

SERVICIO NACIONAL DE PROMOCIÓN PROFESIONAL (SNPP)

Programa de socialización y sensibilización
documentación del MECIP 2015.

Revisión de Acuerdos y Compromisos Éticos UO GAF
aprobados por Res. SNPP N° 635/2024.

Local: Sede Ypané



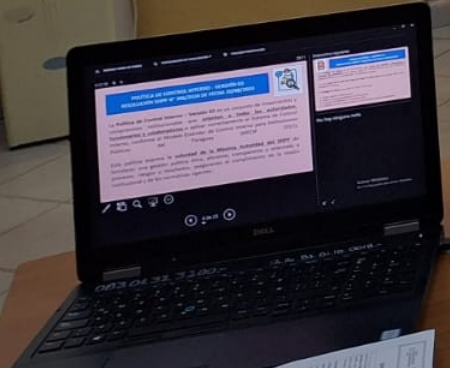
Miércoles 08 de abril de 2026

POLÍTICA DE CONTROL INTERNO - VERSIÓN 03
RESOLUCIÓN SNPP N° 366/2024 DE FECHA 20/08/2024

La Política de Control Interno – Versión 03 es un conjunto de lineamientos y compromisos institucionales que orientan a todas las autoridades, funcionarios y colaboradores a aplicar correctamente el Sistema de Control Interno, conforme al Modelo Estándar de Control Interno para Instituciones Públicas del Paraguay (MECIP 2015).

Esta política expresa la voluntad de la Máxima Autoridad del SNPP de fortalecer una gestión pública ética, eficiente, transparente y orientada a procesos, riesgos y resultados, asegurando el cumplimiento de la misión institucional y de las normativas vigentes.

Promotor Ambiental
Contenido N° 9: Regi
las ventajas en el mercado
Objetivos:
✓ Confeccionar bases para el desarrollo
demostrando las ventajas
✓ Identificar los principales
relación costo-eficiencia:
ventajas comparativas de



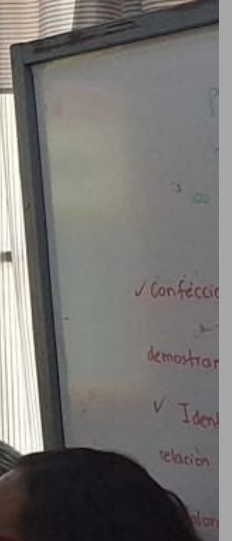
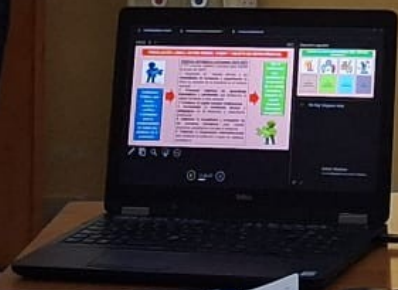
VINCULACIÓN LÓGICA ENTRE MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

Institución Pública que forma, capacita y certifica ciudadanos para la empleabilidad en todos los sectores de la economía.

Objetivos estratégicos principales (2024-2027)
El PEI propone objetivos concretos para orientar la acción del SNFP:

1. Responder de manera efectiva a las necesidades de formación y capacitación de todos los sectores de la economía en el territorio nacional.
2. Promover entornos de aprendizaje innovadores y pertinentes que fortalezcan la calidad formativa a nivel nacional.
3. Fortalecer el capital humano institucional.
4. Incrementar la excelencia técnica y pedagógica en la formación y capacitación profesional.
5. Optimizar la trazabilidad y evaluación de los procesos formativos para orientar decisiones estratégicas con base a evidencia.
6. Potenciar la cooperación interinstitucional para fortalecer la institución y lograr los objetivos estratégicos.

Ser la institución que, mediante la excelencia en su oferta formativa, impulse un capital humano altamente competitivo.





29-06-16
Promotor Ambiental
Contenido No. 9: Registro Verde
de Ventas en el Mercado

Estudio de Impacto Ambiental
Evaluación de

Marketing Ambiental

- Objetivos:
- ✓ Confeccionar bases para el desarrollo de las ventas para microempresas, demostrando las ventajas de la certificación de Comercio Social y Ambiental.
 - ✓ Identificar los servicios de consultoría de gestión de ventas para microempresas y su relación costo-eficacia de las ventas y rentabilidad de empresas sostenibles.

29/06/09
3:15







