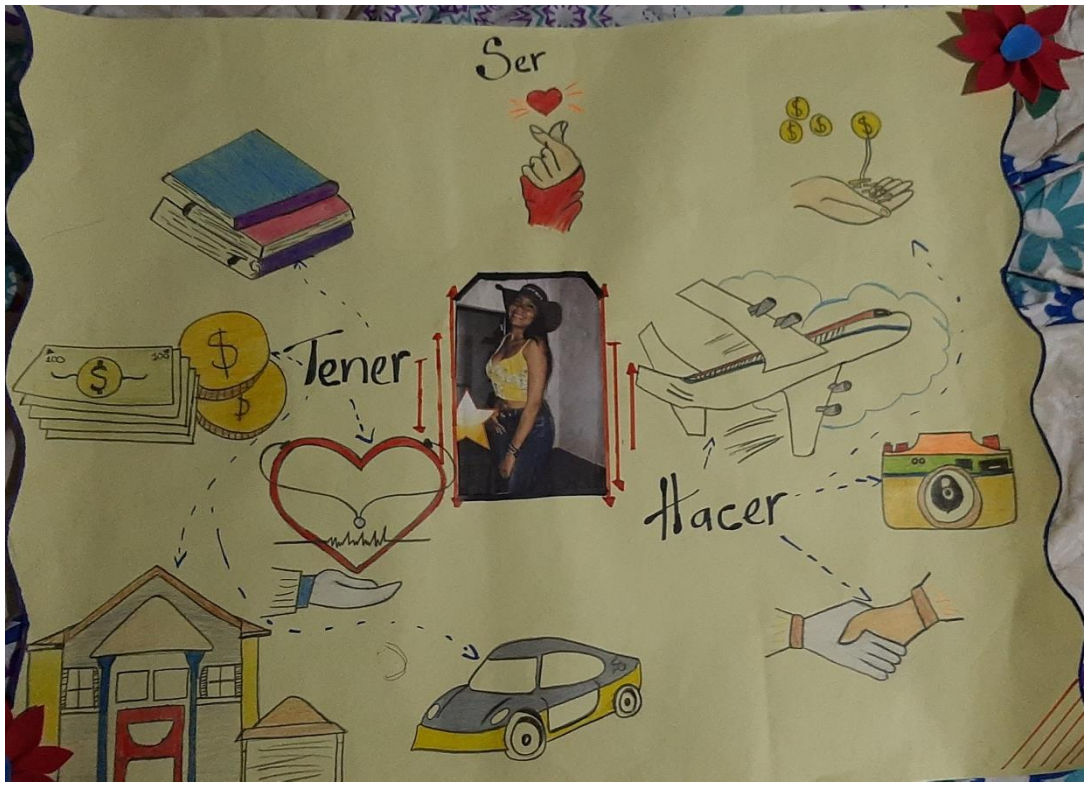
1) R. El mercadeo es una cadena comercial que consiste en la administracion de bienes y servicios, asi como tambien se encarga del conjunto de leyes y establecimientos para que un producto forme parte de la competencia.

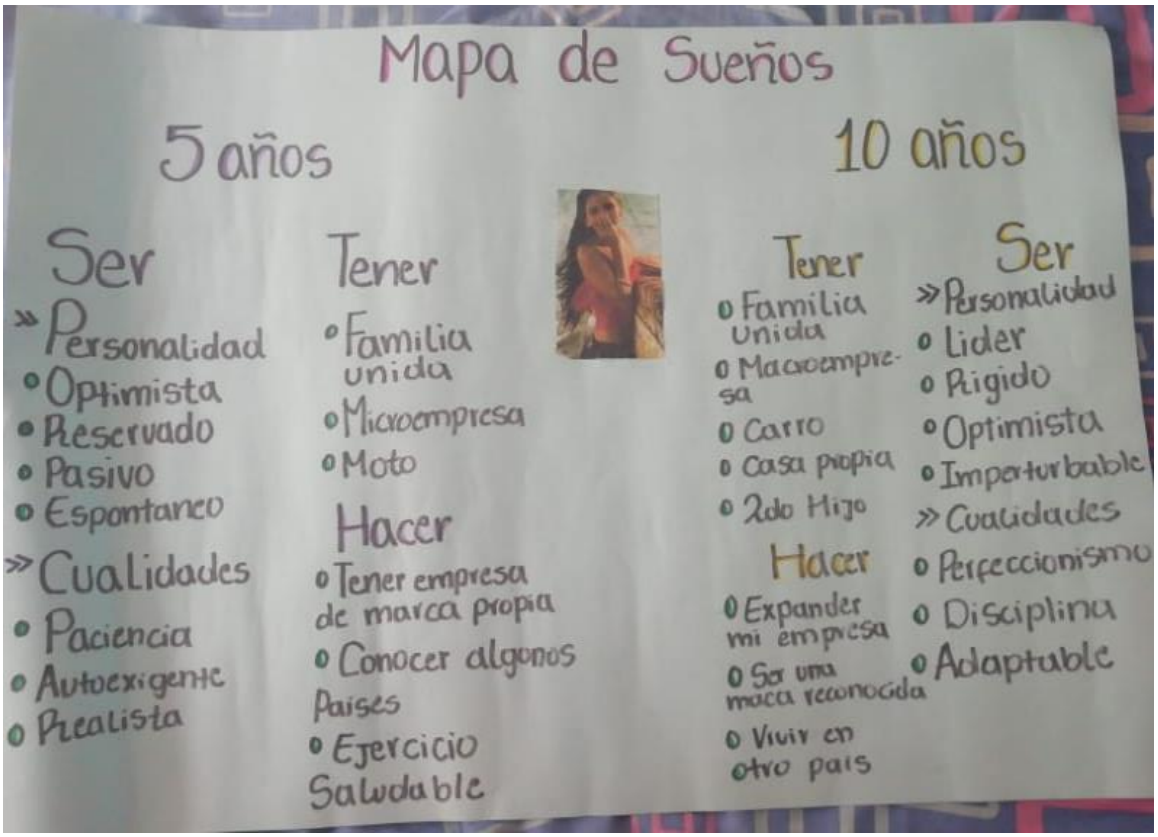
2) R. cuando uno hace publicidad lo que busca es un Rendimiento economico y comercial. Quiere Vender algun material o algun servicio. la propaganda, en cambio, tiene como objetivo Vender ideas, opiniones, dar a conocer una doctrina, una creencia, etc.

