PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Barranquilla, 23 de Diciembre de 2025

Señor (a)
LINDA EVELIN PICHON RONCAYO
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.7327592 de 2025
Coordinadora Comercialización
Centro de Comercio y Servicios
Barranquilla

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Diciembre del año 2025

Referencia: No CO1.PCCNTR.7327592 de 2025

MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA, identificado con la cédula de ciudadanía No. 22.468.162 de Barranquilla, en mi calidad de Contratista del SENA, en Centro de Comercio y Servicios, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación, presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: El valor total del presente contrato es máximo de CUARENTA Y SEIS MILLONES TRESCIENTOS UN MIL SETECIENTOS CUARENTA Y CINCO PESOS M.CTE. ($46.301.745) Incluido IVA de conformidad con el régimen tributario a que pertenezca el contratista. Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) un pago correspondiente a días del mes de Febrero por valor de TRES MILLONES DOSCIENTOS DIECINUEVE MIL SEISCIENTOS CINCUENTA Y OCHO PESOS M/CTE ($3.219.658 b) ocho pagos iguales por valor de CUATRO MILLONES QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS ONCE PESOS M/CTE ($4.599.511) respectivamente comprendidos de marzo a junio y entre agosto a noviembre de 2025. c) Un pago correspondiente a días del mes de julio por valor de DOS MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS SIETE PESOS M/CTE ($2.759.707) d) un último pago por valor de TRES MILLONES QUINIENTOS VEINTISEIS MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y DOS PESOS M/CTE ($3.526.292) correspondiente al mes de diciembre de 2025. Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo con el cronograma definido por la Dirección

Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta Ahorro No. 0550488418080229 de Davivienda de cuyo titular es el contratista. deberá ser informada al supervisor del contrato con el fin de surtir los trámites pertinentes.

Plazo: Desde el 10 de Febrero de 2025 hasta el 23 diciembre de 2025, sin exceder la presente vigencia presupuestal y empezará a contarse a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución indicados en este contrato.

OBJETO:
Instructor: Prestar Servicios Personales Carácter Temporal Para La Formación Profesional Integral, En FORMACION REGULAR TITULADA Y COMPLEMENTARIA Para el Programa Formación DIRECCIÓN DE VENTAS.

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Desarrollar actividades de formación profesional en los programas definidos por el centro.	-Tecnólogo en dirección de ventas ficha 3146121 -Tecnólogo en dirección de ventas ficha 3146122 -Tecnólogo en dirección de ventas ficha 3146123 -Tecnólogo en dirección de ventas ficha 3146141	Registro de asistencia y recopilación y calificación de proyectos formativos desarrollados por los aprendices
2	Entregar al equipo de sofía plus, la información requerida para la asignación de rol y disponibilidad en el aplicativo		Creación del rol
3	Hacer la evaluación correspondiente a los cursos asignados	Evaluar cada ficha, los resultados de aprendizajes orientados	Aplicativo sofiaplus
4	Garantizar que se realicen los juicios evaluativos de las competencias y fichas		

	asignadas (Tituladas y complementarias), dentro de los 8 días siguientes a la terminación de las competencias a cargo que demuestre el resultado de aprendizaje alcanzado por el aprendiz.		
5	En virtud del principio de coordinación, se podrán fijar reuniones, capacitaciones e inducciones a las que deberá asistir el contratista, en aras de lograr un adecuado cumplimiento de los objetivos y la calidad de la formación.		Firma de formato de asistencia a reuniones, capacitaciones y otras actividades que requiera a entidad.
6	Aplicar los recursos didácticos establecidos en el desarrollo curricular del programa de formación.		Recopilación de actividades desarrolladas por los aprendices en su formación.
7	Coadyuvar en las acciones de Retención de las fichas de formación que le han sido asignadas a fin de cumplir con las metas de retención.		Reporte a bienestar al aprendices que presenten inasistencia o problemas económicos y académicos
8	Implementar los procesos de gestión documental adoptados por la entidad.		Entrega de formatos y documentos oficiales respectivos solicitados para cada actividad que se desarrolle en la entidad.
9	Apoyar en las demás asignadas por el supervisor que permitan el adecuado seguimiento de la etapa lectiva y/o productiva.		
10	En virtud del principio de coordinación entre las partes, se deberá dar cumplimiento a la programación de las fichas		

	de formación que le sean asignadas en cada periodo, bien sea en formación titulada o complementaria en las modalidades presencial y virtual.		
11	Aplicar los formatos dispuestos en la plataforma compromiso en el marco del Sistema de Gestión integrado de la entidad. **ENTREGABLES:** En cada cuenta de cobro, el contratista deberá remitir las evidencias que den cuenta del cumplimiento de sus obligaciones contractuales: **1)** Informe detallado del cumplimiento de las obligaciones contractuales, conforme a lo establecido en el contrato de prestación de servicios. (Anexar Registros fotográficos y estado de las fichas atendidas. **2)** Reporte de la evaluación de las fichas asignadas según los resultados de aprendizaje alcanzados. **3)** Soporte de horas programadas en otras actividades en la plataforma de Sofia Plus. **4)** Reporte de novedades por ficha de manera oportuna. Lo anterior, sin perjuicio de los demás requerimientos institucionales para el proceso de cobro de los honorarios a lugar		

A continuación, relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se

describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL

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

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. 9495409819 de la planilla, APORTES EN LINEA, mes de Noviembre 2025. (Decreto Ley 2106 de 2019 – “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en (3) folios

Cordialmente,

Firma

MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
Contratista
C.C. No. 22.468.162 de Barranquilla (Atlántico)

Recibí a satisfacción:

LINDA EVELIN PICHON RONCAYO
SUPERVISORA CONTRATO No. CO1.PCCNTR.7327592 de 2025
Coordinadora Comercialización

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 01/12/2025 00:00:00

FECHA FINAL: 23/12/2025 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3146122 - DIRECCIÓN DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.

IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS.

IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.

IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.

PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	24,00

FICHA DE APRENDIZAJE:	3146121 - DIRECCIÓN DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.

IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS.

IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.

IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.

PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 24,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3146141 - DIRECCIÓN DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.

IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS.

IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.

IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.

PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	24,00

FICHA DE APRENDIZAJE:	3146123 - DIRECCIÓN DE VENTAS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.

IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS.

IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.

IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.

PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 24,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 96,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
01/12/2025	04/12/2025	OTROS	32,00

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 32,00

INSTRUCTOR: MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

Fecha del Reporte: 05/12/2025

Ficha de Caracterización: 3146122

Cógigo: 621111

Versión: 100

Denominación: DIRECCIÓN DE VENTAS

Estado de la Ficha de Caracterización: EN EJECUCION

Fecha Inicio: 10/02/2025

Fecha Fin: 09/02/2027

Modalidad de Formación: PRESENCIAL

Regional: 8 - REGIONAL ATLÁNTICO

Centro de Formación: 9302 - CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos
CC	1041694054	LAURITH VANESSA	ROMERO HENAO
CC	1041694054	LAURITH VANESSA	ROMERO HENAO
CC	1041694054	LAURITH VANESSA	ROMERO HENAO

CC	1041694054	LAURITH VANESSA	ROMERO HENAO
CC	1041694054	LAURITH VANESSA	ROMERO HENAO
TI	1041694755	VALERY	ESCORCIA SARAVIA
TI	1041694755	VALERY	ESCORCIA SARAVIA
TI	1041694755	VALERY	ESCORCIA SARAVIA
TI	1041694755	VALERY	ESCORCIA SARAVIA
TI	1041694755	VALERY	ESCORCIA SARAVIA
CC	1042851927	HERNAN JUNIOR	PEREZ OSPINO

CC	1042851927	HERNAN JUNIOR	PEREZ OSPINO
CC	1042851927	HERNAN JUNIOR	PEREZ OSPINO
CC	1042851927	HERNAN JUNIOR	PEREZ OSPINO
CC	1042851927	HERNAN JUNIOR	PEREZ OSPINO
CC	1043139393	MELANY LUCIA	OSORIO CASTRO
CC	1043139393	MELANY LUCIA	OSORIO CASTRO
CC	1043139393	MELANY LUCIA	OSORIO CASTRO
CC	1043139393	MELANY LUCIA	OSORIO CASTRO

