



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

EAN

Escuela de
**Administración de
Negocios**

Programa de Curso

XN-2103 PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN

La Escuela de Administración de Negocios.

Fundada en 1943, es una de las escuelas con mayor trayectoria en Costa Rica y Centroamérica en la formación de profesionales de alto nivel en las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública. Cuenta con un equipo de docentes altamente capacitado, así como un currículum actualizado según las necesidades actuales del mercado. A partir de junio 2016, el SINAES otorgó acreditación de ambas carreras a la Sede Rodrigo Facio.

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con ética y responsabilidad social, excelencia académica y capacidad de gestión global, mediante la docencia, la investigación y la acción social, para generar los líderes y los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores Humanistas

Ética Tolerancia Solidaridad
Perseverancia Alegría

Valores Empresariales

Innovación Liderazgo Excelencia
Trabajo en Equipo Emprendedurismo
Responsabilidad Social

Una larga trayectoria de excelencia...





PROGRAMA DEL CURSO XN-2103 PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN I CICLO 2024

I. DATOS DEL CURSO

Carrera (s): Turismo ecológico- curso de servicio

Curso del I ciclo del Plan de Estudios.

Requisitos: No hay

Correquisitos: No hay

Créditos: 03

Modalidad: Bajo virtual

Horas de teoría: 1 horas	Horas de laboratorio: 0 horas	Horas de práctica: 2 horas
---------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

II. PROFESOR DEL CURSO, HORARIO DE CLASES Y HORA CONSULTA

RECINTO OCCIDENTE				
1	ROJAS CALVO SEBASTIAN	Horas de clase M:14 a 16:50	102	BAJO VIRTUAL
		Horas consulta: 17:00 a 18:30	Virtuales o presenciales en coordinación con el profesor.	

III. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso promueve el contacto del estudiante con los elementos primordiales del entorno globalizado de los negocios, brindándole los fundamentos básicos en distintas áreas tales como: administración, mercadeo, contabilidad y finanzas, y sobre los cuales, se desarrollarán temáticas transversales durante el curso enfocadas en emprendedurismo, ética y la responsabilidad social empresarial.

Se busca que el profesional en turismo pueda explorar las áreas técnicas de la administración y contar con bases para convertirse en una persona emprendedora, con un sentido de innovación y mejora continua, y que se combine con destrezas modernas de trabajo en equipo, comunicación asertiva, y liderazgo, que los guíe hacia el principal y primer reto en sus carreras, diseñar una propuesta de idea de negocio enfocado en los clientes actuales.





IV. OBJETIVO GENERAL

Brindar al estudiante los fundamentos teóricos y prácticos para adquirir una visión contemporánea de los temas de negocios, para contribuir en su formación inicial como un profesional emprendedor, que requiere desenvolverse en un mercado globalizado, de manera competitiva, ética y con responsabilidad social.

V. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Integrar la ética y la responsabilidad social en el análisis del contenido programático del curso, profundizando en habilidades de trabajo en equipo y la comunicación asertiva.
2. Analizar las distintas variables y situaciones que conforman el entorno global de los negocios y su efecto en la toma de decisiones de las empresas.
3. Incentivar el espíritu emprendedor, con técnicas modernas de ideación y enfocados en el cliente final
4. Entender los fundamentos básicos del proceso administrativo.
5. Comprender los fundamentos y los elementos de la mezcla de marketing y la importancia de una correcta segmentación y perfilamiento de los clientes
6. Comprender aspectos básicos sobre la información financiera, su uso e importancia para la toma de decisiones en la administración de las finanzas de las empresas.
7. Aplicar los conocimientos adquiridos a través del curso, mediante el desarrollo y presentación de un proyecto sobre una idea de negocios innovadora en el mercado actual.

VI. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

Tema I. Fundamentos de Administración en Organizaciones Dinámicas: La importancia de la administración y las funciones administrativas, dentro de las estructuras de gestión modernas organizacionales.

