PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: TECNÓLOGO GESTIÓN BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS
- **Código del Programa de Formación**: 121202
- **Nombre del Proyecto:** Fomentar la educación financiera en la comunidad educativa y empresas didácticas SENA Cod. 1950043
- **Fase del Proyecto : EJECUCIÓN**
- **Actividad de Proyecto:** Desarrollar los procesos de asesoría en el manejo de los productos y servicios financieros en la comunidad educativa Sena, seleccionada.
- **Competencia :** Dar asesoría comercial y financiera que conduzca a la satisfacción de las expectativas y necesidades reales del cliente
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar: 1)**Realizar segmentación de mercado del sector financiero según política institucional y características del entorno **2)**Aplicar procesos de venta de productos y servicios financieros de acuerdo con la política institucional. **3)**Aplicar la política comercial y de crédito de acuerdo con los procedimientos de las entidades financieras.
- Duración de la Guía: 80 Horas.

2. PRESENTACION

Apreciado aprendiz, Bienvenidos al conocimiento de la segmentación de clientes y portafolio de productos y servicios ofertados.

Con el paso del tiempo y la incorporación de nuevas tecnologías para el sector financiero, las necesidades de los clientes cambian y son diversas, de ahí que se hace necesario y urgente que las mismas adopten portafolios de productos y servicios que les permiten concentrar y retener la cartera de clientes, a la vez que alineen las necesidades y expectativas del cliente con la política comercial o fin que se obtengan resultados positivos para ambas partes.

En esta guía desarrollaremos actividades encaminadas a identificar y apropiar el portafolio de productos y servicios de las entidades financieras en moneda legal y extranjera. Productos de captación y colocación; así mismo se implementarán herramientas de segmentación de clientes que permitan desarrollar la política.



3.FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL: EN MESA REDONDA CON TODO EL GRUPO, RESPONDEMOS:

Charla grupal en donde los aprendices exponen de manera libre sus preferencias y 3 razones por las cuales elige un producto del mercado. (Bebidas refrescante). Generar conclusiones

- **AMBIENTE**: Banco Didáctico
- **RECURSOS O MATERIALES**: papel y lápiz, video beam
- **EVIDENCIA**: Socialización en grupo (mesa redonda)

ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE.)

La siguiente actividad debe ser realizada en equipos de trabajo conformados según indicaciones dadas por el instructor para su posterior socialización con grupo.

Responder teniendo en cuenta sus conocimientos

1. ¿Qué entiende por segmentación de mercado?
2. ¿Cuál considera usted que es el principal objetivo de una segmentación de mercado?
3. ¿Cree usted que las entidades bancarias realizan algún tipo de segmentación de mercado?
4. ¿Cuáles considera usted que pueden ser las variables para segmentar el mercado?
5. ¿Conoce usted las diferencias que existen entre una persona natural y una persona jurídica?

- **AMBIENTE**: Banco Didáctico
- **RECURSOS O MATERIALES**: papel y lápiz-computador video beam.

- **EVIDENCIA**: Cuestionario



ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN).

Actividad 1.

La demanda de productos y servicios crece y se vuelve más selectiva, encontrándose compradores en diferentes ámbitos geográficos, con gran variedad de necesidades y diversas formas de compra. Las entidades financieras no están preparadas para atender masivamente las necesidades de los consumidores. Esta realidad exige segmentar el mercado, identificando los más accesibles para el producto o servicio de la organización y desarrollando estrategias de marketing que permitan atenderlos de manera eficiente y eficaz, logrando su fidelización y un mayor posicionamiento en el mercado.

1.1. Tipos de mercado

Económicamente hablando el mercado designa el conjunto de personas y empresas que participan de forma libre en la compra y venta de bienes o servicios. Para hablar o definir los **tipos de mercado** hay que relacionarle con variables como, el tipo producto, zona donde se comercializa, competencia, consumidor y otros.
Exposición magistral por parte del instructor, con apoyo de mapas conceptuales, cuestionarios, talleres, foros, investigaciones como complemento, realizados por los aprendices, para identificar los mercados de consumo, según el espacio geográfico, según naturaleza del comprador, según la competencia y otros como: los tipos de mercado: abiertos, de cambios, de capitales, crédito, valores, negro, origen.