CC	1043139393	MELANY LUCIA	OSORIO CASTRO
TI	1043143483	ADRIANA PATRICIA	ARIZA MOLINA
TI	1043143483	ADRIANA PATRICIA	ARIZA MOLINA
TI	1043143483	ADRIANA PATRICIA	ARIZA MOLINA
TI	1043143483	ADRIANA PATRICIA	ARIZA MOLINA
TI	1043143483	ADRIANA PATRICIA	ARIZA MOLINA
TI	1043144942	JAHN ALBERTO	ESCORCIA PERTUZ
TI	1043144942	JAHN ALBERTO	ESCORCIA PERTUZ

TI	1043144942	JAHN ALBERTO	ESCORCIA PERTUZ
TI	1043144942	JAHN ALBERTO	ESCORCIA PERTUZ
TI	1043144942	JAHN ALBERTO	ESCORCIA PERTUZ
CC	1043443651	DIANA LIZ	VASQUEZ CERVANTES
CC	1043443651	DIANA LIZ	VASQUEZ CERVANTES
CC	1043443651	DIANA LIZ	VASQUEZ CERVANTES
CC	1043443651	DIANA LIZ	VASQUEZ CERVANTES
CC	1043443651	DIANA LIZ	VASQUEZ CERVANTES

CC	1043444310	YEIMY TATIANA	DIAZ OROZCO
CC	1043444310	YEIMY TATIANA	DIAZ OROZCO
CC	1043444310	YEIMY TATIANA	DIAZ OROZCO
CC	1043444310	YEIMY TATIANA	DIAZ OROZCO
CC	1043444310	YEIMY TATIANA	DIAZ OROZCO
TI	1043447111	JEISON RAFAEL	CASTRO ESCORCIA
TI	1043447111	JEISON RAFAEL	CASTRO ESCORCIA
TI	1043447111	JEISON RAFAEL	CASTRO ESCORCIA

TI	1043447111	JEISON RAFAEL	CASTRO ESCORCIA
TI	1043447111	JEISON RAFAEL	CASTRO ESCORCIA
CC	1043673503	NICOLL DANIELA	CERPA POLO
CC	1043673503	NICOLL DANIELA	CERPA POLO
CC	1043673503	NICOLL DANIELA	CERPA POLO
CC	1043673503	NICOLL DANIELA	CERPA POLO
CC	1043673503	NICOLL DANIELA	CERPA POLO
CC	1043674441	MELANIE MISHEEL	FONTALVO THOMAS

CC	1043674441	MELANIE MISHEEL	FONTALVO THOMAS
CC	1043674441	MELANIE MISHEEL	FONTALVO THOMAS
CC	1043674441	MELANIE MISHEEL	FONTALVO THOMAS
CC	1043674441	MELANIE MISHEEL	FONTALVO THOMAS
TI	1043675916	KEYTLYN ROUS	HUYKE MERCADO
TI	1043675916	KEYTLYN ROUS	HUYKE MERCADO
TI	1043675916	KEYTLYN ROUS	HUYKE MERCADO
TI	1043675916	KEYTLYN ROUS	HUYKE MERCADO

TI	1043675916	KEYTLYN ROUS	HUYKE MERCADO
CC	1043676151	YENDRI VANESA	RAMIREZ CASTRO
CC	1043676151	YENDRI VANESA	RAMIREZ CASTRO
CC	1043676151	YENDRI VANESA	RAMIREZ CASTRO
CC	1043676151	YENDRI VANESA	RAMIREZ CASTRO
CC	1043676151	YENDRI VANESA	RAMIREZ CASTRO
TI	1043872316	RICHARD ANDRES	ARIZA CHARRIS
TI	1043872316	RICHARD ANDRES	ARIZA CHARRIS

TI	1043872316	RICHARD ANDRES	ARIZA CHARRIS
TI	1043872316	RICHARD ANDRES	ARIZA CHARRIS
TI	1043872316	RICHARD ANDRES	ARIZA CHARRIS
CC	1044212900	DARILUZ	CEPEDA MONTERO
CC	1044212900	DARILUZ	CEPEDA MONTERO
CC	1044212900	DARILUZ	CEPEDA MONTERO
CC	1044212900	DARILUZ	CEPEDA MONTERO
CC	1044212900	DARILUZ	CEPEDA MONTERO

TI	1044217756	DANNA SOFIA	CAIPA ARIAS
TI	1044217756	DANNA SOFIA	CAIPA ARIAS
TI	1044217756	DANNA SOFIA	CAIPA ARIAS
TI	1044217756	DANNA SOFIA	CAIPA ARIAS
TI	1044217756	DANNA SOFIA	CAIPA ARIAS
CC	1044617201	LORAINE TATIANA	PEREZ SANDOVAL
CC	1044617201	LORAINE TATIANA	PEREZ SANDOVAL
CC	1044617201	LORAINE TATIANA	PEREZ SANDOVAL

CC	1044617201	LORAINE TATIANA	PEREZ SANDOVAL
CC	1044617201	LORAINE TATIANA	PEREZ SANDOVAL
TI	1044624333	ANGEL DE JESUS	OSPINO NAVAS
TI	1044624333	ANGEL DE JESUS	OSPINO NAVAS
TI	1044624333	ANGEL DE JESUS	OSPINO NAVAS
TI	1044624333	ANGEL DE JESUS	OSPINO NAVAS
TI	1044624333	ANGEL DE JESUS	OSPINO NAVAS
CC	1044624369	AILEEN ZARITH	SALAZAR PRIETO

CC	1044624369	AILEEN ZARITH	SALAZAR PRIETO
CC	1044624369	AILEEN ZARITH	SALAZAR PRIETO
CC	1044624369	AILEEN ZARITH	SALAZAR PRIETO
CC	1044624369	AILEEN ZARITH	SALAZAR PRIETO
TI	1045688541	IRAITHZA ANDREA	DUNCAN CANEDO
TI	1045688541	IRAITHZA ANDREA	DUNCAN CANEDO
TI	1045688541	IRAITHZA ANDREA	DUNCAN CANEDO
TI	1045688541	IRAITHZA ANDREA	DUNCAN CANEDO

TI	1045688541	IRAITHZA ANDREA	DUNCAN CANEDO
CC	1046338460	JAIFERSO JUNIOR	OROZCO APARICIO
CC	1046338460	JAIFERSO JUNIOR	OROZCO APARICIO
CC	1046338460	JAIFERSO JUNIOR	OROZCO APARICIO
CC	1046338460	JAIFERSO JUNIOR	OROZCO APARICIO
CC	1046338460	JAIFERSO JUNIOR	OROZCO APARICIO
TI	1046702438	YERIVET JOHANA	SALINA MENDOZA
TI	1046702438	YERIVET JOHANA	SALINA MENDOZA

TI	1046702438	YERIVET JOHANA	SALINA MENDOZA
TI	1046702438	YERIVET JOHANA	SALINA MENDOZA
TI	1046702438	YERIVET JOHANA	SALINA MENDOZA
CC	1047043411	RANDY STICK	GOMEZ VILLA
CC	1047043411	RANDY STICK	GOMEZ VILLA
CC	1047043411	RANDY STICK	GOMEZ VILLA
CC	1047043411	RANDY STICK	GOMEZ VILLA
CC	1047043411	RANDY STICK	GOMEZ VILLA

CC	1047224024	AYSHELL	PEDROZA PAYARES
CC	1047224024	AYSHELL	PEDROZA PAYARES
CC	1047224024	AYSHELL	PEDROZA PAYARES
CC	1047224024	AYSHELL	PEDROZA PAYARES
CC	1047224024	AYSHELL	PEDROZA PAYARES
CC	1065607883	NATALI ALEJANDRA	GONZALEZ ORTIZ
CC	1065607883	NATALI ALEJANDRA	GONZALEZ ORTIZ
CC	1065607883	NATALI ALEJANDRA	GONZALEZ ORTIZ

CC	1065607883	NATALI ALEJANDRA	GONZALEZ ORTIZ
CC	1065607883	NATALI ALEJANDRA	GONZALEZ ORTIZ
CC	1102819544	YOSNAIDER RAFAEL	VASQUEZ VERDEZA
CC	1102819544	YOSNAIDER RAFAEL	VASQUEZ VERDEZA
CC	1102819544	YOSNAIDER RAFAEL	VASQUEZ VERDEZA
CC	1102819544	YOSNAIDER RAFAEL	VASQUEZ VERDEZA
CC	1102819544	YOSNAIDER RAFAEL	VASQUEZ VERDEZA
CC	1127576243	JULIAN DAVID	TORRENEGRA RAMOS