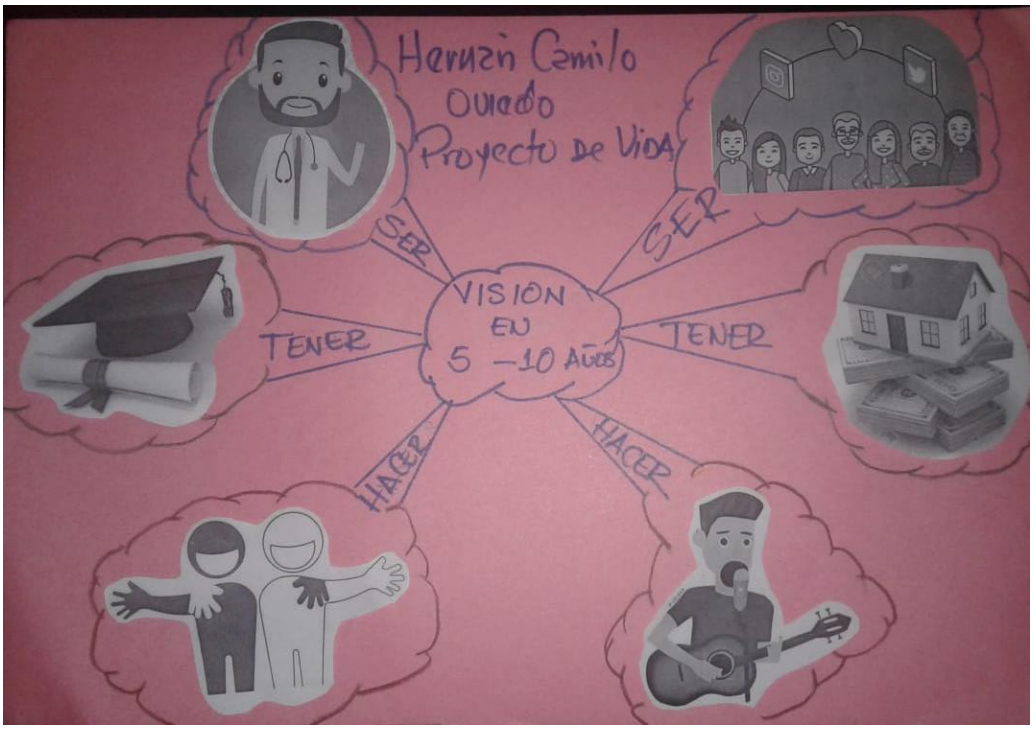
3) R. La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores estan dispuestos a adquirir en el mercado. la oferta es la cantidad de bienes o servicios que pueden venderse a un precio determinado en un momento dado. de la Relacion existente entre la oferta y la demanda surge el precio de un producto o servicio.

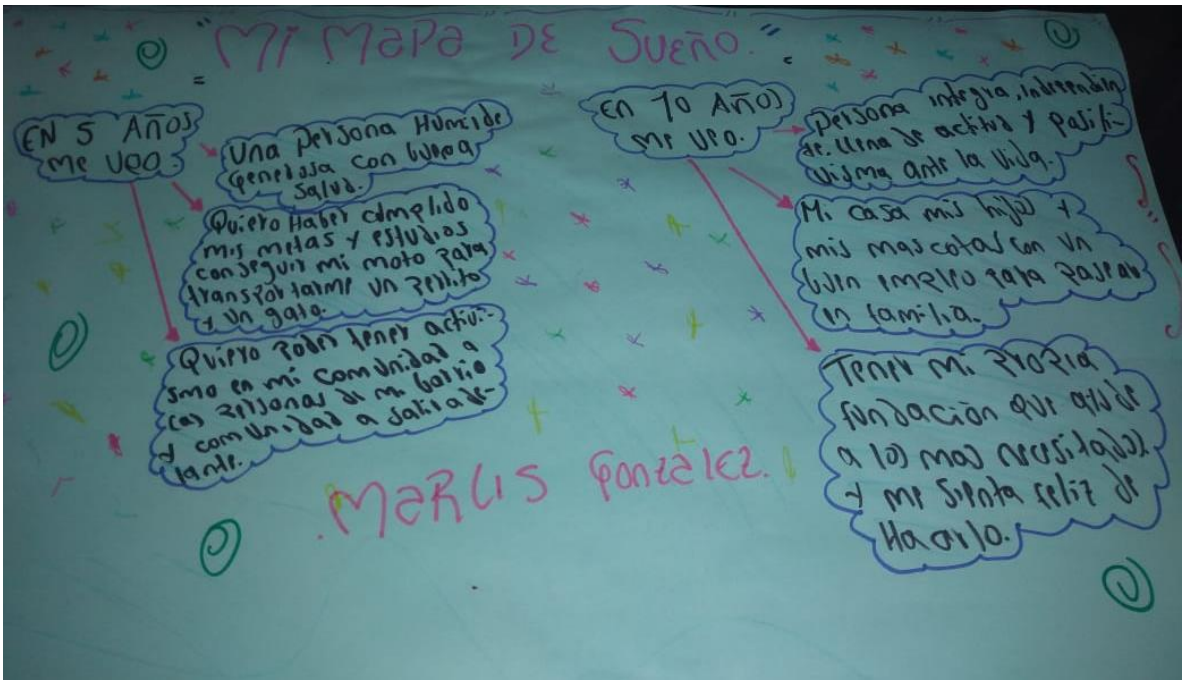

MAPA DE SUEÑOS
PREGÚNTATE SI LO QUE ESTÁS HACIENDO HOY TE ACERCA AL LUGAR EN EL QUE QUIERES ESTAR MAÑANA
PROSPERIDAD
RELACIONES AMOR FAMILIA
ESPIRITUALIDAD
Explorar nuevas ideas de negocio...
Cómplices
EMPATÍA
ESTILO DE VIDA
Yo Silvia Lozano me abro a recibir en este año 2015...
Ahorrar 5 millones en el año
SALUD
Bajar 10 kilos meta: Junio.
HOY VOY A CONSEGUIR TODO LO QUE ME PROPONGA
Mi web page
Lean Agile Future Effective StartUp Performance
PROFESIÓN
Speak English
YO DECIDÍ CON MI TRABAJO CONQUISTAR EL MUNDO
SER COACH
SUBIR MIS
VIAJAR
MIAMI


MI MAPA DE SUEÑO
Mi Carro.
Mi Emprendimiento
Mi Propio Almacen de cadena
AEROPOSTALE
Humildad.
Yoneris Gonzalez.


