

PROGRAMA FORMACION:	TECNÓLOGO EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
FICHA:	3310804
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
LUISA FERNANDA ANGEL BRITO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
SAMUEL BARUC ARIAS OJEDA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
EMMANUEL STEVEN BARBOSA SICUA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
VIVIAN JEANDRA HERRERA ALDANA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
DANNA LORENA JIMENEZ GARCIA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
NATALIA MELENDEZ CONTRERAS	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		

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	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
ANDREY SANTIAGO MOJICA BERNAL	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
DEIVY JHOAN MOLINA RODRIGUEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
ANGELA PATRICIA OÑATE VITONAS	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
MARIA FERNANDA PEÑA SALCEDO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
PAOLA ANDREA PORRAS MARTINEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
AMMY LORENA RAMÍREZ ANZOLA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
SAID MILETH RINCON GONZALEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
SAMUEL ROA FERNANDEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	31/01/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	06/02/2026		

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	07/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	13/02/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	14/02/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	20/02/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	21/02/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	27/02/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	28/02/2026		

JUAN DAVID SANCHEZ AVILA