CC	1127576243	JULIAN DAVID	TORRENEGRA RAMOS
CC	1127576243	JULIAN DAVID	TORRENEGRA RAMOS
CC	1127576243	JULIAN DAVID	TORRENEGRA RAMOS
CC	1127576243	JULIAN DAVID	TORRENEGRA RAMOS
CC	1127594869	JENNIREE VERUSKA	SERNA RICARDO
CC	1127594869	JENNIREE VERUSKA	SERNA RICARDO
CC	1127594869	JENNIREE VERUSKA	SERNA RICARDO
CC	1127594869	JENNIREE VERUSKA	SERNA RICARDO

CC	1127594869	JENNIREE VERUSKA	SERNA RICARDO
CC	1130268968	KARINE PAOLA	JULIO VILLADIEGO
CC	1130268968	KARINE PAOLA	JULIO VILLADIEGO
CC	1130268968	KARINE PAOLA	JULIO VILLADIEGO
CC	1130268968	KARINE PAOLA	JULIO VILLADIEGO
CC	1130268968	KARINE PAOLA	JULIO VILLADIEGO
TI	1143137454	YERICA PAOLA	SANCHEZ GARCIA
TI	1143137454	YERICA PAOLA	SANCHEZ GARCIA

TI	1143137454	YERICA PAOLA	SANCHEZ GARCIA
TI	1143137454	YERICA PAOLA	SANCHEZ GARCIA
TI	1143137454	YERICA PAOLA	SANCHEZ GARCIA
TI	1143233075	JOLANYS JOHANA	LAGARES MARTINEZ
TI	1143233075	JOLANYS JOHANA	LAGARES MARTINEZ
TI	1143233075	JOLANYS JOHANA	LAGARES MARTINEZ
TI	1143233075	JOLANYS JOHANA	LAGARES MARTINEZ
TI	1143233075	JOLANYS JOHANA	LAGARES MARTINEZ

TI	1143233205	SAMIRA ALEJANDRA	ORTEGA CABRERA
TI	1143233205	SAMIRA ALEJANDRA	ORTEGA CABRERA
TI	1143233205	SAMIRA ALEJANDRA	ORTEGA CABRERA
TI	1143233205	SAMIRA ALEJANDRA	ORTEGA CABRERA
TI	1143233205	SAMIRA ALEJANDRA	ORTEGA CABRERA
PPT	5432171	ERIMAR DE JESUS	MORENO SALONES
PPT	5432171	ERIMAR DE JESUS	MORENO SALONES
PPT	5432171	ERIMAR DE JESUS	MORENO SALONES

PPT	5432171	ERIMAR DE JESUS	MORENO SALONES
PPT	5432171	ERIMAR DE JESUS	MORENO SALONES

Reporte de Juicios

Estado	Competencia
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

de Evaluación

Resultado de Aprendizaje	Juicio de Evaluación
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

Fecha y Hora del Juicio Evaluativo	Funcionario que registro el juicio evaluativo
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-

	-
	-
	-
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-
	-

30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-

	-
	-
	-
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-
	-
	-

	-
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-

	-
	-
	-
24/03/2024 17.21 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/06/2024 9.37 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
16/12/2024 10.36 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
16/12/2024 10.36 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
16/12/2024 10.37 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-

	-
	-
	-
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.07 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.35 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 8.29 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

Fecha del Reporte:	05/12/2025
Ficha de Caracterización:	3146123
Cógigo:	621111
Versión:	100
Denominación:	DIRECCIÓN DE VENTAS
Estado de la Ficha de Caracterización:	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	10/02/2025
Fecha Fin:	09/02/2027
Modalidad de Formación:	PRESENCIAL
Regional:	8 - REGIONAL ATLÁNTICO
Centro de Formación:	9302 - CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos
CC	1042252682	SEBASTIAN HABIH	ASCENCIO AGUAS
CC	1042252682	SEBASTIAN HABIH	ASCENCIO AGUAS
CC	1042252682	SEBASTIAN HABIH	ASCENCIO AGUAS

CC	1042252682	SEBASTIAN HABIH	ASCENCIO AGUAS
CC	1042252682	SEBASTIAN HABIH	ASCENCIO AGUAS
TI	1042257068	VALERIE SOFIA	PAJARO PEREIRA
TI	1042257068	VALERIE SOFIA	PAJARO PEREIRA
TI	1042257068	VALERIE SOFIA	PAJARO PEREIRA
TI	1042257068	VALERIE SOFIA	PAJARO PEREIRA
TI	1042257068	VALERIE SOFIA	PAJARO PEREIRA
CC	1043139049	MICHELL ANDREA	FONTALVO GUTIERREZ

CC	1043139049	MICHELL ANDREA	FONTALVO GUTIERREZ
CC	1043139049	MICHELL ANDREA	FONTALVO GUTIERREZ
CC	1043139049	MICHELL ANDREA	FONTALVO GUTIERREZ
CC	1043139049	MICHELL ANDREA	FONTALVO GUTIERREZ
CC	1043142550	ISABELLA MARIA	COLL MALDONADO
CC	1043142550	ISABELLA MARIA	COLL MALDONADO
CC	1043142550	ISABELLA MARIA	COLL MALDONADO
CC	1043142550	ISABELLA MARIA	COLL MALDONADO

CC	1043142550	ISABELLA MARIA	COLL MALDONADO
TI	1043143157	WILLIAM SANTIAGO	MIRANDA GONZALEZ
TI	1043143157	WILLIAM SANTIAGO	MIRANDA GONZALEZ
TI	1043143157	WILLIAM SANTIAGO	MIRANDA GONZALEZ
TI	1043143157	WILLIAM SANTIAGO	MIRANDA GONZALEZ
TI	1043143157	WILLIAM SANTIAGO	MIRANDA GONZALEZ
TI	1043447038	SHARON NICOLL	USUGA BARRERA
TI	1043447038	SHARON NICOLL	USUGA BARRERA

TI	1043447038	SHARON NICOLL	USUGA BARRERA
TI	1043447038	SHARON NICOLL	USUGA BARRERA
TI	1043447038	SHARON NICOLL	USUGA BARRERA
TI	1043447489	NAYELHIS MILEIDIS	PEÑAFIEL BALDOVINO
TI	1043447489	NAYELHIS MILEIDIS	PEÑAFIEL BALDOVINO
TI	1043447489	NAYELHIS MILEIDIS	PEÑAFIEL BALDOVINO
TI	1043447489	NAYELHIS MILEIDIS	PEÑAFIEL BALDOVINO
TI	1043447489	NAYELHIS MILEIDIS	PEÑAFIEL BALDOVINO

TI	1043447493	ADRIANA MARIA	RODRIGUEZ NARVAEZ
TI	1043447493	ADRIANA MARIA	RODRIGUEZ NARVAEZ
TI	1043447493	ADRIANA MARIA	RODRIGUEZ NARVAEZ
TI	1043447493	ADRIANA MARIA	RODRIGUEZ NARVAEZ
TI	1043447493	ADRIANA MARIA	RODRIGUEZ NARVAEZ
TI	1043592045	VALENTINA DE LOS ANGELES	MONTES PALMERA
TI	1043592045	VALENTINA DE LOS ANGELES	MONTES PALMERA
TI	1043592045	VALENTINA DE LOS ANGELES	MONTES PALMERA

TI	1043592045	VALENTINA DE LOS ANGELES	MONTES PALMERA
TI	1043592045	VALENTINA DE LOS ANGELES	MONTES PALMERA
TI	1043608668	SARA LUZ	GUARDO JASPE
TI	1043608668	SARA LUZ	GUARDO JASPE
TI	1043608668	SARA LUZ	GUARDO JASPE
TI	1043608668	SARA LUZ	GUARDO JASPE
TI	1043608668	SARA LUZ	GUARDO JASPE
CC	1043670528	VALERY	DOMINGUEZ CHARRIS

CC	1043670528	VALERY	DOMINGUEZ CHARRIS
CC	1043670528	VALERY	DOMINGUEZ CHARRIS
CC	1043670528	VALERY	DOMINGUEZ CHARRIS
CC	1043670528	VALERY	DOMINGUEZ CHARRIS
TI	1043672713	CAMILO ANDRES	VILLALBA GALVIS
TI	1043672713	CAMILO ANDRES	VILLALBA GALVIS
TI	1043672713	CAMILO ANDRES	VILLALBA GALVIS
TI	1043672713	CAMILO ANDRES	VILLALBA GALVIS

TI	1043672713	CAMILO ANDRES	VILLALBA GALVIS
CC	1043673543	ISABELA	RUA FONTALVO
CC	1043673543	ISABELA	RUA FONTALVO
CC	1043673543	ISABELA	RUA FONTALVO
CC	1043673543	ISABELA	RUA FONTALVO
CC	1043673543	ISABELA	RUA FONTALVO
CC	1043871207	LUIS MARIO	CONRADO MARIN
CC	1043871207	LUIS MARIO	CONRADO MARIN

