



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Mercadeo y Ventas
- Código del Programa de Formación: **63210007 V1**
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada)
- Competencia: **PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y EL ESTILO DE EXHIBICIÓN.**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
- DEFINIR Y APLICAR TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA ORGANIZACIÓN DEL SURTIDO DE ACUERDO CON LOS PRODUCTOS.
- FORMULAR POLÍTICA DE SURTIDO CON BASE A CRITERIOS DE LA EMPRESA.
- PREPARAR LA ESTRATEGIA DE EXHIBICIÓN DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL MERCADO.
- ELABORAR PROGRAMAS DE EXHIBICIÓN SEGÚN POLÍTICAS DE MERCADEO.
- Duración de la Guía: 32 horas.

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, esta guía de aprendizaje da continuidad al proceso de segmentación trabajada, la cual le permitirá potenciar la exhibición de productos y servicios, implementando un plan de mejora encaminado a una mejor ejecución de estrategias y negociación. Esto permitirá mitigar los hallazgos en la ejecución de las diferentes actividades del Proceso de exhibición de productos y servicios en el campo productivo, mediante la aplicación de ajustes y correctivos pertinentes a las exigencias encontradas a través de la aplicación del Ciclo de Calidad PHVA. Las orientaciones entregadas en la presente guía, buscan cerrar el proceso formativo mediante acciones de estudio enfocadas hacia el crecimiento y fundamentación del proceso de ventas, en donde el aprendiz pueda demostrar suficiencia e idoneidad en el manejo de actividades correspondientes al entorno productivo.



“Si buscas resultados distintos no hagas siempre lo mismo” Albert Einstein.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión

Querido aprendiz, a continuación se invita a reflexionar sobre la importancia del mejoramiento continuo, a través del vídeo sin disciplina y esfuerzo, no hay crecimiento, para lo cuál se referencia el siguiente link. <https://www.youtube.com/watch?v=UHajPvtS2SI>

En el vídeo usted identificará y deberá interiorizar valores que hacen parte del crecimiento y mejoramiento continuo en la parte personal y que pueda aplicarse en el entorno productivo, seguidamente socialice la reflexión con el resto del grupo con el ambiente de formación

Ambiente Requerido: Ambiente de Formación

Materiales: No se requiere

Tiempo: 15 minutos

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Identificar acciones de mejora según los conocimientos previos del aprendiz

Subactividad 1: Estimado aprendiz el plan de mejora se refleja en diferentes campo, personal, laboral, y empresarial, por lo que a través de las vivencias cotidianas podemos identificar acciones que nos permiten obtener percepciones y contextualizarnos en los procesos de reingeniería y mejoramiento continuo que determinan acciones que nos direccionen al cumplimiento de los objetivos.

Aprendiz con base en su entorno (Comunidad, municipio, empresas, familia etc) identifique y responda las siguientes preguntas:

- ¿Qué es para usted un plan de mejora? describa con sus propias palabras
- ¿Qué acciones de mejora ha observado en su entorno?.



- Después de haber sido implementadas las acciones de mejora, ¿Qué resultados se han obtenido?
- ¿Cree usted que implementar acciones de mejora ayuda a cumplir los objetivos.

Subactividad 2: Aprendiz a continuación se invita a ver el siguiente video “La vida de Brian – dame una barba por favor” que lo encontrará en el siguiente link:

https://www.youtube.com/watch?list=RD8RqDvVd0xGg&v=8RqDvVd0xGg&feature=emb_rel_end

Después de observar el video y teniendo en cuenta la contextualización realizada por el instructor socialice con el resto del grupo la respuesta a la siguiente pregunta:

- ¿Qué acciones de mejora identifico usted en el proceso de venta?

Subactividad 3: El aprendiz desarrolla en el ambiente de formación una sopa de letras entregada por el instructor, donde busca términos asociados al Plan de mejora y herramientas de mejoramiento continuo.

- Realiza una lista de estos términos y define su concepto según su experiencia.

