



| PROCESO                                  |   |                     |  |                   |  |
|------------------------------------------|---|---------------------|--|-------------------|--|
| GESTIÓN CONTRACTUAL                      |   |                     |  |                   |  |
| NOMBRE DEL FORMATO                       |   |                     |  |                   |  |
| INFORME MENSUAL DE EJECUCIÓN CONTRACTUAL |   |                     |  |                   |  |
| CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN          |   |                     |  |                   |  |
| Pública                                  | X | Pública Clasificada |  | Pública Reservada |  |
|                                          |   |                     |  |                   |  |

**Abril de 2026**

**Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol**



**Generalidades:**

- 1) Este formato tiene por objeto dar cuenta de la ejecución mensual que un contratista desarrolla con ocasión de un contrato de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión.
- 2) La acreditación del documento por el contratista brinda al supervisor las herramientas que le permiten verificar la ejecución del contrato para efectos de pago.
- 3) El formato está asociado al Manual de Contratación (GCCON-M-001) y al Manual Supervisión e Interventoría (GCCON-M-002), así como a los procedimientos que rigen la gestión contractual de la entidad.
- 4) Este formato es diligenciado por el contratista y es revisado y aprobado por el supervisor del contrato. De igual forma, también podrá ser suscrito por el ordenador del gasto.
- 5) Su diligenciamiento se debe dar cada vez que se realice un reporte mensual de actividades.
- 6) **El formato no requiere ser impreso.** Sin embargo, debe ser cargado en las plataformas administradas por Colombia Compra Eficiente.
- 7) Este formato, una vez diligenciado, deberá archivar de conformidad con lo establecido en las tablas de retención documental de la entidad.
- 8) El contenido que se encuentra en color diferente a negro, entre paréntesis o con el signo “[ ]” son orientaciones para el diligenciamiento del formato.
- 9) El formato puede ser modificado en aquellos apartados en que así se indique.
- 10) Las notas internas son situaciones o recomendaciones que se deben tener en cuenta al momento de elaborar el formato. No obstante, las mismas deben ser eliminadas previa impresión o suscripción del mismo.
- 11) Todas las recomendaciones o sugerencias que busquen mejorar el presente documento pueden ser remitidas al correo de la Dirección jurídica del SENA.



| CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN |   |                     |  |                   |  |
|---------------------------------|---|---------------------|--|-------------------|--|
| Pública                         | X | Pública Clasificada |  | Pública Reservada |  |

### INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Montería y julio de 2026

Señor(a)

JAIME LUIS BARRIOS DURANGO

Supervisor(a) contrato nro. CO1.PCCNTR.8967858 de 2026

Instructor G17

CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CÓRDOBA

Montería

**Asunto:** Informe mensual de ejecución contractual de julio de 2026.

**Referencia** No CO1.PCCNTR.8967858 del año 2026.

Juan David Martinez Riqueme, identificado con la cédula de ciudadanía nro. 1067934776 de Montería, Córdoba, en mi calidad de contratista del SENA, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación, presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

**Valor y forma de Pago:** *Se fija como valor total para el contrato la suma de de CUARENTA Y DOS MILLONES SEISCIENTOS TREINTA Y SIETE MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y TRES PESOS M/CTE (\$42.637.473) Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) nueve (9) pagos iguales por los meses de febrero a octubre de 2026, por valor de CUATRO MILLONES SETECIENTOS TREINTA Y SIETE MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS M/CTE. (\$4.737.497) cada uno.*

**Plazo:** Será hasta el 30 de octubre de 2026.

**Objeto:** CONTRATAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL COMO INSTRUCTOR CONTRATISTA PARA LA PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN, ASÍ COMO LA EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEFINIDOS EN LOS DISEÑOS CURRICULARES ASIGNADOS, PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES Y COMPETENCIAS TÉCNICAS DE LA POBLACIÓN DE TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR, APORTANDO AL FORTALECIMIENTO DE LA ECONOMÍA POPULAR EN CONCORDANCIA CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA DIRECCIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO Y LA COORDINACIÓN NACIONAL DE ATENCIÓN INTEGRAL, DIFERENCIAL E INCLUYENTE A LA ECONOMÍA CAMPESINA – CAMPESENA.



## Ejecución mensual de actividades

| Nro. | Obligaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Acciones realizadas                                                                                                                                                                                                                                                            | Evidencias       |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1    | Planear y ejecutar la formación profesional cumpliendo con la programación académica predeterminada por la coordinación respectiva en los programas y competencias asignada, para el logro de los resultados de aprendizaje definidos, cumpliendo las horas de formación de las competencias de los programas de formación equivalentes a la programación de la Formación Profesional Integral. | Complementario de Marketing Digital, Corregimiento Santa Isabel, Montería<br><br>Complementario de Marketing Digital, Buenavista, Córdoba.<br><br>Complementario de Marketing Digital, Montería, Córdoba.<br><br>Ficha tecnólogo en Desarrollo de Procesos de Mercadeo 3495828 | Fotografías      |
| 2    | Apoyar la elaboración de la planeación pedagógica, guías de aprendizaje, instrumentos de evaluación, plan de trabajo, ayudas didácticas requeridos para el desarrollo de los procesos de formación asignados.                                                                                                                                                                                   | Creación de guías de aprendizaje de Complementarios en Marketing Digital.<br><br>Creación de Guías de aprendizaje de Tecnólogo en Desarrollo de Procesos de Mercadeo 3495828                                                                                                   | Formato de Guía. |
| 3    | Registrar en el aplicativo SOFIA PLUS, todas las evidencias del proceso formativo: crear las rutas de aprendizaje, asociar aprendices, realizar registro de inasistencia de aprendices, planes de mejoramiento y registrar juicios evaluativos, acorde con los lineamientos institucionales.                                                                                                    | Registro de acciones en el aplicativo Sofia-plus.<br><br>Tecnólogo en Desarrollo de Procesos de Mercadeo 3495828<br><br>Complementarios en Marketing Digital                                                                                                                   | Fotografías      |
| 4    | Participar en las reuniones de equipos de ejecución de la formación por grupo o áreas, según la determinación de la respectiva Coordinación Académica y de acuerdo con el procedimiento establecido                                                                                                                                                                                             | Tecnólogo en Desarrollo de Procesos de Mercadeo.                                                                                                                                                                                                                               | Fotografías      |



|   |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                      |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | por la institución, para garantizar integralidad en el diseño de actividades de aprendizaje.                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| 5 | Presentar las actas finales de cierre de etapa lectiva de las fichas asignadas como responsable, acorde con los lineamientos institucionales.                                                                 | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.                                                                                                                                                                                                                                                            | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación. |
| 6 | Apoyar el trámite de las novedades de deserción de aprendices acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz.                                                                                        | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.                                                                                                                                                                                                                                                            | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación. |
| 7 | Asistir a los aprendices en las novedades acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz 13 GTH-F-075 V09                                                                                            | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.                                                                                                                                                                                                                                                            | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación. |
| 8 | Aportar todos los documentos soporte del proceso de formación profesional, publicados en la plataforma SIGA, así como los requeridos para aseguramiento de la calidad (Autoevaluación y Registro calificado). | Se presentaron los cursos de inducción SST; curso de Módulo 1 - Generalidades SST; Curso Módulo 2 - Riesgos en el puesto de trabajo y medidas de prevención de la entidad; Curso de protocolos de Bioseguridad; Curso de integridad, transparencia y lucha anticorrupción y la evaluación de conocimientos del Manual de Discapacidad y su Política en el SENA. | Se reportan todos los certificados                                                                   |
| 9 | Participar en proyectos de investigación aplicada, técnica y pedagógica en función de la formación profesional de los programas relacionados con el área temática.                                            | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.                                                                                                                                                                                                                                                            | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación. |



|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                        |                                                                                                       |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 | Gestionar la colocación de aprendices en alguna de las modalidades de etapa productiva y rendir informes periódicos de los resultados alcanzados, conforme a las instrucciones que les sean impartidas.                                                                                                                                               | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.                                   | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.  |
| 11 | Subir los documentos soporte del pago en la plataforma del SECOP II en los plazos establecidos por la entidad y acorde con los requisitos legales exigidos. De evidenciarse la falta de cargue de los documentos para el respectivo pago en la plataforma por dos meses seguidos se procederá con el inicio de proceso de incumplimiento contractual. | Durante el mes se reportan los documentos requeridos en el secop II para soportar el pago.                                             | Evidencias cargadas en secop II                                                                       |
| 12 | Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo máximo de tres (3) días hábiles anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información.                                                                                                                                                                    | Durante el mes no se han presentados anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información. | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.. |
| 13 | Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo no inferior a quince (15) días hábiles las anomalías, inconsistencias, novedades del Contrato (Cesion -Terminacion).                                                                                                                                                                                 | Durante el mes no se han presentados anomalías, inconsistencias, novedades del Contrato (Cesion -Terminacion).                         | Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.. |

**NOTA INTERNA: Diligenciar del cuadro conforme las siguientes instrucciones. Obligaciones: Transcribir las obligaciones específicas del contrato; Acciones realizadas: Haga una reseña de los hechos y circunstancias que dieron lugar al cumplimiento de la obligación en el respectivo mes. De no haber sido necesaria la ejecución en el respectivo informe mensual, indicar que “Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación”; Evidencias: Reseñe el material probatorio que corrobore la ejecución de la actividad, y de ser el caso, adjuntar la respectiva evidencia.**

A continuación, relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato para legalización del desplazamiento, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados. Cada informe de legalización cuenta con el visto bueno del supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.



| ÍTEM | NRO. DE LA ORDEN DE VIAJE | LUGAR DE DESPLAZAMIENTO | FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL | FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL |
|------|---------------------------|-------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| 1    | 45426                     | Buenavista, Córdoba     | 18/06/2026                      | 18/06/2026                    |
| 2    | 45426                     | Buenavista, Córdoba     | 25/06/2026                      | 25/06/2026                    |

**NOTA INTERNA.** Diligenciar el cuadro con la información de cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntando con el respectivo informe el respectivo soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: (i) Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales, (ii) los desplazamientos realizados y (iii) el pago de la planilla de seguridad social y parafiscal nro. **6021811361 SOI** referente al mes de junio.

Cordialmente,

**Juan David Martinez Riqueme**

Contratista

**C.C. No. 1067934776 de Montería, Córdoba**

**JAIME LUIS BARRIOS DURANGO**

Supervisor(a) Contrato **CO1.PCCNTR.8967858** de 2026

Instructor G20



## Control de Cambios

| VERSIÓN | FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA | NATURALEZA DEL CAMBIO                                                                                                                                                                                                                       |
|---------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1       | Marzo 2026                   | Creación del formato.<br>El presente formato sustituye el formato GTH-F-062, en virtud de su migración del proceso de Gestión del Talento Humano al proceso de Gestión Contractual, conforme a la actualización documental correspondiente. |
| 2       | Abril 2026                   | Se realizó ajuste en la redacción de la Nota Interna, en la cual se sustituyó la expresión “No se requirió la actividad” por “Para el periodo del informe no se ejecutaron acciones referentes al cumplimiento de esta obligación.          |

0

Reporte de Horas Sena Schedule Guardian

Instructor: JUAN DAVID MARTINEZ RIQUEME (C.C: 1067934776)

Periodo: julio 2026

| ID Instructor ( Nombre Instru | Ficha Grupo | Programa   | Competencia    | Jornada | Fecha      | Hora Inicio | Hora Fin | DuraciÃ³n Horas |
|-------------------------------|-------------|------------|----------------|---------|------------|-------------|----------|-----------------|
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 13/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 27/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 1/07/2026  | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 3/07/2026  | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 4/07/2026  | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 8/07/2026  | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 10/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 11/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 15/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 17/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 18/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 22/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 24/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 25/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 29/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |
| 7213d75c-c70 JUAN DAVID N     | 3495828     | DESARROLLO | Proyectar el r | Tarde   | 31/07/2026 | 12:00:00    | 19:59:00 | 7.98            |

Total Horas M 127.73

---

# TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

---

**INSTRUCTOR:** JUAN DAVID MARTINEZ RIQUEME

**CENTRO DE FORMACIÓN:** CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA

**FECHA INICIAL:** 01/07/2026 00:00:00

**FECHA FINAL:** 31/07/2026 23:59:59

---

## ACTIVIDADES ACADÉMICAS

---

**FICHA** 3495828 - DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO  
**DE APRENDIZAJE:**

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.

- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Formular el plan según objetivos y metodologías
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Orientar investigación formativa según referentes técnicos
- COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H

RA2. APLICAR MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ACUERDO CON TENDENCIAS DEL MERCADO. 96H

RA3. UTILIZAR ESTRATEGIAS DE PRECIOS EN EL PLAN DE MERCADEO A PARTIR DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H

RA4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 96H

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Resultado de Aprendizaje de la Inducción.
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

---

**HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** 119,70

---

**FICHA  
DE APRENDIZAJE:**

3550987 - MARKETING DIGITAL

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL

---

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : | 8,00 |
|-------------------------------|------|

---

**FICHA** 3550952 - MARKETING DIGITAL  
**DE APRENDIZAJE:**

- **COMPETENCIA DE APRENDIZAJE:** Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL

---

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : | 8,00 |
|-------------------------------|------|

---

---

|                                     |        |
|-------------------------------------|--------|
| TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: | 135,70 |
|-------------------------------------|--------|

---

#### EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT's

| FICHA               | FECHA INICIO | FECHA FINAL | EVENTO | HORAS |
|---------------------|--------------|-------------|--------|-------|
| TOTAL TIEMPO EDT's: |              |             |        | 0,00  |

#### ACTIVIDADES ADICIONALES

| FECHA INICIAL                  | FECHA FINAL | ACTIVIDAD | HORAS |
|--------------------------------|-------------|-----------|-------|
| TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: |             |           | 0,00  |

**INSTRUCTOR:** JUAN DAVID MARTINEZ RIQUEME

**CENTRO DE FORMACIÓN:** CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA

REPORTE HORAS PROGRAMADAS

| CODIGO REGIONAL | NOMBRE REGIONAL  | CODIGO CENTRO | NOMBRE CENTRO                      | TIPO IDENTIFICACION | NUMERO IDENTIFICACION | APELLIDO         | NOMBRES    | TIPO VINCULACION | Horas Formación Titulada Etapa Lectiva | Horas Formación Titulada Etapa Productiva | Horas Formación Complementaria | TOTAL HORAS DE FORMACION |
|-----------------|------------------|---------------|------------------------------------|---------------------|-----------------------|------------------|------------|------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 23              | REGIONAL CORDOBA | 9523          | CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y CC |                     | 1067934776            | MARTINEZ RIQUEME | JUAN DAVID | CONTRATISTA SENA | 120                                    | 0                                         | 16                             | 136                      |

|             |          |           |       |
|-------------|----------|-----------|-------|
| FICHA       |          | Municipio |       |
| 3495828     |          | Montería  |       |
| Hora Inicio | 14:00:00 | Mes       | Julio |
| Hora Fin    | 22:00:00 | Año       | 2026  |

Documento No Controlado por el SIGA

# CONTROL MENSUAL ASISTENCIA DE APRENDICES

|            |                                                |
|------------|------------------------------------------------|
| Instructor | Juan David Martinez Riqueme                    |
| Ambiente   | Centro de Comercio, Industria y Turismo - SENA |

|           |                                    |
|-----------|------------------------------------|
| Nivel     | Tecnólogo                          |
| Formación | Desarrollo de Procesos de Mercadeo |

| FICHA       |          | Municipio |       |
|-------------|----------|-----------|-------|
| 3495828     |          | Montería  |       |
| Hora Inicio | 14:00:00 | Mes       | Junio |
| Hora Fin    | 22:00:00 | Año       | 2026  |

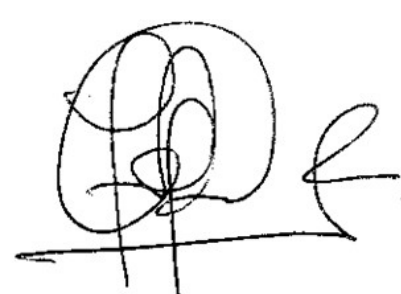
| No. | Nombre del Aprendiz                 | TDI        | Registre: T = Tarde, I= Injustificado, E = Excusado, o P = Presente |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |   | Acumulado |    |    |   | Firma Mensual del Aprendiz |  |
|-----|-------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------|----|-----|-----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|----|---|-----------|----|----|---|----------------------------|--|
|     |                                     |            | L                                                                   | Ma | Mie | Jue | Vie | Sab | Do | Lu | Ma | Mie | Jue | Vie | Sab | Do | Lu | Ma | Mie | Jue | Vie | Sab | Do | Lu | Ma | Mie | Jue | Vie | Sab | Do | Lu | Ma | Mie | Jue | Vie | Sab | Do |   |           |    |    |   |                            |  |
|     |                                     |            | 1                                                                   | 2  | 3   | 4   | 5   | 6   | 7  | 8  | 9  | 10  | 11  | 12  | 13  | 14 | 15 | 16 | 17  | 18  | 19  | 20  | 21 | 22 | 23 | 24  | 25  | 26  | 27  | 28 | 29 | 30 | 1   | T   | I   | E   | P  |   |           |    |    |   |                            |  |
| 1   | ERIC ACEVEDO CAVADIA                | 1032178795 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | i  |     |     |     |     |    |    | t  |     | t   |     |     |    |    |    |     | 2   | 1   | 0   | 2  | 1 |           |    |    |   |                            |  |
| 2   | ENAIID DEL CARMEN ALARCON CAVADIA   | 1067842015 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | i  |     |     |     |     |    |    | p  |     | i   |     |     |    |    |    |     | 0   | 2   | 0   | 3  | 2 |           |    |    |   |                            |  |
| 3   | KEREN SOFIA ALVAREZ OVIEDO          | 1062967239 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    | p  |     | t   |     |     |    |    |    |     | 1   | 0   | 0   | 4  | 1 |           |    |    |   |                            |  |
| 4   | ALEJANDRO ANDOCILLA REGINO          | 1064993292 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 2 |           |    |    |   |                            |  |
| 5   | PEDRO JOSE ARAMBURO PLAZA           | 1062965370 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | i   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 1   | 0   | 4  | 1 |           |    |    |   |                            |  |
| 6   | NATALY SOFIA ARGUMEDO PEMBERTY      | 1138079418 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | i   |     |    |    |    |     | 0   | 1   | 0   | 4  | 2 |           |    |    |   |                            |  |
| 7   | SHARID YULIANA ARRIETA PEREZ        | 1148435998 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 3 |           |    |    |   |                            |  |
| 8   | DANIELA LUCIA BLANCO FLOREZ         | 1072256453 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 3 |           |    |    |   |                            |  |
| 9   | LUNA CASAS BONILLA                  | 1067867391 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | i   |     |     |     |    |    | t  |     |     |     |     |    |    | t  |     | t   |     |     |    |    |    | 3   | 1   | 0   | 1   | 4  |   |           |    |    |   |                            |  |
| 10  | SHIRLEY CATERINE DIAZ PEREZ         | 1062957046 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 4 |           |    |    |   |                            |  |
| 11  | KEINER ANDRES DIAZ SOLAR            | 1067925045 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 4 |           |    |    |   |                            |  |
| 12  | KARLA MARCELA ESPITIA BALLESTA      | 1063139140 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | t   |     |    |    |    |     | 1   | 0   | 0   | 4  | 5 |           |    |    |   |                            |  |
| 13  | JULIANA ESPITIA BELTRAN             | 1062440244 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 5 |           |    |    |   |                            |  |
| 14  | YESICA PAOLA ESQUIVEL MARTINEZ      | 1138074700 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 5 |           |    |    |   |                            |  |
| 15  | DANA SOFIA GOMEZ PERNETH            | 1068419470 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | i  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 1   | 0   | 4  | 6 |           |    |    |   |                            |  |
| 16  | MARÍA ANDREA GONZÁLEZ LÓPEZ         | 1062955909 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | i   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | t   |     | p   |     |    |    |    |     | 1   | 1   | 0   | 3  | 6 |           |    |    |   |                            |  |
| 17  | SHALABY GUEVARA MAZA                | 1067869897 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | t   |     |    |    |    |     | 1   | 0   | 0   | 4  | 6 |           |    |    |   |                            |  |
| 18  | LUIS ALFONSO HERNANDEZ CORREA       | 1067893476 |                                                                     |    |     |     | i   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 1   | 0   | 4  | 6 |           |    |    |   |                            |  |
| 19  | ANDREA CAROLINA HERNANDEZ HERNANDEZ | 1064986758 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | i  |     |     |     |     |    |    |    | i   |     | t   |     |    |    |    |     | 1   | 2   | 0   | 2  | 5 |           |    |    |   |                            |  |
| 20  | KAREN LORENA LOPEZ PADILLA          | 1067965305 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | i   |     |    |    |    |     | 0   | 1   | 0   | 4  | 1 |           |    |    |   |                            |  |
| 21  | MAYERLIS SOFIA MENDOZA BERRIO       | 1062440019 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 5 |           |    |    |   |                            |  |
| 22  | ANGELA ISABEL ORTIZ TEHERAN         | 1133798034 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 4 |           |    |    |   |                            |  |
| 23  | JORGE ALBERTO PACHECO ARIZAL        | 1067872745 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | e  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 1   | 4  | 4 |           |    |    |   |                            |  |
| 24  | JULIO CESAR PASTRANA ALEGRE         | 1003721937 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | i  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 1   | 0   | 4  | 3 |           |    |    |   |                            |  |
| 25  | MARIANA PEREZ GUERRERO              | 1067891703 |                                                                     |    |     |     | i   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | i  |     |     |     |     |    |    |    | i   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 3   | 0   | 2  | 3 |           |    |    |   |                            |  |
| 26  | ARIANA ANDREA RANGEL TAPIA          | 1148437191 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 3 |           |    |    |   |                            |  |
| 27  | SERGIO ANDRES ROMERO VELASQUEZ      | 1066728345 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | e   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 1   | 4  | 2 |           |    |    |   |                            |  |
| 28  | LISBET SHARITH SALAS ARRIETA        | 1067930364 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | i   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | i   |     |    |    |    |     | 0   | 2   | 0   | 3  |   |           |    |    |   |                            |  |
| 29  | AURA CRISTINA TAMAYO RIAÑO          | 1067864965 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | p   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 5  | 1 |           |    |    |   |                            |  |
| 30  | ELIS JOHANA VERGARA MESTRA          | 1067863589 |                                                                     |    |     |     | p   |     |    |    |    | p   |     |     |     |    |    | p  |     |     |     |     |    |    |    | i   |     | p   |     |    |    |    |     | 0   | 1   | 0   | 4  | 2 |           |    |    |   |                            |  |
|     |                                     |            |                                                                     |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 0  |   |           |    |    |   |                            |  |
|     |                                     |            |                                                                     |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 0  |   |           |    |    |   |                            |  |
|     |                                     |            |                                                                     |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     | 0   | 0   | 0   | 0  |   |           |    |    |   |                            |  |
|     |                                     |            |                                                                     |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |    |    |     |     |     |     |    |   | Totales   | 10 | 19 | 2 | 119                        |  |

Firma del Instructor: \_\_\_\_\_

|                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                    |  |                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------|
| <br>Sistema de<br>Gestión de la<br>Calidad | <b>Servicio Nacional de Aprendizaje SENA</b><br>Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba<br><b>CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA</b><br><b>FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.</b> |  |                               |
|                                                                                                                             | Nombre del Curso : <u>Desarrollo De Proceso de Mercadería</u>                                                                                                                                      |  |                               |
|                                                                                                                             | FICHA No. <u>3493878</u>                                                                                                                                                                           |  | Lugar: CCIT                   |
|                                                                                                                             | Municipio: Montería, Córdoba                                                                                                                                                                       |  | Nº. Doc. Identidad 1067934776 |
| Instructor: Juan David Martinez Riqueme                                                                                     |                                                                                                                                                                                                    |  |                               |
| FECHA: <u>11-06-2026</u>                                                                                                    | HORARIO: Tarde - 14:00 - 22:00 horas                                                                                                                                                               |  |                               |

| Nº | APELLIDOS         | NOMBRES           | DOC. IDENT. | Nº DEL CELULAR | FIRMAS          |
|----|-------------------|-------------------|-------------|----------------|-----------------|
| 01 | Urgencia Medina   | Elio Johana       | 7067863589  | 3227354395     | Elio Vergara    |
| 02 | andacilla regim   | Alejandro         | 7064993297  | 3005389203     | Alejandro       |
| 03 | Argumedo Pemberty | Nataly Sofia      | 1138079418  | 3216440138     | Nataly          |
| 04 | Alorcon covadlin  | Enard del carmon  | 1067842015  | 3014062671     | Enard           |
| 05 | Romero Velazquez  | Sergio Andres     | 1066728345  | 3107110518     | Sergio          |
| 06 | Gonzalez Lopez    | Maria Andreea     | 1067955909  | 3133491300     | Andrea Gonzalez |
| 07 | Gonzalez Kaza     | Sholaby           | 1067869897  | 3242759897     | Sholaby         |
| 08 | Hernandez         | Lisa Shain        | 1067930364  | 2116899079     | Lisa            |
| 09 | Gómez Perneth     | Dana Sofia        | 1068419470  | 3245236818     | Dana G.         |
| 10 | Espitia Ballesta  | Karla Marcela     | 1063139140  | 3046203017     | Karla E.        |
| 11 | Hernandez Remonte | Andreea Cardena   | 1064986158  | 3132206019     | Andreea H.      |
| 12 | Mendoza Berna     | Mayerlis Sofia    | 1062440019  | 3128959347     | Mayerlis S.     |
| 13 | Espitia beltran   | Tuliana           | 7062440244  | 3197653236     | Tuliana         |
| 14 | Esquivel Martinez | Vespa Padra       | 1138074700  | 3011292557     | Vespa Esquivel  |
| 15 | Acuerdo Caradla   | Eric Acuer        | 1032178795  | 3132458336     | Eric            |
| 16 | Lopez Padellera   | Yenon Jorgene     | 7064968305  | 3147101843     | Yenon J.        |
| 17 | Tornaya Diana     | Aura Cristina     | 1067864965  | 3052386921     | Aura Tandy U    |
| 18 | Alvarez Duedo     | Keren Sofia       | 7062961229  | 3004914733     | Keren           |
| 19 | Perez Quemero     | Mariana           | 1067891703  | 3001721466     | Mariana         |
| 20 | Arreola Perez     | Shirley Patricia  | 748435998   | 3206818379     | Shirley A.P.    |
| 21 | Hastrana Algie    | Julio Cesar       | 1003721937  | 3017130107     | Julio           |
| 22 | Blanco Floret     | Daniela Lucia     | 1022256453  | 311668675      | Daniela Floret  |
| 23 | Rangel Torres     | Angela Andreea    | 7748437197  | 3011000789     | Angela          |
| 24 | Ortiz Bonilla     | Lina              | 1067867391  | 3206891753     | Lina            |
| 25 | Ortiz Tereap      | Angela Kater      | 7733798031  | 3128964519     | Angela          |
| 26 | Diaz Perez        | Shirley Katherine | 7062957046  | 3148494718     | Shirley Diaz    |
| 27 | DIAS SOLAR        | KEINER A          | 1067925045  | 3026631083     | Keiner Diaz     |
| 28 | Pedraza Friaal    | Jorge Alberto     | 1067872745  | 3127183533     | Jorge P. Friaal |
| 29 |                   |                   |             |                |                 |
| 30 |                   |                   |             |                |                 |
| 31 |                   |                   |             |                |                 |
| 32 |                   |                   |             |                |                 |
| 33 |                   |                   |             |                |                 |
| 34 |                   |                   |             |                |                 |
| 35 |                   |                   |             |                |                 |