CC	1043871207	LUIS MARIO	CONRADO MARIN
CC	1043871207	LUIS MARIO	CONRADO MARIN
CC	1043871207	LUIS MARIO	CONRADO MARIN
CC	1043872382	ANJHY PAOLA	ESCORCIA ESCORCIA
CC	1043872382	ANJHY PAOLA	ESCORCIA ESCORCIA
CC	1043872382	ANJHY PAOLA	ESCORCIA ESCORCIA
CC	1043872382	ANJHY PAOLA	ESCORCIA ESCORCIA
CC	1043872382	ANJHY PAOLA	ESCORCIA ESCORCIA

CC	1044214075	NAILETH MARIA	CAMACHO PACHECO
CC	1044214075	NAILETH MARIA	CAMACHO PACHECO
CC	1044214075	NAILETH MARIA	CAMACHO PACHECO
CC	1044214075	NAILETH MARIA	CAMACHO PACHECO
CC	1044214075	NAILETH MARIA	CAMACHO PACHECO
TI	1044217000	LUIS ENRIQUE	MENDOZA MENDOZA
TI	1044217000	LUIS ENRIQUE	MENDOZA MENDOZA
TI	1044217000	LUIS ENRIQUE	MENDOZA MENDOZA

TI	1044217000	LUIS ENRIQUE	MENDOZA MENDOZA
TI	1044217000	LUIS ENRIQUE	MENDOZA MENDOZA
CC	1044615816	CAMILA ANDREA	MERCADO DE LA HOZ
CC	1044615816	CAMILA ANDREA	MERCADO DE LA HOZ
CC	1044615816	CAMILA ANDREA	MERCADO DE LA HOZ
CC	1044615816	CAMILA ANDREA	MERCADO DE LA HOZ
CC	1044615816	CAMILA ANDREA	MERCADO DE LA HOZ
CC	1044624387	LAUREN VANESA	ZAPATA RODRIGUEZ

CC	1044624387	LAUREN VANESA	ZAPATA RODRIGUEZ
CC	1044624387	LAUREN VANESA	ZAPATA RODRIGUEZ
CC	1044624387	LAUREN VANESA	ZAPATA RODRIGUEZ
CC	1044624387	LAUREN VANESA	ZAPATA RODRIGUEZ
CC	1044624931	FABIAN JUNIOR	CASTRO ORTIZ
CC	1044624931	FABIAN JUNIOR	CASTRO ORTIZ
CC	1044624931	FABIAN JUNIOR	CASTRO ORTIZ
CC	1044624931	FABIAN JUNIOR	CASTRO ORTIZ

CC	1044624931	FABIAN JUNIOR	CASTRO ORTIZ
CC	1044625691	TATIANA PATRICIA	DE AGUAS CAMARGO
CC	1044625691	TATIANA PATRICIA	DE AGUAS CAMARGO
CC	1044625691	TATIANA PATRICIA	DE AGUAS CAMARGO
CC	1044625691	TATIANA PATRICIA	DE AGUAS CAMARGO
CC	1044625691	TATIANA PATRICIA	DE AGUAS CAMARGO
TI	1044626281	YUREN YESID	RUBIO DIAZ
TI	1044626281	YUREN YESID	RUBIO DIAZ

TI	1044626281	YUREN YESID	RUBIO DIAZ
TI	1044626281	YUREN YESID	RUBIO DIAZ
TI	1044626281	YUREN YESID	RUBIO DIAZ
TI	1044628565	LEONOR SOFIA	DURAN HERRERA
TI	1044628565	LEONOR SOFIA	DURAN HERRERA
TI	1044628565	LEONOR SOFIA	DURAN HERRERA
TI	1044628565	LEONOR SOFIA	DURAN HERRERA
TI	1044628565	LEONOR SOFIA	DURAN HERRERA

TI	1046703208	DANNA MARCELA	DE LA ROSA RAMOS
TI	1046703208	DANNA MARCELA	DE LA ROSA RAMOS
TI	1046703208	DANNA MARCELA	DE LA ROSA RAMOS
TI	1046703208	DANNA MARCELA	DE LA ROSA RAMOS
TI	1046703208	DANNA MARCELA	DE LA ROSA RAMOS
CC	1047338990	JULIANYS VANESSA	ESCOBAR CHARRIS
CC	1047338990	JULIANYS VANESSA	ESCOBAR CHARRIS
CC	1047338990	JULIANYS VANESSA	ESCOBAR CHARRIS

CC	1047338990	JULIANYS VANESSA	ESCOBAR CHARRIS
CC	1047338990	JULIANYS VANESSA	ESCOBAR CHARRIS
TI	1048280326	LINDERSON ALBERTO	MARIN PESTANA
TI	1048280326	LINDERSON ALBERTO	MARIN PESTANA
TI	1048280326	LINDERSON ALBERTO	MARIN PESTANA
TI	1048280326	LINDERSON ALBERTO	MARIN PESTANA
TI	1048280326	LINDERSON ALBERTO	MARIN PESTANA
CC	1083434090	NATALIA JOSE	MERIÑO CABALLERO

CC	1083434090	NATALIA JOSE	MERIÑO CABALLERO
CC	1083434090	NATALIA JOSE	MERIÑO CABALLERO
CC	1083434090	NATALIA JOSE	MERIÑO CABALLERO
CC	1083434090	NATALIA JOSE	MERIÑO CABALLERO
CC	1129537537	KEINER JESUS	JIMENEZ DIAZ
CC	1129537537	KEINER JESUS	JIMENEZ DIAZ
CC	1129537537	KEINER JESUS	JIMENEZ DIAZ
CC	1129537537	KEINER JESUS	JIMENEZ DIAZ

CC	1129537537	KEINER JESUS	JIMENEZ DIAZ
CC	1143229587	LUISA FERNANDA	SOLANO JIMENEZ
CC	1143229587	LUISA FERNANDA	SOLANO JIMENEZ
CC	1143229587	LUISA FERNANDA	SOLANO JIMENEZ
CC	1143229587	LUISA FERNANDA	SOLANO JIMENEZ
CC	1143229587	LUISA FERNANDA	SOLANO JIMENEZ
TI	1143231074	DAYANA MARCELA	SIADES MACIAS
TI	1143231074	DAYANA MARCELA	SIADES MACIAS

TI	1143231074	DAYANA MARCELA	SIADES MACIAS
TI	1143231074	DAYANA MARCELA	SIADES MACIAS
TI	1143231074	DAYANA MARCELA	SIADES MACIAS
TI	1143232106	KEYLLIS ENITH	MONTALVO VELAIDE
TI	1143232106	KEYLLIS ENITH	MONTALVO VELAIDE
TI	1143232106	KEYLLIS ENITH	MONTALVO VELAIDE
TI	1143232106	KEYLLIS ENITH	MONTALVO VELAIDE
TI	1143232106	KEYLLIS ENITH	MONTALVO VELAIDE

CC	1143424992	JORGANI PAMELA	SILVA SANJUAN
CC	1143424992	JORGANI PAMELA	SILVA SANJUAN
CC	1143424992	JORGANI PAMELA	SILVA SANJUAN
CC	1143424992	JORGANI PAMELA	SILVA SANJUAN
CC	1143424992	JORGANI PAMELA	SILVA SANJUAN

Reporte de Juicios

Estado	Competencia
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
APLAZADO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
APLAZADO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
APLAZADO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
APLAZADO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

de Evaluación

Resultado de Aprendizaje	Juicio de Evaluación
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

Fecha y Hora del Juicio Evaluativo	Funcionario que registro el juicio evaluativo
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.49 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

	-
	-
	-
	-
	-
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-

	-
	-
	-
	-
	-
	-
	-
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-
	-

	-
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-

	-
	-
	-
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-
	-
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-
	-

	-
30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-

	-
	-
	-
	-
	-
	-
	-
	-

30/04/2025 14.19 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.48 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.32 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 13.33 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

Fecha del Reporte:	05/12/2025
Ficha de Caracterización:	3146141
Cógigo:	621111
Versión:	100
Denominación:	DIRECCIÓN DE VENTAS
Estado de la Ficha de Caracterización:	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	10/02/2025
Fecha Fin:	10/02/2027
Modalidad de Formación:	PRESENCIAL
Regional:	8 - REGIONAL ATLÁNTICO
Centro de Formación:	9302 - CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos
CC	1042253688	DILANIS DAYANIS	CASTILLA LOPEZ
CC	1042253688	DILANIS DAYANIS	CASTILLA LOPEZ
CC	1042253688	DILANIS DAYANIS	CASTILLA LOPEZ

