SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA PROGRAMA VÍCTIMAS – REGIONAL GUAJIRA INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (X) Y/O PLAN DE MEJORAMIENTO ( )			
PRUEBA DE CONOCIMIENTO -			
FECHA DE APLICACIÓN:	- 11 - 2023	Código de FICHA	2878460
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:			
FASE DEL PROYECTO:		GUÍA DE APRENDIZAJE No:	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Construir el plan de negocios teniendo en cuenta las características de la planeación estratégica y ciclo de vida del producto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	Estructura el plan de negocio e Identifica en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra		
CUMPLE/ NO CUMPLE:	SI (X) NO ( )		

INSTRUCCIONES GENERALES:

Para dar respuesta al cuestionario se requiere:

- ✓ Diligenciar las respuestas con lápiz #2.
- ✓ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según la estructura del cuestionario.
- ✓ Usar letra legible para responder las preguntas abiertas.

DURACIÓN: LA PRUEBA DURARA DOS (2) HORAS.

CUESTIONARIO

De acuerdo al documento "CONCEPTOS TEÓRICOS" enviado a sus whatsapp debemos dar respuesta a cada ítem propuesto:

1. Descripción de los aprendices que conforman el grupo de trabajo colaborativo y su actividad productiva:

fernando Echeverria Liñan: Ventas de verduras.
Alonso Lema Torres: Refresqueria Alannis.
Heriberto Ramos Romero: Mis canciones = proyecto musical.
Alfredo Diaz Mueguez: Fruteria y Verduréria "Jhes".
Orieta Gomez Lopez: Refresqueria Flores y Calagualas.
Katiusca V Rizo Mora: Verdureria FK
Eduardo Cardona Madrid: Lubuduras expres

"Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos".
Tomada del libro How to be Like Walt

EDGARDO VENCE.-
Josefa Rumbo Refresqueria
Martin Chamoro mi pollo

2. **Conceptos y características del Plan de Negocios:**

   a. **¿Qué es planificación?:** es fundamental en una unidad productiva se convierte en el analisis central para dirigir y proyectar las actividades de la organización: Se considera una herramienta de proyección y evaluación de una empresa o unidad productiva, con el fin de identificar las oportunidades de negocio.

   b. **Identidad corporativa:** En la actualidad existen muchas compañías que con solo mirar su imagen o logotipo se pueden identificar y muchas de ellas son reconocidas en los mercados nacionales e internacionales por llamativa o singular que puede llegar a hacer su imagen o logotipo corporativo.

Imagen corporativa: Se concibe como la forma en que el público percibe la marca de la unidad productiva, sus productos o servicios.

crear vinculo emocional: Como ofrecer una primera impresión ante el público.

facil reconocimiento: Debe ser fácil de interpretar, de identificar y de recordar.

crear identidad con el publico: Sintetiza la filosofía de la empresa y la condensa en una frase que debe ser llamativa e impactante.

Identidad grafica: Está compuesta por la tipografía y los colores de la marca. Características de la letra que se va a emplear (fuente, tamaño, etc.).

nombre de la empresa: Ofrecer una primera impresión ante el público.

material corporativo: El material corporativo: Son elementos como las tarjetas de visita, carpetas, mostradores, displays, folletos, catálogos, posters, regalos promocionales y material para ferias, entre otros. Deben mantener coherencia.

El mercado es un escenario importante para toda unidad productiva, pues es en este dónde se comercializan sus productos y servicios.

Demanda: La cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.

oferta: La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

3. La segmentación consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:

geografico: Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.