FIRMA DEL INSTRUCTOR





Sistema de  
Gestión de la  
Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA  
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba  
**CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA**  
**FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

|                                                                |                                                   |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Nombre del Curso: <u>T6. Desarrollo de Procesos de Mercado</u> |                                                   |
| FICHA No. <u>3495828</u>                                       |                                                   |
| Municipio: <u>Montería - Córdoba</u>                           | Lugar: <u>Centro de Comercio Industria y Tur.</u> |
| Instructor: <u>Juan D. Martínez</u>                            | Nº. Doc. Identidad: <u>1067934776</u>             |
| FECHA: <u>24-06-2026</u>                                       | HORARIO: <u>Tarde - 14:00 - 22:00 horas</u>       |

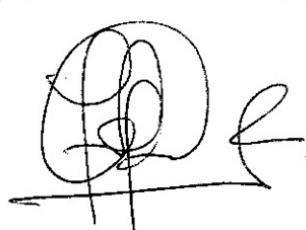
| Nº | APELLIDOS          | NOMBRES           | DOC. IDENT. | Nº DEL CELULAR | FIRMAS            |
|----|--------------------|-------------------|-------------|----------------|-------------------|
| 01 | Ortiz Tcheran      | Angela Isabel     | 7733798034  | 3128964577     | Ortiz             |
| 02 | Esposito beltran   | Juliana           | 1062440244  | 3197653236     | Juliana           |
| 03 | Gul's Amille       | Isabel Shari      | 1067930764  | 3118029049     | Isabel            |
| 04 | Gonzalez lopez     | María Andrea      | 1062955909  | 313 3491300    | Andrea Gonzalez   |
| 05 | HERNANDEZ CORREA   | LUIS AFRONSO      | 1067893476  | 3026348968     | Luis A. FERNANDEZ |
| 06 | Gonzalez Raza      | Shalaby           | 1067869897  | 3242759897     | Shalaby           |
| 07 | Romero Velazquez   | Sergio Andres     | 1066728345  | 3167110518     | Sergio            |
| 08 | Argumedo Peniberti | Nataly Sofia      | 1138579418  | 3216440138     | Nataly            |
| 09 | Mendoza Berrio     | Mayerlis Sofia    | 1062440019  | 3128959347     | Mayerlis S.       |
| 10 | Lopez Padilla      | Karen Lorena      | 1067965305  | 3147101543     | Karen             |
| 11 | Diaz Perez         | Shirley Katherine | 1062457046  | 3148494718     | Shirley Diaz      |
| 12 | Gomez Pemeth       | Dana Sofia        | 1068419470  | 3245236818     | Dana G.           |
| 13 | Puercos Arzai      | Jorge Alberto     | 1067872745  | 3127185533     | Jorge P. Arzai    |
| 14 | Esposito Ballester | Perla Marcela     | 1063139140  | 3046203077     | Perla Esposito    |
| 15 | Tamayo Pano        | Aura Cristina     | 1067864965  | 3052386421     | Aura Tamayo       |
| 16 | Alvarez Oviedo     | Karen Sofia       | 1062967239  | 3004914733     | Karen             |
| 17 | Blanco Floret      | Daniela Wania     | 1072256453  | 3217668675     | Daniela Wania     |
| 18 | Rangel Tafias      | Ariana Andrea     | 7748437191  | 3077000789     | Ariana            |
| 19 | Casas Bonilla      | Luna              | 1067867391  | 3206892753     | Luna              |
| 20 | Esquivel Martinez  | Vesica Paola      | 1138074700  | 3011292557     | Vesica Esquivel   |
| 21 | Arrieta Perez      | Shirley Juliana   | 1148435998  | 3206818379     | Shirley A.P.      |
| 22 | Alvarado Lora      | Enard             | 1067841013  | 3014062671     | Enard             |
| 23 | Antocilla resto    | Alexandro         | 1064993292  | 3005380003     | Alexandro         |
| 24 | DIAS SOLAR         | KEINER A          | 1067925045  | 3026631083     | Keiner Diaz       |
| 25 | Postana Alf.       | Julio Cesar       | 1003721937  | 3017130107     | Julio             |
| 26 | Acosta Canadilla   | Eric              | 1032178795  | 3132458336     | Eric              |
| 27 |                    |                   |             |                |                   |
| 28 |                    |                   |             |                |                   |
| 29 |                    |                   |             |                |                   |
| 30 |                    |                   |             |                |                   |
| 31 |                    |                   |             |                |                   |
| 32 |                    |                   |             |                |                   |
| 33 |                    |                   |             |                |                   |
| 34 |                    |                   |             |                |                   |
| 35 |                    |                   |             |                |                   |

FIRMA DEL INSTRUCTOR

|                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                    |                    |                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------|
| <br>Sistema de<br>Gestión de la<br>Calidad | <b>Servicio Nacional de Aprendizaje SENA</b><br>Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba<br><b>CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA</b><br><b>FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.</b> |                    |                                    |
|                                                                                                                             | Nombre del Curso: <u>Desarrollo de Procesos de Mercadeo</u>                                                                                                                                        |                    |                                    |
|                                                                                                                             | FICHA No. <u>3495828</u>                                                                                                                                                                           |                    |                                    |
|                                                                                                                             | Municipio: <u>Montería, Córdoba</u>                                                                                                                                                                |                    | Lugar: <u>CCIT</u>                 |
| Instructor: <u>Juan David Martinez Riqueme</u>                                                                              |                                                                                                                                                                                                    | Nº. Doc. Identidad | <u>1067934776</u>                  |
| FECHA:                                                                                                                      | <u>26/06/2026</u>                                                                                                                                                                                  | HORARIO:           | <u>Tarde - 14:00 - 22:00 horas</u> |

| Nº | APELLIDOS           | NOMBRES          | DOC. IDENT. | Nº DEL CELULAR | FIRMAS             |
|----|---------------------|------------------|-------------|----------------|--------------------|
| 01 | Díaz Pérez          | Shirly Katherine | 1062957046  | 3148494718     | Shirly Díaz.       |
| 02 | Gómez Perneth       | Dana Sofia       | 106849470   | 3245236818     | Dana G.            |
| 03 | Veigara Mosla       | Elio Johana      | 1067863589  | 3227354395     | Elio Veigara       |
| 04 | Hernandez Correa    | Luis Alfonso     | 1067893476  | 3026348168     | Luis A. Hernandez. |
| 05 | Bonero Velásquez    | Sergio Andres    | 1066727345  | 3107110518     | Sergio B.          |
| 06 | Mendoza Barrin      | Maurilio Sofia   | 1062440019  | 3128959347     | Maurilio S.        |
| 07 | Gonzalez Lopez      | Maria Andree     | 1062955909  | 313 3491300    | Andree Gonzalez    |
| 08 | Rebeca Lopez        | Jorge Alberto    | 1067871445  | 312 9183533    | Jorge Rebeca       |
| 09 | Espitia Beltrán     | Juliana          | 1062440244  | 3797653236     | Juliana E.         |
| 10 | Blanco Flores       | Daniela Lucia    | 1072256453  | 3277668675     | Daniela B.         |
| 11 | Hernandez Hernandez | Andrea Carolina  | 1067926758  | 3137206049     | Andrea H.          |
| 12 | Pérez Quervén       | Mariana          | 1067891703  | 3001721466     | Mariana.           |
| 13 | Tamayo Pigno        | Ayra Cynthia     | 1067864965  | 3052386420     | Ayra Tamayo        |
| 14 | Castro Flores       | Julio Cesar      | 1003721937  | 3017130107     | Julio C.           |
| 15 | Aramburo Riqueme    | Rodriga Jael     | 1062965390  | 3147772714     | Rodriga A.         |
| 16 | Andrzejewski        | Alexandro        | 1064993292  | 3005389203     | Alexandro          |
| 17 | Arrieta Pérez       | Shania Juliana   | 1148435998  | 3206818379     | Shania A.P.        |
| 18 | DIAZ SOLAR          | KEINER A         | 1067925045  | 3026637083     | Keiner Diaz        |
| 19 | Accredo Cavallia    | Eric             | 1032178795  | 3132458336     | Eric               |
| 20 | Rangel Tapias       | Ariana Andrea    | 1148437191  | 3077000789     | Ariana R.          |
| 21 | Ortiz Tcherin       | Angela Isabel    | 1133798054  | 3728764519     | Angela O.          |
| 22 | Espitia Bolleto     | Carla Marcela    | 1063139140  | 3046203017     | Carla E.           |
| 23 | Cosco Bonilla       | Luna             | 1067867391  | 3206892753     | Luna C.            |
| 24 | Esquivel Martinez   | Vesica Paola     | 1138074700  | 3011292557     | Vesica Esquivel.   |
| 25 | Guivara Maza        | Shalaby          | 1067869897  | 3242759897     | Shalaby            |
| 26 | Higuemado Peniberti | Nataly           | 1138079418  | 3216440138     | Nataly             |
| 27 |                     |                  |             |                |                    |
| 28 |                     |                  |             |                |                    |
| 29 |                     |                  |             |                |                    |
| 30 |                     |                  |             |                |                    |
| 31 |                     |                  |             |                |                    |
| 32 |                     |                  |             |                |                    |
| 33 |                     |                  |             |                |                    |
| 34 |                     |                  |             |                |                    |
| 35 |                     |                  |             |                |                    |

FIRMA DEL INSTRUCTOR





Sistema de  
Gestión de la  
Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA  
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba  
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA  
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:

T.6 Desarrollo de Procesos de mercadeo

FICHA No.

3495828

Municipio:

Montería, Córdoba

Instructor:

Juan D. Martínez

Lugar: CCIT

FECHA:

01/07/26

Nº. Doc. Identidad

1067934776

HORARIO:

Tarde - 14:00 - 22:00 horas

| Nº | APELLIDOS          | NOMBRES          | DOC. IDENT. | Nº DEL CELULAR | FIRMAS |
|----|--------------------|------------------|-------------|----------------|--------|
| 01 | Pastrana Alegre    | Juan Cesar       | 1003721937  | 3017130107     |        |
| 02 | Esquivel Ballester | Karla Marcelo    | 10631391140 | 3046203017     |        |
| 03 | Gonzalez Maza      | Shalaby          | 1067869897  | 3242754897     |        |
| 04 | Acamburo Plaza     | Ridra Jari       | 1062965370  | 3447772714     |        |
| 05 | Gómez Ferneth      | Dana Sofia       | 1068419470  | 3245236818     |        |
| 06 | Rangel Tapia       | Ariana Andrea    | 1148937191  | 3009532558     |        |
| 07 | Andocila regina    | Alejandro        | 1064993292  | 3005389203     |        |
| 08 | Casas Bonilla      | Laura            | 1067867391  | 3206892753     |        |
| 09 | Romero Velásquez   | Sergio Andres    | 1066727345  | 3107110517     |        |
| 10 | Alonzo Louredo     | Enzo del         | 106784203   | 3014062671     |        |
| 11 | Mendoza Barrio     | Mayerlis Sofia   | 1062440019  | 3128959347     |        |
| 12 | Pérez Guerrero     | Mariana          | 1067891703  | 300921466      |        |
| 13 | Acavedo Cavadin    | Eric             | 1032178795  | 3132458336     |        |
| 14 | Alvarez Ordo       | Keren Sofia      | 1062967237  | 3009914733     |        |
| 15 | Diaz Perez         | Shirly Katherine | 1062957046  | 3148494778     |        |
| 16 | Ortiz Zetarin      | Angela Isabel    | 1133798034  | 3128164519     |        |
| 17 | Hernandez Correo   | Luis Alfonso     | 1067893476  | 3026348968     |        |
| 18 | Amela Perez        | Shard Barona     | 1142435987  | 3206818379     |        |
| 19 | DIAZ SOLAR         | KEINER A.        | 1067925045  | 3026631083     |        |
| 20 | Andres Barona      | Laura Lorena     | 1064842745  | 2127183333     |        |
| 21 | Lopez Padilla      | Baren Lorena     | 1067965305  | 3147101573     |        |
| 22 | Esquivel beltran   | Juliana          | 1062440244  | 3197653236     |        |
| 23 | Gonzalez Lopez     | Maria Andreea    | 1062955909  | 313491300      |        |
| 24 | Fernando Pembert   | Nataly Sofia     | 1137079418  | 3216440132     |        |
| 25 | Hernandez Hdz      | Andree C         | 1064926758  | 3137206049     |        |
| 26 | Esquivel martina   | Yesenia Paola    | 1138074700  | 3011292557     |        |
| 27 | Tamayo Pinao       | Aura Crisling    | 1067864965  | 3052386421     |        |
| 28 |                    |                  |             |                |        |
| 29 |                    |                  |             |                |        |
| 30 |                    |                  |             |                |        |
| 31 |                    |                  |             |                |        |
| 32 |                    |                  |             |                |        |
| 33 |                    |                  |             |                |        |
| 34 |                    |                  |             |                |        |
| 35 |                    |                  |             |                |        |