Ser
Tener
Hacer


Mapa de Sueños
5 años
10 años
Ser
» Personalidad
• Optimista
• Reservado
• Pasivo
• Espontaneo
» Cualidades
• Paciencia
• Autoexigente
• Realista
Tener
• Familia unida
• Microempresa
• Moto
Hacer
• Tener empresa de marca propia
• Conocer algunos Paises
• Ejercicio Saludable
Tener
• Familia unida
• Macroempresa
• Carro
• Casa propia
• 2do Hijo
Hacer
• Expander mi empresa
• Ser una marca reconocida
• Vivir en otro pais
Ser
» Personalidad
• Lider
• Rigido
• Optimista
• Imperturbable
» Cualidades
• Perfeccionismo
• Disciplina
• Adaptable


Herwin Camilo
Oviedo
Proyecto de Vida
SER
SER
VISION
EN
5 -10 AÑOS
TENER
TENER
HACER
HACER


Mi Mapa de Sueño
EN 5 AÑOS
me veo
Una persona Humilde
generosa con buena
Salud.
Quiero Haber cumplido
mis metas y estudios
conseguir mi moto para
transportarme un perrito
y un gato.
Quiero poder tener activi-
dad en mi Comunidad a
las personas de mi barrio
y comunidad a colaborar-
les.
En 10 Años
mi vida.
Persona integra, determinada
de llena de actitud y positi-
vismo ante la vida.
Mi casa mis hijos y
mis mascotas en un
buen empleo para pasear
en familia.
Tener mi propia
fundación que ayude
a los mas necesitados
y me sienta feliz de
hacerlo.
Marlis Gonzalez.

TALLER PARA AFIANZAR CONOCIMIENTOS PREVIOS

MERCADEO Y VENTAS

1- Definir que es mercadeo

Es una manera de idear o planificar lo que tenemos alrededor como precios e imágenes de diferentes empresas o organizaciones.

2- Diferencia entre propaganda y comercial

Propaganda busca dar a conocer un servicio o producto y atraer clientes, mientras el comercial genera ingresos dentro de todo el comercio.

3- Definir oferta y demanda

Oferta es la cantidad de producto que hay para ofrecer al mercado.

Demanda es la cantidad real de producto que hay en el mercado para ofrecer

Pienso que ambas depende una de la otra

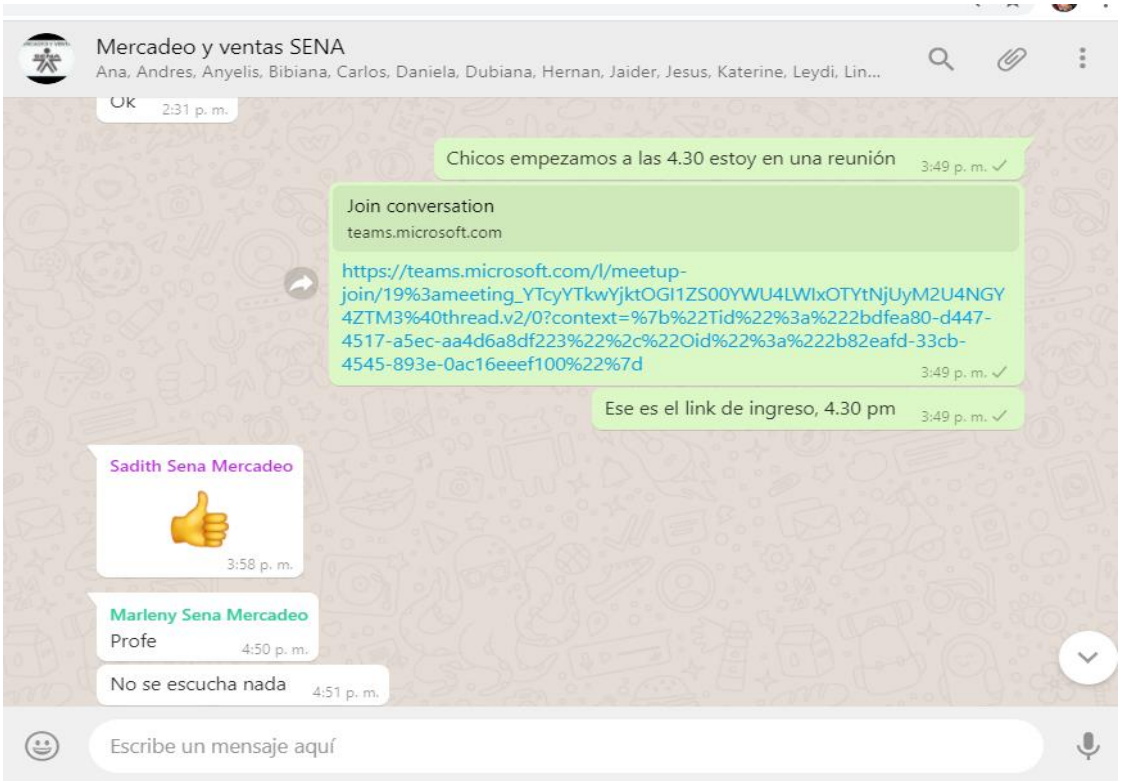
4- Importancia de la psicología del color aplicado en los negocios

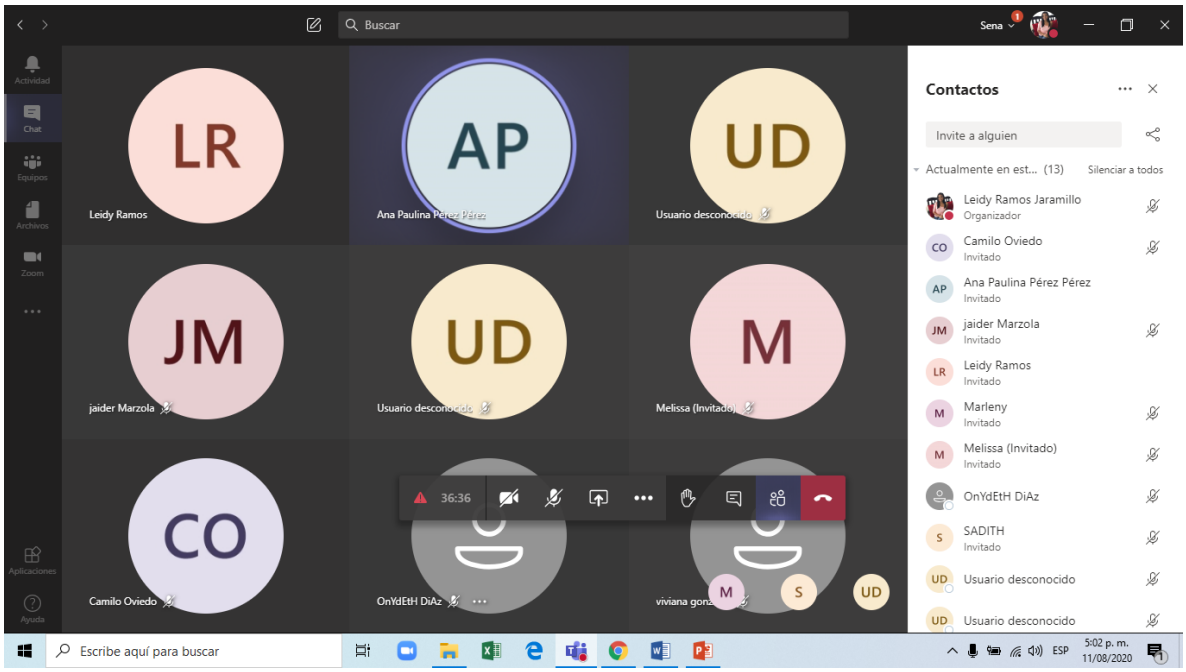
Genera un impacto en el cliente y provoca que este le parezca agradable o no un establecimiento o una imagen.