Demografia: Edad, sexo, etc.

personales: Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.

familiares: Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.

psicologico: Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.

conductuales: Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.

por uso: Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices: Alonso Fernando Lema Torres
fernando echeverria liñan
josefa maria rumbo
Katiusca Rizo Mora
Alfredo Diaz Mueguez
Oricta Gomez Lopez
Herberto Roma Romero
EDGARDO VENCE
Eduardo jose cardoni c
Martin Chamorro Maestre

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA PROGRAMA VÍCTIMAS – REGIONAL GUAJIRA INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (X) Y/O PLAN DE MEJORAMIENTO ( )			
PRUEBA DE CONOCIMIENTO -			
FECHA DE APLICACIÓN:	- 11 - 2023	**Código de FICHA**	2878460
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:			
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Construir el plan de negocios teniendo en cuenta las características de la planeación estratégica y ciclo de vida del producto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	Estructura el plan de negocio e Identifica en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra		
CUMPLE/ NO CUMPLE:	SI (X) NO ( )		

INSTRUCCIONES GENERALES:
Para dar respuesta al cuestionario se requiere:

- ✓ Diligenciar las respuestas con lápiz #2.
- ✓ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según la estructura del cuestionario.
- ✓ Usar letra legible para responder las preguntas abiertas.

DURACIÓN: LA PRUEBA DURARA DOS (2) HORAS.

CUESTIONARIO

De acuerdo al documento "CONCEPTOS TEÓRICOS" enviado a sus whatsapp debemos dar respuesta a cada ítem propuesto:

1. Descripción de los aprendices que conforman el grupo de trabajo colaborativo y su actividad productiva:

Yomer enrique cuello espino : venta y cria de Pollos y cerdos
Rubiela Rojas navarro : Vinos y Cafe elaborados artesanal
Yuleisis Juanita espino : aceite de coco y mote
Luis navarros : pescados y verduras
Juan Rondo : Costura
Jesbieide navarro : tienda la mano de Dios

"Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos".
Tomada del libro How to be Like Walt

Graciela gomez venta de fritos.
Rosario Rumbo minegocios. Pasteles challo
José Julio seballo valle venta de refrescos y mecatos
Jorge David Mejia campo : GIMNASIO

2. **Conceptos y características del Plan de Negocios:**

   a. **¿Qué es planificación?:** La Planificación es fundamental en una unidad productiva. Se convierte en el análisis central para dirigir o proyectar las actividades de la organización y es por esta razón que este componente formativo. : Se considera una herramienta de proyección y evaluación de una empresa o unidad productiva, con el fin de identificar las oportunidades de negocio.

   b. **Identidad corporativa:** En la actualidad existen muchas compañías que con solo mirar su imagen o logotipo se pueden identificar y muchas de ellas son reconocidas en los mercados nacionales e internacionales por llamativa o singular que puede llegar a hacer su imagen o logotipo corporativo.

imagen corporativa.: Se concibe como la forma en que el público percibe la marca de la unidad productiva, sus productos o servicios.

nombre de la empresa: Como ofrecer una primera impresión ante el público.

el logotipo: Debe ser fácil de interpretar, de identificar y de recordar.

El eslogan: Sintetiza la filosofía de la empresa y la condensa en una frase que debe ser llamativa e impactante.

la identidad grafica: Está compuesta por la tipografía y los colores de la marca. Características de la letra que se va a emplear (fuente, tamaño, etc.).

el sitio web: Ofrecer una primera impresión ante el público.

material corporativo: El material corporativo: Son elementos como las tarjetas de visita, carpetas, mostradores, displays, folletos, catálogos, posters, regalos promocionales y material para ferias, entre otros. Deben mantener coherencia.

El _____ es un escenario importante para toda unidad productiva, pues es en este dónde se comercializan sus productos y servicios.

demanda: La cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.

oferta: La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

3. La segmentación consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:

geografico: Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
demografico: Edad, sexo, etc.
Personales: Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.
Familiares: Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.
Psicologicos: Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.
conductuales: Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.
Por uso: Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices: Yoner Cuello Rosario
Jose Ceballo
Jorge Mejia Gomez Rumbo
Rubiela Rojas N.
Nivis Sauth O
Luhigo navarros
Jesbleide Navarro