FIRMA DEL INSTRUCTOR

|                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                             |                   |                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------------|
| <br>Sistema de<br>Gestión de la<br>Calidad | Servicio Nacional de Aprendizaje SENA<br>Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba<br><b>CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA</b><br><b>FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.</b> |                   |                                |
|                                                                                                                             | Nombre del Curso: Desarrollo de procesos de Mercadeo                                                                                                                                        |                   |                                |
|                                                                                                                             | FICHA No. 3495828                                                                                                                                                                           |                   | Lugar: CCIT                    |
|                                                                                                                             | Municipio: Montería, Córdoba                                                                                                                                                                |                   | Nº. Doc. Identidad: 1067934776 |
| Instructor: Juan David Martinez Riqueme                                                                                     |                                                                                                                                                                                             | FECHA: 03/07/2016 |                                |
|                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                             | HORARIO:          | Tarde - 14:00 - 22:00 horas    |

| Nº | APELLIDOS         | NOMBRES           | DOC. IDENT. | Nº DEL CELULAR | FIRMAS                 |
|----|-------------------|-------------------|-------------|----------------|------------------------|
| 01 | Alambura Plaza    | Rodra José        | 1062965370  | 314 7772714    | <i>[Signature]</i>     |
| 02 | Andacia regna     | Alexandro         | 1064993292  | 3005389203     | Alexandro              |
| 03 | DIAZ SOLAR        | KEINER A          | 1067975045  | 3026637083     | KEINER DIAZ            |
| 04 | Diaz Perez        | Shirley Katherine | 1062957046  | 3148494718     | Shirley Diaz           |
| 05 | Esquivel martinez | Yesenia paula     | 1138074700  | 3011292557     | Yesenia Esquivel       |
| 06 | Alvarez Osiedo    | Keren Sofia       | 1062967239  | 3004914733     | Keren                  |
| 07 | Gonzalez Maza     | Shalaby           | 1067869897  | 3242759897     | Shalaby                |
| 08 | Hernandez Correo  | Luis Alfonso      | 1067893476  | 3026548968     | Luis A.                |
| 09 | Jastrana Alegre   | Julio Cesar       | 1003721937  | 3017130107     | <i>[Signature]</i> ... |
| 10 | Argumedo pembert  | Nataly Sofia      | 1138079418  | 3216440138     | Nataly                 |
| 11 | Tamayo Piana      | Aura Cristina     | 1067864965  | 3052386421     | Aura Tamayo.           |
| 12 | Maria Andrea      | Gonzalez Lopez    | 1062955909  | 313 3491300    | Andrea Gonzalez        |
| 13 | Mendoza Barrio    | Mayerlis Sofia    | 1062440019  | 328959347      | Mayerlis S.            |
| 14 | Gómez Pemeth      | Dana Sofia        | 1068419470  | 3245236818     | Dana G.                |
| 15 | Vargara Meslay    | Els Johana        | 1067863589  | 3227354395     | Els Johana             |
| 16 | Pomero Velasco    | Sergio Andres     | 1066345928  | 3107110518     | Sergio                 |
| 17 | Ortiz Teheran     | Angela Isabel     | 1133798034  | 3128964519     | Angela                 |
| 18 | Rangel Tapia      | Ariana Andrea     | 1148437197  | 3071000789     | Ariana                 |
| 19 | Ruiz Lopez        | Yany Yany         | 1067872715  | 312 7183533    | Yany                   |
| 20 | Esquivel beltran  | Juliana           | 1062440244  | 3197653236     | Juliana                |
| 21 | Valderrama        | Sabel Jimenez     | 1067970364  | 3116899049     | Sabel                  |
| 22 | Arrieta Perez     | Shirley Yuliana   | 1148438998  | 3106818379     | Shirley A.P.           |
| 23 | Esquivel Ballesta | Karla Marcela     | 103139140   | 3046203017     | Karla Esquivel         |
| 24 | Hernandez Hdz     | Andrea Carolina   | 1064976752  | 3137206019     | Andrea H.              |
| 25 |                   |                   |             |                |                        |
| 26 |                   |                   |             |                |                        |
| 27 |                   |                   |             |                |                        |
| 28 |                   |                   |             |                |                        |
| 29 |                   |                   |             |                |                        |
| 30 |                   |                   |             |                |                        |
| 31 |                   |                   |             |                |                        |
| 32 |                   |                   |             |                |                        |
| 33 |                   |                   |             |                |                        |
| 34 |                   |                   |             |                |                        |
| 35 |                   |                   |             |                |                        |

FIRMA DEL INSTRUCTOR *[Signature]*



## PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

### FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

#### IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** TECNÓLOGO EN DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
- **Código del Programa de Formación:** 124101 V1
- **Nombre del Proyecto:** ESTRUCTURACIÓN DE UN PLAN DE MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA MIPYMES EN EL DEPARTAMENTO DE CORDOBA
- **Fase del Proyecto:** PLANEACIÓN
- **Actividad de Proyecto:** ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO
- **Competencia:** Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** RA2. APLICAR MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ACUERDO CON TENDENCIAS DEL MERCADO.
- **Duración de la Guía:** 96 horas

#### 2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz:

En un entorno empresarial dinámico y globalizado, estimar la demanda no es adivinar el futuro, sino interpretarlo mediante datos. Esta guía te brindará las herramientas conceptuales y analíticas necesarias para entender cómo interactúan la oferta y la demanda, aplicar modelos probabilísticos y matemáticos de proyección, y aprovechar tecnologías como Big Data y Minería de Datos para fundamentar decisiones estratégicas de mercadeo.

¡Éxito en este proceso de aprendizaje!



### 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

#### Reflexión inicial

**Actividad de Reflexión:** "Imaginen que saliendo hoy de la sesión, se encuentran un billete de \$100.000 pesos en la calle. Es suyo, libre de deudas. ¿Qué es lo primero que irían a comprar o pagar esta misma tarde?"

#### El Juego del "Quiero, Necesito y Puedo"

"Imaginen que saliendo hoy de la sesión, se encuentran un billete de \$100.000 pesos en la calle. Es suyo, libre de deudas. ¿Qué es lo primero que irían a comprar o pagar esta misma tarde?"

#### El Contraataque Reflexivo



*"Como futuros tecnólogos y estrategas, el éxito de sus emprendimientos no depende de cuánta gente los 'quiera' o los 'felicite' por redes sociales. Depende de cuánta gente tenga la necesidad, el deseo y, sobre todo, **el dinero y la disposición de pagar** por su producto. Hoy vamos a aprender a graficar y entender ese superpoder del mercado: La Demanda".*

*"Como futuros tecnólogos y estrategas, el éxito de sus emprendimientos no depende de cuánta gente los 'quiera' o los 'felicite' por redes sociales. Depende de cuánta gente tenga la necesidad, el deseo y, sobre todo, **el dinero y la disposición de pagar** por su producto. Hoy vamos a aprender a graficar y entender ese superpoder del mercado: La Demanda".*

Duración: 30 minutos

**Ambiente Requerido:** Ambiente de formación convencional, mesas, sillas, computadores, conexión a internet y televisor.

**Materiales:** Borrador para tablero, esfero de punta redonda, hojas cuadriculadas, lápiz marcadores para tablero acrílico, marcadores permanentes, memorias USB, papel blanco, resaltadores y tajalápiz.

**Actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:**



**Actividad de Contextualización Competencia:** Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

**Descripción de la actividad:**

### Taller Práctico: El Caso Simulado: "Batidos El Frutal"



"Batidos El Frutal" es un negocio local de bebidas naturales. Tras un estudio de mercado, el propietario ha registrado cómo varía la cantidad de batidos que compran sus clientes habituales al mes según el precio que les asigna.

Adicionalmente, se prevé un escenario donde el ingreso de los consumidores de la zona aumentará debido a una nueva dinámica económica en el sector, lo que incrementará su poder de compra en un 20%.

| Punto | Precio (\$) | Demand<br>a Inicial<br>(Q1) | Nueva Demanda (Q2 -<br>Ingreso +20%) |
|-------|-------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| A     | 7000        | 100                         |                                      |
| B     | 6000        | 150                         |                                      |
| C     | 5000        | 220                         |                                      |
| D     | 4000        | 310                         |                                      |
| E     | 3000        | 420                         |                                      |
| F     | 2000        | 550                         |                                      |

- Los aprendices deben digitalizar la tabla de demanda.
- Insertar un **Gráfico de Dispersión con líneas suavizadas** para graficar la curva automáticamente.
- Añadir una nueva columna simulando que los ingresos del consumidor aumentaron un 20% para que observen numéricamente y de forma gráfica cómo la curva completa se desplaza hacia la derecha.

Duración: 1 hora

**Actividades de apropiación:**

**Fundamentos de Economía de Mercado y Análisis de Oferta/Demanda**

- Concepto y curva de demanda:** Taller: Construcción de curvas de demanda en hojas de cálculo.
- Concepto y curva de oferta :** Taller: Simulación de costos y disposición de oferta de un microempresario.
- Equilibrio de mercado y Elasticidades:** Taller: Cálculo de punto de equilibrio y variaciones de ingreso por cambios de precio.

**El Entorno Competitivo y Estrategia**

- Estructuras de mercado (Monopolio, Oligopolio, etc.)** Taller: Estudio de caso sobre sectores del entorno local.
- Estrategias competitivas (Porter) y comparativas** Taller: Propuesta de diferenciación para un negocio modelo.



- **Benchmarking y sus 5 fases** Taller: Plan de benchmarking aplicado a servicio al cliente.

### **Métodos de Proyección e Investigación de Mercados**

- **Demanda potencial y clases de oferta** Taller: Cálculo de demanda potencial con el método de ratios sucesivos.
- **Tendencias y métodos de proyección** Taller: Regresión lineal simple y series de tiempo en Excel.
- **Inteligencia de mercados y SIM** Taller: Mapeo de la estructura del SIM para una Pyme.

### **Analítica de Datos y Tecnología Aplicada al Mercadeo**

- **Bases de datos (CRM, tablas, llaves)** Taller: Construcción y limpieza de una base de datos para marketing.
- **Big Data (Las 5 V)** Taller: Caso de estudio de Big Data en empresas globales/nacionales.
- **Minería de datos (CRISP-DM) y Cierre** Taller Final: Sustentación del Proyecto Integrador.

### **Actividad de Transferencia de Conocimiento:**

Presentación de una propuesta de estrategia de segmentación aplicada a un producto o servicio.

### **Proyecto final de economías populares:**

El Dashboard en Excel (Desempeño y Producto): Una plantilla formulada donde se vea:

Pestaña 1: Gráficas de oferta, demanda y punto de equilibrio.

Pestaña 2: Matriz de benchmarking y diferenciación.

Pestaña 3: Proyección de demanda a 12 meses (Regresión lineal).

Pestaña 4: Base de datos limpia (CRM) y regla de combinación de productos.

El Pitch Comercial: Exposición de 7 minutos donde el equipo le "vende" la viabilidad de su proyecto al instructor y al grupo utilizando sus proyecciones de datos.

## **4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**



Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

| Evidencias de Aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Criterios de Evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Técnicas e Instrumentos de Evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Evidencias de Conocimiento :</b></p> <p>Diferencia entre movimientos sobre la curva y desplazamientos de oferta/demanda.</p> <p>Fórmula de elasticidad precio de la demanda y su interpretación (Elástica vs. Inelástica).</p> <p>Fases de la metodología CRISP-DM para Minería de Datos.</p> <p>Definición de las 5 "V" del Big Data.</p> <p><b>Evidencias de Desempeño:</b></p> <p>Configura correctamente las variables en la hoja de cálculo para hallar el punto de equilibrio (<math>Q_d = Q_o</math>).</p> <p>Aplica correctamente fórmulas de tendencia (regresión lineal / promedios móviles) sobre datos históricos de ventas.</p> <p>Interpreta y explica adecuadamente los resultados numéricos obtenidos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identifica variables que inciden en el comportamiento de la oferta y la demanda, teniendo en cuenta tendencias del mercado</li> <li>Caracteriza oferta y demanda según estructura de mercado y capacidad de la organización</li> <li>Evalúa comportamiento de la demanda y oferta de acuerdo con la información histórica y Tendencias del mercado</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Observación</li> <li>Lista de chequeo</li> <li>Portafolio de evidencias</li> <li>Evaluación de Conocimiento</li> <li>Cuestionarios</li> <li>Evaluación conocimiento AVA</li> <li>Talleres</li> <li>Evaluación desempeño</li> <li>Actividades grupales</li> <li>Pruebas escritas</li> <li>Lista de chequeo para evaluar desempeño y producto.</li> <li>Presentación del portafolio de evidencias.</li> <li>Informes avances de proyecto</li> <li>Mapas conceptuales</li> <li>Observación</li> <li>Mapa mental</li> <li>Carpeta de evidencias</li> <li>Evaluación de desempeño</li> <li>Hoja de cotejo</li> <li>Reportes</li> <li>Carpeta de evidencias</li> <li>Proyecto productivo.</li> </ul> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Evidencias de Producto:</b></p> <p>Sección 1: Análisis microeconómico del producto (Curvas, estimación de elasticidad y punto de equilibrio).</p> <p>Sección 2: Cuadro comparativo de competencia y plan de Benchmarking.</p> <p>Sección 3: Cálculo de Demanda Potencial y proyección de ventas a 12 meses usando datos históricos.</p> <p>Sección 4: Propuesta de arquitectura SIM y estructura de base de datos sugerida para la empresa.</p> |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Lista de chequeo con evidencias de visitas y/o salidas empresariales</li></ul> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Bases de Datos:** Conjunto organizado y estructurado de datos pertenecientes a un mismo contexto (como registros de clientes, ventas o inventarios) que se almacenan digitalmente para su posterior consulta, actualización y análisis.
- **Benchmarking:** Proceso sistemático y continuo de evaluar, comparar y analizar los productos, servicios, procesos y estrategias de organizaciones líderes o competidores directos, con el fin de transferir y adaptar las mejores prácticas a la propia empresa.
- **Big Data (Macrodatos):** Conjunto de datos cuyo tamaño, velocidad de generación y diversidad (estructurados y no estructurados) superan la capacidad del software tradicional para ser capturados, gestionados y procesados en un tiempo razonable (definido comunmente por las 5 "V": Volumen, Velocidad, Variedad, Veracidad y Valor).



