



Versión: 02

Código:
GFPI-F-147

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Bitácora seguimiento Etapa productiva

REGIONAL CUNDINAMARCA

Centro Industrial y de Desarrollo Empresarial de Soacha

BITÁCORA DE SEGUIMIENTO ETAPA PRODUCTIVA

Nombre de la empresa donde está realizando la etapa productiva	NIT	BITACORA N°	Período
INSTITUCIÓN EDUCATIVA	832.002.888/0	8	01 abril 2025 - 30 abril 2025

Nombre del jefe inmediato/Responsable	Teléfono de contacto	Correo electrónico
YHON JAIRO DURAN MARTINEZ	3133956600	Yduran@misena.edu.co

Seleccione con una "X" el tipo de modalidad de etapa productiva

CONTRATO DE APRENDIZAJE	VÍNCULO LABORAL O CONTRACTUAL	PROYECTO PRODUCTIVO	X	APOYO A UNA UNIDAD PRODUCTIVA FAMILIAR		APOYO A INSTITUCIÓN ESTATAL NACIONAL, TERRITORIAL, O A UNA ONG, O A ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO		MONITORIA		PASANTIA
-------------------------	-------------------------------	---------------------	---	--	--	--	--	-----------	--	----------

Nombre del aprendiz	Documento Id.	Teléfono de contacto	Correo electrónico institucional
Brandon Herley Parra Rodríguez	1010963439	3118183632	Br016512@gmail.com

Número de ficha	Programa de formación
2944645	TECNICO EN MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTO

Aprendiz: recuerde diligenciar completamente el informe y entregarlo o subirlo al espacio asignado para este.

Brandon P.

Nota: LOS DATOS PROPORCIONADOS SERÁN TRATADOS DE ACUERDO CON LA POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES DEL SENA Y A LA LEY 1581 DE 2012.

Nivel socio económico.

Cuando hablo de nivel socio económico, me refiero a la clase social, estrato económico y poder adquisitivo. Es decir, cuanta plata tiene para comprar mi producto o para gastar en mi servicio.

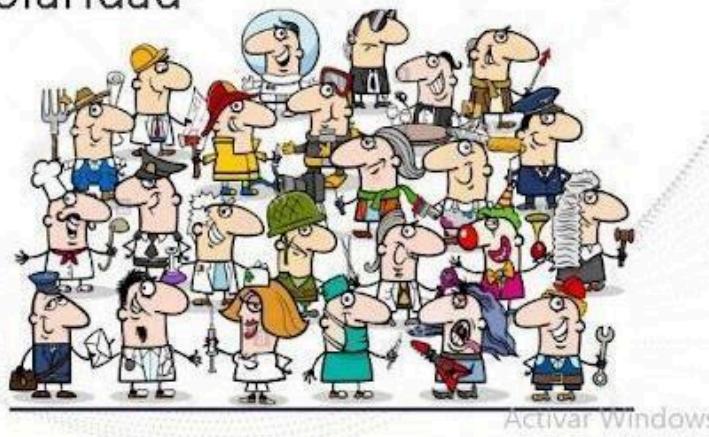


Activar Windows
Ve a Configuración nai



Grado de escolaridad

- Primaria
- Bachillerato
- Técnico
- Pregrado
- Especialista
- Otro



Activar Windows
Ve a Configuración nai

¿Cómo debe ser el poder adquisitivo de una persona para que sea mi cliente?



Si te respondes, por decir «De sueldo medio-alto» ya tu segmentación va tomando más forma.

Ahora, supongamos que también vendes algunos alimentos más económicos, podrías incluir otro segmento «De sueldo medio», sino te quedarías solo con el segmento de arriba.

Es solo un ejemplo, porque en los restaurantes donde se venden almuerzos también se considera mucho si la persona trabaja o no, ya que las personas ocupadas son las que generalmente asisten a estos sitios...

En fin son muchos los criterios que se pueden tomar y varían según el negocio. Lo importante aquí es dar un valor esos criterios.

[Activar Windows](#)

TIPO DE POBLACION

Personas Naturales: somos nosotros los mortales, los de cedula y tarjeta de identidad

Personas jurídicas: las empresas



[Activar Windows](#)

[Ver a Configuración para...](#)



Preferencias: cuales son los estilos de vida. Ejemplo les gusta practicar deporte, aventura, video juegos, lectura, tecnología.

Estos por lo general van ligados a las edades de las personas.



Activar Windows
[Vea la Continuación](#)

Ubicación, ya sea por país, región o ciudad



Activar Windows
[Vea la Continuación](#)

Establece criterios o variables de segmentación

Son los criterios que te permitirán clasificar tus clientes. En el ejemplo que venimos trabajando el criterio que utilizamos para segmentar fue el género, o sea hombre y mujer. Sin embargo hay más criterios, a continuación te los muestro.



