

FICHA 3510351



ACTA No. 001			
NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN:			
CIUDAD Y FECHA:	21/07/2026	HORA INICIO: 12:00PM	HORA FIN: 13:00PM
LUGAR Y/O ENLACE:	SESIÓN DE CONCERTACIÓN CURSO MERCHANDISING 1300- 20260521 201130- Grabación de la reunión.mp4	DIRECCIÓN / REGIONAL / CENTRO: CENTRO DE LA INNOVACIÓN DE LA AGROINDUSTRIAL Y DE SERVICIOS – PUERTO BOYACÁ CIAS	
AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR: 1. Saludo 2. Socializar el plan de trabajo durante el desarrollo del curso 3. Informe del curso 4. Conclusiones			
OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN: Realizar la socialización académica y pedagógico al desarrollo del programa de formación en APLICACION DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA , Ficha caracterizada por: Regular, que se desarrollará de 15 de mayo al 17 de junio de 2026.			
DESARROLLO DE LA REUNIÓN			
Desarrollo de la reunión: La instructora Brigide Monroy Olmos, instructora contratista del Centro de la Innovación de la Agroindustrial y de Servicios, presenta a los aprendices en la sesión el programa de formación complementaria que se realizará: Curso: APLICACION DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA Código de la ficha: 3510351 Fecha del curso: 16de 15 de mayo al 17 de junio de 2026. • Competencia: 260101062.Surtir productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising. • Resultados de aprendizaje: o 260101062-01. Establecer elementos visuales y sensoriales del punto de venta de acuerdo con principios del merchandising y características del cliente. • 260101062-02. Implementar acciones de merchandising según necesidades comerciales y perfil			



del cliente.

Se dio inicio al curso con los siguientes aprendices:

Lizeth viviana Mora cc : 109872327

CONCLUSIONES

Se brindan los lineamientos para aprobar el curso. Participación y asistencia en encuentros sincrónicos (30%) 3 asistencias, participar en las actividades de las sesiones (70%) y el certificado NO tiene ningún costo, una vez aprobado el curso pueden descargar el certificado en Sofia. Duración: 48 horas – 4 sesiones sincrónicas. Modalidad: Virtual (temas). 4 tutorías. 21, 23,26,30 de mayo y 6 y 11 de junio.

ESTABLECIMIENTO Y ACEPTACIÓN DE COMPROMISOS

ACTIVIDAD /DECISIÓN	FECHA	RESPONSABLE	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL

DE: ASISTENTES Y APROBACIÓN DECISIONES

NOMBRE	DEPENDENCIA/ EMPRESA	APRUEBA (SI/NO)	OBSERVACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
Brigide Monroy Olmos	Instructora	SI	N/A	BRIGIDEMONROY.
Eliana Marcela Tunarrosa	Instructora FPI	SI	N/A	

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

ANEXOS



SESIÓN DE CONCERTACIÓN Sin etiqueta

Grabar Cargar Abrir editor Descargar Mover a Copiar a

Transcripción

Descargar

Buscar

LA TEMATIZACIÓN

Es la creación de conceptos visuales asociados a eventos especiales, temporadas o campañas promocionales. Esto ayuda a generar una conexión emocional con los consumidores y a hacer que la experiencia de compra sea más memorable

LA ILUMINACIÓN ESTRATÉGICA

Al colocar luz sobre ciertos productos o zonas, se logra resaltar lo más relevante, mejorar la percepción del cliente y aumentar la percepción

SESIÓN DE CONCERTACIÓN CURSO MERCHANDISING 13:00

10 de junio de 2026 Caduca dentro de 160 días • 0 visualizaciones • SharePoint App • HD

Agregue una descripción para explicar de qué trata este vídeo

Transcripción

Descargar

Buscar

Reproducir

Interactiva

Notas

Comentarios

Configuración de vídeo

Análisis

Establecimiento de un punto de venta puede estar en colores blancos. Pensamos en tiendas como pueden ser quizá tenis o brahma, que tienen un tipo de dígitos que de personalidad un poco más rústica y el tipo de iluminación también cambia. Comparada a lo que puede ser una tienda como