- **Competencia:** Situación de mercado en la cual un conjunto de agentes económicos (productores o vendedores) rivalizan ofreciendo bienes o servicios para satisfacer las necesidades de un grupo de compradores.
- **Curva de Demanda:** Representación gráfica que muestra la relación inversa entre el precio de un bien o servicio y la cantidad que los consumidores están dispuestos a adquirir a dicho precio, manteniendo los demás factores constantes (*ceteris paribus*).
- **Curva de Oferta:** Representación gráfica que muestra la relación directa entre el precio de un bien o servicio y la cantidad que los productores están dispuestos a ofrecer y vender en el mercado.
- **Demanda Potencial:** Estimación cuantitativa del volumen máximo de ventas que podrían alcanzar todos los competidores en un mercado o segmento específico, durante un periodo determinado y bajo un nivel máximo de esfuerzo de marketing.
- **Elasticidad Precio de la Demanda:** Medida del grado de sensibilidad o respuesta cuantitativa de la cantidad demandada de un bien frente a una variación porcentual en su precio.
- **Equilibrio de Mercado:** Situación en la cual, a un precio determinado, la cantidad de bienes que los compradores están dispuestos a adquirir es exactamente igual a la cantidad que los productores están dispuestos a vender ( $Q_d = Q_o$ ).
- **Inteligencia de Mercados:** Conjunto de procesos, fuentes de información y herramientas analíticas que recopilan y evalúan de forma continua datos del entorno comercial para apoyar la toma de decisiones estratégicas.
- **Minería de Datos (Data Mining):** Conjunto de técnicas computacionales y estadísticas que procesan grandes volúmenes de datos para descubrir patrones, tendencias, relaciones ocultas o reglas de asociación que permiten predecir comportamientos futuros.
- **Proyección de la Demanda:** Aplicación de métodos cuantitativos (matemáticos/estadísticos) y cualitativos para estimar el volumen de ventas o compras futuras de un bien o servicio en un periodo determinado.
- **Sistema de Información de Mercadeo (SIM):** Estructura organizada de personas, equipos y procedimientos diseñada para recopilar, clasificar, analizar, evaluar y distribuir información oportuna y exacta para la toma de decisiones en marketing.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Mankiw, N. G. (2020). Principios de economía (8.ª ed.). Cengage Learning.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). Microeconomía (9.ª ed.). Pearson Educación.
- Parkin, M., & Loría, E. (2015). Microeconomía: Versión para Latinoamérica (11.ª ed.). Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing (13.ª ed.). Pearson Educación.



- Porter, M. E. (2015). Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Pirámide.
- Malhotra, N. K. (2020). Investigación de mercados: Un enfoque aplicado (7.ª ed.). Pearson Educación.
- Spendolini, M. J. (2005). Manual de Benchmarking. Editorial Norma.
- Hanke, J. E., & Wichern, D. W. (2010). Pronósticos en los negocios (9.ª ed.). Pearson Educación.
- Chapman, P., Clinton, J., Kerber, R., Khabaza, T., Reinartz, T., Shearer, C., & Wirth, R. (2000). CRISP-DM 1.0: Step-by-step data mining guide. SPSS Inc.
- Joyanes Aguilar, L. (2019). Big Data: Análisis de grandes volúmenes de datos en organizaciones. Marcombo.

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

|                   | Nombre                                                                                                                                               | Cargo                                                                                | Dependencia                                                                                                                  | Fecha                   |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>Autor (es)</b> | <b>Ángela Rosa Amaya</b><br><b>Estefanía Toro</b><br><b>Aristizábal</b><br><b>Mónica Toro Idarraga</b><br><b>Isabel Irene León</b><br><b>Ramírez</b> | <b>Instructora</b><br><b>Instructora</b><br><b>Instructora</b><br><b>Instructora</b> | <b>Centro de Comercio y Turismo Regional Quindío</b><br><br><b>Centro de Gestión Tecnológica de Servicios Regional Valle</b> | <b>Julio 27 de 2018</b> |

## 8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|--|--------|-------|-------------|-------|------------------|
|  |        |       |             |       |                  |



|                   |                                    |                   |                                                           |                           |                                                                                                       |
|-------------------|------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autor (es)</b> | <b>Juan David Martinez Riqueme</b> | <b>Instructor</b> | <b>Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba</b> | <b>18 de mayo de 2026</b> | <b>Actualización de competencia<br/>Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico.</b> |
|-------------------|------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|

























|                                                                                   |                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
|  | CARACTERIZACIÓN DE LA FORMACIÓN   |
|                                                                                   | FO06-007-25 / Versión 01          |
|                                                                                   | Proceso: Administración educativa |
|                                                                                   | Procedimiento: Matrícula          |

Nº FICHA DE CARACTERIZACIÓN: \_\_\_\_\_ No. SOLICITUD: \_\_\_\_\_

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: MARKETING DIGITAL

TIPO DE FORMACIÓN: TITULADA: \_\_\_\_\_ COMPLEMENTARIA: ☒ X

CODIGO PROGRAMA: 62110000 VERSION: 1 SECTOR:

CONVENIO **FULL POPULAR** ☒ X PROGRAMA ESPECIAL: OFERTA CERRADA

FECHA: INICIO: 13/07/2026 TERMINACIÓN: 18/07/2026 TOTAL HORAS: 48 horas

Nº APRENDICES: 16 MUNICIPIO: Montería VEREDA: DIRECCIÓN: BARRIO LA REVERA

| DÍA       | AMBIENTE DE APRENDIZAJE                     | HORAS (24 horas) |       |
|-----------|---------------------------------------------|------------------|-------|
|           |                                             | INICIO           | FIN   |
| LUNES     | 13 JULIO - AMBIENTE JUNTA DE ACCION COMUNAL | 16:00            | 22:00 |
| MARTES    | 14 JULIO - AMBIENTE JUNTA DE ACCION COMUNAL | 16:00            | 22:00 |
| MIERCOLES | 15 JULIO - AMBIENTE JUNTA DE ACCION COMUNAL | 16:00            | 22:00 |
| JUEVES    | 16 JULIO - AMBIENTE JUNTA DE ACCION COMUNAL | 16:00            | 22:00 |
| VIERNES   | 17 JULIO - AMBIENTE JUNTA DE ACCION COMUNAL | 16:00            | 22:00 |
| SABADO    | 18 JULIO - AMBIENTE JUNTA DE ACCION COMUNAL | 16:00            | 22:00 |
| DOMINGO   |                                             |                  |       |
| FESTIVO*  |                                             |                  |       |

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: JUAN DAVID MARTINEZ RIQUEME CC. 1067934776

TELÉFONO: 3016996593 EMAIL: jdmartinezr@sena.edu.co

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA:

NIT Nº: TELEFONO:

DIRECCION:

E-MAIL:

NOMBRE DEL GERENTE:

RE: Complementario de Marketing Digital - Montería

Publica Resumir este correo electrónico

SENA - Servicio Nacional de Aprendizaje JUE 09/07/2026 10:45

Kathy Marcela Ubame Doris  
Para: inscripciones9523 Jue 09/07/2026 21:22  
CC: y 2 más

Retención: Exchange Online (10 años) Expira: Dom 06/07/2036 21:22

Documentos.pdf  
8 MB

Listado G.xlsx  
10 KB

Ficha Matrícula Complement...  
344 KB

3 archivos adjuntos (6 MB)

Guardar todo en OneDrive - Servicio Nacional de Aprendizaje







## PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

### FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** MARKETING DIGITAL
- **Código del Programa de Formación:** 62110000 V1
- **Nombre del Proyecto ( si es formación Titulada):** NA
- **Fase del Proyecto ( si es formación Titulada):** NA
- **Actividad de Proyecto(si es formación Titulada):** NA
- **Competencia:** Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y
- normativa legal

#### **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO.

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL.

- **Duración de la Guía:** 48 Horas

#### 2. PRESENTACIÓN

El crecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación ha transformado la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Actualmente, el marketing digital constituye una herramienta estratégica para identificar mercados, segmentar consumidores, promocionar productos y fortalecer la competitividad empresarial.

En esta guía, el aprendiz reconocerá las características del entorno digital, identificará el comportamiento del consumidor digital y analizará las variables de segmentación necesarias para estructurar estrategias de marketing digital.

#### 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

##### 3.1.1 Actividad de reflexión Inicial:

Actividad: "Mi último clic"



### **Situación problema**

Durante un día normal, una persona recibe publicidad en Facebook, Instagram, TikTok, Google y WhatsApp. Sin embargo, solo compra un producto que encontró en Instagram.

### **Preguntas orientadoras**

¿Por qué crees que compró ese producto y no otro?

¿Qué factores influyeron en su decisión?

¿Las redes sociales influyen en nuestras compras?

¿Cómo saben las empresas qué mostrar a cada persona?

¿Qué información dejamos en internet cuando navegamos?

### **Socialización**

Cada grupo comparte sus respuestas y el instructor registra las conclusiones en el tablero.

**Tiempo:** 30 minutos.

### **3.1.2 Actividad de contextualización:**

**Dinámica:** "¿Quién es mi cliente ideal?"

**Propósito:**

Identificar el consumidor digital y las características del segmento de mercado.

**Cada grupo seleccionará un emprendimiento:**

- Venta de ropa.
- Restaurante.
- Tienda de mascotas.
- Bisutería.
- Cafetería.
- Papelería.

**Responderán:**



- ¿Quién compra?
- ¿Qué edad tiene?
- ¿Qué hace?
- ¿Qué redes sociales utiliza?
- ¿Qué problemas tiene?
- ¿Qué necesidades busca satisfacer?
- ¿Cómo compra?

**Presentación de 3 minutos por equipo.**

**Tiempo:** 45 minutos.

**Materiales:** Cartulinas, Marcadores, Revistas o imágenes, Post-it.

### **3.1.3 Actividad de apropiación del conocimiento:**

#### **Actividad 1. Explorando el entorno digital**

Mediante una exposición dialogada y consulta en internet, los aprendices completarán la siguiente tabla:

| <b>Concepto</b>    | <b>Definición</b> | <b>Ejemplo</b> |
|--------------------|-------------------|----------------|
| Entorno digital    |                   |                |
| Marketing digital  |                   |                |
| E-marketing        |                   |                |
| Consumidor digital |                   |                |
| Segmentación       |                   |                |
| Buyer Persona      |                   |                |
| Insight            |                   |                |

**Tiempo:**  
40 minutos.

Actividad 2. Construcción del Buyer Persona



## **Actividad 2. Construcción del Buyer Persona**

Cada grupo elaborará una ficha del cliente ideal.

Debe contener:

Nombre ficticio.

Edad.

Profesión.

Ingresos.

Redes sociales favoritas.

Intereses.

Problemas.

Necesidades.

Motivaciones de compra.

Objeciones.

Canales de comunicación favoritos.

Producto o servicio que consumiría.

**Herramienta:** Canva o plantilla física.

**Tiempo:** 60 minutos.

## **Actividad 3. Mapa de Empatía**

Responder:

- ¿Qué piensa?
- ¿Qué siente?
- ¿Qué escucha?
- ¿Qué ve?
- ¿Qué dice?



- ¿Qué hace?
- ¿Qué le preocupa?
- ¿Qué desea lograr?

**Producto:** Mapa de empatía.

**Tiempo:** 45 minutos.

#### **Actividad 4. Análisis FLOR**

Cada equipo realizará un análisis de su emprendimiento.

|              |
|--------------|
| FORTALEZAS   |
| LIMITACIONES |

|               |
|---------------|
| OPORTUNIDADES |
| RETOS         |

Tiempo: 30 minutos.

#### **Actividad 5. Taller de Segmentación**

Clasifique los siguientes negocios según el mercado objetivo:

- Gimnasio.
- Veterinaria.
- Tienda de ropa infantil.
- Academia de inglés.
- Venta de accesorios para motocicletas.

**Determine:**

- Segmentación geográfica.
- Segmentación demográfica.
- Segmentación psicográfica.
- Segmentación conductual.

Tiempo: 45 minutos.



### 3.1.4 Actividad de transferencia del conocimiento:

Cada equipo desarrollará un mini diagnóstico de su emprendimiento.

Debe presentar:

- ☒ Descripción del negocio.
- ☒ Segmento de mercado.
- ☒ Buyer Persona.
- ☒ Mapa de empatía.
- ☒ Análisis FLOR.
- ☒ Tres insights del consumidor.
- ☒ Tres canales digitales recomendados.

Socialización: Pitch de 5 minutos.

