

PROGRAMA FORMACION:	TECNÓLOGO EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
FICHA:	3310787B
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
GELEN JULIETH JIMENEZ FARFAN	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
MARIANA MARTINEZ RAMOS	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
ANDRES FELIPE MENDOZA CAÑON	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	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	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
LISETH VANESSA MONTEJO DELGADO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
LAURA SOFIA MONTOYA GOMEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
ANDRES FELIPE MUÑOZ GONZALEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	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	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
JAVIER FELIPE NIÑO VALERO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
TATIANA NOVOA FORERO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
WILLIAM SANTIAGO ORTIZ GALEANO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
SOFIA PINILLA 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	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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
LAURA YISEL RAMIREZ AZUERO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
DANIEL ALEJANDRO RAMIREZ FRANCO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
KATHERIN DANIELA REINA SALINAS	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
STEVEN SANTIAGO RODRIGUEZ GARCIA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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	09/02/2026		

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	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
ANUAR SANTIAGO ROJAS RATIVA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
FAVIAN HERNANDO ROJAS SALAMANCA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
SARA NICOL RUBIANO BENAVIDES	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		

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	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
KAREN SOFIA SAENZ LARA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
ESTRELLA SERNA SALAS	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
LAURA ALEJANDRA SOCHA MARTINEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
LINA MICHEL ULLOA VARGAS	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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	09/02/2026		
JUSTIN NICOLAS VARGAS BELLO	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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	09/02/2026		
HEIDY NATALY VARGAS NAGLES	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	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	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
CRISTIAN FELIPE VELOZA ALARCON	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	03/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		
AMMY ZARAY VILLAMIL 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	09/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	10/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	16/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	17/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	23/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	02/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	03/03/2026		