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA PROGRAMA VÍCTIMAS – REGIONAL GUAJIRA INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (X) Y/O PLAN DE MEJORAMIENTO ( )			
PRUEBA DE CONOCIMIENTO -			
FECHA DE APLICACIÓN:	- 11 - 2023	**Código de FICHA**	2829460
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:	Maria F. Arevalo . Andres Arias Libardo Murgas Romero Jose F. Gonzalez A. Minellis Daza F		
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Construir el plan de negocios teniendo en cuenta las características de la planeación estratégica y ciclo de vida del producto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	Estructura el plan de negocio e Identifica en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra		
CUMPLE/ NO CUMPLE:	SI (X) NO ( )		

INSTRUCCIONES GENERALES:
Para dar respuesta al cuestionario se requiere:

- ✓ Diligenciar las respuestas con lápiz #2.
- ✓ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según la estructura del cuestionario.
- ✓ Usar letra legible para responder las preguntas abiertas.

DURACIÓN: LA PRUEBA DURARA DOS (2) HORAS.

CUESTIONARIO

De acuerdo al documento "CONCEPTOS TEÓRICOS" enviado a sus whatsapp debemos dar respuesta a cada ítem propuesto:

1. Descripción de los aprendices que conforman el grupo de trabajo colaborativo y su actividad productiva:

Maria Fernanda Arévalo: Producción Pollos de engorde.
José Fernando Gonzalez: Tienda de granos y abarrote.
Libardo Murgas Romero: Ventaria, soldadura, Mecanica, lavadoras.
Minellis Paola Daza: De comida
Andres delgo Arias: Refrigeracion
_____: _____

"Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos".
Tomada del libro How to be Like Walt

DOCUMENTO NO CONTROLADO

2. **Conceptos y características del Plan de Negocios:**
   a. **¿Qué es planificación?:** es una unidad fundamental en una unidad productiva se convierte en análisis central para dirigir y proyectar las actividades por esta razon en este componente formativo las caracteristicas: Se considera una herramienta de proyección y evaluación de una empresa o unidad productiva, con el fin de identificar las oportunidades de negocio.

   b. **Identidad corporativa:** En la actualidad existen muchas compañías que con solo mirar su imagen o logotipo se pueden identificar y muchas de ellas son reconocidas en los mercados nacionales e internacionales por llamativa o singular que puede llegar a hacer su imagen o logotipo corporativo.

Imagen corporativo: Se concibe como la forma en que el público percibe la marca de la unidad productiva, sus productos o servicios.
nombre de la empresa: Como ofrecer una primera impresión ante el público.
Logotipo: Debe ser fácil de interpretar, de identificar y de recordar.
eslogan: Sintetiza la filosofía de la empresa y la condensa en una frase que debe ser llamativa e impactante.
Identidad grafica: Está compuesta por la tipografía y los colores de la marca. Características de la letra que se va a emplear (fuente, tamaño, etc.).
estilo web: Ofrecer una primera impresión ante el público.
material corporativo: El material corporativo: Son elementos como las tarjetas de visita, carpetas, mostradores, displays, folletos, catálogos, posters, regalos promocionales y material para ferias, entre otros. Deben mantener coherencia.
El Local es un escenario importante para toda unidad productiva, pues es en este dónde se comercializan sus productos y servicios.
demanda: La cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.
oferta: La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

3. La segmentación consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:

Geografico: Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
Demografico: Edad, sexo, etc.
Personales: Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.
Familiares: Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.
Psicologico: Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.
conductuales: Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.
para uso: Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices: José F. Gonzalez
Maria F. Arevalo
Mirellis Daza
Libardo Murgas R.
Ansas Torres

DOCUMENTO CONTROLADO

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA PROGRAMA VÍCTIMAS – REGIONAL GUAJIRA INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (X) Y/O PLAN DE MEJORAMIENTO ( )			
PRUEBA DE CONOCIMIENTO -			
FECHA DE APLICACIÓN:	- 11 - 2023	**Código de FICHA**	2878460
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:			
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Construir el plan de negocios teniendo en cuenta las características de la planeación estratégica y ciclo de vida del producto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	Estructura el plan de negocio e Identifica en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra		
CUMPLE/ NO CUMPLE:	SI (X) NO ( )		

INSTRUCCIONES GENERALES:
Para dar respuesta al cuestionario se requiere:

- ✓ Diligenciar las respuestas con lápiz #2.
- ✓ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según la estructura del cuestionario.
- ✓ Usar letra legible para responder las preguntas abiertas.

DURACIÓN: LA PRUEBA DURARA DOS (2) HORAS.

CUESTIONARIO

De acuerdo al documento "CONCEPTOS TEÓRICOS" enviado a sus whatsapp debemos dar respuesta a cada ítem propuesto:

1. Descripción de los aprendices que conforman el grupo de trabajo colaborativo y su actividad productiva:

Nestor Nieves Guevara : pollos de engorda (Urumita Chiriaf)
Tomasa Rafaela Fragozo : Fruteria Quesebio
Yeleniş mora pareja : miselania
Efreud mora mueğues : Carpinteria
Rocio Rodrigues Visaino : Fruteria M.R.
Jose ceballo valle : Hanteria villa amparo
Luis Manuel Mora : Carpintero

"Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos".
Tomada del libro How to be Like Walt

Melkis mora centro de estudio merary y lenis
Debinso Baquero hornametasron

2. **Conceptos y características del Plan de Negocios:**
   a. **¿Qué es planificación?:** Es el analisis central para dirigir y proyectar las actividades de la organización

Plan de negocio: Se considera una herramienta de proyección y evaluación de una empresa o unidad productiva, con el fin de identificar las oportunidades de negocio.

   b. **Identidad corporativa:** En la actualidad existen muchas compañías que con solo mirar su imagen o logotipo se pueden identificar y muchas de ellas son reconocidas en los mercados nacionales e internacionales por llamativa o singular que puede llegar a hacer su imagen o logotipo corporativo.

Logotipo corporativo: Se concibe como la forma en que el público percibe la marca de la unidad productiva, sus productos o servicios.
Nombre de la empres: Como ofrecer una primera impresión ante el público.
El logotipo: Debe ser fácil de interpretar, de identificar y de recordar.
El eslogan: Sintetiza la filosofía de la empresa y la condensa en una frase que debe ser llamativa e impactante.
La identidad grafica: Está compuesta por la tipografía y los colores de la marca. Características de la letra que se va a emplear (fuente, tamaño, etc.).
El sitio: Ofrecer una primera impresión ante el público.
El material corporal: El material corporativo: Son elementos como las tarjetas de visita, carpetas, mostradores, displays, folletos, catálogos, posters, regalos promocionales y material para ferias, entre otros. Deben mantener coherencia.

El mercado es un escenario importante para toda unidad productiva, pues es en este dónde se comercializan sus productos y servicios.
demanda: La cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.
oferta: La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

3. La segmentación de mercado consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:

geograficos: Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
demograficos: Edad, sexo, etc.
personales: Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.
familiares: Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.
sicologicos: Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.
conductuales: Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.
Por uso: Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices: Rocio Rodriguez V.
Nershy Nieves G
Jose ceballo
Luis Manuel Mora
Yelenis mora Pareja
Tomasa fragoso
Efreud mora
Debinso Baquero
Melkis Mora Nuegues

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA PROGRAMA VÍCTIMAS – REGIONAL GUAJIRA INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (X) Y/O PLAN DE MEJORAMIENTO ( )			
PRUEBA DE CONOCIMIENTO -			
FECHA DE APLICACIÓN:	- 11 - 2023	**Código de FICHA**	2878460
PROGRAMA DE FORMACIÓN:	EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS		
INSTRUCTOR:	FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCÉS		
APRENDIZ:	Luis Angel oñate Rios		
Vellanira Rios	Angela Lucia Ramos		
Claudia Herrera Duran	Samir Andres Ramos		
FASE DEL PROYECTO:		**GUÍA DE APRENDIZAJE No:**	1
ACTIVIDAD DEL PROYECTO:	CUESTIONARIO		
COMPETENCIA:	Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Construir el plan de negocios teniendo en cuenta las características de la planeación estratégica y ciclo de vida del producto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	Estructura el plan de negocio e Identifica en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra		
CUMPLE/ NO CUMPLE:	SI (X) NO ( )		

INSTRUCCIONES GENERALES:
Para dar respuesta al cuestionario se requiere:

- ✓ Diligenciar las respuestas con lápiz #2.
- ✓ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda según la estructura del cuestionario.
- ✓ Usar letra legible para responder las preguntas abiertas.

DURACIÓN: LA PRUEBA DURARA DOS (2) HORAS.

CUESTIONARIO

De acuerdo al documento "CONCEPTOS TEÓRICOS" enviado a sus whatsapp debemos dar respuesta a cada ítem propuesto:

1. Descripción de los aprendices que conforman el grupo de trabajo colaborativo y su actividad productiva:

Luis fernando oñate : clinica de zapatos.
Claudia L Duran Herrera : preparacion de comidas Rapidas.
Angela Lucia Ramos : Creacion de bordados.
Vellanira Rios : Criadero de Pollos.
Samir Ramos Molina : Criadero de cerdos.
Luis Angel Oñate : Peluqueria austin.

"Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos".
Tomada del libro How to be Like Walt

2. **Conceptos y características del Plan de Negocios:**
   a. **¿Qué es planificación?:** Es el analisis central para dingir y Proyectar las actividades de la organización.

Es el analisis central para dingir y Proyectar las actividades de la organización.: Se considera una herramienta de proyección y evaluación de una empresa o unidad productiva, con el fin de identificar las oportunidades de negocio.

   b. **Identidad corporativa:** En la actualidad existen muchas compañías que con solo mirar su imagen o logotipo se pueden identificar y muchas de ellas son reconocidas en los mercados nacionales e internacionales por llamativa o singular que puede llegar a hacer su imagen o logotipo corporativo.

Imagen corporativa: Se concibe como la forma en que el público percibe la marca de la unidad productiva, sus productos o servicios.
El sitio web: Como ofrecer una primera impresión ante el público.
Logotipo: Debe ser fácil de interpretar, de identificar y de recordar.
Eslogan: Sintetiza la filosofía de la empresa y la condensa en una frase que debe ser llamativa e impactante.
Identidad grafica: Está compuesta por la tipografía y los colores de la marca. Características de la letra que se va a emplear (fuente, tamaño, etc.).
Sitio web: Ofrecer una primera impresión ante el público.
Material corporativo: El material corporativo: Son elementos como las tarjetas de visita, carpetas, mostradores, displays, folletos, catálogos, posters, regalos promocionales y material para ferias, entre otros. Deben mantener coherencia.

El Mercado es un escenario importante para toda unidad productiva, pues es en este dónde se comercializan sus productos y servicios.
Demanda: La cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.
Oferta: La cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

3. La Segmentación consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. Se puede establecer según diferentes criterios:

Geograficos: Barrio, localidad, provincia, zonas cálidas o frías, etc.
Demograficos: Edad, sexo, etc.
Personales: Estilo de vida, profesión, ingresos, cultura, etc.
Familiares: Tamaño y estructura de las familias, situación, etc.
Psicologicas: Motivaciones de compra, actitud ante el producto, etc.
Conductual: Fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra, etc.
Por uso: Da lugar a segmentos tales como grandes usuarios, medianos usuarios, usuarios ocasionales y no usuarios.

Firma del Instructor

Firmas de los aprendices: Vellanira dias
Luis Fernando oñate brochero
Luis angel oñate Rios
Claudia Lorena Duran Herrera
Sumir Ramos Molina
Angela Luiz Ramos Peñate