## 4 . ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                                 | Criterios de Evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                     | Técnicas e Instrumentos de Evaluación                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Evidencias de conocimiento</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuestionario sobre conceptos básicos.</li><li>• Participación en debates.</li></ul> <b>Evidencias de desempeño</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Participación en talleres.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Reconoce el entorno digital.</li><li>• Identifica características del consumidor digital.</li><li>• Describe el segmento de mercado.</li><li>• Establece objetivos básicos de marketing digital.</li><li>• Caracteriza canales digitales.</li></ul> | <b>Técnicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Observación directa</li><li>• Preguntas orales</li><li>• Taller práctico</li><li>• Trabajo grupal</li><li>• Simulación de ventas</li><li>• Presentación individual</li></ul> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción del Buyer Persona.</li> <li>• Desarrollo del mapa de empatía.</li> </ul> <p><b>Evidencias de producto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis FLOR.</li> <li>• Segmentación del mercado.</li> <li>• Diagnóstico del emprendimiento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valora insights del consumidor.</li> <li>• Relaciona las estrategias de marketing con el contexto empresarial.</li> </ul> | <p><b>Instrumentos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de chequeo</li> <li>• Guía de observación</li> <li>• Formato de plan de ventas</li> <li>• Rúbrica de evaluación</li> <li>• Registro de participación</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 5 GLOSARIO DE TÉRMINOS

| <b>Término</b>                    | <b>Definición</b>                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Marketing Digital</b>       | Conjunto de estrategias y acciones comerciales que utilizan medios y plataformas digitales para promocionar productos, servicios o marcas y conectar con los clientes. |
| <b>2. Entorno Digital</b>         | Espacio virtual donde interactúan empresas, consumidores y tecnologías mediante internet y plataformas digitales.                                                      |
| <b>3. Consumidor Digital</b>      | Persona que utiliza internet y dispositivos tecnológicos para buscar información, comparar productos y realizar compras.                                               |
| <b>4. Segmentación de Mercado</b> | Proceso de dividir un mercado en grupos de consumidores con características, necesidades o comportamientos similares.                                                  |
| <b>5. Buyer Persona</b>           | Representación semificticia del cliente ideal de una empresa, creada a partir de datos reales y características del público objetivo.                                  |
| <b>6. Insight</b>                 | Conocimiento profundo sobre las necesidades, motivaciones o comportamientos del consumidor que ayuda a diseñar estrategias efectivas.                                  |
| <b>7. E-Marketing</b>             | Aplicación de herramientas electrónicas y digitales para desarrollar estrategias de mercadeo y comercialización.                                                       |
| <b>8. Comunicación Online</b>     | Interacción entre empresas y clientes a través de medios digitales como redes sociales, páginas web, correos electrónicos y aplicaciones.                              |
| <b>9. Contenido Digital</b>       | Información creada y compartida en plataformas digitales con el propósito de informar, entretener, educar o persuadir a los usuarios.                                  |



|                                             |                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>10. Conversión</b>                       | Acción específica que realiza un usuario y que representa el cumplimiento de un objetivo, como una compra, registro o descarga.                                              |
| <b>11. SEO (Search Engine Optimization)</b> | Conjunto de técnicas para mejorar el posicionamiento orgánico de un sitio web en los motores de búsqueda como Google.                                                        |
| <b>12. SEM (Search Engine Marketing)</b>    | Estrategias de publicidad pagada en motores de búsqueda para aumentar la visibilidad y atraer clientes potenciales.                                                          |
| <b>13. SMO (Social Media Optimization)</b>  | Proceso de optimizar perfiles y contenidos en redes sociales para mejorar el alcance, la interacción y la presencia digital de una marca.                                    |
| <b>14. KPI (Key Performance Indicator)</b>  | Indicador clave de rendimiento que permite medir el cumplimiento de los objetivos establecidos en una estrategia de marketing digital.                                       |
| <b>15. Analítica Web (Web Analytics)</b>    | Proceso de recopilación, medición e interpretación de datos sobre el comportamiento de los usuarios en sitios web y plataformas digitales para apoyar la toma de decisiones. |

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2020). Programa de formación complementaria: Marketing Digital (Código 62110000). SENA.

### Kotler Marketing Group

Philip Kotler, P., Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.

### Wiley

Dave Chaffey, D., & Fiona Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (9th ed.). Pearson.

### Pearson

Ryan Deiss, R., & Russ Henneberry, R. (2020). Digital Marketing for Dummies. Wiley.

### Google for Developers

Google. (2025). Guía de optimización para motores de búsqueda (SEO).



### **Google Analytics Help**

Google. (2025). Centro de ayuda de Google Analytics.

### **Meta Business**

Meta Platforms, Inc. (2025). Meta Business: Recursos para empresas.

### **HubSpot Academy**

HubSpot. (2025). Inbound Marketing y Marketing Digital.

### **Think with Google**

Google. (2025). Think with Google: Consumer Insights y tendencias digitales.

## **7. CONTROL DEL DOCUMENTO**

|                   | Nombre                                          | Cargo | Dependencia     | Fecha                 |
|-------------------|-------------------------------------------------|-------|-----------------|-----------------------|
| <b>Autor (es)</b> | <b>EQUIPO EJECUTOR COMPETENCIA COMUNICACIÓN</b> |       | <b>CDA CHIA</b> | <b>AGOSTO DE 2020</b> |

## **8. CONTROL DE CAMBIOS** (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

|                   | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|-------------------|--------|-------|-------------|-------|------------------|
| <b>Autor (es)</b> |        |       |             |       |                  |

|                                                                                                                                                                 |                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
|  <p><b>SENA</b><br/>SISTEMA INTEGRADO DE MEJORA<br/>CONTINUA INSTITUCIONAL</p> | <b>CARACTERIZACION DE LA FORMACION</b> |
|                                                                                                                                                                 | F006-007-25 / Versión 01               |
|                                                                                                                                                                 | Proceso: Administración educativa      |
|                                                                                                                                                                 | Procedimiento: Matricula               |

Nº FICHA DE CARACTERIZACION: \_\_\_\_\_ No. SOLICITUD: \_\_\_\_\_

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: MARKETING DIGITAL

TIPO DE FORMACION: TITULADA: \_\_\_\_\_ COMPLEMENTARIA:  X

CODIGO PROGRAMA: 62110000 \_\_\_\_\_ VERSION: 1 \_ SECTOR:

CONVENIO  FULL POPULAR   X  PROGRAMA ESPECIAL: OFERTA CERRADA

FECHA: INICIO: 02/06/2026 \_\_\_\_\_ TERMINACIÓN: 07/07/2026 TOTAL HORAS: 48 horas

Nº APRENDICES: 25 MUNICIPIO: Montería VEREDA: Santa Isabel DIRECCIÓN:

| HORARIO   |                               |                  |              |
|-----------|-------------------------------|------------------|--------------|
| DIA       | AMBIENTE DE APRENDIZAJE       | HORAS (24 horas) |              |
|           |                               | INICIO           | FIN          |
| LUNES     |                               |                  |              |
| MARTES    | JUNIO 02,09,16,23,30 JULIO 07 | <u>14:00</u>     | <u>22:00</u> |
| MIERCOLES |                               |                  |              |
| JUEVES    |                               |                  |              |
| VIERNES   |                               |                  |              |
| SABADO    |                               |                  |              |
| DOMINGO   |                               |                  |              |
| FESTIVO * |                               |                  |              |

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: JUAN DAVID MARTINEZ RIQUEME CC. 1067934776

TELEFONO: 3016996593 EMAIL: jdmartinezr@sena.edu.co

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA:

NIT N°: \_\_\_\_\_ TELEFONO:

DIRECCION:

E-MAIL:

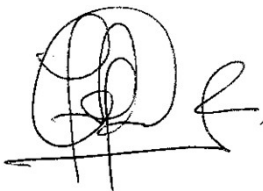
NOMBRE DEL GERENTE: \_\_\_\_\_

No DE EMPLEADOS: \_\_\_\_\_ ACTIVIDAD ECONOMICA: \_\_\_\_\_

DPTO: \_\_\_\_\_ MUNICIPIO: \_\_\_\_\_ GREMIO: \_\_\_\_\_

TIPO DE EMPRESA

| Ámbito de Lucro | Limitada       | Solidaria | Precooperativas       | Instituciones Educativas         |                                  |  |
|-----------------|----------------|-----------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|--|
|                 | Anónima        |           | Cooperativas          | Instituciones Educativas:        |                                  |  |
|                 |                |           |                       | Publica <input type="checkbox"/> | Privada <input type="checkbox"/> |  |
|                 | En Comandita   |           | Cooperativas Públicas | Otros                            |                                  |  |
|                 | Economía Mixta |           | Empresas Comunes      | Entes Territoriales              |                                  |  |
|                 | Colectiva      |           | Mutuales              | ONGS                             |                                  |  |
|                 | Unipersonal    |           | Fondo de Empleados    | Grupos                           |                                  |  |



INSTRUCTOR

COORDINADOR ACADEMICO

FECHA DE ENTREGA



## PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

### FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** MARKETING DIGITAL
- **Código del Programa de Formación:** 62110000 V1
- **Nombre del Proyecto ( si es formación Titulada):** NA
- **Fase del Proyecto ( si es formación Titulada):** NA
- **Actividad de Proyecto(si es formación Titulada):** NA
- **Competencia:** Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y
- normativa legal

#### **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO.

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL.

- **Duración de la Guía:** 48 Horas

#### 2. PRESENTACIÓN

El crecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación ha transformado la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Actualmente, el marketing digital constituye una herramienta estratégica para identificar mercados, segmentar consumidores, promocionar productos y fortalecer la competitividad empresarial.

En esta guía, el aprendiz reconocerá las características del entorno digital, identificará el comportamiento del consumidor digital y analizará las variables de segmentación necesarias para estructurar estrategias de marketing digital.

#### 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

##### 3.1.1 Actividad de reflexión Inicial:

Actividad: "Mi último clic"



### **Situación problema**

Durante un día normal, una persona recibe publicidad en Facebook, Instagram, TikTok, Google y WhatsApp. Sin embargo, solo compra un producto que encontró en Instagram.

### **Preguntas orientadoras**

¿Por qué crees que compró ese producto y no otro?

¿Qué factores influyeron en su decisión?

¿Las redes sociales influyen en nuestras compras?

¿Cómo saben las empresas qué mostrar a cada persona?

¿Qué información dejamos en internet cuando navegamos?

### **Socialización**

Cada grupo comparte sus respuestas y el instructor registra las conclusiones en el tablero.

**Tiempo:** 30 minutos.

### **3.1.2 Actividad de contextualización:**

**Dinámica:** "¿Quién es mi cliente ideal?"

**Propósito:**

Identificar el consumidor digital y las características del segmento de mercado.

**Cada grupo seleccionará un emprendimiento:**

- Venta de ropa.
- Restaurante.
- Tienda de mascotas.
- Bisutería.
- Cafetería.
- Papelería.

**Responderán:**



- ¿Quién compra?
- ¿Qué edad tiene?
- ¿Qué hace?
- ¿Qué redes sociales utiliza?
- ¿Qué problemas tiene?
- ¿Qué necesidades busca satisfacer?
- ¿Cómo compra?

**Presentación de 3 minutos por equipo.**

**Tiempo:** 45 minutos.

**Materiales:** Cartulinas, Marcadores, Revistas o imágenes, Post-it.

### **3.1.3 Actividad de apropiación del conocimiento:**

#### **Actividad 1. Explorando el entorno digital**

Mediante una exposición dialogada y consulta en internet, los aprendices completarán la siguiente tabla:

| <b>Concepto</b>    | <b>Definición</b> | <b>Ejemplo</b> |
|--------------------|-------------------|----------------|
| Entorno digital    |                   |                |
| Marketing digital  |                   |                |
| E-marketing        |                   |                |
| Consumidor digital |                   |                |
| Segmentación       |                   |                |
| Buyer Persona      |                   |                |
| Insight            |                   |                |

**Tiempo:**  
40 minutos.

Actividad 2. Construcción del Buyer Persona



## **Actividad 2. Construcción del Buyer Persona**

Cada grupo elaborará una ficha del cliente ideal.

Debe contener:

Nombre ficticio.

Edad.

Profesión.

Ingresos.

Redes sociales favoritas.

Intereses.

Problemas.

Necesidades.

Motivaciones de compra.

Objeciones.

Canales de comunicación favoritos.

Producto o servicio que consumiría.

**Herramienta:** Canva o plantilla física.

**Tiempo:** 60 minutos.

## **Actividad 3. Mapa de Empatía**

Responder:

- ¿Qué piensa?
- ¿Qué siente?
- ¿Qué escucha?
- ¿Qué ve?
- ¿Qué dice?



- ¿Qué hace?
- ¿Qué le preocupa?
- ¿Qué desea lograr?

**Producto:** Mapa de empatía.

**Tiempo:** 45 minutos.

#### **Actividad 4. Análisis FLOR**

Cada equipo realizará un análisis de su emprendimiento.

|              |
|--------------|
| FORTALEZAS   |
| LIMITACIONES |

|               |
|---------------|
| OPORTUNIDADES |
| RETOS         |

Tiempo: 30 minutos.

#### **Actividad 5. Taller de Segmentación**

Clasifique los siguientes negocios según el mercado objetivo:

- Gimnasio.
- Veterinaria.
- Tienda de ropa infantil.
- Academia de inglés.
- Venta de accesorios para motocicletas.

**Determine:**

- Segmentación geográfica.
- Segmentación demográfica.
- Segmentación psicográfica.
- Segmentación conductual.

Tiempo: 45 minutos.



### 3.1.4 Actividad de transferencia del conocimiento:

Cada equipo desarrollará un mini diagnóstico de su emprendimiento.

Debe presentar:

- ☒ Descripción del negocio.
- ☒ Segmento de mercado.
- ☒ Buyer Persona.
- ☒ Mapa de empatía.
- ☒ Análisis FLOR.
- ☒ Tres insights del consumidor.
- ☒ Tres canales digitales recomendados.

Socialización: Pitch de 5 minutos.