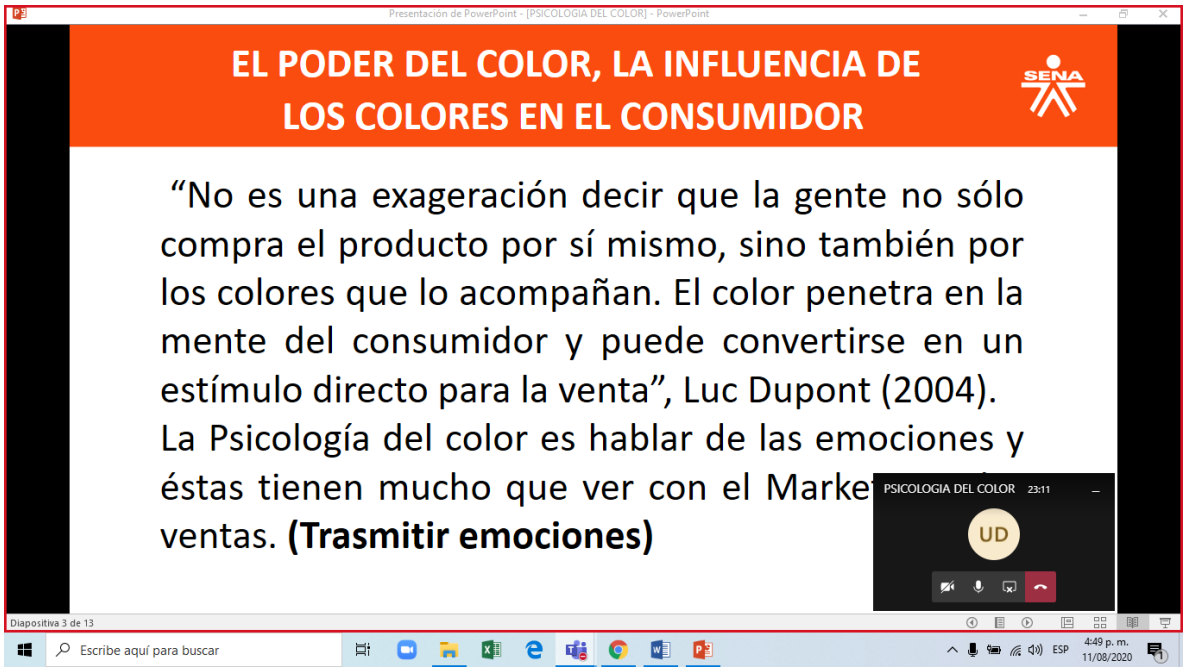
5- Que es neuromarketing?

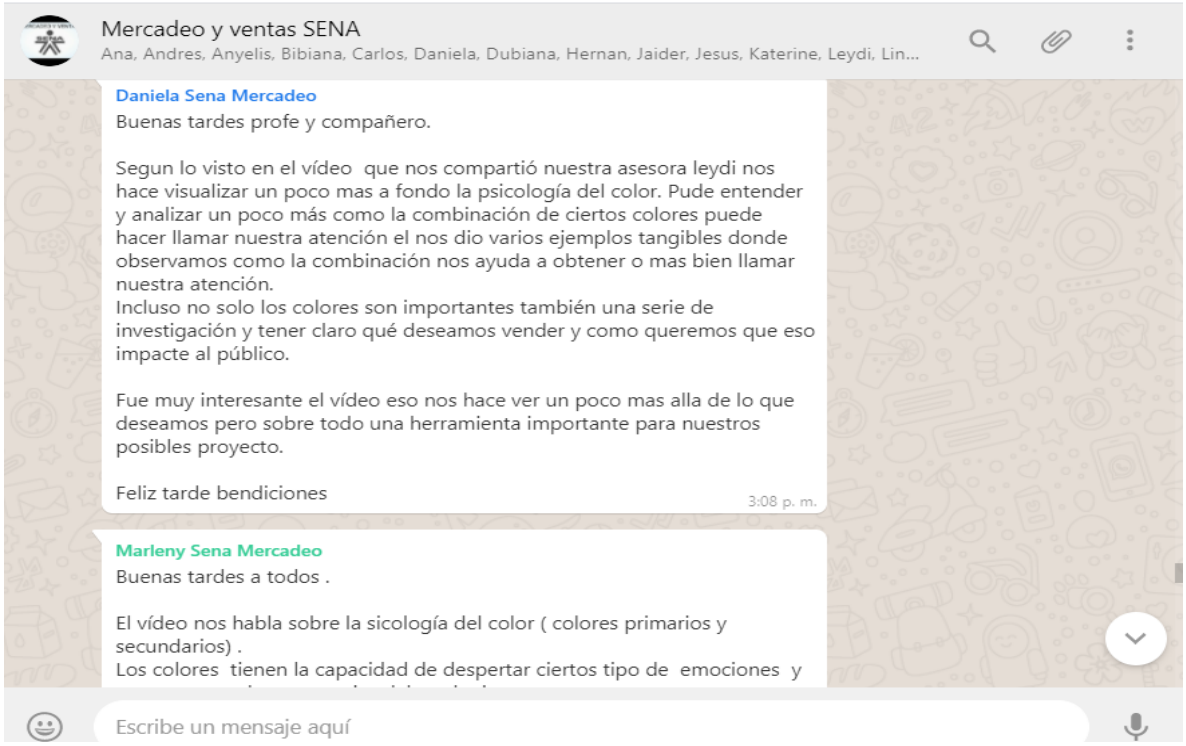
Consiste en ellas distintas técnicas utilizadas por las empresas para atraer a los clientes.