- Definición y evolución de la administración
- Funciones básicas del proceso administrativo
- Tipos, niveles y áreas de especialización de la administración.
- Organizaciones dinámicas y flexibles
- Visión cliente céntrico como estrategia y cultura organizacional

Lecturas:

- o Nota técnica “Fundamentos de la Administración en Organizaciones Dinámicas”





Tema II. Ecosistema Empresarial Actual y su vínculo con la Ética y RSE: perfil de emprendedores actuales, su relación con las pequeñas empresas y su importancia y repercusión actual y futura en el país. Aplicación de la ética y la responsabilidad social en las empresas.

- Definición y diferenciación de negocio, empresa y productos y servicios
- Principales diferencias entre empresas con y sin fines de lucro
- Naturaleza de las iniciativas emprendedoras
- El espíritu emprendedor y características de los emprendedores - Emprendedor Social
- Perfil, naturaleza, ventajas, desventajas, perspectivas globales y razones comunes del fracaso de las pequeñas empresas
- Constitución de nuevas empresas – Sociedades Mercantiles
- Rol del gobierno en el ecosistema emprendedor
- Conceptos y aplicación de ética empresarial: definición, problemas éticos, factores que la afectan y factores de mejora
- Conceptos y aplicación de responsabilidad social: definición, evolución, enfoques e implementación

Lecturas:

- o Nota Técnica “Ecosistema Emprendedor en Costa Rica” – Creación de Sociedades Anónimas y Rol del Gobierno
- o Nota Técnica “Ética y Responsabilidad Social aplicada en los Negocios”

Tema III. Desarrollando una Ventaja Competitiva de Marketing: estrategias básicas de posicionamiento, segmentación y creación de valor en ideas de negocios a través del Marketing.

- Marketing: Concepto.
- Estrategias de STP en el mercado: segmentación, targeting, posicionamiento
- Estrategias cliente céntricas en la promoción y publicidad en los productos y servicios
- Ventajas competitivas en el desarrollo de productos innovadores
- Canales modernos de distribución y contacto con los clientes
- Impacto del marketing digital en la creación de ventajas competitivas

Lecturas:

- o Nota Técnica “Creando Valor Mediante Estrategias Modernas de Marketing” – Guía para la Resolución de Casos de Mercadeo

Tema IV. Fundamentos Financieros en los Negocios: Generalidades de la contabilidad e importancia de la información contable para la toma de decisiones. El punto de equilibrio financiero y fuentes de financiamiento.

- Los estados financieros. Alcance e importancia del Estado del Resultado Integral y Estado de Situación Financiera para la evaluación de la salud financiera en un negocio





- Análisis de costos fijos, costos variables de operación y cálculo de punto de equilibrio financiero, en unidades y colones
- Fuentes de financiamiento principales en pequeñas empresas y/o emprendedores

Lecturas:

- o Nota Técnica “Fundamentos Financieros en los Negocios – Determinación del Punto de Equilibrio”

Talleres Prácticos en Clase. Desarrollo Práctico del Conocimiento: serán sesiones en clase basadas en dinámicas constructivistas en donde el eje central es la comunicación efectiva, el trabajo en equipos multifuncionales y la construcción del conocimiento con casos y ejemplos prácticos y reales de los mercados actuales, nacionales e internacionales.

El profesor, determinará la dinámica correspondiente, buscando enfatizar en la participación del estudiante mediante simulaciones, casos, participaciones, y donde se puedan abrir espacios de construcción de ideas que refuercen y complementen la Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio.

Cada taller, tendrá un valor en la nota final (explicado en sección VIII), el cual no tiene reposición en caso de ausencias.