## 4 . ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                                 | Criterios de Evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                     | Técnicas e Instrumentos de Evaluación                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Evidencias de conocimiento</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuestionario sobre conceptos básicos.</li><li>• Participación en debates.</li></ul> <b>Evidencias de desempeño</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Participación en talleres.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Reconoce el entorno digital.</li><li>• Identifica características del consumidor digital.</li><li>• Describe el segmento de mercado.</li><li>• Establece objetivos básicos de marketing digital.</li><li>• Caracteriza canales digitales.</li></ul> | <b>Técnicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Observación directa</li><li>• Preguntas orales</li><li>• Taller práctico</li><li>• Trabajo grupal</li><li>• Simulación de ventas</li><li>• Presentación individual</li></ul> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción del Buyer Persona.</li> <li>• Desarrollo del mapa de empatía.</li> </ul> <p><b>Evidencias de producto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis FLOR.</li> <li>• Segmentación del mercado.</li> <li>• Diagnóstico del emprendimiento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valora insights del consumidor.</li> <li>• Relaciona las estrategias de marketing con el contexto empresarial.</li> </ul> | <p><b>Instrumentos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de chequeo</li> <li>• Guía de observación</li> <li>• Formato de plan de ventas</li> <li>• Rúbrica de evaluación</li> <li>• Registro de participación</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 5 GLOSARIO DE TÉRMINOS

| <b>Término</b>                    | <b>Definición</b>                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Marketing Digital</b>       | Conjunto de estrategias y acciones comerciales que utilizan medios y plataformas digitales para promocionar productos, servicios o marcas y conectar con los clientes. |
| <b>2. Entorno Digital</b>         | Espacio virtual donde interactúan empresas, consumidores y tecnologías mediante internet y plataformas digitales.                                                      |
| <b>3. Consumidor Digital</b>      | Persona que utiliza internet y dispositivos tecnológicos para buscar información, comparar productos y realizar compras.                                               |
| <b>4. Segmentación de Mercado</b> | Proceso de dividir un mercado en grupos de consumidores con características, necesidades o comportamientos similares.                                                  |
| <b>5. Buyer Persona</b>           | Representación semificticia del cliente ideal de una empresa, creada a partir de datos reales y características del público objetivo.                                  |
| <b>6. Insight</b>                 | Conocimiento profundo sobre las necesidades, motivaciones o comportamientos del consumidor que ayuda a diseñar estrategias efectivas.                                  |
| <b>7. E-Marketing</b>             | Aplicación de herramientas electrónicas y digitales para desarrollar estrategias de mercadeo y comercialización.                                                       |
| <b>8. Comunicación Online</b>     | Interacción entre empresas y clientes a través de medios digitales como redes sociales, páginas web, correos electrónicos y aplicaciones.                              |
| <b>9. Contenido Digital</b>       | Información creada y compartida en plataformas digitales con el propósito de informar, entretener, educar o persuadir a los usuarios.                                  |



|                                             |                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>10. Conversión</b>                       | Acción específica que realiza un usuario y que representa el cumplimiento de un objetivo, como una compra, registro o descarga.                                              |
| <b>11. SEO (Search Engine Optimization)</b> | Conjunto de técnicas para mejorar el posicionamiento orgánico de un sitio web en los motores de búsqueda como Google.                                                        |
| <b>12. SEM (Search Engine Marketing)</b>    | Estrategias de publicidad pagada en motores de búsqueda para aumentar la visibilidad y atraer clientes potenciales.                                                          |
| <b>13. SMO (Social Media Optimization)</b>  | Proceso de optimizar perfiles y contenidos en redes sociales para mejorar el alcance, la interacción y la presencia digital de una marca.                                    |
| <b>14. KPI (Key Performance Indicator)</b>  | Indicador clave de rendimiento que permite medir el cumplimiento de los objetivos establecidos en una estrategia de marketing digital.                                       |
| <b>15. Analítica Web (Web Analytics)</b>    | Proceso de recopilación, medición e interpretación de datos sobre el comportamiento de los usuarios en sitios web y plataformas digitales para apoyar la toma de decisiones. |

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2020). Programa de formación complementaria: Marketing Digital (Código 62110000). SENA.

### Kotler Marketing Group

Philip Kotler, P., Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.

### Wiley

Dave Chaffey, D., & Fiona Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (9th ed.). Pearson.

### Pearson

Ryan Deiss, R., & Russ Henneberry, R. (2020). Digital Marketing for Dummies. Wiley.

### Google for Developers

Google. (2025). Guía de optimización para motores de búsqueda (SEO).



### **Google Analytics Help**

Google. (2025). Centro de ayuda de Google Analytics.

### **Meta Business**

Meta Platforms, Inc. (2025). Meta Business: Recursos para empresas.

### **HubSpot Academy**

HubSpot. (2025). Inbound Marketing y Marketing Digital.

### **Think with Google**

Google. (2025). Think with Google: Consumer Insights y tendencias digitales.

## **7. CONTROL DEL DOCUMENTO**

|                   | Nombre                                                  | Cargo | Dependencia     | Fecha                 |
|-------------------|---------------------------------------------------------|-------|-----------------|-----------------------|
| <b>Autor (es)</b> | <b>EQUIPO EJECUTOR<br/>COMPETENCIA<br/>COMUNICACIÓN</b> |       | <b>CDA CHIA</b> | <b>AGOSTO DE 2020</b> |

## **8. CONTROL DE CAMBIOS** (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

|                   | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|-------------------|--------|-------|-------------|-------|------------------|
| <b>Autor (es)</b> |        |       |             |       |                  |

## Curso de Marketing Digital Buenavisa, Córdoba Pública

 Usted  
Buenos días Cordial saludo Adjunto documentos para matricular la formación en mención en el municipio de Buenavista, Córdoba. Quedo atento a cualquier inquietud. Juan David Martínez Riqueme Instructor  Lun 01/05/2026 8:45

 Kathy Marcela Ubarne Doria  
Para: @ inscripciones9523  
CC: @ Juan David Martínez Riqueme; @ David Alberto Ortega Mejía  
  Responder  Responder a todos  Reenviar    Mar 03/05/2026 14:35

 Retención: Exchange Online (10 años) Expira: Sáb 31/05/2036 14:35

 Documentos de identidad.p... 13 MB  Listado G.xlsx 10 KB  Ficha Matrícula Complement... 527 KB

3 archivos adjuntos (15 MB)  Guardar todo en OneDrive - Servicio Nacional de Aprendizaje  Descargar todo

Cordial saludo, estimado Luis

Te comparto complementario MARKETING DIGITAL del/a instructor/a JUAN DAVID MARTINEZ RIQUEME para inscripción y matrícula.

Agrezco de ante mano tu colaboración.



**Kathy Marcela Ubarne Doria**  
Centro De Comercio Industria Y Turismo De Córdoba -  
Contratista  
kubarne@se-na.edu.co  
3012997840  
Avenida Circunvalar Calle 24 Y 27

 [www.sena.edu.co](http://www.sena.edu.co)  
@SENAcomunica

Este mensaje y cualquier archivo adjunto pueden contener información pública clasificada y/o reservada bajo custodia o propiedad del SENA, destinada exclusivamente a su(s) destinatario(s). Dicha información debe ser utilizada únicamente para la finalidad con la que fue enviada y no cumplimiento de la normativa aplicable.

Si usted no es el destinatario autorizado o ha recibido este mensaje por error, le solicitamos que omita su consulto, informe de inmediato al emisor por correo electrónico con copia a [seccomunicacion@se-na.edu.co](mailto:seccomunicacion@se-na.edu.co) y elimine el mensaje. La retención, difusión, distribución o copia de este mensaje está prohibida y puede acarrear sanciones legales.

Para más información, consulte nuestros [Políticas de Seguridad y Privacidad de la Información](#) y las [Políticas de Tratamiento para la Protección de Datos Personales](#), disponibles en el sitio web del SENA.

 Responder  Responder a todos  Reenviar





|                                                                                                                                                                 |                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
|  <p><b>SENA</b><br/>SISTEMA INTEGRADO DE MEJORA<br/>CONTINUA INSTITUCIONAL</p> | CARACTERIZACION DE LA FORMACION   |
|                                                                                                                                                                 | F006-007-25 / Versión 01          |
|                                                                                                                                                                 | Proceso: Administración educativa |
|                                                                                                                                                                 | Procedimiento: Matricula          |

Nº FICHA DE CARACTERIZACION: \_\_\_\_\_ No. SOLICITUD: \_\_\_\_\_

NOMBRE DE LA FORMACIÓN: MARKETING DIGITAL

TIPO DE FORMACION: TITULADA: \_\_\_\_\_ COMPLEMENTARIA:  X

CODIGO PROGRAMA: 62110000 \_\_\_\_\_ VERSION: 1 \_ SECTOR:

CONVENIO  FULL POPULAR   X  PROGRAMA ESPECIAL: OFERTA CERRADA

FECHA: INICIO: 06/06/2026 \_\_\_\_\_ TERMINACIÓN: 02/07/2026 TOTAL HORAS: 48 horas

Nº APRENDICES: 15 MUNICIPIO: Buenavista VEREDA: DIRECCIÓN:

| HORARIO   |                          |                  |       |
|-----------|--------------------------|------------------|-------|
| DIA       | AMBIENTE DE APRENDIZAJE  | HORAS (24 horas) |       |
|           |                          | INICIO           | FIN   |
| LUNES     |                          |                  |       |
| MARTES    |                          |                  |       |
| MIERCOLES |                          |                  |       |
| JUEVES    | Junio 11,18,25, Julio 07 | 14:00            | 22:00 |
| VIERNES   |                          |                  |       |
| SABADO    | Junio 06,13              | 14:00            | 22:00 |
| DOMINGO   |                          |                  |       |
| FESTIVO * |                          |                  |       |

NOMBRE DEL INSTRUCTOR: JUAN DAVID MARTINEZ RIQUEME CC. 1067934776

TELEFONO: 3016996593 EMAIL: martinezjuanda677@gmail.com

NOMBRE EMPRESA ATENDIDA:

NIT N°: \_\_\_\_\_ TELEFONO:

DIRECCION:

E-MAIL:

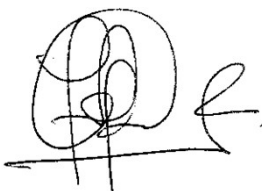
NOMBRE DEL GERENTE: \_\_\_\_\_

No DE EMPLEADOS: \_\_\_\_\_ ACTIVIDAD ECONOMICA: \_\_\_\_\_

DPTO: \_\_\_\_\_ MUNICIPIO: \_\_\_\_\_ GREMIO: \_\_\_\_\_

TIPO DE EMPRESA

| Ánimo de Lucro | Limitada       |  | Solidaria | Precooperativas       |  | Instituciones Educativas         |                                  |  |
|----------------|----------------|--|-----------|-----------------------|--|----------------------------------|----------------------------------|--|
|                | Anónima        |  |           | Cooperativas          |  | Instituciones Educativas:        |                                  |  |
|                |                |  |           |                       |  | Publica <input type="checkbox"/> | Privada <input type="checkbox"/> |  |
|                | En Comandita   |  |           | Cooperativas Públicas |  | Otros                            |                                  |  |
|                | Economía Mixta |  |           | Empresas Comunes      |  | Entes Territoriales              |                                  |  |
|                | Colectiva      |  |           | Mutuales              |  | ONGS                             |                                  |  |
|                | Unipersonal    |  |           | Fondo de Empleados    |  | Grupos                           |                                  |  |



INSTRUCTOR

COORDINADOR ACADEMICO

FECHA DE ENTREGA



## PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

### FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** MARKETING DIGITAL
- **Código del Programa de Formación:** 62110000 V1
- **Nombre del Proyecto ( si es formación Titulada):** NA
- **Fase del Proyecto ( si es formación Titulada):** NA
- **Actividad de Proyecto(si es formación Titulada):** NA
- **Competencia:** Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y
- normativa legal

#### **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO.

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL.

- **Duración de la Guía:** 48 Horas

#### 2. PRESENTACIÓN

El crecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación ha transformado la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Actualmente, el marketing digital constituye una herramienta estratégica para identificar mercados, segmentar consumidores, promocionar productos y fortalecer la competitividad empresarial.

En esta guía, el aprendiz reconocerá las características del entorno digital, identificará el comportamiento del consumidor digital y analizará las variables de segmentación necesarias para estructurar estrategias de marketing digital.

#### 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

##### 3.1.1 Actividad de reflexión Inicial:

Actividad: "Mi último clic"



### **Situación problema**

Durante un día normal, una persona recibe publicidad en Facebook, Instagram, TikTok, Google y WhatsApp. Sin embargo, solo compra un producto que encontró en Instagram.

### **Preguntas orientadoras**

¿Por qué crees que compró ese producto y no otro?

¿Qué factores influyeron en su decisión?

¿Las redes sociales influyen en nuestras compras?

¿Cómo saben las empresas qué mostrar a cada persona?

¿Qué información dejamos en internet cuando navegamos?

### **Socialización**

Cada grupo comparte sus respuestas y el instructor registra las conclusiones en el tablero.

**Tiempo:** 30 minutos.

### **3.1.2 Actividad de contextualización:**

**Dinámica:** "¿Quién es mi cliente ideal?"

**Propósito:**

Identificar el consumidor digital y las características del segmento de mercado.

**Cada grupo seleccionará un emprendimiento:**

- Venta de ropa.
- Restaurante.
- Tienda de mascotas.
- Bisutería.
- Cafetería.
- Papelería.

**Responderán:**



- ¿Quién compra?
- ¿Qué edad tiene?
- ¿Qué hace?
- ¿Qué redes sociales utiliza?
- ¿Qué problemas tiene?
- ¿Qué necesidades busca satisfacer?
- ¿Cómo compra?

**Presentación de 3 minutos por equipo.**

**Tiempo:** 45 minutos.

**Materiales:** Cartulinas, Marcadores, Revistas o imágenes, Post-it.

### **3.1.3 Actividad de apropiación del conocimiento:**

#### **Actividad 1. Explorando el entorno digital**

Mediante una exposición dialogada y consulta en internet, los aprendices completarán la siguiente tabla:

| <b>Concepto</b>    | <b>Definición</b> | <b>Ejemplo</b> |
|--------------------|-------------------|----------------|
| Entorno digital    |                   |                |
| Marketing digital  |                   |                |
| E-marketing        |                   |                |
| Consumidor digital |                   |                |
| Segmentación       |                   |                |
| Buyer Persona      |                   |                |
| Insight            |                   |                |

**Tiempo:**  
40 minutos.

Actividad 2. Construcción del Buyer Persona



## **Actividad 2. Construcción del Buyer Persona**

Cada grupo elaborará una ficha del cliente ideal.