1.2 Técnicas de Mercadeo

El marketing está estrechamente relacionado con el departamento comercial y de ventas, con el fin de conseguir el mayor número de clientes, lo cual se traduce en mayor cifra de beneficios. Para ello, existen una serie de técnicas de marketing que es aconsejable conocer, para analizarlas y ver cuál nos puede interesar implementar en nuestra compañía. Ejemplo: venta personal, publicidad, relaciones públicas, patrocinio, directo.
En grupos, deben preparar representación sobre cada uno de las técnicas de marketing, facilitadas por el instructor.

1.3 Segmentación de mercado

Existen variables de segmentación de mercado, entre las cuales se pueden estudiar: geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales.

Los aprendices se reúnen en grupos de 4 personas, conformando en total 7 grupos, quien pueden de forma libre escoger un tema libre o de los planteado:

PRODUCTOS DE ASEO	**PRODUCTOS DE ESTUDIO**	**ZAPATOS**	**PRODUCTOS DE TECNOLOGÍA**	**ALIMENTACIÓN ORGÁNICA**	**TURISMO ECOLÓGICO**	**LENCERÍA PARA EL HOGAR**

Una vez escogido el tema los aprendices deben desarrollar un plan de negocio que contenga los elementos para la segmentación de mercado

TIPO DE MERCADO	Realizando una descripción general de la empresa, microempresa, número de empleados, números de sedes, si es un mercado regulado o no, entidades de control y vigilancia que apliquen para la empresa, trámites legales de renovación o constitución.
S**EGMENTACIÓN**	**PRODUCTO**: Se debe hacer una descripción general del producto, las características, beneficios, recomendaciones para el consumidor, formas de pago, sobre costos, empaque (incluir descripción del producto y fotografías) **PORTAFOLIO DE PRODUCTO Y SERVICIOS:** Cada empresa o grupo debe contemplar un portafolio de mínimo de tres productos o servicios a ofrecer

	CLIENTE: Se debe hacer un análisis del cliente objetivo, integrando su localización geográfica, magnificándola con la cantidad de personas que podrían acceder al producto a nivel, nacional, departamental y municipal, se deben presentar mapas con densidades poblacionales, además de indicar una descripción detallada el perfil del cliente potencial, edad, sexo, gustos y hobbies, nivel educativo, estado civil, nivel de gastos, nivel de ingresos, estrato, ocupación
MERCADEO	**CANAL DE DISTRUBUCIÓN:** Se deben describir los canales de distribución y los modelos de atención con los que cuenta el cliente, se deben realizar flujogramas. **CAMPAÑAS DE MERCADO Y PUBLICITARIAS :** Indicar las compañas de lanzamiento, logística, gastos, ventas esperadas. Si se estiman varios medios de difusión cuantificar el impacto por cada uno y cuantificando cada campaña. **PRECIO:** Indicar el precio del producto, y contemplar las promociones y descuentos por pronto pago **VENTAS:** Realizar un estimado de ventas, diarias, mensuales y anuales, cuantificando el valor por ventas plenas, y ventas por promoción en cada periodo de tiempo. Estimar los días de descanso **GASTOS:** De acuerdo con la operación estimar todos los gastos que se pueden generar para completar el normal funcionamiento del negocio, incluyendo arrendamiento, servicios públicos, empleados, entre otros.

Cada grupo debe realizar un informe ejecutivo en Word que contenga todos los aspectos señalados, además el documento debe guardar aspectos como ortografía y redacción, numeración de páginas, portada, conclusiones, bibliografía. También los aprendices deben hacer una presentación en power point o cualquier otro medio que dispongan para la debida sustentación que será programada en el plan de trabajo concertada.

AMBIENTE: Banco Didáctico
RECURSOS O MATERIALES: papel y lápiz, marcados, papel bond, pegante, pinturas
EVIDENCIA: Informe de segmentación

1.4 Portafolio de productos financieros de captación y colocación

Los aprendices deben consultar y exponer el portafolio de productos y servicios de los Bancos, de acuerdo con la asignación entregada por el instructor determinando concepto, beneficios, características, tarifas y requisitos.