Al terminar la actividad se realiza una socialización de los términos asociados al plan de mejora.

Ambiente Requerido: Ambiente de Formación

Materiales: Hojas de cuadernillo, lápiz

Tiempo: 1 hora, 45 minutos

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

RAP 4: IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO .

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1 (COGNITIVA): Conocer las condiciones en las que se desarrolla la negociación teniendo en cuenta el perfil de los clientes y políticas de la organización.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 2 (PROCEDIMENTAL): Realizar plan de mejoramiento del proceso de venta según las políticas de la organización y necesidades del mercado.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 3 (ACTITUDINAL Y VALORATIVA): Promover estrategias que permitan la aplicación del plan de mejora y promoción de la oferta, productos y/o servicios de acuerdo a los procedimientos técnicos y políticas comerciales de la organización.

Actividad 1 (Cognitiva):

GFPI-F-135 V01



Subactividad 1: Querido Aprendiz por favor consulte el siguiente blog en el link: <https://www.miguelangelgenova.com/ventas/5-situaciones-de-venta-en-las-que-no-negociar/>, donde usted encontrara **5 situaciones cuando el vendedor NO debe negociar**, seguido de esto conforme grupos máximo de 5 aprendices y describan brevemente cuales serían las condiciones en las que cree se debe desarrollar una venta o negociación.

Subactividad 2: Estimado Aprendiz en grupos colaborativos máximo de 5 personas, realizar la investigación sobre conceptos, desarrollo y herramientas (Ciclo PHVA), que se deben tener en cuenta en un plan de mejoramiento durante el desarrollo de las de ventas. El instructor designará cuales serán los grupos que deben exponer los temas investigados, las preguntas e inquietudes serán retroalimentados por el instructor.

Subactividad 3: Querido aprendiz lo invito a que entre al siguiente link <https://es.slideshare.net/jcfdezmx2/plan-de-mejora-216033>, donde encontrará unas diapositivas sobre la importancia del Plan de mejora para las empresas y los pasos que se deben tener en cuenta para su realización, para esta actividad usted deberá con su grupo de trabajo establecido en EL ejercicio anterior realizar un infograma sobre el tema trabajado.

Para el cierre de esta actividad en sus grupos de trabajo, deberán elaborar un mapa conceptual sobre los Prto y los Contra que ustedes consideran puede presentar un acuerdo comercial o negociación en un proceso de ventas y realizar una exposición de lo aprendido frente al grupo y al instructor, en la sesión programada.

Actividad 2 (Procedimental):

Subactividad 1: Apreciado aprendiz, en esta actividad se llevará a cabo un taller simulado sobre el desarrollo de un proceso de ventas, en el cuál usted deberá elaborar el plan de mejoramiento para la situación presentada.

Subactividad 2: El instructor orienta la consolidación detallada del formato plan de mejoramiento, retomando los aportes realizados por los aprendices en la subactividad 1.

Actividad 3 (Actitudinal y Valorativa):

Subactividad 1: Estimado aprendiz en esta actividad se conforman grupos de trabajo máximo de 5 personas, en donde deben escoger una empresa cercana o que describa su proceso de ventas en la web, para su análisis y aplicación del formato de plan de mejoramiento.

Subactividad 2: En esta actividad, querido aprendices y en sus equipos de trabajo deberán realizar un informe en donde argumente las estrategias a implementar como resultado del plan de



mejoramiento propuesto en el ejercicio anterior, que permitan promover la mejora continua en dicho proceso de ventas.

Ambiente Requerido: Ambiente de Formación

Materiales: Fotocopias caso de estudio, hojas de caudernillo, papel bond, lápices, lapiceros.

Tiempo: 17 horas.

3.4 Actividad de Transferencia del conocimiento

Estimado aprendiz las actividades anteriormente realizadas integran acciones de conocimiento, proceso y aplicación que le permitengenerar estrategias de mejoramiento continuo en el proceso de ventas en un contexto productivo.

