

PROGRAMA FORMACION:	TECNÓLOGO EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
FICHA:	3407775
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
LORETTA ACUÑA IGUARAN	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
JEISON ALEXANDER ALBA GARZON	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
SARA ALEXANDRA BEJARANO PAEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		

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	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
JULIAN DAVID CLAVIJO MORENO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
JOHAN STIVENN DELGADO PINEDA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
DIDIER DAVID DIAZ PUELLO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		

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	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
ANTHONY SANTIAGO GARZON MARTIN	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
YULIANA SOFIA HERNANDEZ PARRADO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
MARIA LOILANES HERRERA TALLES	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
DAVID SANTIAGO LEON VERGARA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		

SENA

Servicio Nacional
de Aprendizaje

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
CENTRO DE GESTION DE MERCADOS, LOGISTICA Y TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION
PLAN DE TRABAJO CONCERTADO
Desarrollo Proceso Formativo

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGA	
		Físico	Digital		SI	NO
JUAN SEBASTIAN LOPEZ CASTRO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
ESTEFANY VALERIA MARIMON MORENO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
ANDRES ALEJANDRO MATALLANA FORERO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
DAVID SANTIAGO MELO CASTAÑEDA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		

NOMBRE DEL APRENDIZ	Actividad a desarrollar	Forma de Entrega de Evidencias		Fecha de Entrega	ENTREGO	
		Físico	Digital		SI	NO
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
DAVID ALEXANDER MORALES PONTON	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
MARIAN MORENO GUTIERREZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
JHOAN SEBASTIAN PEREZ CARRILLO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		

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	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
LORENN SOFIA RODRIGUEZ SARMIENTO	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
SARA VALENTINA ROMERO RODRIGUEZ	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
YENY PATRICIA SALAZAR LIZARDA	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		
	3.3.5 . Stakeholders (Grupo Interés): Concepto y tipos		X	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		
	3.1. Actividades De Reflexión Inicial		X	10/02/2026		
	3.2.1. De manera libre organicense en 05 equipos de trabajo y		X	17/02/2026		
	3.3.1. Generalidades de Comportamiento del consumidor y psicología		X	24/02/2026		
	3.3.2. Profundización en segmentación de Mercados.		X	03/03/2026		
	3.3.3 Cuadro Vivo Nuevas formas de segmentar:		X	10/03/2026		
	3.3.4 Estrategias para segmentar: Ejercicio de Mercado Potencial		X	17/03/2026		

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	24/03/2026		
	3.3.6. Evaluación - Prueba		X	31/03/2026		
	3.4 Actividades De Transferencia Del Conocimiento: Seleccionar el		X	07/04/2026		

BRAYAN STIVEN VIVAS FORERO