Con este objetivo, se han determinado las siguientes sesiones de taller práctico, que abarcan los siguientes temas y bibliografía **sugerida**:

- Semana 1: **Propuesta de Valor y Modelo Lean StartUp**
 - o Video Lean StartUp: <https://www.youtube.com/watch?v=bii8wv3ZHiY>
- Semana 2: **Segmentación de Mercado y Ventajas Competitivas** (Potenciar Idea de Negocio con Tendencias Actuales del Mercadeo)
 - o Video What is STP Marketing: <https://www.youtube.com/watch?v=X2BcIjR4UM>
 - o Video The 4 Ps of The Marketing Mix Simplified: <https://www.youtube.com/watch?v=Mco8vBAwOmA>
- Semana 3: **Identificación de Ingresos y Costos en los Proyectos de Ideas de Negocios** (análisis básico de viabilidad financiera de ideas de negocios)
 - o Video Cómo saber si tu proyecto empresarial es viable: https://www.youtube.com/watch?v=AiTZ_e5GKkQ
- Semana 4: **Presentaciones de Alto Impacto**
 - o Video Elevator Pitch ¡Tienes 20 segundos!: https://www.youtube.com/watch?v=i8OD_r5QUbQ
 - o Video One of the Greatest Speeches Ever | Steve Jobs: <https://www.youtube.com/watch?v=Tuw8hxrFBH8>
 - o Video Domina tus miedos al hablar en público: <https://www.youtube.com/watch?v=1YMnr0IE60I>





VII. ASPECTOS METODOLÓGICOS

- a. El personal docente y la población estudiantil desarrollarán las clases dentro de un ambiente de tolerancia, respeto y comunicación asertiva. El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna especie de forma tal que se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.
- b. El curso se desarrollará bajo un proceso de enseñanza aprendizaje bajo el enfoque constructivista, donde el docente actuará como un facilitador del proceso de aprendizaje del estudiantado, en procura de motivar y orientar los procesos de reflexión personal, fomentar el aprendizaje colaborativo y fortalecer el trabajo en equipo. Además, se realizará actividades acordes a atender las necesidades y cambios del entorno en el cual se desenvuelve las organizaciones. En este sentido, los conceptos básicos serán abordados mediante por el profesor con la participación de los estudiantes, previa lectura del material incluido en la bibliografía y de cualquier otro material complementario que el profesor asigne previamente. Se busca la construcción del conocimiento mediante la participación del estudiante en actividades tales como exposiciones sobre temas asignados, resolución de ejercicios y casos, discusión sobre la realidad nacional e internacional, charlas y actividades sobre emprendimiento, entre otros.
- c. Adicionalmente a la bibliografía indicada en el programa, el profesor podrá proporcionar direcciones de internet para consultar temas relacionados o complementarios para el desarrollo de las tareas y trabajos asignados, así como también solicitar la participación en charlas, talleres y/o videos.
- d. Se realizará una actividad (lecturas y/o dinámicas) en idioma inglés, con el objetivo de colaborar con su formación y comprensión.
- e. El profesor aplicará pruebas cortas sobre la materia vista en clase, asignará tareas conforme instrucciones giradas y realizará ejercicios de aplicación teórica y práctica según las necesidades.
- f. El curso se impartirá bajo la modalidad bajo virtual, lo que indica que el 25% de las clases podrían utilizar un formato sincrónico o asincrónico, la modalidad de la clase se indicara con una semana de antelación.
- g. El profesor tendrá una Plataforma Virtual Oficial vía Mediación Virtual, en donde se pondrá a disposición de los estudiantes los materiales del curso, evaluaciones y actividades como foros, casos, tareas, avances del trabajo final, y servirá de canal de comunicación formal del curso, cuya clave de ingreso es: **XN2103GRECIA**
- h. El estudiante desarrollará en grupos de cinco estudiantes máximo, bajo la orientación del profesor, un proyecto sobre un modelo de una idea de negocios.
- i. Las consultas sobre el promedio final deben ser presentadas al profesor, adjuntando los comprobantes respectivos. Dichas consultas serán atendidas por el profesor en primera instancia y en caso de apelaciones deberán presentarse y tramitarse de conformidad con lo que establece la normativa de la Universidad de Costa Rica.





A través de los siguientes componentes de la evaluación, en lo que resulte pertinente en cada uno de los temas, se integrarán aspectos sobre ética, responsabilidad social y emprendimiento, además de la orientación hacia los negocios turísticos. También se tomará en consideración la aplicación de los valores y competencias referidos en la descripción del curso, mediante la aplicación de la rúbrica de evaluación cualitativa.