Ambiente Requerido: Ambiente de Formación ó trabajo de campo.

Materiales: Fotocopias formato de seguimiento del proceso de ventas, hojas de cuaderniollo lápices, lápices.

Tiempo: 1 horas.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Programar la distribución cualitativa y cuantitativa del punto de venta del lineal, del surtido y de las presentaciones	Ana liza las variables cualitativas y cuantitativas del mercado relacionadas con el desarrollo de los programas de exhibición y surtido en las diferentes formatos comerciales considerando los productos, la programación, el presupuesto asignado y la política de la organización.	Técnica: mapa Instrumento de Evaluación: Lista de cotejo
Evidencias de Desempeño: medir la rentabilidad de la superficie de ventas en proporción con los metros cuadrados del establecimiento y la cantidad de dinero en proporción al área del local y las modalidades de exposición de los productos en los	Mide la rentabilidad considerando las variables de área de exhibición, rotación de producto, rendimiento económico por metro cuadrado de exhibición, los acuerdos comerciales de	Técnica: exposición. Instrumento de Evaluación: Lista de chequeo de desempeño GFPI-F-135 V01



niveles y zonas.	exhibición	
Evidencias de Producto: Plan de mejora y estrategias del proceso de ventas.	Calcula la rentabilidad de la exhibición considerando el precio de venta y compra, cantidades vendidas y coeficiente de rentabilidad, el número de clientes de la zona de influencia, la frecuencia o número de veces que un cliente compra en un periodo de tiempo y el gasto medio del cliente.	Técnica: Informe Instrumento de Evaluación: Lista de chequeo de Producto

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actuar: Tomar acciones para mejorar continuamente el desarrollo de los procesos. (Institucionalizar la mejora y-o volver al paso de Hacer).

Ciclo PHVA: es una herramienta que busca la optimización de las acciones por medio del análisis de: indicadores, logros obtenidos y programas de mejora ya implementados.

Estrategia: Una estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión. Estrategia empresarial se refiere al conjunto de acciones planificadas anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento empresarial.

Evaluación: es el **proceso** de obtención de información y de su uso para formular juicios que se utilizan para tomar decisiones.

HACER: Implementación de los procesos, Identificar oportunidades de mejora, Desarrollo del plan piloto, Implementar las mejoras.

Objetivos: son metas que se pretenden **conseguir** o lograr o el fin último al que se pretende llegar. Se trata, por tanto, la motivación última por la que una persona realiza una acción y pretende hacer una pauta de actividades para llegar a una meta.

GFPI-F-135 V01

Objetivos de Marketing: objetivos que la empresa se marca en un determinado plazo fijo, en el que se tienen en cuenta los recursos con los que se disponen así como de herramientas específicas para ello.



Plan de Mejoramiento: Es un conjunto de acciones sistemáticas que propende por el **mejoramiento** permanente de la gestión y los procesos de la entidad, el cual se construye a partir de las fortalezas y debilidades encontradas en el proceso de evaluación realizado por los diferentes entes de control.

PLANEAR: Es establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.

Seguimiento: Observación minuciosa de la evolución y desarrollo de un proceso.

Verificar: Realizar el seguimiento y medir los procesos y los productos contra las políticas, los objetivos y los requisitos del producto e informar sobre los resultados (Evaluar la efectividad).

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson.

Romero, R., Noriega S., Escobar, C. & Ávila, V. (2009, marzo-abril). Factores críticos de éxito: una estrategia de competitividad. Revista CULCyT, Año 6 No.31.

Realización De La Actividad De Venta Técnica : Técnicas De Venta Orientadas a Los Procesos De Negociación Y Seguimiento Del Cliente. Madrid]: Ideas Propias, 2005. Print.

Arenal Laza, Carmen. Organización De Procesos De Venta. 2016. Web.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Hector Enrique Durango Galvan	Instructor	Programa de victimas	Abril 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Hector Enrique Durango Galvan	Instructor	Programa de victimas	Abril 2021	