AHORRO- Captación	CRÉDITO- Colocación
Cuenta Corriente	Consumo (consumo, vehículo, tarjera de crédito, libranza, leasing de vehículo), sobregiro)
Cuenta Ahorro (tradicional, Nómina- ahorro programado con propósito, cuenta de ahorro infantil)	Hipotecario (Compra de vivienda nueva, usada, construcción, remodelación, leasing habitacional)
CDT- CDAT	Microcrédito (Capital de trabajo, fortalecimiento)
Ahorro programado para vivienda	Comercial (TC empresarial, tesorería, cupo rotativo, empresarial, leasing, comercial, factoring, conforming)
AFC	
Fiduciaria	
Cédulas de capitalización	

AMBIENTE: Banco Didáctico
RECURSOS O MATERIALES: papel y lápiz, lapicero
EVIDENCIA: exposiciones

3- ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO

- Elaboración política comercial, donde se identifique la segmentación y portafolio de productos y servicios del Banco Didáctico SENA.

- Diseño y aplicación de encuesta para presentar Informe diagnóstico en la comunidad educativa SENA seleccionada, sobre el conocimiento de productos y servicios ofrecidos por las entidades financieras.

- Atención del Banco Didáctico Sena a las demás empresas didácticas del Centro de Comercio y
  Servicios.

- Atención y asesoría a la comunidad de aprendices del Centro de comercio y servicios, donde se
  da a conocer el portafolio de la cooperativa Cotrasena

AMBIENTE: Banco Didáctico
RECURSOS O MATERIALES: papel y lápiz, lapicero
EVIDENCIA: Política comercial Banco Didáctico SENA, Informe diagnóstico sobre conocimientos de productos y servicios en la comunidad educativa SENA.

- Ambiente Requerido: Ambiente de formación proporcionado por la Institución Educativa- sala de sistemas/o audiovisuales.
- Materiales: computadores con internet, videobeam, 50 pliegos de cartulina blanca, 6 marcadores permanentes, marcadores borrables 10

4- ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Se desarrollarán diferentes actividades, tales como talleres, juego de roles, exposiciones, socializaciones y aplicación de instrumentos de evaluación en cada etapa del proceso formativo, para fortalecer Conocimiento, Desempeño y Producto de forma individual y grupal

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
DE CONOCIMIENTO Actividad de contextualización Preguntas problémicas, ideas y Conceptos previos. Saberes Relacionados mercado, segmentación y portafolio de productos y servicios financieros	Identifica los tipos y técnicas de mercado Clasifica clientes según el segmento del mercado Maneja el portafolio de productos y servicios según políticas institucionales	**DE CONOCIMIENTO** **Instrumento:** Formulación de preguntas Charlas grupales, mapa conceptual, mapas mentales, exposición **Técnica:** Cuestionario, lista de chequeo

DE DESEMPEÑO Desarrollar proceso de segmentación al producto asignado Establecer política comercial de productos y servicios financieros para el Banco Didáctico SENA	Aplica proceso de segmentación al producto asignado Aplica conceptos de productos y servicios financieros	**DE DESEMPEÑO** Instrumento: Juego de roles Técnica: Observación / Lista de chequeo
DE PRODUCTO Política comercial de productos y servicios financieros Banco Didáctico SENA. Informe diagnóstico sobre conocimiento de productos financieros en la comunidad educativa SENA.	Desarrolla segmentación de mercados de acuerdo con la política institucional. Aplica conceptos de productos y servicios financieros	**DE PRODUCTO** Instrumentos: Juego de roles, cuestionario Técnica: Observación / valoración conocimiento de producto y desempeño de asesor.

5- GLOSARIO DE TERMINOS

ASALARIADO: Persona que depende económicamente de un salario o prestación económica fija durante un periodo determinado.

CAPTACIÓN: Son los depósitos en efectivo que deja una persona natural o jurídica en una entidad financiera para que sea invertida y le genere rentabilidad**.**

CLIENTE POTENCIAL: Es la persona natural o jurídica que se encuentra en la fase de acuerdo preliminar con la entidad vigilada, respecto de los productos o servicios ofrecidos por ésta.