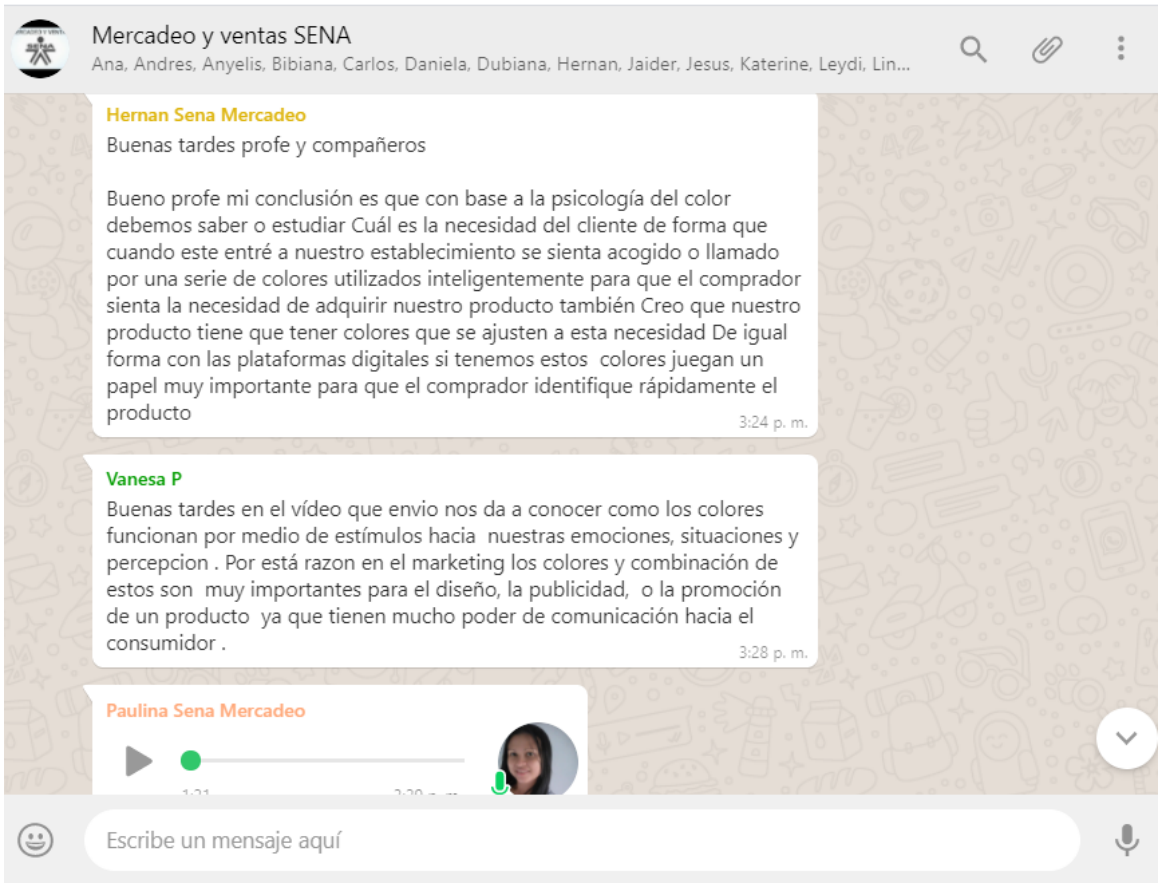
ONYDETH DIAZ VERGARA
CC: 1007501801

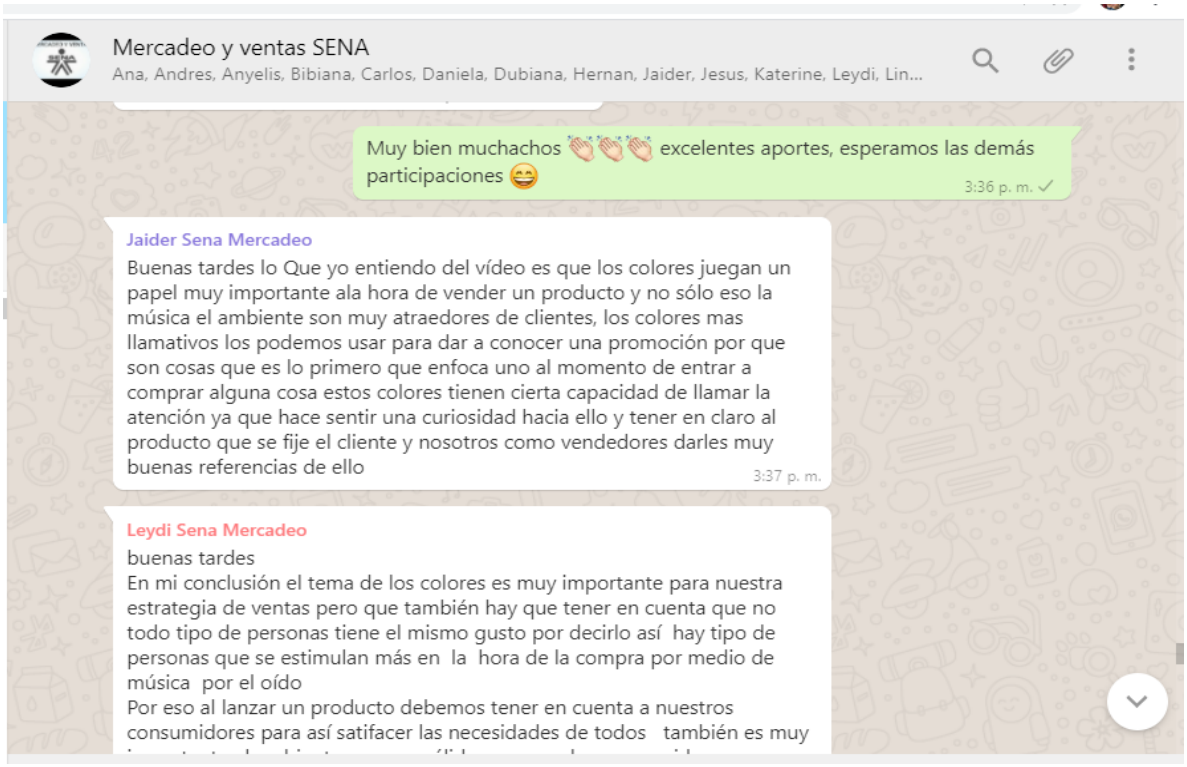


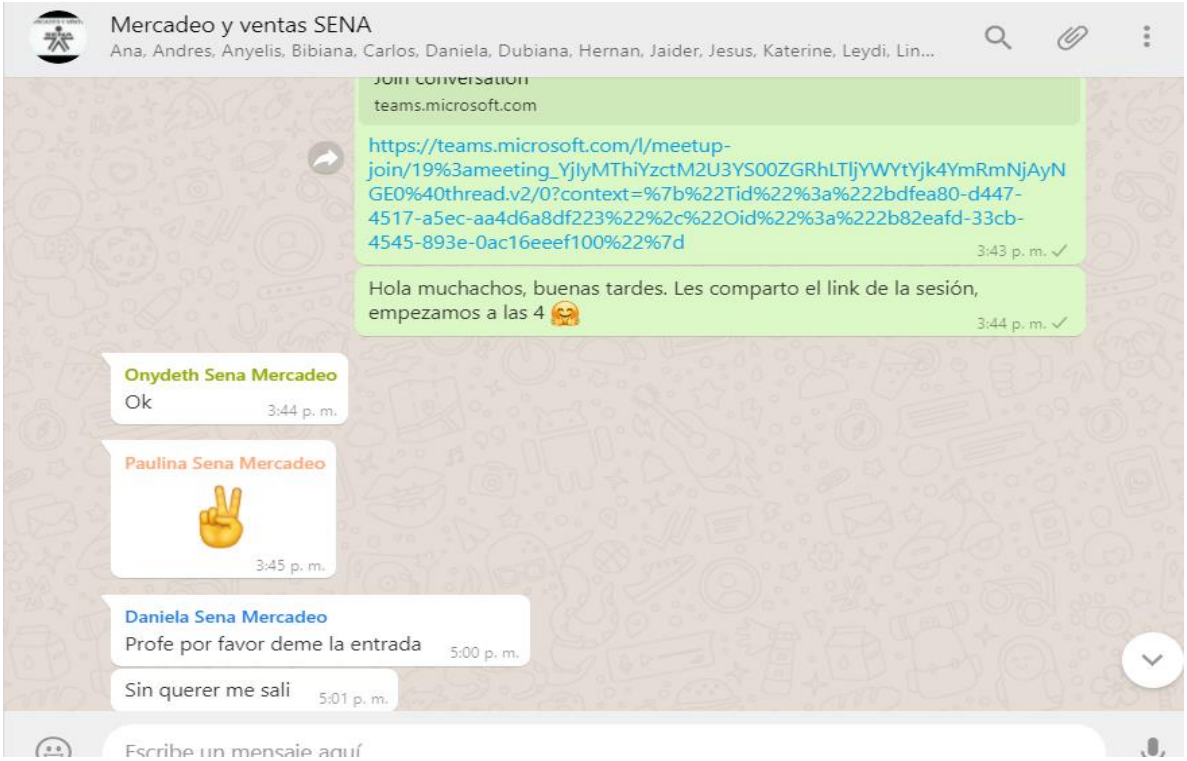

Buscar
Sena
Contactos
Invite a alguien
Actualmente en est... (13)
Silenciar a todos
Leidy Ramos Jaramillo
Organizador
Camilo Oviedo
Invitado
Ana Paulina Pérez Pérez
Invitado
jaider Marzola
Invitado
Leidy Ramos
Invitado
Marleny
Invitado
Melissa (Invitado)
Invitado
OnYdEtH DiAz
SADITH
Invitado
Usuario desconocido
Usuario desconocido
LR
AP
UD
JM
UD
M
CO
Leidy Ramos
Ana Paulina Pérez Pérez
Usuario desconocido
jaider Marzola
Usuario desconocido
Melissa (Invitado)
Camilo Oviedo
OnYdEtH DiAz
36:36
Escribe aquí para buscar
ESP
5:02 p. m.
11/08/2020


Presentación de PowerPoint - [PSICOLOGIA DEL COLOR] - PowerPoint
EL PODER DEL COLOR, LA INFLUENCIA DE LOS COLORES EN EL CONSUMIDOR
SENA
"No es una exageración decir que la gente no sólo compra el producto por sí mismo, sino también por los colores que lo acompañan. El color penetra en la mente del consumidor y puede convertirse en un estímulo directo para la venta", Luc Dupont (2004).
La Psicología del color es hablar de las emociones y éstas tienen mucho que ver con el Marke
ventas. (Trasmitir emociones)
PSICOLOGIA DEL COLOR 23:11
UD
Diapositiva 3 de 13
Escribe aquí para buscar
ESP
4:49 p. m.
11/08/2020