- Edad.
- Ubicación.
- Tipo de población.
- Nivel socio económico.
- Grado de escolaridad.



Activar Windows
Ve a Configuración para

- **EDAD:** Aquí puede colocar rangos de edad específicos o simplemente decir si son niños, adolescentes, adultos, ancianos.



Activar Windows
Ve a Configuración para



Establece criterios o variables de segmentación

Son los criterios que te permitirán clasificar tus clientes. En el ejemplo que venimos trabajando el criterio que utilizamos para segmentar fue el género, o sea hombre y mujer. Sin embargo hay más criterios, a continuación te los muestro.

- Edad.
- Ubicación.
- Tipo de población.
- Nivel socio económico.
- Grado de escolaridad.



Activar Windows
Ve a Configuración para



Desventajas de no hacer una buena segmentación de clientes

Si no realizas la segmentación de clientes (o la haces mal) vas a perder tiempo y dinero en publicidad.

Así de simple.

Porque...

• Vas a establecer canales que no llegan al cliente que debes llegar. No solo perdiendo dinero sino la oportunidad de captar un cliente.

• Vas a captar clientes que una vez lleguen a ti se irán porque no les interesa lo que ofreces, es decir apuntaste mal.



Activar Windows
Ve a Configuración para



En cambio si tus zapatos son para damas...

Lo mejor será conectar con ellas por medio de blogs, redes sociales que tengan como temática la moda...

También podrías llegar a ellas repartiendo folletos en salones de belleza...

Como ves es el mismo producto, pero orientado a clientes con diferentes características que nos obligan a diversificar nuestra estrategia de marketing.

Y que conste que solo he tratado un ejemplo simple con un solo producto ¿Te imaginas que fuera una tienda con más de un producto?
El trabajo de segmentación sería más complejo.



Activar Windows
Ve a Configuración para

Segmento de clientes con Canvas: ayuda para el Marketing



La idea de tener estos segmentos por separado es poder llegar a ellos de la manera más efectiva.

Al tener características diferentes no podrás llegar a ellos de las mismas formas. Por lo que al preparar tus estrategias de marketing deberás tomar en cuenta los mejores medios para cada segmento.



Activar Windows
Ve a Configuración para

Segmento de clientes con Canvas: ayuda para el Marketing



La idea de tener estos segmentos por separado es poder llegar a ellos de la manera más efectiva.

Al tener características diferentes no podrás llegar a ellos de las mismas formas. Por lo que al preparar tus estrategias de marketing deberás tomar en cuenta los mejores medios para cada segmento.



Activar Windows

Ve a Configuración para...

El segmento de clientes en el modelo Canvas es la clasificación de clientes que va a tener nuestro negocio.

Para generar esta segmentación necesitas preguntarte...

¿Qué características debe tener una persona o empresa para convertirse en tu cliente potencial?

Si respondes esa pregunta tendrás muchas características complementarias te doy un ejemplo:

- Tiene que ser un hombre (primera característica)
- Entre 25 y 40 años (otra característica complementaria)
- Que viva en Soacha, Cundinamarca (más características)
- Y que necesite **bajar de peso** (su necesidad)



Activar Windows

Ve a Configuración para...

DATOS QUE DEBES CONOCER SOBRE LA **SEGMENTACIÓN DE CLIENTES**

Para definir el segmento necesitarás información demográfica, intereses, comportamientos e incluso las preocupaciones de tus posibles clientes.

La segmentación de clientes consiste en la clasificación de pequeños grupos homogéneos de potenciales consumidores.

Segmentar el mercado es la primera tarea que cualquier responsable de Marketing debe hacer antes de pensar en trazar un plan estratégico.



Activar Windows
Ve a Configuración para

Un segmento de clientes es aquel grupo de personas, usuarios u organizaciones para los que tu proyecto crea valor. Es decir, aquellos usuarios cuyos problemas estás ayudando a resolver o necesidades que estás ayudando a satisfacer.

ACLARANDO: El segmento de clientes es el grupo de personas a las que yo les voy a ofrecer mi producto .

Tradicionalmente, cuando en un modelo de negocio se analizan los posibles segmentos, se agrupan por características comunes como:

- **Demográficos:** edad, estado civil, ingresos, etc.
- **Psicográficos:** actitudes, estilo de vida, personalidad, etc.
- **Comportamiento:** aficiones, hobbies, rutinas, etc.





Segmentos de clientes

En él debes analizar y definir los que serán los clientes de tu proyecto. Y como sin clientes, no hay modelo de negocio viable... hoy vemos todo lo que debes tener en cuenta a la hora de analizarlos.



Activar Windows
Ve a Configuración para acti