

PROGRAMA FORMACION:	TECNÓLOGO EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
FICHA:	3310787A
INSTRUCTOR:	RICARDO GARAVITO
GUIA DE APRENDIZAJE:	03 GUÍA SEGMENTACIÓN

Tabla 1. Descriptores para el Desarrollo de la Ruta de Aprendizaje.

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
SNEYDER ANDRES AGAMES ISAZA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
JUAN ESTEBAN ALAIX BARBOSA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
ANDRES DAVID AVILEZ BELLO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
NIKOLE DANIELA BASTILLA LOPEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
SEBASTIAN CAMILO BELTRAN HERNANDEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
YINETH ROCIO CABRERA CHALA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
LISETH LORENA CARDONA BELTRAN	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
JULIAN CAMILO CASTELLANOS JIMENEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
IVAN FELIPE DIAZ ROMERO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
MARLON JAVIER DIAZGRANADOS ACUÑA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
JENNY DIN MORALES	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
SIMON DAVID DURAN ZAPATA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
LAURA SOFIA ESCOBAR BERNAL	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
MARIA PAULA GOMEZ BERNAL	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
MARIA FABIANA GUERRERO LEON	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
JOHAN FABIAN GUERRERO RUSSI	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
LAURA JULIETH GUERRERO VILLAMIL	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
SAMUEL ALEJANDRO HERRERA TRIANA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
ANYI PAOLA ISAZA MEJIA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
JUAN JOSE JIMENEZ BRITO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	07/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	14/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	21/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	28/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		