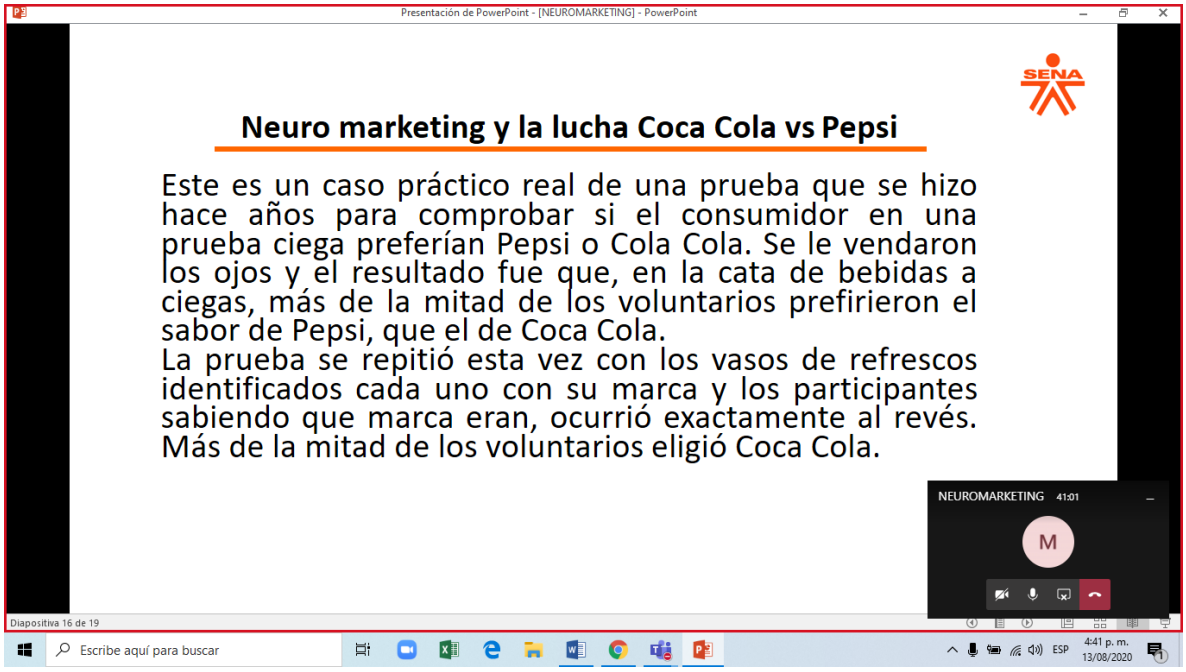

Mercadeo y ventas SENA
Ana, Andres, Anyelis, Bibiana, Carlos, Daniela, Dubiana, Hernan, Jaider, Jesus, Katerine, Leydi, Lin...
Daniela Sena Mercadeo
Buenas tardes profe y compañero.
Segun lo visto en el vídeo que nos compartió nuestra asesora leydi nos hace visualizar un poco mas a fondo la psicología del color. Pude entender y analizar un poco más como la combinación de ciertos colores puede hacer llamar nuestra atención el nos dio varios ejemplos tangibles donde observamos como la combinación nos ayuda a obtener o mas bien llamar nuestra atención.
Incluso no solo los colores son importantes también una serie de investigación y tener claro qué deseamos vender y como queremos que eso impacte al público.
Fue muy interesante el vídeo eso nos hace ver un poco mas alla de lo que deseamos pero sobre todo una herramienta importante para nuestros posibles proyecto.
Feliz tarde bendiciones
3:08 p. m.
Marleny Sena Mercadeo
Buenas tardes a todos .
El vídeo nos habla sobre la sicología del color (colores primarios y secundarios) .
Los colores tienen la capacidad de despertar ciertos tipo de emociones y
Escribe un mensaje aquí


Mercadeo y ventas SENA
Ana, Andres, Anyelis, Bibiana, Carlos, Daniela, Dubiana, Hernan, Jaider, Jesus, Katerine, Leydi, Lin...
Hernan Sena Mercadeo
Buenas tardes profe y compañeros
Bueno profe mi conclusión es que con base a la psicología del color debemos saber o estudiar Cuál es la necesidad del cliente de forma que cuando este entré a nuestro establecimiento se sienta acogido o llamado por una serie de colores utilizados inteligentemente para que el comprador sienta la necesidad de adquirir nuestro producto también Creo que nuestro producto tiene que tener colores que se ajusten a esta necesidad De igual forma con las plataformas digitales si tenemos estos colores juegan un papel muy importante para que el comprador identifique rápidamente el producto
3:24 p. m.
Vanesa P
Buenas tardes en el vídeo que envio nos da a conocer como los colores funcionan por medio de estímulos hacia nuestras emociones, situaciones y percepcion . Por está razon en el marketing los colores y combinación de estos son muy importantes para el diseño, la publicidad, o la promoción de un producto ya que tienen mucho poder de comunicación hacia el consumidor .
3:28 p. m.
Paulina Sena Mercadeo
Escribe un mensaje aquí

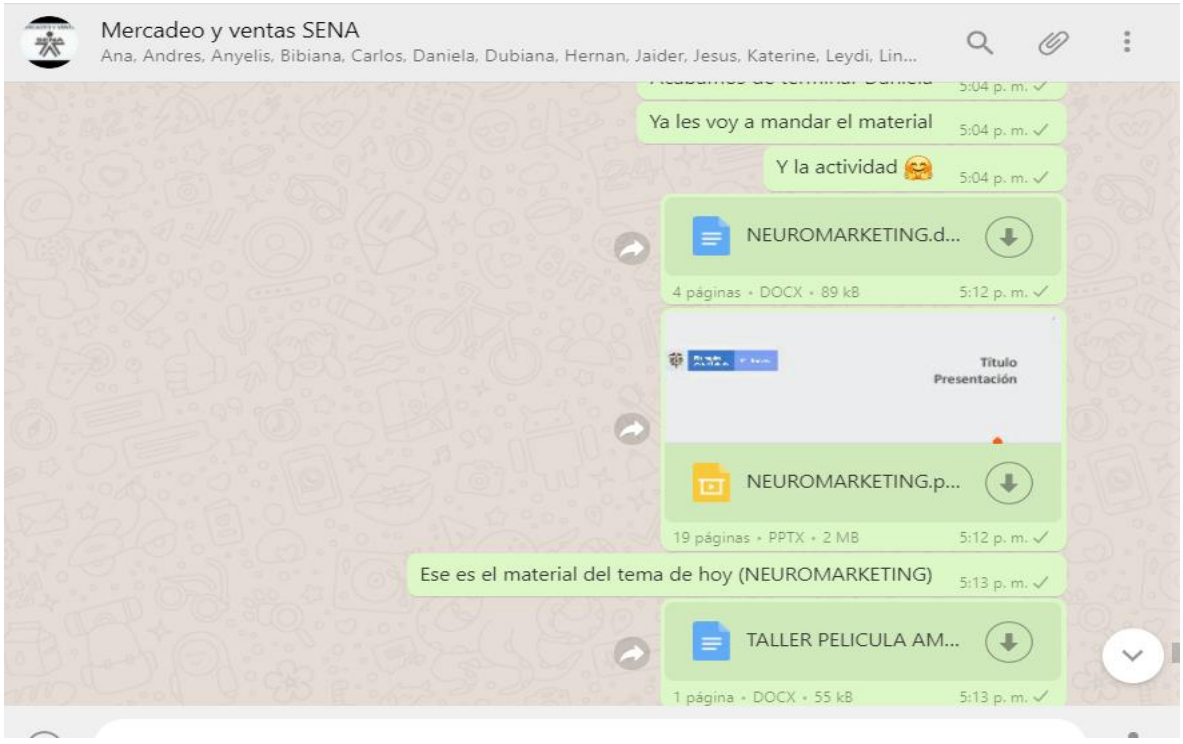

Mercadeo y ventas SENA
Ana, Andres, Anyelis, Bibiana, Carlos, Daniela, Dubiana, Hernan, Jaider, Jesus, Katerine, Leydi, Lin...
Muy bien muchachos 👏👏👏 excelentes aportes, esperamos las demás participaciones 😄
3:36 p. m.
Jaider Sena Mercadeo
Buenas tardes lo Que yo entiendo del vídeo es que los colores juegan un papel muy importante ala hora de vender un producto y no sólo eso la música el ambiente son muy atraedores de clientes, los colores mas llamativos los podemos usar para dar a conocer una promoción por que son cosas que es lo primero que enfoca uno al momento de entrar a comprar alguna cosa estos colores tienen cierta capacidad de llamar la atención ya que hace sentir una curiosidad hacia ello y tener en claro al producto que se fije el cliente y nosotros como vendedores darles muy buenas referencias de ello
3:37 p. m.
Leydi Sena Mercadeo
buenas tardes
En mi conclusión el tema de los colores es muy importante para nuestra estrategia de ventas pero que también hay que tener en cuenta que no todo tipo de personas tiene el mismo gusto por decirlo así hay tipo de personas que se estimulan más en la hora de la compra por medio de música por el oído
Por eso al lanzar un producto debemos tener en cuenta a nuestros consumidores para así satifacer las necesidades de todos también es muy