VIII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

RUBRO	CONTENIDO	PORCENTAJE	FECHA
1- Examen Final	Tema I, II y IV	30%	Miércoles 26 junio en horario de clases
2- Exámenes Cortos (1 por tema, 4 Total - 3% c/u)	Temas I al IV	12%	Semana 4 - 6 - 9 - 12
3- Proyecto de Modelo de Idea de Negocio		30%	
- Avance I, II, III (Grupal)		3% c/u	Semana 6, 9, 11
- Entrega Trabajo y Material Final (Grupal) Trabajo Escrito Final Plantilla Integrantes Landing Page Material Audiovisual		6%	Semana 13 y 14
- Exposición Trabajo Final (Grupal)		10%	
4- Talleres Presenciales de Equipos de Trabajo (4 Total - 3% c/u)	Tema I, II y IV	12%	Semana 4, 9, 11, 16
5- Asignaciones / Participaciones Grupales		12%	
- Exposición Práctica de un Tema	c/Tema	6%	Según cronograma e indicación del profesor
- Resolución Caso Mercadeo	Tema III	6%	Semana 8
5- Asignaciones / Participaciones Individuales		9%	
- Actividades de Participación individual		9%	Según indicación del profesor

- Examen final (30%):** el examen es de Cátedra y se realiza de manera presencial. Cualquier reposición de examen se registrará según el Art. 24 del Reglamento Académico. La inasistencia a un examen deberá justificarse de conformidad con lo establecido por la Universidad de Costa Rica. Los documentos probatorios deberán remitirse al respectivo profesor con copia al Coordinador de la Cátedra en el plazo y con la formalidad establecida en la normativa universitaria.
- Pruebas Cortas (12%):** se realizará cuatro pruebas cortas, dos de manera presencial y dos de forma virtual, las cuales se realizarán en el **entorno de Mediación Virtual de cada grupo**. No se reponen los exámenes cortos en caso de ausencias según lo determina el Reglamento Académico.
- Participación individual y grupal (16%):**
 - Participación individual (4%):





- Tareas, foros y/o cualquier otra actividad sincrónica y asincrónica asignada por el profesor, conforme el alcance del curso.
 - Se sugiere realizar una dinámica sobre temas del curso relacionados en idioma inglés, por ejemplo, tomando como base el siguiente video (generar un foro, discusión): El video sugerido es el siguiente: Design Thinking in Tesla - <https://www.youtube.com/watch?v=BQsMG3BO3I0>
- b) Participación grupal (12%): a prepararse y presentarse en grupos de máximo cinco estudiantes
- Resolución de un caso de mercadeo (6%). Se presentan en el **entorno de Mediación Virtual de cada grupo**.
 - Exposición práctica de un tema (6%): se debe investigar y exponer acerca de un tema relacionado con el alcance del curso. El tiempo disponible para la presentación es de 20 minutos. El tema y la fecha de exposición será asignada por el profesor previamente.
 - El objetivo de la actividad es que los estudiantes aporten ejemplos y casos reales sobre el tema asignado, por lo que el enfoque de la exposición debe ser práctico.
 - La presentación de cada grupo será presencial y se calificará de la siguiente manera:
 - Dominio y cumplimiento del tema: no se lee presentación u otro material de apoyo, expone con claridad y seguridad en el tiempo establecido, al final de la presentación contesta claramente y de manera respetuosa las preguntas al profesor y compañeros (2%)
 - Creatividad: se logra ilustrar el tema solicitado de manera creativa y entretenida (2%)
 - Calidad y presentación del material de apoyo utilizado: calidad de las filminas (creatividad, diseño, ortografía, no recargadas de texto), uso de algún tipo de material adicional la naturaleza del tema asignado (2%).
- Por ningún motivo se repondrá actividades sincrónicas o asincrónicas no presentadas oportunamente.**
4. **Proyecto sobre una idea de negocio (30%):** el proyecto se elaborará en grupos de cinco estudiantes como máximo. Los avances, informe final, herramientas y material relacionado, deben ser presentados en el **entorno de Mediación Virtual de Cátedra**. Los elementos a evaluar serán los siguientes:





- a) **Trabajo escrito (15%):** los estudiantes deben presentar los avances y material final de presentación en las fechas establecidas en el cronograma del curso, y según lo explicado detenidamente en la “**Guía del Proyecto de Modelo de Idea de Negocio**”.