CC	1042253688	DILANIS DAYANIS	CASTILLA LOPEZ
CC	1042253688	DILANIS DAYANIS	CASTILLA LOPEZ
TI	1042255034	JUAN SEBASTIAN	MARTINEZ VILLA
TI	1042255034	JUAN SEBASTIAN	MARTINEZ VILLA
TI	1042255034	JUAN SEBASTIAN	MARTINEZ VILLA
TI	1042255034	JUAN SEBASTIAN	MARTINEZ VILLA
TI	1042255034	JUAN SEBASTIAN	MARTINEZ VILLA
CC	1042853810	ANA LUCIA	RACINE ALBOR

CC	1042853810	ANA LUCIA	RACINE ALBOR
CC	1042853810	ANA LUCIA	RACINE ALBOR
CC	1042853810	ANA LUCIA	RACINE ALBOR
CC	1042853810	ANA LUCIA	RACINE ALBOR
TI	1043018421	MARIANGEL	MENDOZA CABALLERO
TI	1043018421	MARIANGEL	MENDOZA CABALLERO
TI	1043018421	MARIANGEL	MENDOZA CABALLERO
TI	1043018421	MARIANGEL	MENDOZA CABALLERO

TI	1043018421	MARIANGEL	MENDOZA CABALLERO
CC	1043127648	FRANKLIN JAVIER	CELIN MORENO
CC	1043127648	FRANKLIN JAVIER	CELIN MORENO
CC	1043127648	FRANKLIN JAVIER	CELIN MORENO
CC	1043127648	FRANKLIN JAVIER	CELIN MORENO
CC	1043127648	FRANKLIN JAVIER	CELIN MORENO
CC	1043444572	DIANA CAROLINA	ANGULO CARO
CC	1043444572	DIANA CAROLINA	ANGULO CARO

CC	1043444572	DIANA CAROLINA	ANGULO CARO
CC	1043444572	DIANA CAROLINA	ANGULO CARO
CC	1043444572	DIANA CAROLINA	ANGULO CARO
CC	1043666209	MARIA JOSE	CHARRIS PERTUZ
CC	1043666209	MARIA JOSE	CHARRIS PERTUZ
CC	1043666209	MARIA JOSE	CHARRIS PERTUZ
CC	1043666209	MARIA JOSE	CHARRIS PERTUZ
CC	1043666209	MARIA JOSE	CHARRIS PERTUZ

CC	1043668923	PABLO JOSE	GUETE SUAREZ
CC	1043668923	PABLO JOSE	GUETE SUAREZ
CC	1043668923	PABLO JOSE	GUETE SUAREZ
CC	1043668923	PABLO JOSE	GUETE SUAREZ
CC	1043668923	PABLO JOSE	GUETE SUAREZ
CC	1043671337	LINA MARCELA	GRANADOS BALLESTEROS
CC	1043671337	LINA MARCELA	GRANADOS BALLESTEROS
CC	1043671337	LINA MARCELA	GRANADOS BALLESTEROS

CC	1043671337	LINA MARCELA	GRANADOS BALLESTEROS
CC	1043671337	LINA MARCELA	GRANADOS BALLESTEROS
CC	1043872072	KIARA PAOLA	CALLE ACUÑA
CC	1043872072	KIARA PAOLA	CALLE ACUÑA
CC	1043872072	KIARA PAOLA	CALLE ACUÑA
CC	1043872072	KIARA PAOLA	CALLE ACUÑA
CC	1043872072	KIARA PAOLA	CALLE ACUÑA
CC	1044618290	ANGELA JOLIE	GARCIA LEIVA

CC	1044618290	ANGELA JOLIE	GARCIA LEIVA
CC	1044618290	ANGELA JOLIE	GARCIA LEIVA
CC	1044618290	ANGELA JOLIE	GARCIA LEIVA
CC	1044618290	ANGELA JOLIE	GARCIA LEIVA
CC	1044620336	NICOLE YULIANA	FUENTES PAYARES
CC	1044620336	NICOLE YULIANA	FUENTES PAYARES
CC	1044620336	NICOLE YULIANA	FUENTES PAYARES
CC	1044620336	NICOLE YULIANA	FUENTES PAYARES

CC	1044620336	NICOLE YULIANA	FUENTES PAYARES
TI	1044622405	MIGUEL ANGEL	TRUJILLO PACHECO
TI	1044622405	MIGUEL ANGEL	TRUJILLO PACHECO
TI	1044622405	MIGUEL ANGEL	TRUJILLO PACHECO
TI	1044622405	MIGUEL ANGEL	TRUJILLO PACHECO
TI	1044622405	MIGUEL ANGEL	TRUJILLO PACHECO
CC	1044622885	JOSTIN DAVID	DE LA HOZ ORTEGA
CC	1044622885	JOSTIN DAVID	DE LA HOZ ORTEGA

CC	1044622885	JOSTIN DAVID	DE LA HOZ ORTEGA
CC	1044622885	JOSTIN DAVID	DE LA HOZ ORTEGA
CC	1044622885	JOSTIN DAVID	DE LA HOZ ORTEGA
TI	1044635131	PAULA ANDREA	VELASQUEZ HOYOS
TI	1044635131	PAULA ANDREA	VELASQUEZ HOYOS
TI	1044635131	PAULA ANDREA	VELASQUEZ HOYOS
TI	1044635131	PAULA ANDREA	VELASQUEZ HOYOS
TI	1044635131	PAULA ANDREA	VELASQUEZ HOYOS

TI	1046704182	NASHARA MISHELL	DIAZ ROMERO
TI	1046704182	NASHARA MISHELL	DIAZ ROMERO
TI	1046704182	NASHARA MISHELL	DIAZ ROMERO
TI	1046704182	NASHARA MISHELL	DIAZ ROMERO
TI	1046704182	NASHARA MISHELL	DIAZ ROMERO
CC	1048069152	CARLOS ANDRES	PINTO CASTRO
CC	1048069152	CARLOS ANDRES	PINTO CASTRO
CC	1048069152	CARLOS ANDRES	PINTO CASTRO

CC	1048069152	CARLOS ANDRES	PINTO CASTRO
CC	1048069152	CARLOS ANDRES	PINTO CASTRO
CC	1048070008	EDGAR RICARDO	HERNANDEZ CABALLERO
CC	1048070008	EDGAR RICARDO	HERNANDEZ CABALLERO
CC	1048070008	EDGAR RICARDO	HERNANDEZ CABALLERO
CC	1048070008	EDGAR RICARDO	HERNANDEZ CABALLERO
CC	1048070008	EDGAR RICARDO	HERNANDEZ CABALLERO
TI	1048073045	GISELL ANDREA	RAMOS MANTILLA

TI	1048073045	GISELL ANDREA	RAMOS MANTILLA
TI	1048073045	GISELL ANDREA	RAMOS MANTILLA
TI	1048073045	GISELL ANDREA	RAMOS MANTILLA
TI	1048073045	GISELL ANDREA	RAMOS MANTILLA
CC	1048279752	FRAY LUIS	NIÑO ANGULO
CC	1048279752	FRAY LUIS	NIÑO ANGULO
CC	1048279752	FRAY LUIS	NIÑO ANGULO
CC	1048279752	FRAY LUIS	NIÑO ANGULO

CC	1048279752	FRAY LUIS	NIÑO ANGULO
TI	1096205471	LAURENT STEPHANY	BAYTER OVIEDO
TI	1096205471	LAURENT STEPHANY	BAYTER OVIEDO
TI	1096205471	LAURENT STEPHANY	BAYTER OVIEDO
TI	1096205471	LAURENT STEPHANY	BAYTER OVIEDO
TI	1096205471	LAURENT STEPHANY	BAYTER OVIEDO
CC	1129502878	MAITHE YULISSA	VIZCAINO CHACON
CC	1129502878	MAITHE YULISSA	VIZCAINO CHACON

CC	1129502878	MAITHE YULISSA	VIZCAINO CHACON
CC	1129502878	MAITHE YULISSA	VIZCAINO CHACON
CC	1129502878	MAITHE YULISSA	VIZCAINO CHACON
TI	1130269726	JESUS MANUEL	URANGO DURAN
TI	1130269726	JESUS MANUEL	URANGO DURAN
TI	1130269726	JESUS MANUEL	URANGO DURAN
TI	1130269726	JESUS MANUEL	URANGO DURAN
TI	1130269726	JESUS MANUEL	URANGO DURAN