Mercadeo y ventas SENA
Ana, Andres, Anyelis, Bibiana, Carlos, Daniela, Dubiana, Hernan, Jaider, Jesus, Katerine, Leydi, Lin...
teams.microsoft.com
https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_YjIyMThiYzctM2U3YS00ZGRhLTljYWYtYjk4YmRmNjAyNGE0%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%222bdfea80-d447-4517-a5ec-aa4d6a8df223%22%2c%22Oid%22%3a%222b82eafd-33cb-4545-893e-0ac16eeef100%22%7d
3:43 p. m.
Hola muchachos, buenas tardes. Les comparto el link de la sesión, empezamos a las 4 🤗
3:44 p. m.
Onydeth Sena Mercadeo
Ok
3:44 p. m.
Paulina Sena Mercadeo
3:45 p. m.
Daniela Sena Mercadeo
Profe por favor deme la entrada
5:00 p. m.
Sin querer me sali
5:01 p. m.
Escribe un mensaje aquí

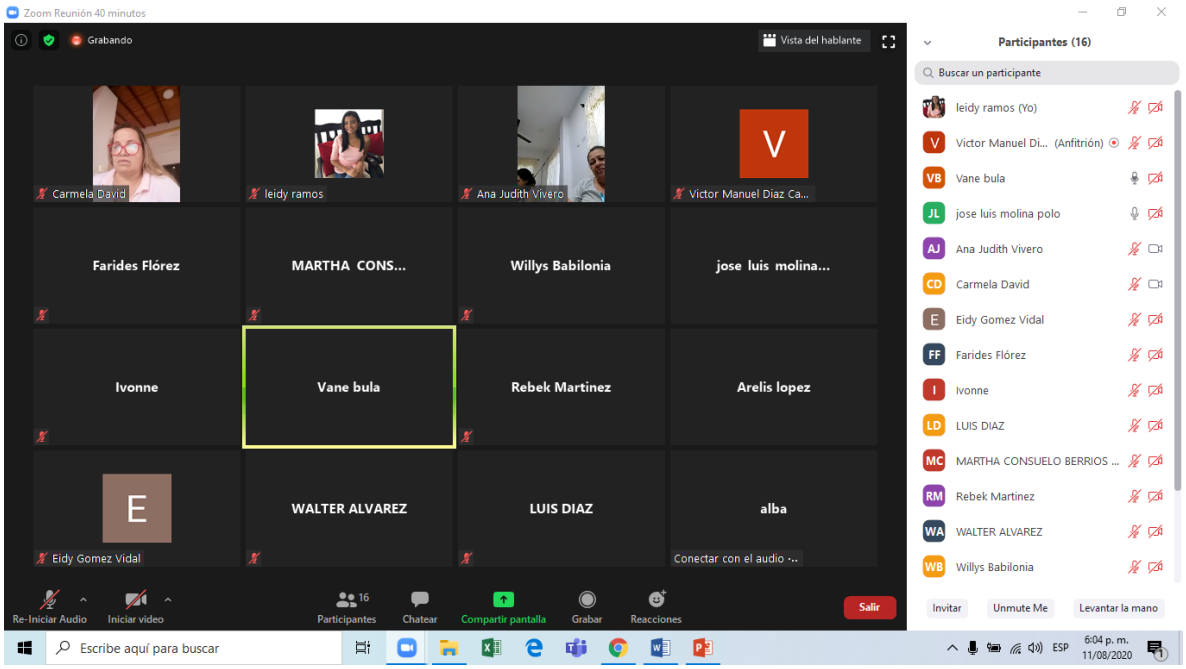

Buscar
Sena
Contactos
Invite a alguien
Actualmente en est... (13)
Silenciar a todos
Leidy Ramos Jaramillo
Organizador
Camilo Oviedo
Invitado
dubiana
Invitado
jaider Marzola
Invitado
Marleny
Invitado
Marlis Gonzalez
Invitado
Melissa (Invitado)
Invitado
OnYdEtH DiAz
SADITH
Invitado
Usuario desconocido
Usuario desconocido
Marleny
Melissa (Invitado)
Marlis Gonzalez
dubiana
jaider Marzola
Camilo Oviedo
Yoneris
40:29
Escribe aquí para buscar
ESP
4:40 p. m.
13/08/2020


Presentación de PowerPoint - [NEUROMARKETING] - PowerPoint
Neuro marketing y la lucha Coca Cola vs Pepsi
Este es un caso práctico real de una prueba que se hizo hace años para comprobar si el consumidor en una prueba ciega preferían Pepsi o Cola Cola. Se le vendaron los ojos y el resultado fue que, en la cata de bebidas a ciegas, más de la mitad de los voluntarios prefirieron el sabor de Pepsi, que el de Coca Cola.
La prueba se repitió esta vez con los vasos de refrescos identificados cada uno con su marca y los participantes sabiendo que marca eran, ocurrió exactamente al revés. Más de la mitad de los voluntarios eligió Coca Cola.
NEUROMARKETING 41:01
M
Diapositiva 16 de 19
Escribe aquí para buscar
ESP
4:41 p. m.
13/08/2020


Buscar
Sena
Contactos
Invite a alguien
Actualmente en est... (13)
Silenciar a todos
Leidy Ramos Jaramillo
Organizador
Camilo Oviedo
Invitado
dubiana
Invitado
jaider Marzola
Invitado
Marleny
Invitado
Marlis Gonzalez
Invitado
Melissa (Invitado)
Invitado
OnYdEtH DiAz
Invitado
SADITH
Invitado
Usuario desconocido
Usuario desconocido
Melissa (Invitado)
Marleny
Marlis Gonzalez
jaider Marzola
Camilo Oviedo
OnYdEtH DiAz
Yoneris
55:30
Escribe aquí para buscar
ESP
4:55 p. m.
13/08/2020


Mercadeo y ventas SENA
Ana, Andres, Anyelis, Bibiana, Carlos, Daniela, Dubiana, Hernan, Jaider, Jesus, Katerine, Leydi, Lin...
Ya les voy a mandar el material
5:04 p. m.
Y la actividad
5:04 p. m.
NEUROMARKETING.d...
4 páginas • DOCX • 89 kB
5:12 p. m.
Título Presentación
NEUROMARKETING.p...
19 páginas • PPTX • 2 MB
5:12 p. m.
Ese es el material del tema de hoy (NEUROMARKETING)
5:13 p. m.
TALLER PELICULA AM...
1 página • DOCX • 55 kB
5:13 p. m.

REUNIÓN EQUIPO VÍCTIMAS 11/08/2020



CURSOS LINKEDLN AGOSTO