Los profesores revisarán los avances y brindarán sus observaciones, las cuales deben ser atendidas por los estudiantes. Cada avance tendrá un valor de 3% y se entregarán los viernes según se visualiza en el cronograma.

Cada entregable debe contener una evaluación del grupo hacia cada integrante, en donde en escala de 1-10, evalúen la participación, involucramiento y calidad de trabajo de cada uno, en forma proporcional a su aporte individual al trabajo grupal tanto de la parte escrita como de la presentación ante el profesor y compañeros (ver siguiente punto). Para tal objetivo, el coordinador del grupo presentará la nota en un cuadro con el nombre y firma de cada integrante del grupo.

En caso de que el grupo no pueda llegar a un consenso sobre la nota de algún miembro, deberá indicarlo por escrito y presentar su caso personalmente ante el profesor. Los grupos son responsables de documentar la participación de cada uno de los estudiantes, en el trabajo de investigación, mediante minuta de reuniones, correos electrónicos, control de tareas asignadas y entregadas y cualquier otro medio que demuestre en caso necesario, los aportes, responsabilidad y calidad de cada uno de los integrantes del grupo.

- b) **Presentación ante profesor y compañeros (10%):** se realizará de forma presencial, en las fechas establecidas en el cronograma y seleccionadas por el profesor para cada grupo. Se evaluarán los siguientes aspectos:

- Dominio del tema: no lee la presentación u otro material de apoyo, expone con claridad, seguridad, al final de la presentación contesta claramente y de manera respetuosa las preguntas al profesor y los compañeros (4%).
- Calidad y presentación del material de apoyo utilizado: calidad de las filminas (creatividad, diseño, ortografía, no recargadas de texto), uso de algún tipo de maqueta, fotografías, brochure u otro material de apoyo según la naturaleza de la idea de negocio (2%).
- Cumplimiento del contenido y el tiempo máximo establecido para la presentación (2%).
- Presentación de los expositores: vocabulario técnico, vestimenta, uso de lenguaje no verbal (2%).

En caso de no participación de un estudiante a la presentación, el resto del grupo debe cubrir su parte de la exposición, caso contrario se verá afectada la nota de presentación de todos los integrantes. Sin detrimento de lo anterior, el estudiante que no esté presente en la exposición pierde el porcentaje respectivo.

- c) **Otras actividades individuales (9%):** pueden ser, pero no limitarse a, ensayos, diarios de doble entrada, foros, informe de gira etc.





IX. CRONOGRAMA

SEMANA	FECHA	TEMA - ACTIVIDAD
SEMANA 1	13 Marzo	- Presentación del programa del curso - Objetivos de la carrera de Dirección de Empresas y Contaduría Pública - Dinámica para conformación de equipos de trabajo para realizar el proyecto de modelo de idea de negocio
SEMANA 2	20 de Marzo	- Tema I: Fundamentos de Administración en Organizaciones Dinámicas - Explicación Nota Técnica "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio"
SEMANA 3	Del 25 al 31 de Marzo	- Semana Santa (No hay asignaciones)
SEMANA 4	Del 01 al 07 de Abril	- Taller Presencial de Equipos de Trabajo #1 - Propuesta de Valor y Modelo Lean StartUp - Actividad #3 "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio" en Clase: Análisis, selección y validación de la idea - Exposición creativa Grupo #1 y #2
	D 07 de Abril	- Examen Corto #1 - Tema I - Virtual (entrega máxima)
SEMANA 5	10 de Abril	- Tema II: Ecosistema Empresarial Actual y su vínculo con la Ética y RSE: Enfoque en emprendedurismo y pymes - Definición de Ideas de Negocio para Proyecto Final - Repaso del avance I - "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio" - Exposición creativa Grupo #3 - Emprendedurismo
SEMANA 6	17 de Abril	- Tema II: Ecosistema Empresarial Actual y su vínculo con la Ética y RSE: Enfoque en Ética y RSE - Exposición creativa Grupo #4 y #5 - Ética y RSE - Examen Corto #2 - Tema II - Presencial Horario Curso
	V 20 de Abril	- Presentación Avance I - "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio"
SEMANA 7	24 de Abril	- Semana Universitaria - Tema III: Desarrollando una Ventaja Competitiva de Marketing - Introducción del Avance II - "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio" - Asignación Actividad Participativa Grupal - Caso Mercadeo
SEMANA 8	01 de Mayo (clase asincrónica)	- Tema III: Desarrollando una Ventaja Competitiva de Marketing - Repaso del avance II - "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio" - Entrega Actividad Participativa Grupal - Caso Mercadeo
SEMANA 9	08 de Mayo	- Taller Presencial de Equipos de Trabajo #2 - Segmentación de Mercado y Ventajas Competitivas (Potenciar Idea de Negocio con Tendencias Actuales del Mercadeo) - Exposición creativa Grupo #6 - Examen Corto #3 - Tema III - Presencial Horario Curso
	V 10 de Mayo	- Presentación Avance II - "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio"