CLIENTE: Es la persona natural o jurídica que habitualmente recurre y consume a los bienes y servicios de una entidad financiera, empresa o establecimiento de comercio**.**

COLOCACIÓN: Son los créditos que adquiere una persona natural y jurídica al sector financiero

DEMANDANTE: Es la persona que desea cubrir una necesidad teniendo o no los medios económicos para ello: se define en el sector financiero como la cantidad y la calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por las personas naturales y jurídicas, dando a cambio un valor monetario.

FRAUDE: Es la acción que efectúa una persona en forma contraria a la verdad y la realidad.

GARANTÍA: Seguridad que se ofrece de que una cosa va realizarse o suceder sin complicaciones; un escrito donde se deja constancia de un compromiso adquirido.

HIPOTECA: La hipoteca es un derecho real de garantía, que se constituye para asegurar el cumplimiento de una obligación (normalmente de pago de un crédito o préstamo), que confiere a su titular un derecho de realización de valor de un bien, (generalmente inmueble) el cual, aunque gravado, permanece en poder de su propietario, pudiendo el acreedor hipotecario, en caso de que la deuda garantizada no sea satisfecha en el plazo pactado, promover la venta forzosa del bien gravado con la hipoteca, cualquiera que sea su titular para hacerse pago del crédito debido, hasta donde alcance el importe obtenido con la venta forzosa.

MERCADO OBJETIVO: También conocido como grupo de clientes potenciales. A quien queremos llegar con una gama amplia de posibilidades comerciales**.**

OFERENTE: Es la persona que ofrece algo, en el ámbito del sector financiero es la entidad que se ocupa de formular una oferta de productos y servicios con un valor determinado, en otras palabras, es el sector económico que pone a disposición de las personas sus recursos económicos para suplir sus necesidades a cambio de un valor del dinero llamado interés.

6- REFERENTES BILBIOGRAFICOS

Superintendencia Financiera de Colombia, (2016) Recuperado de https://www.superfinanciera.gov.co

Banco de la República, Banco Central de Colombia, (2016) Recuperado de http://www.banrep.gov.co/

Asobancaria, (2016) Recuperado de http://www.asobancaria.com/

Saber más, Ser más, Programa de Educación Financiera de los Bancos en Colombia, Asobancaria, (2014), Recuperado de https://sabermassermas.com/

Sistema de Bibliotecas, Iniciativa SENA, Recuperado de www.biblioteca.sena.edu.co

CIBERGRAFIA

www.bibliotecavirtual.sena.edu.co

http://www.trasagroup.com/sitio/index.php/servicios/estrategia-comercial

http://www.cdeubb.cl/dhe/descargas/Dise%F1o%20de%20Estrategias%20de%20Negocios.pdf

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/teran_a_r/capitulo4.pdf

https://www.economiasimple.net/glosario/mercado

https://www.emprendepyme.net/segmentacion-de-mercados?utm_source=economiasimple.net&utm_medium=Network&utm_campaign=post_link

https://www.webyempresas.com/tipos-de-mercado/

https://www.emprendepyme.net/tecnicas-de-marketing.html

INFOGRAFIA:

Biblioteca virtual Sena **Ingrese a las BASE DE DATOS SENA.** Puede acceder a Colecciones de libros, revistas, artículos, índices bibliográficos, resúmenes y tesis en texto completo

en inglés y español, que pueden ser consultadas desde la red del SENA.

1. **http://biblioteca.sena.edu.co/** dar clic en Bases de datos y puede acceder a: e-brary, Gale, Galé Cengage Learning, Océano para Administración, Knovel, Océano universitas P&M, Proquest.

7- CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Jonathan Gutiérrez Pineda** **Beatriz Eugenia Urrea Villegas** **Alba Inés Echeverri Castañeda**	**Instructores**	**Comercio y servicios**	**Enero 2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Jonathan Gutiérrez Pineda** **Beatriz Eugenia Urrea Villegas**	**Instructores**	**Comercio y servicios**	**Abril 2021**	Cambio de versión guía