TI	1137527053	MARIA MARGARITA	ZUÑIGA GONZALEZ
TI	1137527053	MARIA MARGARITA	ZUÑIGA GONZALEZ
TI	1137527053	MARIA MARGARITA	ZUÑIGA GONZALEZ
TI	1137527053	MARIA MARGARITA	ZUÑIGA GONZALEZ
TI	1137527053	MARIA MARGARITA	ZUÑIGA GONZALEZ
CC	1139427764	MARIA FERNANDA	COBA CORTES
CC	1139427764	MARIA FERNANDA	COBA CORTES
CC	1139427764	MARIA FERNANDA	COBA CORTES

CC	1139427764	MARIA FERNANDA	COBA CORTES
CC	1139427764	MARIA FERNANDA	COBA CORTES
CC	1143117676	SOLANYIS TATIANA	SOLANO PEREZ
CC	1143117676	SOLANYIS TATIANA	SOLANO PEREZ
CC	1143117676	SOLANYIS TATIANA	SOLANO PEREZ
CC	1143117676	SOLANYIS TATIANA	SOLANO PEREZ
CC	1143117676	SOLANYIS TATIANA	SOLANO PEREZ
TI	1143118783	NAYELIS DAYANA	ARGUMEDO RUEDA

TI	1143118783	NAYELIS DAYANA	ARGUMEDO RUEDA
TI	1143118783	NAYELIS DAYANA	ARGUMEDO RUEDA
TI	1143118783	NAYELIS DAYANA	ARGUMEDO RUEDA
TI	1143118783	NAYELIS DAYANA	ARGUMEDO RUEDA
CC	1143119858	SHARICK PAOLA	MALDONADO HOYOS
CC	1143119858	SHARICK PAOLA	MALDONADO HOYOS
CC	1143119858	SHARICK PAOLA	MALDONADO HOYOS
CC	1143119858	SHARICK PAOLA	MALDONADO HOYOS

CC	1143119858	SHARICK PAOLA	MALDONADO HOYOS
CC	1143228846	MADELAIN	HURTADO GONZALEZ
CC	1143228846	MADELAIN	HURTADO GONZALEZ
CC	1143228846	MADELAIN	HURTADO GONZALEZ
CC	1143228846	MADELAIN	HURTADO GONZALEZ
CC	1143228846	MADELAIN	HURTADO GONZALEZ
CC	1146534037	LEIDYS VANESSA	PEREZ REYES
CC	1146534037	LEIDYS VANESSA	PEREZ REYES

CC	1146534037	LEIDYS VANESSA	PEREZ REYES
CC	1146534037	LEIDYS VANESSA	PEREZ REYES
CC	1146534037	LEIDYS VANESSA	PEREZ REYES
CC	1151477227	MARINA ALEJANDRA	GOENAGA DONADO
CC	1151477227	MARINA ALEJANDRA	GOENAGA DONADO
CC	1151477227	MARINA ALEJANDRA	GOENAGA DONADO
CC	1151477227	MARINA ALEJANDRA	GOENAGA DONADO
CC	1151477227	MARINA ALEJANDRA	GOENAGA DONADO

Reporte de Juicios

Estado	Competencia
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

APLAZADO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
APLAZADO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
APLAZADO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

de Evaluación

Resultado de Aprendizaje	Juicio de Evaluación
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

Fecha y Hora del Juicio Evaluativo	Funcionario que registro el juicio evaluativo
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-

	-
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-
	-
	-
	-
	-
	-

	-
	-
	-
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-

	-
	-
	-
	-
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-

	-
	-
	-
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-
	-
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.27 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 20.10 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 14.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

Fecha del Reporte:	05/12/2025
Ficha de Caracterización:	3146121
Cógigo:	621111
Versión:	100
Denominación:	DIRECCIÓN DE VENTAS
Estado de la Ficha de Caracterización:	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	10/02/2025
Fecha Fin:	09/02/2027
Modalidad de Formación:	PRESENCIAL
Regional:	8 - REGIONAL ATLÁNTICO
Centro de Formación:	9302 - CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos
CC	1041694473	JOSUE JASSIR	BALVIN OSPINO
CC	1041694473	JOSUE JASSIR	BALVIN OSPINO
CC	1041694473	JOSUE JASSIR	BALVIN OSPINO

CC	1041694473	JOSUE JASSIR	BALVIN OSPINO
CC	1041694473	JOSUE JASSIR	BALVIN OSPINO
TI	1041694787	MARIA CAMILA	MEDINA ROCCO
TI	1041694787	MARIA CAMILA	MEDINA ROCCO
TI	1041694787	MARIA CAMILA	MEDINA ROCCO
TI	1041694787	MARIA CAMILA	MEDINA ROCCO
TI	1041694787	MARIA CAMILA	MEDINA ROCCO
TI	1041694868	JEILYN PAOLA	GUERRERO CASTIBLANCO

TI	1041694868	JEILYN PAOLA	GUERRERO CASTIBLANCO
TI	1041694868	JEILYN PAOLA	GUERRERO CASTIBLANCO
TI	1041694868	JEILYN PAOLA	GUERRERO CASTIBLANCO
TI	1041694868	JEILYN PAOLA	GUERRERO CASTIBLANCO
CC	1042249870	ALEX DAVID	AHUMADA CASTRO
CC	1042249870	ALEX DAVID	AHUMADA CASTRO
CC	1042249870	ALEX DAVID	AHUMADA CASTRO
CC	1042249870	ALEX DAVID	AHUMADA CASTRO

CC	1042249870	ALEX DAVID	AHUMADA CASTRO
CC	1042251755	ANDRIS MICHEL	CORDOBA PEREZ
CC	1042251755	ANDRIS MICHEL	CORDOBA PEREZ
CC	1042251755	ANDRIS MICHEL	CORDOBA PEREZ
CC	1042251755	ANDRIS MICHEL	CORDOBA PEREZ
CC	1042251755	ANDRIS MICHEL	CORDOBA PEREZ
CC	1042251876	MELISA	GARCIA DORIA
CC	1042251876	MELISA	GARCIA DORIA

CC	1042251876	MELISA	GARCIA DORIA
CC	1042251876	MELISA	GARCIA DORIA
CC	1042251876	MELISA	GARCIA DORIA
CC	1042255129	SHARON SOFIA	RAMOS YANEZ
CC	1042255129	SHARON SOFIA	RAMOS YANEZ
CC	1042255129	SHARON SOFIA	RAMOS YANEZ
CC	1042255129	SHARON SOFIA	RAMOS YANEZ
CC	1042255129	SHARON SOFIA	RAMOS YANEZ

CC	1042853570	CRISTIAN JOSE	SILVERA TRUYOL
CC	1042853570	CRISTIAN JOSE	SILVERA TRUYOL
CC	1042853570	CRISTIAN JOSE	SILVERA TRUYOL
CC	1042853570	CRISTIAN JOSE	SILVERA TRUYOL
CC	1042853570	CRISTIAN JOSE	SILVERA TRUYOL
TI	1043145309	MARTIN ANDRES	VELAIDEZ DIAZ
TI	1043145309	MARTIN ANDRES	VELAIDEZ DIAZ
TI	1043145309	MARTIN ANDRES	VELAIDEZ DIAZ

TI	1043145309	MARTIN ANDRES	VELAIDEZ DIAZ
TI	1043145309	MARTIN ANDRES	VELAIDEZ DIAZ
CC	1043152038	SHARON MICHEL	ASCENCIO SIERRA
CC	1043152038	SHARON MICHEL	ASCENCIO SIERRA
CC	1043152038	SHARON MICHEL	ASCENCIO SIERRA
CC	1043152038	SHARON MICHEL	ASCENCIO SIERRA
CC	1043152038	SHARON MICHEL	ASCENCIO SIERRA
TI	1043164523	YORIMAR	MIRANDA GOMEZ

TI	1043164523	YORIMAR	MIRANDA GOMEZ
TI	1043164523	YORIMAR	MIRANDA GOMEZ
TI	1043164523	YORIMAR	MIRANDA GOMEZ
TI	1043164523	YORIMAR	MIRANDA GOMEZ
CC	1043673847	GERALDINE ANDREA	BARRAZA SERRANO
CC	1043673847	GERALDINE ANDREA	BARRAZA SERRANO
CC	1043673847	GERALDINE ANDREA	BARRAZA SERRANO
CC	1043673847	GERALDINE ANDREA	BARRAZA SERRANO