SEMANA	FECHA	TEMA - ACTIVIDAD
SEMANA 10	15 de Mayo	- Tema IV: Fundamentos Financieros en los Negocios - Enfoque Punto Equilibrio - Introducción del Avance III - "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio"
SEMANA 11	22 de Mayo	- Taller Presencial de Equipos de Trabajo #3 - Identificación de Ingresos y Costos en los Proyectos de Ideas de Negocios (análisis básico de viabilidad financiera de ideas de negocios) - Repaso del avance III - "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio" - Exposición creativa Grupo #7 (si aplica)
	V 24 de Mayo	- Presentación Avance III - "Guía de Proyecto de Modelo de Idea de Negocio"
SEMANA 12	Del 29 Mayo	- Tema IV: Fundamentos Financieros en los Negocios
	D 02 de Julio	- Examen Corto #4 - Tema IV - Virtual (entrega máxima)
SEMANA 13	L 03 de Junio	- Entrega Material Audiovisual para Exposiciones del Proyecto de Modelo de Idea de Negocio
	05 Junio	- Inicio de exposiciones del Proyecto de Modelo de Idea de Negocio
SEMANA 14	12 Junio	- Finalización de exposiciones del Proyecto de Modelo de Idea de Negocio
SEMANA 15	19 de Junio	- Taller Presencial de Equipos de Trabajo #4 - Presentaciones de Alto Impacto (recomendaciones para presentaciones y elevator pitch) - Guía y apoyo para grupos participantes de "Generación E" - Foro y/o dinámicas en idioma inglés
SEMANA 16	26 de Junio	Examen Final durante horario de clases.
SEMANA 17	03 de Julio	- Examen de Reposición Entrega de promedios finales
SEMANA 18	10 de Julio	Examen de Ampliación





X. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía principal:

- Masis, Paul. Fundamentos de la Administración en Organizaciones Dinámicas. Nota técnica, 2024
- Arguedas, Ariel. Ecosistema Emprendedor en Costa Rica. Nota Técnica, 2024
- Peralta, Catalina. Ética y Responsabilidad Social Aplicada en los Negocios. Nota técnica, 2024
- Sánchez, Karol y Barrantes, Luis. Creando Valor Mediante Estrategias Modernas de Marketing. Nota Técnica, 2024
- Pacheco, Federico (Actualización Luis Diego Barrantes). Guía para la Resolución de Casos de Mercadeo. Nota técnica, 2024
- Granados, Jorge. Fundamentos Financieros en los Negocios – Determinación del Punto de Equilibrio. Nota Técnica, 2024
- Pride William, Hughes Robert y Kapoor Jack. Introducción a los Negocios. Cengage Learning, Cuarta Edición. México. 2017

Herramientas complementarias:

- Valverde, Tatiana; Sánchez Karol. Videos de notas técnicas. 2024