APLICACIÓN DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA 3510373-351051

Accede a SOFIA Área Personal

BRIGIDE MONROY OLMOS Modo de edición

APLICACION DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA (3510373)

Acciones masivas

Mis cursos / P_63110192_V_3510373_R_15_C_9551

PANEL DE NAVEGACIÓN

Mis cursos

Página principal del sitio

Secciones

Mis cursos

P_121523_V_3070211_R_15_C_9551

P_12150025_V_3540306_R_15_C_9551

P_12150025_V_3540314_R_15_C_9551

P_12150025_V_3540303_R_15_C_9551

General

Colapsar todo

APLICACIÓN DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA

Anuncios

Add section

Sesiones en línea

SESION 1 MP4

TUTORIA 1 MP4

SESION 2 MP4

Añadir una actividad o un recurso

Add section

Reporte del curso Ocultado a los aprendices

Sesión de concertación c... Sin etiqueta

Grabar Cargar Abrir editor Descargar Mover a Copiar

Transcripción

Descargar

Buscar

Carolina Perdomo 28:34
SÍ, señora, está clara la información, el martes por mí está bien.

Brigide Monroy Olmos 28:36
Hey,
Vale, lo vamos a hacer martes de 12 a 12:30.
Es la tutoría.
A 12:30.
Listo y el y el martes acá cambiaría el martes.
¿Qué fecha es?
El martes 9.
Sería la excepción.
Sería la excepción que sería de 12 a una, que sería la última sesión.
La última sesión.
Listo, entonces teniendo estos horarios, que esto ya lo ya les agendo el día de hoy para que tengan

Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta

21 de mayo de 2026 Caduca dentro de 140 días • 0 visualizaciones • SharePoint App • HD

Agregue una descripción para explicar de qué trata este video

23 DE MAYO3510351-3110373 Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta-20260523_153746-Grabación de la reunión.mp4

Si bien esta sesión tiene el mismo nombre, corresponde a la primera sesión explicativa como se puede evidenciar en el video

Sesión de concertación c... Sin etiqueta

Grabar Cargar Abrir editor Descargar Mover a Copiar

Transcripción

Descargar

Buscar

de salud emocional, los temas de.

Manejo de ira, bueno, o salud emocional en no sé qué los colores que manejes, los colores que lo diseñes. O sea, si tú me, si tú llegas y la tu página, tu plataforma trabaja unos colores desordenados entre un morado reluciente.

Un verde fluorescente así llamativo y luego le marca, le mandas un rojo, una combinación así. Y esos son los colores que tú estás ofreciendo para un servicio de una persona. Además, claro, cada producto tiene una segmentación.

O sea, de grupos de edad, de grupos, o sea, de a nivel de salarios a nivel de ingresos, a nivel de, o sea, todos, todos los productos también han si han pasado un proceso de segmentación. Entonces, dentro de este, en este caso, claro, tú como o sea, estás ofreciendo un servicio, pero se te ocurrió que tú lo vas a diseñar.

No, una cosa es que tú puedes ser un muy buen asesor, un muy buen psicólogo, muy buen profesional, pero no necesariamente tienes buen gusto para el señor.

Para eso también hay varias personas que lo piensan, que se dedican a este tipo de cosas. Entonces les decía, los diseñadores de interiores, más aún en diseño, de servicios a los personalistas en a

COMPARATIVA DE CARACTERÍSTICAS

Característica	Productos (Bienes Tangibles)	Servicios (Bienes Intangibles)
Tangibilidad	Visibles y palpables antes de la compra.	No pueden tocarse ni evaluarse físicamente.
Producción	Se producen antes del consumo, almacenables.	Producción y consumo simultáneos.
Homogeneidad	Calidad y forma consistentes (uniformes).	Calidad variable según el proveedor.
Pericribilidad	Conservables hasta su adquisición.	No pueden guardarse, si no se usan, se pierden.
Propiedad	Se transfiere el bien al comprador.	Acceso solo a la experiencia o resultado.

34:11

Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta

23 de mayo de 2026 Caduca dentro de 142 días • 0 visualizaciones • SharePoint App • HD

Agregue una descripción para explicar de qué trata este video

TUTORIA 26 DE MAYO3510351-3110373 Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta-20260526_191233-Grabación de la reunión.mp4

Esta sesión corresponde a la sesión de tutoría del 26 de mayo, si bien tiene el mismo nombre, las sesiones de tutoría tienen como objetivo aclarar dudas y profundizar en temáticas requeridas.

Sección de concertación c... Sin etiqueta

Grabar Cargar Abrir editor Descargar Mover a Copiar a

Transcripción

Descargar

Buscar

original.

Andrés Triviño Cristancho 1:38
Claro, entiendo.

Brigide Morroy Olmos 1:43
Actividad es eso, luego vale.

Andrés Triviño Cristancho 1:45
Ohh.

Brigide Morroy Olmos 1:48
Acá también tenemos las actividades que se deben entregar. Entonces, para cada una de las fechas están todas estas las encuentras en la guía de aprendizaje. Uno es un mapa conceptual sobre productos y servicios y características del cliente. Este es un cuestionario que lo encuentras acá en la SI.

En la que en la plataforma, entonces ya te lo enseño, el formulario es este, luego bajas actividades, entonces están actividades iniciales, sondeo de conocimientos previos. Hay que, o sea, acá se recomienda en el foro social participar. Revisa tus datos personales que correspondan con

Sección de concertación curso merchandising en puntos de venta

26 de mayo de 2026 Caduca dentro de 145 días • 1 visualización • SharePoint App • HD

Agregue una descripción para explicar de qué trata este video

SESIÓN 30 DE MAYO 3510351-3110373 [Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta-20260530_141019-Grabación de la reunión.mp4](#)

Esta es la segunda sesión explicativa, aunque su nombre corresponde a la sesión de concertación, el desarrollo de la sesión es explicativa.

Sección de concertación c... Sin etiqueta

Grabar Cargar Abrir editor Descargar Mover a Copiar a

Transcripción

Descargar

Buscar

Ejemplo Práctico: Marca de Ropa Deportiva

Una marca de ropa deportiva segmenta su mercado en dos grupos: urbano fitness y rural outdoor.

Para el segmento urbano fitness, desarrolla líneas modernas y funcionales con colores vibrantes, comunicando a través de redes sociales e influencers.

Para el segmento rural outdoor, ofrece prendas resistentes y duraderas, promocionándolas en eventos locales y tiendas especializadas.

Esta adaptación aumenta la efectividad comercial y fortalece la conexión emocional con cada tipo de cliente.

Sección de concertación curso merchandising en puntos de venta

30 de mayo de 2026 Caduca dentro de 149 días • 0 visualizaciones • SharePoint App • HD

Agregue una descripción para explicar de qué trata este video

Transcripción

¿Por qué? Es identificar lo que en marketing se conoce como un buyer persona o un cliente ideal. ¿Y quien no queremos que sea nuestro cliente o no es de nuestro interés que sea nuestro cliente? Entonces, por ejemplo, tú trabajas vitaminas y suplementos y pues trabajas de alguna manera el tema de salud y bienestar de las personas, por lo cual que a ti te lleguen a decir, oye, mira, a mí me interesa la que quiero comprar fritanga con papa rellena morcilla.

Y así súper hipercajónico y así súper grasoso y pues todo lo que es, o sea, lo opuesto a lo que tú estás ofreciendo. Entonces tú dices como, oye, mira, la verdad es que aquí no es. Entonces mi servicio es justamente que tengas un suplemento y bueno, tú le explicas lo que tú estás ofreciendo y sabes que esta persona no está dentro de tu público.

María Palacio 17:43
Jay.

Brigide Morroy Olmos 17:44
Dime.

SESIÓN 6 DE JUNIO 3510351-3110373 [Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta-20260606_141045-Grabación de la reunión.mp4](#) Aunque el nombre corresponde a la la primera citación esta sesión es explicativa.

Sesión de concertación c... Sin etiqueta

Grabar Cargar Abrir editor Descargar Mover Copiar

Transcripción

Descargar

Buscar

Guardar

DILLE & KAMILLE · S Marks...

BO

LF

Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta

6 de junio de 2026 Caduca dentro de 156 días 0 visualizaciones SharePoint App HD

Agregue una descripción para explicar de qué trata este video

Transcripción

is the facility. Look here. Angular geometric usa formas diagonales or no conventionalis a porta un aesthetica visual en el recordido y un recordido original a mental atractivo visual y un character exclusive espacio comercial tienda de lujo perfumerias concept estores. Yeah. Eat Les Pina Biscotti. Y el para espacios pequenos en losco el espacios standard for mariagonal. Generando la circularcer de una forma optimum pequenos espacios. Los Ejemos Visuales de Caratipo de layout en tones estenem lo cuadrícula que tenemos tolos pasigillos to understand the three ulas. Laco el tipo de comida on desciar encuentras a poro de que sojobur verduras carnicos. Comida con helida, comida, so pas de cocina, pasta, rose, pan, and those esto es organizado en pasillos del cual to puez sis aies de une quiere salir, simple le malo poesia. The real is a record. Is the in free flower or lure then the most a que is the poeti que to jegas. E. La perspective to a la perspective visual de local alqual entras or puto

Sesión 11 de junio 3510351-3110373 Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta-20260611_190738-Grabación de la reunión.mp4

Esta sesión corresponde a la última sesión explicativa.

Sesión de concertación c... Sin etiqueta

Grabar Cargar Abrir editor Descargar Mover Copiar

Transcripción

Descargar

Buscar

Grid (Cuadrícula). Loop (Racetrack). Free-flow (Libre).

Spine (Espina dorsal). Angular / Geométrico. Herringbone (Espina de pescado).

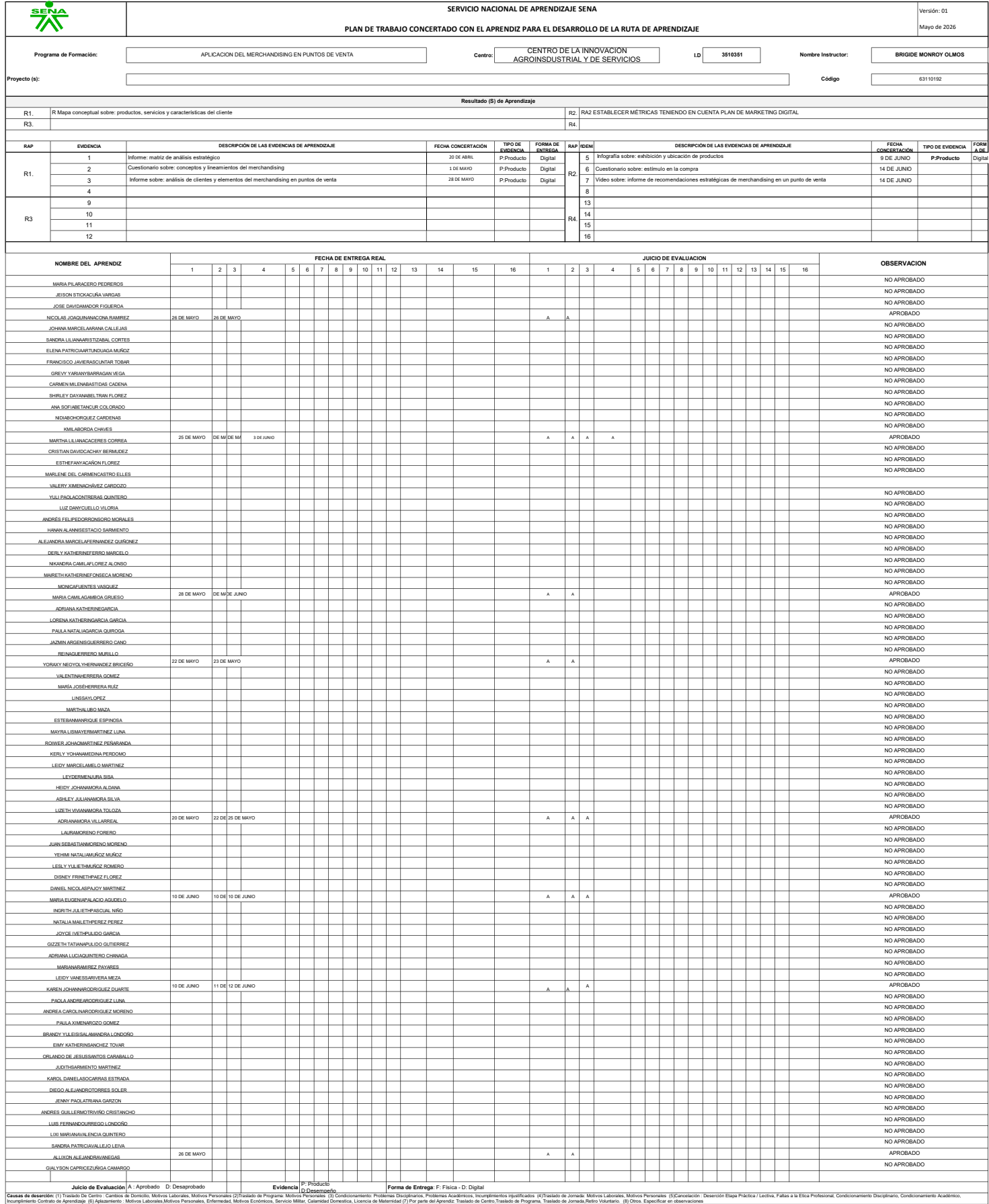
Sesión de concertación curso merchandising en puntos de venta

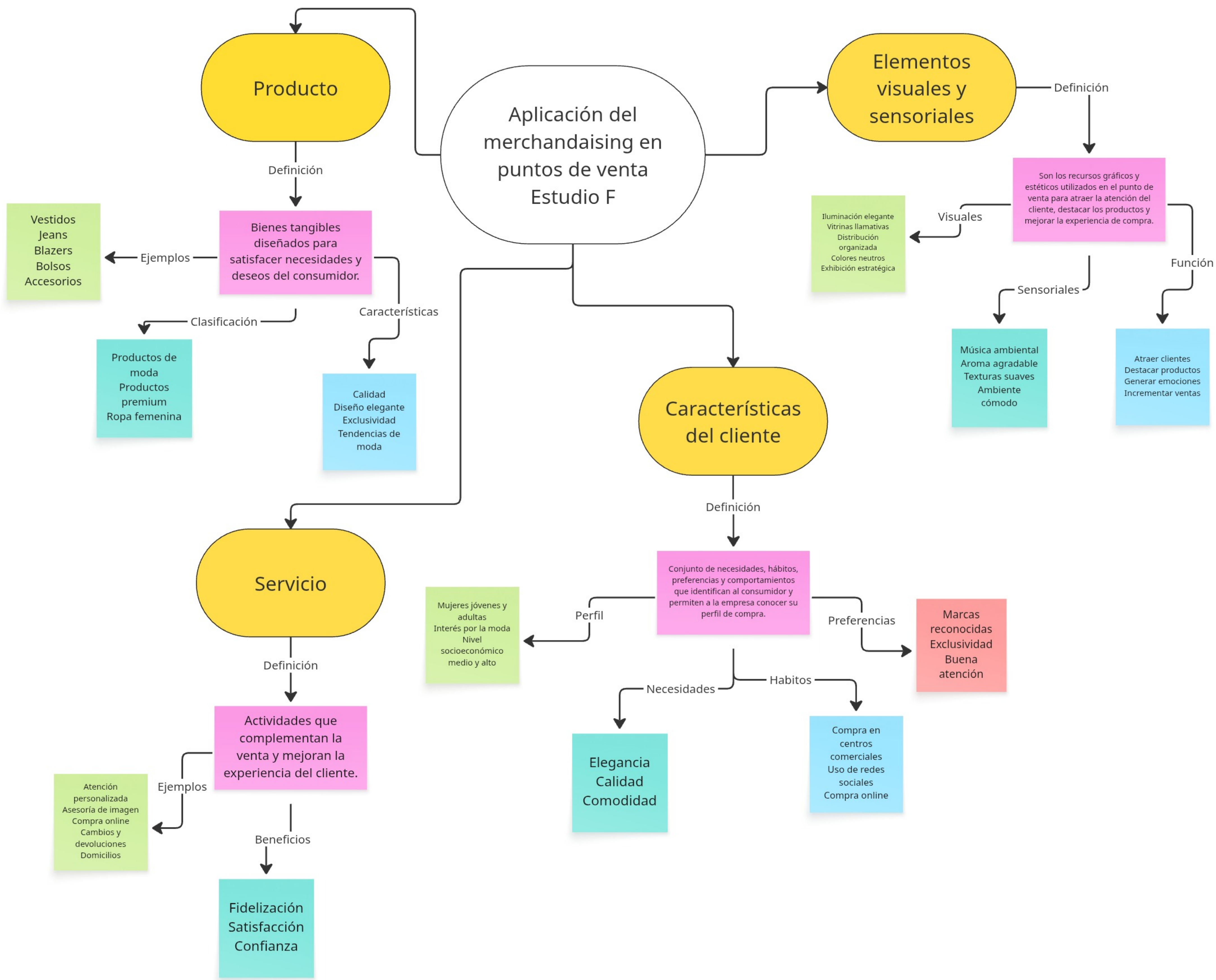
11 de junio de 2026 Caduca dentro de 161 días 0 visualizaciones SharePoint App HD

Agregue una descripción para explicar de qué trata este video

Transcripción

is the facility. Look here. Angular geometric usa formas diagonales or no conventionalis a porta un aesthetica visual en el recordido y un recordido original a mental atractivo visual y un character exclusive espacio comercial tienda de lujo perfumerias concept estores. Yeah. Eat Les Pina Biscotti. Y el para espacios pequenos en losco el espacios standard for mariagonal. Generando la circularcer de una forma optimum pequenos espacios. Los Ejemos Visuales de Caratipo de layout en tones estenem lo cuadrícula que tenemos tolos pasigillos to understand the three ulas. Laco el tipo de comida on desciar encuentras a poro de que sojobur verduras carnicos. Comida con helida, comida, so pas de cocina, pasta, rose, pan, and those esto es organizado en pasillos del cual to puez sis aies de une quiere salir, simple le malo poesia. The real is a record. Is the in free flower or lure then the most a que is the poeti que to jegas. E. La perspective to a la perspective visual de local alqual entras or puto







Entrega

Enviado para calificar

Calificado

El aprendiz puede editar esta entrega

Mapa conceptual.pdf

26 de mayo de 2026, 15:11

Comentarios (0)

Calificación

Calificación sobre 100

95

Calificación actual en el libro de calificaciones

A

Comentarios de retroalimentación

Muy buen trabajo, se explican claramente los conceptos y las relaciones de los procesos aplicados.

Notificar a los aprendices

Guardar cambios

Guardar y mostrar siguiente

Reiniciar



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Aplicación del <i>merchandising</i> en puntos de venta.
Proyecto formativo:	No aplica.
Fase proyecto:	No aplica.
Resultado de aprendizaje:	260101062. Surtir productos según estrategia de promoción y técnicas de <i>merchandising</i> .
Actividad de aprendizaje:	AA1. Realizar informe de análisis de clientes e identificación de elementos del <i>merchandising</i> en un punto de venta.
Evidencia de conocimiento:	AA1-EV01. Mapa conceptual sobre: productos, servicios y características del cliente.
Criterios de evaluación: • Perfila cliente con base en productos y servicios del punto de venta. • Caracteriza elementos visuales y sensoriales del punto de venta según principios del <i>merchandising</i>.	

2. LISTA DE CHEQUEO

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1.	El mapa conceptual incluye el concepto de producto con definición clara y correcta.	X		
2.	Incluye ejemplos o clasificaciones de productos relevantes al contexto de ventas.	X		
3.	El mapa conceptual incluye el concepto de servicio con definición clara y correcta.	X		
4.	Incluye ejemplos o clasificaciones de servicios relevantes al contexto de ventas.	X		
5.	Describe las características del cliente (perfil, necesidades, hábitos, preferencias).	X		
6.	Establece relaciones claras entre productos, servicios y características del cliente mediante conectores o palabras enlace.	X		
7.	La estructura del mapa conceptual es jerárquica y coherente (de lo general a lo específico).	X		
8.	La información es precisa, pertinente y redactada con terminología técnica.	X		



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

9.	Presenta el mapa conceptual de forma clara, ordenada y visualmente comprensible.	X		
10	Cumple con las indicaciones dadas para formato, presentación y extensión solicitada.	X		

3. EVALUACIÓN:

Observaciones: Elabora mapa conceptual de acuerdo con los requerimientos solicitados

Juicio de Valor: Aprobado

NICOLAS JOAQUIN ANACONA RAMIREZ

Reporte de Juicios de Evaluación

Fecha del Reporte:	17/06/2026
Ficha de Caracterización:	3510351
Código:	63110192
Versión:	1
Denominación:	APLICACIÓN DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA
Estado de la Ficha de Caracterización:	TERMINADA POR FECHA
Fecha Inicio:	14/05/2026
Fecha Fin:	16/06/2026
Modalidad de Formación:	VIRTUAL
Regional:	15- REGIONAL BOYACÁ
Centro de Formación:	9551 - CENTRO DE LA INNOVACIÓN AGROINDUSTRIAL Y DE SERVICIOS

Cto	No. Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resultado de Aprendizaje	Juicio de Evaluación
CC	100007752	LEIDY VANESSA	RIVERA MEZA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	100007752	LEIDY VANESSA	RIVERA MEZA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1000118807	KAREN JOHANNA	RODRIGUEZ DUARTE	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1000118807	KAREN JOHANNA	RODRIGUEZ DUARTE	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1000519706	PALLA XIENNA	ROZO GOMEZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1000519706	PALLA XIENNA	ROZO GOMEZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1000589188	PALLA NATALIA	GARCIA QUIROGA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1000589188	PALLA NATALIA	GARCIA QUIROGA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	100025591	ESTHEFANY	CANON FLOREZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	100025591	ESTHEFANYA	CANON FLOREZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1001369685	LUIS FERNANDO	URREGO LONDOÑO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1001369685	LUIS FERNANDO	URREGO LONDOÑO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1002031669	ADRIANA LUCIA	QUINTERO CHANAGA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1002031669	ADRIANA LUCIA	QUINTERO CHANAGA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1002393321	LORENA KATHERIN	GARCIA GARCIA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1002393321	LORENA KATHERIN	GARCIA GARCIA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1002861126	YEHIMI NATALIZ	MUNOZ MUÑOZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1002861126	YEHIMI NATALIA	MUNOZ MUÑOZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1005441044	LUZ DANY	CUELLO VILORIA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1005441044	LUZ DANY	CUELLO VILORIA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1005719903	JENNY PAOLA	TRIANA GARZON	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1005719903	JENNY PAOLA	TRIANA GARZON	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1006052654	ANDRES FELPE	DORRONSORO MORALES	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1006052654	ANDRES FELPE	DORRONSORO MORALES	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1006324796	ADRIANA	MORA VILLARREAL	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1006324796	ADRIANA	MORA VILLARREAL	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1006336791	JOHANA MARCELA	ARANA CALLEJAS	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1006336791	JOHANA MARCELA	ARANA CALLEJAS	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1006798294	SHIRLEY DAYANA	BELTRAN FLOREZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1006798294	SHIRLEY DAYANA	BELTRAN FLOREZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1011091882	KMLA	BORDA CHAVES	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1011091882	KMLA	BORDA CHAVES	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1012327359	MAYRA LISMAYER	MARTINEZ LUNA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1012327359	MAYRA LISMAYER	MARTINEZ LUNA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	101268686	NIKANDRA CAMILA	FLOREZ ALONSO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	101268686	NIKANDRA CAMILA	FLOREZ ALONSO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1017145415	MARIA EUGENIA	PALACIO AGUDELO	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1017145415	MARIA EUGENIA	PALACIO AGUDELO	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1019060575	MARETH KATHERINE	FONSECA MORENO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1019060575	MARETH KATHERINE	FONSECA MORENO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1019060931	DERLY KATHERINE	FERRO MARCELO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1019060931	DERLY KATHERINE	FERRO MARCELO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1023438017	NICOLAS JOAQUIN	ANAONA RAMIREZ	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1023438017	NICOLAS JOAQUIN	ANAONA RAMIREZ	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1023365864	EMY KATHERIN	SANCHEZ TOVAR	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1023365864	EMY KATHERIN	SANCHEZ TOVAR	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1023809014	ALLIXON ALEJANDRA	VANEGAS	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1023809014	ALLIXON ALEJANDRA	VANEGAS	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	102394046	JEISON STICK	ACUÑA VARGAS	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	102394046	JEISON STICK	ACUÑA VARGAS	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
TI	1025146418	DIEGO ALEJANDRO	TORRES SOLER	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
TI	1025146418	DIEGO ALEJANDRO	TORRES SOLER	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1025523807	HANAN ALANNIS	ESTACIO SARMIENTO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1025523807	HANAN ALANNIS	ESTACIO SARMIENTO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
TI	102539810	LEYDER	MENJURA SISA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
TI	102539810	LEYDER	MENJURA SISA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1023940322	JUAN SEBASTIAN	MORENO MORENO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1023940322	JUAN SEBASTIAN	MORENO MORENO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
TI	1034402641	DANIEL NICOLAS	PAJOY MARTINEZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1034402641	DANIEL NICOLAS	PAJOY MARTINEZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1042350608	JUDITH	SARMIENTO MARTINEZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1042350608	JUDITH	SARMIENTO MARTINEZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1047462970	JOSE DAVID	AMADOR FIGUEROA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1047462970	JOSE DAVID	AMADOR FIGUEROA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1048275880	JHONATAN DAVID	MAZO CASTRO	RETIRO VOLUNTARIO	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	POR EVALUAR	
CC	1048275880	JHONATAN DAVID	MAZO CASTRO	RETIRO VOLUNTARIO	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	POR EVALUAR	
CC	1049372284	MARTHA LILIANA	CACERES CORREA	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1049372284	MARTHA LILIANA	CACERES CORREA	POR CERTIFICAR	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	APROBADO	
CC	1052949897	BRANDY YULESI	SALAMANDRA LONDONO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1052949897	BRANDY YULESI	SALAMANDRA LONDONO	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1061755172	ALEJANDRA MARCELA	FERNANDEZ QUINONEZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1061755172	ALEJANDRA MARCELA	FERNANDEZ QUINONEZ	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1062397638	ROWIER JOHAO	MARTINEZ PENARANDA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEL CLIENTE	NO APROBADO	
CC	1062397638	ROWIER JOHAO	MARTINEZ PENARANDA	EN FORMACION	40389 - Surtil productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	75765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO	

[illegible]

CC	80820452	ESTEBAN	MANRIQUE ESPINOSA	EN FORMACION	40839 - Surtir productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising.	735764 - 2. IMPLEMENTAR ACCIONES DE MERCHANDISING SEGÚN NECESIDADES COMERCIALES Y DEBEDEL CLIENTE	NO APROBADO
CC	80820452	ESTEBAN	MANRIQUE ESPINOSA	EN FORMACION	40839 - Surtir productos según estrategia de promoción y técnicas de merchandising	735765 - 1. ESTABLECER ELEMENTOS VISUALES Y SENSORIALES DEL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DEL MERCHANDISING Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE	NO APROBADO

FINAL DE CURSO APLICACION DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA

Notificación final curso APLICACION DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA  Pública  Resumir este correo electrónico

 Brigide Monroy Olmos

Para:  Eliana Marcela Tunarrosa Echeverria;  Derly Johana Orduña Pérez

CC:  Natalia Lizeth Alvarez Matallana;  Keyla Karina Gonzalez Martinez

Jue 18/06/2026 18:08

 Retención: 10 Year Delete (10 años) Expira: Dom 15/06/2036 18:08

Buenos días Eliana y Derly

Se informa Notificación final curso APLICACION DEL MERCHANDISING EN PUNTOS DE VENTA fichas 3510351 3510375 3510374 3510373, para continuar con proceso de certificación.

BRIGIDE.