CC	1043673847	GERALDINE ANDREA	BARRAZA SERRANO
TI	1043674058	VICTOR RAFAEL	PAYARES TOVAR
TI	1043674058	VICTOR RAFAEL	PAYARES TOVAR
TI	1043674058	VICTOR RAFAEL	PAYARES TOVAR
TI	1043674058	VICTOR RAFAEL	PAYARES TOVAR
TI	1043674058	VICTOR RAFAEL	PAYARES TOVAR
TI	1043675741	VALENTINA YOHANIS	CORTINA SARMIENTO
TI	1043675741	VALENTINA YOHANIS	CORTINA SARMIENTO

TI	1043675741	VALENTINA YOHANIS	CORTINA SARMIENTO
TI	1043675741	VALENTINA YOHANIS	CORTINA SARMIENTO
TI	1043675741	VALENTINA YOHANIS	CORTINA SARMIENTO
CC	1043871572	AURYS CRISTINA	CALDERIN PERTUZ
CC	1043871572	AURYS CRISTINA	CALDERIN PERTUZ
CC	1043871572	AURYS CRISTINA	CALDERIN PERTUZ
CC	1043871572	AURYS CRISTINA	CALDERIN PERTUZ
CC	1043871572	AURYS CRISTINA	CALDERIN PERTUZ

CC	1043872332	EILEEN CRISTINA	ESCORCIA BECERRA
CC	1043872332	EILEEN CRISTINA	ESCORCIA BECERRA
CC	1043872332	EILEEN CRISTINA	ESCORCIA BECERRA
CC	1043872332	EILEEN CRISTINA	ESCORCIA BECERRA
CC	1043872332	EILEEN CRISTINA	ESCORCIA BECERRA
TI	1044218108	JHON FREDDY	CANTILLO LONDOÑO
TI	1044218108	JHON FREDDY	CANTILLO LONDOÑO
TI	1044218108	JHON FREDDY	CANTILLO LONDOÑO

TI	1044218108	JHON FREDDY	CANTILLO LONDOÑO
TI	1044218108	JHON FREDDY	CANTILLO LONDOÑO
CC	1044618839	SOFIA ELENA	DE LEON ROMERO
CC	1044618839	SOFIA ELENA	DE LEON ROMERO
CC	1044618839	SOFIA ELENA	DE LEON ROMERO
CC	1044618839	SOFIA ELENA	DE LEON ROMERO
CC	1044618839	SOFIA ELENA	DE LEON ROMERO
CC	1044623464	LUIS CARLOS	MENESES COBA

CC	1044623464	LUIS CARLOS	MENESES COBA
CC	1044623464	LUIS CARLOS	MENESES COBA
CC	1044623464	LUIS CARLOS	MENESES COBA
CC	1044623464	LUIS CARLOS	MENESES COBA
TI	1044626228	LOREN SOFIA	POLO ACOSTA
TI	1044626228	LOREN SOFIA	POLO ACOSTA
TI	1044626228	LOREN SOFIA	POLO ACOSTA
TI	1044626228	LOREN SOFIA	POLO ACOSTA

TI	1044626228	LOREN SOFIA	POLO ACOSTA
TI	1045689516	HILARY	VALENCIA GAMERO
TI	1045689516	HILARY	VALENCIA GAMERO
TI	1045689516	HILARY	VALENCIA GAMERO
TI	1045689516	HILARY	VALENCIA GAMERO
TI	1045689516	HILARY	VALENCIA GAMERO
CC	1045690614	ANA MERCEDES	GARCIA VILLAZON
CC	1045690614	ANA MERCEDES	GARCIA VILLAZON

CC	1045690614	ANA MERCEDES	GARCIA VILLAZON
CC	1045690614	ANA MERCEDES	GARCIA VILLAZON
CC	1045690614	ANA MERCEDES	GARCIA VILLAZON
TI	1046702892	JHONATAN DAVID	POLO SANJUAN
TI	1046702892	JHONATAN DAVID	POLO SANJUAN
TI	1046702892	JHONATAN DAVID	POLO SANJUAN
TI	1046702892	JHONATAN DAVID	POLO SANJUAN
TI	1046702892	JHONATAN DAVID	POLO SANJUAN

CC	1048069616	NISSI JIRETH	REALES GARCIA
CC	1048069616	NISSI JIRETH	REALES GARCIA
CC	1048069616	NISSI JIRETH	REALES GARCIA
CC	1048069616	NISSI JIRETH	REALES GARCIA
CC	1048069616	NISSI JIRETH	REALES GARCIA
CC	1071353552	MARIA CAMILA	VELASQUEZ HERNANDEZ
CC	1071353552	MARIA CAMILA	VELASQUEZ HERNANDEZ
CC	1071353552	MARIA CAMILA	VELASQUEZ HERNANDEZ

CC	1071353552	MARIA CAMILA	VELASQUEZ HERNANDEZ
CC	1071353552	MARIA CAMILA	VELASQUEZ HERNANDEZ
CC	1122922493	YERSON STEVEN	OSORIO BELTRAN
CC	1122922493	YERSON STEVEN	OSORIO BELTRAN
CC	1122922493	YERSON STEVEN	OSORIO BELTRAN
CC	1122922493	YERSON STEVEN	OSORIO BELTRAN
CC	1122922493	YERSON STEVEN	OSORIO BELTRAN
CC	1139426229	AYLEN SARAY	GARCIA DE LA HOZ

CC	1139426229	AYLEN SARAY	GARCIA DE LA HOZ
CC	1139426229	AYLEN SARAY	GARCIA DE LA HOZ
CC	1139426229	AYLEN SARAY	GARCIA DE LA HOZ
CC	1139426229	AYLEN SARAY	GARCIA DE LA HOZ
CC	1139427708	GABRIELA	MACIAS FIGUEROA
CC	1139427708	GABRIELA	MACIAS FIGUEROA
CC	1139427708	GABRIELA	MACIAS FIGUEROA
CC	1139427708	GABRIELA	MACIAS FIGUEROA

CC	1139427708	GABRIELA	MACIAS FIGUEROA
CC	1143117630	VALENTINA	HOLGUIN POLO
CC	1143117630	VALENTINA	HOLGUIN POLO
CC	1143117630	VALENTINA	HOLGUIN POLO
CC	1143117630	VALENTINA	HOLGUIN POLO
CC	1143117630	VALENTINA	HOLGUIN POLO
CC	1143231172	VALERIA ELVIRA	GAVIRIA MARTINEZ
CC	1143231172	VALERIA ELVIRA	GAVIRIA MARTINEZ

CC	1143231172	VALERIA ELVIRA	GAVIRIA MARTINEZ
CC	1143231172	VALERIA ELVIRA	GAVIRIA MARTINEZ
CC	1143231172	VALERIA ELVIRA	GAVIRIA MARTINEZ

Reporte de Juicios

Estado	Competencia
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RETIRO VOLUNTARIO	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
RETIRO VOLUNTARIO	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
EN FORMACION	3379 - PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.
EN FORMACION	3389 - ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

de Evaluación

Resultado de Aprendizaje	Juicio de Evaluación
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	POR EVALUAR
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	POR EVALUAR

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	POR EVALUAR
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	POR EVALUAR
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	POR EVALUAR
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO

22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO

22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO

22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO
22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO
22812 - REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	APROBADO
22813 - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS	APROBADO

22830 - DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	APROBADO
22831 - SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA	APROBADO
22832 - ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL	APROBADO

Fecha y Hora del Juicio Evaluativo	Funcionario que registro el juicio evaluativo
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-

	-
	-
	-
	-
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
	-
	-

	-
	-
	-
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.58 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
30/04/2025 14.13 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
27/07/2025 18.53 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

28/11/2025 10.56 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA
28/11/2025 10.57 a	CC 22468162 - MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

PROCESO					
GESTIÓN CONTRACTUAL					
NOMBRE DEL FORMATO					
INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN					
CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Pública	X	Pública Clasificada		Pública Reservada	

Octubre de 2025

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Pública	X	Pública Clasificada		Pública Reservada	

INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN
CONTRATO No CO1.PCCNTR.7327592 de 2025

En mi calidad de supervisor del contrato de la referencia, me permito presentar el informe final del mismo, de acuerdo con la siguiente información:

1. ASPECTOS GENERALES

CONTRATANTE	Centro de Comercio y Servicios
TIPO DE CONTRATO	Prestación de servicios
CONTRATO PRESTACION DE SERVICIONRO.	**CO1.PCCNTR.7327592 de 2025**
OBJETO	Prestar Servicios Personales Carácter Temporal Para La Formación Profesional Integral, En FORMACION REGULAR TITULADA Y COMPLEMENTARIA Para el Programa Formación DIRECCIÓN DE VENTAS.
FECHA DE SUSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO JURÍDICO	28/01/2025
FECHA DE INICIO	10/02/2025
PLAZO INICIAL	10/02/2025
FECHA DE TERMINACIÓN INICIAL	23/12/2025
RAZÓN SOCIAL	**MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA**
CC o NIT	22.468.162
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL	No aplica
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL	No aplica
LUGAR DE EJECUCIÓN	Barranquilla, Atlántico
VALOR INICIAL	$ 46.301.745
FORMA DE PAGO	Mensual
CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL	5225
CERTIFICADO DE REGISTRO PRESUPUESTAL	16125
VALOR FINAL DEL NEGOCIO JURÍDICO	$46.301.745
FECHA DE TERMINACIÓN FINAL	23 DE DICIEMBRE DE 2025
FECHA DE TERMINACIÓN ANTICIPADA (Sí aplica)	No aplica

VALOR TOTAL PAGADO	$46.301.745
VALOR TOTAL EJECUTADO	$46.301.745
SUPERVISOR	LINDA EVELIN PICHON RONCAYO
APOYO A LA SUPERVISIÓN	No aplica
MODIFICACIÓN NRO.	No aplica
SUSPENSIÓN	No aplica
CESIÓN DE CONTRATO	No aplica
FECHA DE SUSCRIPCIÓN DE LA CESIÓN	No aplica
FECHA DE INICIO DE LA CESIÓN	No aplica

2. ASPECTOS TÉCNICOS

2.1 Obligaciones

En virtud de la suscripción del contrato No de Contrato **CO1.PCCNTR.7327592 de 2025**, el contratista adquirió las siguientes obligaciones:

OBLIGACIONES	¿CUMPLIÓ? Seleccione: SI / NO/ PARCIALMENTE/NO SE REQUIRIO EL CUMPLIMIENTO	PRODUCTO O EVIDENCIA
1.Desarrollar actividades de formación profesional en los programas definidos por el centro	Sí	TGO DV 77 - 3146121 TGO DV 78 – 3146122 TGO DV 79 – 3146123 TGO DV 80 - 3146141
2.Calificación de los resultados de aprendizaje evaluados en la plataforma Sofia, trabajando en la fase de inducción, con las fichas nuevas	Sí	Creación del rol. Brindar información del contrato y póliza al equipo de Sofia plus - Restablecimiento del rol en Sofia plus - Rol de Instructor asignado en SENA SOFIA PLUS
3.Entregar al equipo de Sofía plus, la información requerida para la asignación de rol y disponibilidad en el aplicativo, Fichas matriculadas en Sofia	Sí	Aplicativo Sofia plus. Se realizaron actividades evaluativas de las fichas asignadas de los resultados de aprendizaje

4.Asignación de Fichas de los diferentes programas. Hacer la evaluación correspondiente a los cursos asignados, Se han evaluado los RAP y se registran en las plataformas	Si	Reporte de Juicios Evaluativos. Envío de informe de Juicios Evaluativos a la coordinación.
5.Juicios evaluativos en Sofia, Elaboración de actividades en TEAMS seguimiento a la formación	Si	Firma de formato de asistencia a reuniones, capacitaciones y otras actividades que requiera a entidad.
6) Aplicar los recursos didácticos establecidos en el desarrollo curricular del programa de formación.	Si	Recopilación de actividades desarrolladas por los aprendices en su formación.
7). Coadyuvar en las acciones de Retención de las fichas de formación que le han sido asignadas a fin de cumplir con las metas de retención.	Si	Reporte a bienestar a los aprendices que presenten inasistencia o problemas económicos y académicos.
8) Implementar los procesos de gestión documental adoptados por la entidad.	Si	Entrega de formatos y documentos oficiales respectivos solicitados para cada actividad que se desarrolle en la entidad.
9) Apoyar en las demás asignadas por el supervisor que permitan el adecuado seguimiento de la etapa lectiva y/o productiva.	Si	Registros de las actividades realizadas. Reporte de situaciones particulares de aprendices a la coordinación de comercialización y al equipo de Bienestar
10) En virtud del principio de coordinación entre las partes, se deberá dar cumplimiento a la programación de las fichas de formación que le sean asignadas en cada periodo, bien sea en formación titulada o complementaria en las modalidades presencial y virtual.	Si	Registros de asistencia, materiales entregados y evaluaciones realizadas.
11) Aplicar los formatos dispuestos en la plataforma compromiso en el marco del Sistema de Gestión integrado de la entidad.	Si	• Informe de cumplimiento con registros fotográficos y estado de las fichas. • Reporte de evaluación de las fichas. • Soporte de horas en Sofia Plus. • Reporte de novedades por ficha.

3. ASPECTOS LEGALES

3.1 Garantías contractuales

Como garantías se establecieron las siguientes:

GARANTÍA ÚNICA DE CUMPLIMIENTO			
ASEGURADORA	SEGUROS DEL ESTADO SA		
NRO. DE PÓLIZA	85-46-101043391		
CERTIFICADO O ANEXO	**ANEXO**		
FECHA EXPEDICIÓN	25 ENERO 2025		
FECHA APROBACIÓN	3 FEBRERO 2025		
AMPARO	**VIGENCIA**		**VALOR**
	DESDE	**HASTA**	
Cumplimiento	10 FEBRERO 2025	23 ABRIL 2026	$4.630.174,50
Devolución del pago anticipado	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Salarios y prestaciones sociales	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Calidad del servicio	No Aplica	No Aplica	No Aplica

3.2 Cumplimiento del objeto

El contratista dio cumplimiento a las obligaciones establecidas en el contrato

3.3 Cumplimiento de los aspectos del Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol – SIGA

"No aplica"

3.4 Multas y sanciones

De conformidad con la ejecución del contrato **NO** se presentaron multas y/o sanciones.

3.5 Certificado de pagos de seguridad social

Mediante los informes presentados por la supervisión durante la ejecución del contrato, los cuales fueron entregados para el proceso de pago, se evidenció que el contratista cumplió a cabalidad con el objeto y

las obligaciones contractuales.

3.6 Designación de la supervisión

Que el ordenador del gasto realizó la designación de supervisión al sr (a) LINDA EVELIN PICHON RONCAYO

3.7 Liquidación del negocio jurídico

Que respecto de la liquidación del contrato se estableció *"La liquidación del contrato se efectuará de mutuo acuerdo dentro del término de cuatro (4) meses contados a partir de la terminación de este. En aquellos casos en que el contratista no se presente a la liquidación previa notificación o convocatoria que le haga la entidad, o las partes no lleguen a un acuerdo sobre su contenido, la entidad tendrá la facultad de liquidar en forma unilateral dentro de los dos (2) meses siguientes y se adopta mediante acto administrativo motivado susceptible del recurso de reposición, de conformidad con lo preceptuado en el artículo 11 de la ley 1150 de 2007."*

4. ASPECTOS FINANCIEROS

4.1 Pagos realizados

No Aplica

4.2 Estado financiero

Valor total del contrato	$ 46.301.745
Valor Ejecutado	$ 46.301.745
Saldo de pendiente de cancelar al contratista	$0
Saldo a liberar	$ 0

Conforme a lo anteriormente expuesto, se debe:

a) Elaborar la liquidación bilateral del contrato teniendo en cuenta que no existen saldos por liberar o a favor de las partes, y que las obligaciones fueron cumplidos a satisfacción.

Para constancia se firma 23 Diciembre 2025

Linda E. Pichon R.

LINDA EVELIN PICHON RONCAYO
Supervisor del contrato

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 10/02/2025 00:00:00

FECHA FINAL: 23/12/2025 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 3146122 - DIRECCIÓN DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA DEMANDA DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS

METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.

IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS.

IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.

IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.

PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	396,00

FICHA DE APRENDIZAJE:	3146121 - DIRECCIÓN DE VENTAS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA DEMANDA DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.

IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS.

IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.

IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.

PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	396,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3146141 - DIRECCIÓN DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE

VENTAS.

ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA DEMANDA DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.

IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS.

IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.

IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.

PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	396,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 3146123 - DIRECCIÓN DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA DEMANDA DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA

REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:	PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.

ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.

IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS.

IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.

IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.

PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 396,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 1584,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
01/04/2025	30/04/2025	OTROS	8,00
07/10/2025	08/10/2025	OTROS	16,00
01/12/2025	04/12/2025	OTROS	32,00
		TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	56,00

INSTRUCTOR: MARGARITA MERCEDES WONG MIRANDA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS