PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL

FICHA: 2931557

COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	1. Conversatorio: "Como mimar a los ricos? En grupos colaborativos se apropiarán de la lectura "¿Cómo mimar a los ricos? – Un caso de segmentación" que aportará el instructor, luego procederá cada grupo a socializar la lectura respondiendo las siguientes preguntas. a. ¿Cómo mimar a los ricos? b. ¿Cómo mimar a los clientes de un supermercado? c. ¿Cómo mimar a los clientes de un restaurante?	x		2-04-2024	X	
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		2-04-2024	X	
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		2-04-2024	X	
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		2-04-2024	x	
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		2-04-2024	X	
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		2-04-2024	x	
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		2-04-2024	x	
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		2-04-2024	X	
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		2-04-2024	X	
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		2-04-2024	x	
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		2-04-2024	X	
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		2-04-2024	x	
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		2-04-2024	X	
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		2-04-2024	x	
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		2-04-2024	X	
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		2-04-2024	X	
EDREY RAILLO ALEAN		x		2-04-2024	X	
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		2-04-2024	X	
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		2-04-2024	X	
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		2-04-2024	X	
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		2-04-2024	X	
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		2-04-2024	x	
MARIANA GUARIN PEREZ		x		2-04-2024	X	
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		2-04-2024	x	
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		2-04-2024	X	
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		2-04-2024	x	
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		2-04-2024	x	
		x		2-04-2024	x	

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL
FICHA: 2931557
COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES
RESULTADO DE APRENDIZAJE: SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO.
ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO .

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	2. Análisis de Caso: En Gaes realizar el siguiente análisis respondiendo las preguntas para darles recomendaciones y sugerencias a Juana y pedro sobre: "¿Cómo identificar los segmentos del mercado?" Juana y Pedro terminaron estudios de diseño y confección de ropa y decidieron montar un negocio, por el momento no se atreven a emprender su negocio porque tienen muchos interrogantes, entre los cuales están: a. ¿Qué tipo de ropa se debe producir? b. ¿Cuáles son las cantidades a producir? c. ¿Quién nos va a comprar todo lo que se produzca? d. ¿Será que a las personas les va a gustar lo que se produce, lo van a comprar? e. ¿Dónde se va a vender lo que se fabrique? f. ¿La ropa la van a comprar los clientes que queremos?	x		17-04-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		17-04-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		17-04-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		17-04-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		17-04-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		17-04-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		17-04-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		17-04-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		17-04-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		17-04-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		17-04-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		17-04-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		17-04-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		17-04-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		17-04-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		17-04-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		17-04-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		17-04-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		17-04-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		17-04-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		17-04-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		17-04-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		17-04-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		17-04-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		17-04-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		17-04-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		17-04-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL
FICHA: 2931557
COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES
RESULTADO DE APRENDIZAJE: SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO.
ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	3. Después de la explicación dada por el Instructor. Realice el siguiente taller sobre Marketing Mix: a. Realice un gráfico creativamente en donde se muestren las 4'Ps b. ¿Qué es un producto? c. Dibuje 5 ejemplos de Productos Tangibles con sus respectivas marcas y 5 ejemplos de productos intangibles o Servicios d. ¿Qué es un Servicio? e. ¿Qué es el precio de un producto? De ejemplos de 5 productos con marcas y precios f. ¿Qué significa plaza o distribución de productos? Dibuje el proceso de distribución de las gaseosas Postobón para la tienda de su barrio.	x		24-04-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		24-04-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		24-04-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		24-04-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		24-04-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		24-04-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		24-04-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		24-04-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		24-04-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		24-04-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		24-04-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		24-04-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		24-04-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		24-04-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		24-04-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		24-04-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		24-04-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		24-04-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		24-04-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		24-04-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		24-04-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		24-04-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		24-04-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		24-04-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		24-04-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		24-04-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		24-04-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL
FICHA: 2931557
COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES
RESULTADO DE APRENDIZAJE: SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO.
ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	4. Realice un gráfico creativo explicando cada uno de los canales de distribución y de un ejemplo De cada uno de ellos . a. ¿Qué es un mercado? b. ¿Qué es Posicionamiento? c. ¿Qué es la comercialización? d. ¿Qué es Promoción? e.La empresa PALACIO DE LA PANTALETA, necesita una campaña publicitara para la promoción de la línea de pantalones para mujer ya que tiene un stock de mercancía muy amplio. Realice un diseño de una estrategia publicitaria para promocionar los jeans. Con el glosario de términos de la guía de aprendizaje realizar una Sopa de letras y entregarla en blanco al instructor para socializarla con otro compañero	x		07-05-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		07-05-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		07-05-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		07-05-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		07-05-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		07-05-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		07-05-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		07-05-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		07-05-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		07-05-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		07-05-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		07-05-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		07-05-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		07-05-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		07-05-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		07-05-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		07-05-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		07-05-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		07-05-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		07-05-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		07-05-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		07-05-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		07-05-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		07-05-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		07-05-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		07-05-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		07-05-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL
FICHA: 2931557
COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES
RESULTADO DE APRENDIZAJE: SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO.
ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		X	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	5. Mapa Mental: “Segmentación, mercados meta y posicionamiento del mercado”. Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz apropia sus conocimientos sobre segmentación del mercado, el mercado meta y el posicionamiento para tener ventaja competitiva en el mercado. El aprendiz individualmente deberá interiorizar la lectura del libro los siguientes temas en el libro “Fundamentos de Marketing. P. Kotler & Armstrong. 8a Edición 2008. a. Sobre segmentación del mercado. Páginas 165 – 177 b. Sobre determinación del mercado meta. Pág. 178 – 184 c. Sobre posicionamiento para obtener ventaja competitiva. Pág. 185 – 192	x		08-05-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		08-05-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		08-05-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		08-05-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		08-05-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		08-05-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		08-05-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		08-05-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		08-05-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		08-05-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		08-05-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		08-05-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		08-05-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		08-05-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		08-05-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		08-05-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		08-05-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		08-05-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		08-05-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		08-05-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		08-05-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		08-05-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		08-05-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		08-05-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		08-05-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		08-05-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		08-05-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL

FICHA: 2931557

COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO.

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	6. Respuesta a preguntas: "Proceso de segmentación y comportamiento de compra de un consumidor" La segmentación de mercados es el proceso de identificar y analizar grupos de compradores con respuestas de compra similares, que puedan ser mejor atendidos en la medida que aquello que se les ofrezca responda a sus características. Para esta actividad es recomendable que el aprendiz. Así mismo determinar el comportamiento de compra de los consumidores para lo que el aprendiz deberá leer el libro "Segmentación de mercados. Ricardo Fernández Valiñas. 3ª Edición 2009", Temática: Procesos de decisión de compra y Segmentación de Mercados y responder las siguientes preguntas: a. ¿Cuáles son los motivos que han hecho de la segmentación de mercados una de las actividades de mayor importancia en la mercadotecnia? b. ¿Cuál de los grupos de variables es el más importante para poder definir las características de nuestro segmento de mercado? c. ¿Por qué las variables psicográficas han tomado gran importancia en la segmentación de mercados durante la última década? d. ¿Cómo influyen las variables del macroambiente de mercadotecnia (política, economía, etc.) en la segmentación del mercado? e .¿Podrá ser rentable un mercado aun sin tener las otras características de un segmento bien elegido?	x		14-05-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		14-05-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		14-05-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		14-05-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		14-05-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		14-05-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		14-05-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		14-05-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		14-05-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		14-05-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		14-05-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		14-05-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		14-05-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		14-05-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		14-05-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		14-05-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		14-05-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		14-05-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		14-05-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		14-05-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		14-05-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		14-05-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		14-05-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		14-05-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		14-05-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		14-05-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		14-05-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL

FICHA: 2931557

COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES TENIENDO EN CUENTA EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO.

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	7. Explicación Magistral: Después de la explicación realizada por el instructor sobre Información, fuentes de información, métodos de recolección de información, bases de datos y tabulación de información, realizar un Abstract o resumen como producto entregable. a. Seleccionen las técnicas, métodos o formas en que van a recolectar y consignar la información y los datos (Material de consulta: Técnicas e instrumentos de recolección de información. b. Diseñen los instrumentos de recolección de la información c. Elaboren el cronograma o plan de recolección que contenga cada una de las tareas, el responsable de cada tarea, el tiempo asignado para cumplirla y la duración real de cada proceso d. Recolecten la información de acuerdo con el plan establecido e. Elaboren el informe ejecutivo (ver el material de multimedia “Informe ejecutivo”) del proceso de recolección de la información	x		22-05-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		22-05-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		22-05-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		22-05-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		22-05-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		22-05-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		22-05-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		22-05-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		22-05-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		22-05-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		22-05-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		22-05-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		22-05-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		22-05-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		22-05-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		22-05-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		22-05-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		22-05-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		22-05-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		22-05-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		22-05-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		22-05-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		22-05-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		22-05-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		22-05-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		22-05-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		22-05-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL

FICHA: 2931557

COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES TENIENDO EN CUENTA EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO.

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	8. Base de Datos: Una base de datos es el centro de la estrategia de ventas de la empresa, con ella puede caracterizar a sus clientes y lograr fidelizarlos. Para la realización de esta actividad el aprendiz deberá leer el documento “Como crear una base de datos” suministrado por el instructor. Luego de asimilada la lectura el aprendiz deberá presentar un informe de la creación de una base de datos en Excel, que contenga la información de por lo menos 30 Clientes potenciales de su proyecto productivo para caracterizar clientes: **Datos Generales** a. Nombre apellidos c. Título (Sra/Sr/Lic/Ing/Dr) d. Teléfono e. Celular f. Dirección g. Mail h .Redes Sociales: Facebook/ Twitter / Instagram / Otras	x		29-05-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		29-05-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		29-05-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		29-05-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		29-05-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		29-05-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		29-05-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		29-05-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		29-05-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		29-05-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		29-05-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		29-05-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		29-05-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		29-05-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		29-05-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		29-05-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		29-05-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		29-05-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		29-05-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		29-05-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		29-05-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		29-05-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		29-05-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		29-05-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		29-05-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		29-05-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		29-05-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL

FICHA: 2931557

COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES TENIENDO EN CUENTA EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO.

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	8. Base de Datos: Una base de datos es el centro de la estrategia de ventas de la empresa, con ella puede caracterizar a sus clientes y lograr fidelizarlos. Para la realización de esta actividad el aprendiz deberá leer el documento “Como crear una base de datos” suministrado por el instructor. Luego de asimilada la lectura el aprendiz deberá presentar un informe de la creación de una base de datos en Excel, que contenga la información de por lo menos 30 Clientes potenciales de su proyecto productivo para caracterizar clientes: **Datos Generales** a. Nombre apellidos c. Título (Sra/Sr/Lic/Ing/Dr) d. Teléfono e. Celular f. Dirección g. Mail h .Redes Sociales: Facebook/ Twitter / Instagram / Otras	x		04-06-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		04-06-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		04-06-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		04-06-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		04-06-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		04-06-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		04-06-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		04-06-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		04-06-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		04-06-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		04-06-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		04-06-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		04-06-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		04-06-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		04-06-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		04-06-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		04-06-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		04-06-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		04-06-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		04-06-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		04-06-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		04-06-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		04-06-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		04-06-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		04-06-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		04-06-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		04-06-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL

FICHA: 2931557

COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES TENIENDO EN CUENTA EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO.

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	9. Matriz CRM: Para esta actividad es necesario que el aprendiz lea la lectura “Tipos de clientes y sus características” en el link http://www.foromarketing.com/tipos-de-clientes-y-sus-caracteristicas/ , y el libro “Atraer, Fidelizar Clientes”. Xunta de Galicia. 2012. PáGgFSP.I-3F-013–5 3v101; donde puede identificar clientes potenciales, actuales, segmentar clientes de acuerdo a su frecuencia de compras, de acuerdo al volumen. El aprendiz deberá realizar una matriz de CRM para clientes actuales, realizar un instrumento para los clientes potenciales y realizar un análisis de la base de datos.	x		05-06-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		05-06-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		05-06-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		05-06-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		05-06-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		05-06-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		05-06-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		05-06-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		05-06-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		05-06-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		05-06-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		05-06-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		05-06-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		05-06-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		05-06-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		05-06-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		05-06-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		05-06-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		05-06-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		05-06-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		05-06-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		05-06-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		05-06-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		05-06-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		05-06-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		05-06-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		05-06-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL

FICHA: 2931557

COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES TENIENDO EN CUENTA EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO.

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	10. Realizar la caracterización de clientes teniendo en cuenta las indicaciones dadas por el instructor para su idea de negocio o proyecto productivo	x		11-06-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		11-06-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		11-06-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		11-06-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		11-06-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		11-06-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		11-06-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		11-06-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		11-06-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		11-06-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		11-06-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		11-06-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		11-06-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		11-06-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		11-06-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		11-06-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		11-06-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		11-06-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		11-06-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		11-06-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		11-06-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		11-06-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		11-06-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		11-06-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		11-06-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		X		11-06-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		X		11-06-2024		

PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASESORIA COMERCIAL

FICHA: 2931557

COMPETENCIA: DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

RESULTADO DE APRENDIZAJE: PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CARACTERIZAR CLIENTES POTENCIALES TENIENDO EN CUENTA EL SEGMENTO DE MERCADO SELECCIONADO.

APRENDICES	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	FORMA DE ENTREGA		FECHA DE ENTREGA	ENTREGÓ	
		FÍSICA	DIGITAL		SI	NO
SARAY ELENA OLASCOAGA MARTINEZ	11. Informe de prospección de clientes. Luego de tener los clientes potenciales caracterizados según el producto o servicio, es muy importante realizar un informe de prospección para poder tener acciones de marketing sobre ellos. Para lograr ese objetivo los aprendices deberán indagar en la web o en los documentos suministrados por el instructor sobre prospección de clientes potenciales. Ya que el éxito o el fracaso que obtengamos en los negocios, depende muchas veces de la capacidad para prospectar, sobre todo cuando hablamos de PYMES. O en el Libro Administración de ventas. Hair, Anderson, Mehta & Babin. 1ª Edición 2010. Capítulo 4. Páginas 88. El proceso de ventas para realizar el informe.	x		12-06-2024		
DAVID ALEJANDRO JARABA CARDONA		x		12-06-2024		
SAIR ENRIQUE MARTINEZ PEREZ		x		12-06-2024		
HERNAN DAVID IBARRA MARTINEZ		x		12-06-2024		
FIORELLA GIRALDO ARBOLEDA		x		12-06-2024		
MARIA CAMILA SEVILLA MORALES		x		12-06-2024		
JUAN DAVID GARCIA PEREZ		x		12-06-2024		
MEIDER JESUS URBINA CANCHILA		x		12-06-2024		
MARIA FERNANDA GONZALEZ TAPIA		x		12-06-2024		
MICHELL DAYANNA VELASQUEZ MUSKUS		x		12-06-2024		
SEBASTIAN MERCADO ANAYA		x		12-06-2024		
KARLA PATRICIA LOPEZ CARO		x		12-06-2024		
EVELIS PEÑA CAUSIL		x		12-06-2024		
MARIA ISABEL CAVADIA CORREA		x		12-06-2024		
KATERIN JULIETH CUAVAS RUIZ		x		12-06-2024		
KATIUSKA FRANCO CASTAÑO		x		12-06-2024		
EDREY RAILLO ALEAN		x		12-06-2024		
LIZETH PAOLA ESCOBAR ZABALETA		x		12-06-2024		
DANNA BATISTA MARTINEZ		x		12-06-2024		
JESUS ANDRES CAVADIA CEDEÑO		x		12-06-2024		
YOESIS JUDITH AVILA COGOLLO		x		12-06-2024		
LLUVIA LORENA LOPEZ COGOLLO		x		12-06-2024		
MARIANA GUARIN PEREZ		x		12-06-2024		
GABRIELA MARTINEZ DELGADO		x		12-06-2024		
YENIFFER MISHELL PATERNINA FIGUEROA		x		12-06-2024		
JEINY LILIANA MARZOLA MONTES		x		12-06-2024		
LUZ DAYANIS BARRIENTOS RODRIGUEZ		x		12-06-2024		


SENA