Debe contener:

Nombre ficticio.

Edad.

Profesión.

Ingresos.

Redes sociales favoritas.

Intereses.

Problemas.

Necesidades.

Motivaciones de compra.

Objeciones.

Canales de comunicación favoritos.

Producto o servicio que consumiría.

**Herramienta:** Canva o plantilla física.

**Tiempo:** 60 minutos.

## **Actividad 3. Mapa de Empatía**

Responder:

- ¿Qué piensa?
- ¿Qué siente?
- ¿Qué escucha?
- ¿Qué ve?
- ¿Qué dice?



- ¿Qué hace?
- ¿Qué le preocupa?
- ¿Qué desea lograr?

**Producto:** Mapa de empatía.

**Tiempo:** 45 minutos.

#### **Actividad 4. Análisis FLOR**

Cada equipo realizará un análisis de su emprendimiento.

|              |
|--------------|
| FORTALEZAS   |
| LIMITACIONES |

|               |
|---------------|
| OPORTUNIDADES |
| RETOS         |

Tiempo: 30 minutos.

#### **Actividad 5. Taller de Segmentación**

Clasifique los siguientes negocios según el mercado objetivo:

- Gimnasio.
- Veterinaria.
- Tienda de ropa infantil.
- Academia de inglés.
- Venta de accesorios para motocicletas.

**Determine:**

- Segmentación geográfica.
- Segmentación demográfica.
- Segmentación psicográfica.
- Segmentación conductual.

Tiempo: 45 minutos.



### 3.1.4 Actividad de transferencia del conocimiento:

Cada equipo desarrollará un mini diagnóstico de su emprendimiento.

Debe presentar:

- ☒ Descripción del negocio.
- ☒ Segmento de mercado.
- ☒ Buyer Persona.
- ☒ Mapa de empatía.
- ☒ Análisis FLOR.
- ☒ Tres insights del consumidor.
- ☒ Tres canales digitales recomendados.

Socialización: Pitch de 5 minutos.

## 4 . ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                                 | Criterios de Evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                     | Técnicas e Instrumentos de Evaluación                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Evidencias de conocimiento</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuestionario sobre conceptos básicos.</li><li>• Participación en debates.</li></ul> <b>Evidencias de desempeño</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Participación en talleres.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Reconoce el entorno digital.</li><li>• Identifica características del consumidor digital.</li><li>• Describe el segmento de mercado.</li><li>• Establece objetivos básicos de marketing digital.</li><li>• Caracteriza canales digitales.</li></ul> | <b>Técnicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Observación directa</li><li>• Preguntas orales</li><li>• Taller práctico</li><li>• Trabajo grupal</li><li>• Simulación de ventas</li><li>• Presentación individual</li></ul> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción del Buyer Persona.</li> <li>• Desarrollo del mapa de empatía.</li> </ul> <p><b>Evidencias de producto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis FLOR.</li> <li>• Segmentación del mercado.</li> <li>• Diagnóstico del emprendimiento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valora insights del consumidor.</li> <li>• Relaciona las estrategias de marketing con el contexto empresarial.</li> </ul> | <p><b>Instrumentos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de chequeo</li> <li>• Guía de observación</li> <li>• Formato de plan de ventas</li> <li>• Rúbrica de evaluación</li> <li>• Registro de participación</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 5 GLOSARIO DE TÉRMINOS

| <b>Término</b>                    | <b>Definición</b>                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Marketing Digital</b>       | Conjunto de estrategias y acciones comerciales que utilizan medios y plataformas digitales para promocionar productos, servicios o marcas y conectar con los clientes. |
| <b>2. Entorno Digital</b>         | Espacio virtual donde interactúan empresas, consumidores y tecnologías mediante internet y plataformas digitales.                                                      |
| <b>3. Consumidor Digital</b>      | Persona que utiliza internet y dispositivos tecnológicos para buscar información, comparar productos y realizar compras.                                               |
| <b>4. Segmentación de Mercado</b> | Proceso de dividir un mercado en grupos de consumidores con características, necesidades o comportamientos similares.                                                  |
| <b>5. Buyer Persona</b>           | Representación semificticia del cliente ideal de una empresa, creada a partir de datos reales y características del público objetivo.                                  |
| <b>6. Insight</b>                 | Conocimiento profundo sobre las necesidades, motivaciones o comportamientos del consumidor que ayuda a diseñar estrategias efectivas.                                  |
| <b>7. E-Marketing</b>             | Aplicación de herramientas electrónicas y digitales para desarrollar estrategias de mercadeo y comercialización.                                                       |
| <b>8. Comunicación Online</b>     | Interacción entre empresas y clientes a través de medios digitales como redes sociales, páginas web, correos electrónicos y aplicaciones.                              |
| <b>9. Contenido Digital</b>       | Información creada y compartida en plataformas digitales con el propósito de informar, entretener, educar o persuadir a los usuarios.                                  |



|                                             |                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>10. Conversión</b>                       | Acción específica que realiza un usuario y que representa el cumplimiento de un objetivo, como una compra, registro o descarga.                                              |
| <b>11. SEO (Search Engine Optimization)</b> | Conjunto de técnicas para mejorar el posicionamiento orgánico de un sitio web en los motores de búsqueda como Google.                                                        |
| <b>12. SEM (Search Engine Marketing)</b>    | Estrategias de publicidad pagada en motores de búsqueda para aumentar la visibilidad y atraer clientes potenciales.                                                          |
| <b>13. SMO (Social Media Optimization)</b>  | Proceso de optimizar perfiles y contenidos en redes sociales para mejorar el alcance, la interacción y la presencia digital de una marca.                                    |
| <b>14. KPI (Key Performance Indicator)</b>  | Indicador clave de rendimiento que permite medir el cumplimiento de los objetivos establecidos en una estrategia de marketing digital.                                       |
| <b>15. Analítica Web (Web Analytics)</b>    | Proceso de recopilación, medición e interpretación de datos sobre el comportamiento de los usuarios en sitios web y plataformas digitales para apoyar la toma de decisiones. |

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2020). Programa de formación complementaria: Marketing Digital (Código 62110000). SENA.

### **Kotler Marketing Group**

Philip Kotler, P., Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.

### **Wiley**

Dave Chaffey, D., & Fiona Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (9th ed.). Pearson.

### **Pearson**

Ryan Deiss, R., & Russ Henneberry, R. (2020). Digital Marketing for Dummies. Wiley.

### **Google for Developers**

Google. (2025). Guía de optimización para motores de búsqueda (SEO).



### **Google Analytics Help**

Google. (2025). Centro de ayuda de Google Analytics.

### **Meta Business**

Meta Platforms, Inc. (2025). Meta Business: Recursos para empresas.

### **HubSpot Academy**

HubSpot. (2025). Inbound Marketing y Marketing Digital.

### **Think with Google**

Google. (2025). Think with Google: Consumer Insights y tendencias digitales.

## **7. CONTROL DEL DOCUMENTO**

|                   | Nombre                                          | Cargo | Dependencia     | Fecha                 |
|-------------------|-------------------------------------------------|-------|-----------------|-----------------------|
| <b>Autor (es)</b> | <b>EQUIPO EJECUTOR COMPETENCIA COMUNICACIÓN</b> |       | <b>CDA CHIA</b> | <b>AGOSTO DE 2020</b> |

## **8. CONTROL DE CAMBIOS** (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

|                   | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|-------------------|--------|-------|-------------|-------|------------------|
| <b>Autor (es)</b> |        |       |             |       |                  |

## Curso de Marketing Digital Buenavisa, Córdoba Pública

Juan David Martínez Riqueme  
Instructor



Kathy Marcela Ubarne Doria

Para: @inscripciones9523

CC: @Juan David Martínez Riqueme @David Alberto Ortega Mejía



 Responder

 Responder a todos

 Reenviar



mié 03/05/2026 14:35

 Retención: Exchange Online (10 años) Expira: Sáb 31/05/2036 14:35

 Documentos de identidad.p...  
13 KB

 Listado Gxix  
10 KB

 Ficha Matrícula Complement...  
527 KB

3 archivos adjuntos (15 KB)  Guardar todo en OneDrive - Servicio Nacional de Aprendizaje  Descargar todo

Cordial saludo, estimado Luis

Te comparto complementario MARKETING DIGITAL del/a instructor/a JUAN DAVID MARTINEZ RIQUEME para inscripción y matrícula.

Agradezco de ante mano tu colaboración.



**Kathy Marcela Ubarne Doria**  
Centro De Comercio Industria Y Turismo De Córdoba -  
Contratista  
kubarne@senacordoba.gov.co  
3012597840  
Avenida Comunal Calle 24 Y27



@SENAComunica

[www.sena.edu.co](http://www.sena.edu.co)

Este mensaje y cualquier archivo adjunto pueden contener información pública clasificada y/o reservada bajo custodia o propiedad del SENA, destinada exclusivamente a su(s) destinatario(s). De la información debe ser utilizada únicamente para la finalidad con la que fue enviada y no divulgarse de forma alguna.

Si usted no es el destinatario autorizado o ha recibido este mensaje por error, le rogamos que omita su uso, informe de inmediato al emisor por correo electrónico con copia a [servicioalcliente@senacordoba.gov.co](mailto:servicioalcliente@senacordoba.gov.co), y elimine el mensaje. La retención, difusión, distribución o copia de este mensaje está prohibida y puede acarrear sanciones legales.

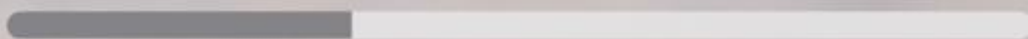
Para más información, consulte nuestros [Políticas de Seguridad y Privacidad de la Información](#) y la [Política de Tratamiento para la Promoción de Datos Personales](#), disponibles en el sitio web del SENA.

 Responder

 Responder a todos

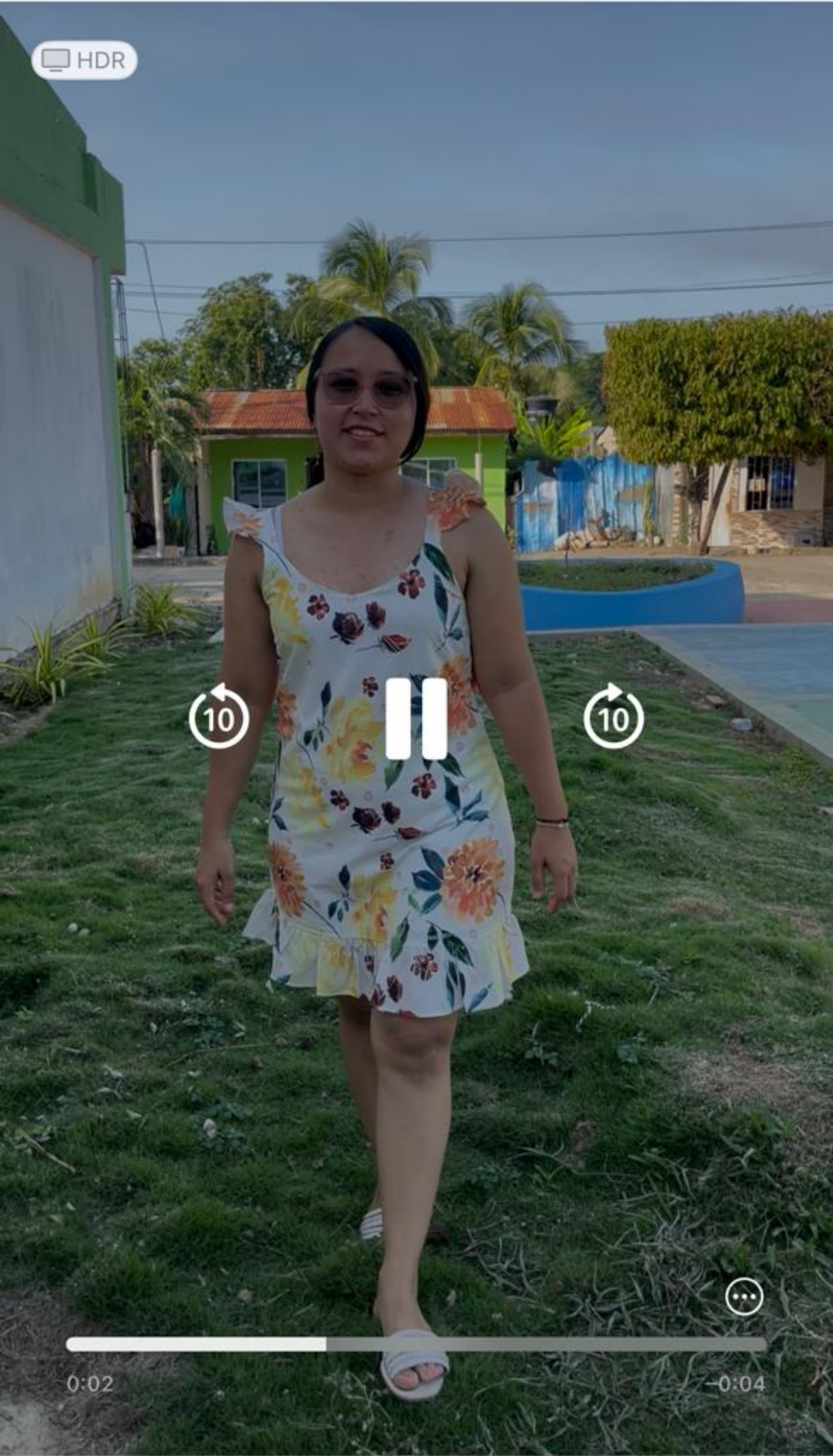
 Reenviar







HDR



0:02

0:04

