PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación: Técnico en Operaciones Comerciales

Código del Programa: 632105 Versión**:** 100

Nombre del Proyecto: DESARROLLO DE ACCIONES OPERATIVAS Y COMERCIALES EN EL SECTOR RETAIL. Código 2794832

Fase del proyecto: Ejecucion

Actividad del Proyecto: Realizar evento promocional teniendo en cuenta el protocolo de atenciónal cliente y propuesta de buenas practicas operativas y comerciales.

Competencias:

- PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y EL ESTILO DE EXHIBICIÓN.
- IMPULSAR LAS VENTAS EN EL PUNTO DE VENTA DE ACUERDO CON LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE VENTAS.
- INVENTARIAR LOS MATERIALES, EQUIPOS Y ELEMENTOS, TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
- INTERACTUAR CON CLIENTES DE ACUERDO CON POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA
- CONTROLAR LOS PRODUCTOS EN LA CADENA EN FRIO DE ACUERDO A LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS
- PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL
- COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

- DEFINIR Y APLICAR TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA ORGANIZACIÓN DEL SURTIDO DE ACUERDO CON LOS PRODUCTOS.
- APLICAR TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS OFRECIDOS EN EL PUNTO DE VENTA, SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS VIGENTES.
- APLICAR ACCIONES PROMOCIONALES Y TÉCNICAS DE DEGUSTACIÓN DE ALIMENTOS SEGÚN EL PLAN PROMOCIONAL.
- APLICAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y PRINCIPIOS DE COMPORTAMIENTO Y SU RELACIÓN CON LOS INDICADORES DE GESTIÓN EN EL MANEJO DE SITUACIONES DE SERVICIO SEGÚN ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN Y PROGRAMACIÓN DEL SERVICIO.
- INSPECCIONAR LAS CONDICIONES SICROMÉTRICAS DE ALMACENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS DE ACUERDO CON SU
- INSPECCIONAR LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD E HIGIENE DE LOS EQUIPOS E INSTALACIONES SEGÚN NORMAS

- ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS , ARGUMENTATIVAS Y PROPOSITIVAS EN FUNCIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.
- ASUMIR RESPONSABLEMENTE LOS CRITERIOS DE PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y DE DESARROLLO SOSTENIBLE, EN EL EJERCICIO DE SU DESEMPEÑO LABORAL Y SOCIAL.
- ENCONTRAR VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ANUNCIOS, FOLLETOS, PÁGINAS WEB, ETC
- REALIZAR INTERCAMBIOS SOCIALES Y PRÁCTICOS MUY BREVES, CON UN VOCABULARIO SUFICIENTE PARA HACER UNA EXPOSICIÓN O MANTENER UNA CONVERSACIÓN SENCILLA SOBRE TEMAS TÉCNICOS

- Duración de la Guía: 336 Horas

2. PRESENTACIÓN



Querid@ Aprendiz,

La ejecución se define como el proceso en el cual se emprende lo establecido en la planeación partiendo de los resultados obtenidos a través del análisis, con lo cual se pretende alcanzar los objetivos propuestos.

Uno de los aspectos claves de la gestión comercial es la ejecución de sus operaciones optimizando los recursos y articulando los objetivos de la empresa a las necesdades del entorno y de los clientes.

Continuando con el proceso de formación presentamos esta nueva guía de aprendizaje la cual corresponde a la fase de ejecución, durante esta guía tendremos la oportunidad de aprender diferentes conceptos y actividades que le brindara las competencias necesarias para Aplicar los protocolos comerciales bajo estándares de autorregulación e integralidad. El compendió de actividades propuestas en este documento les permitirá aplicar los conceptos vistos en la fase de planeación y evidenciar las actividades que en su día a día se realizan.

Se recomienda que su participación en el desarrollo de la presente guía se realice de manera responsable, activa y comprometida.

"La visión sin ejecución es alucinación" **Henry Ford**

Recuerden que para el desarrollo de la guía pueden apoyarse en documentos o material de apoyo los cuales contienen una variada y completa información sobre los distintos temas abordados, también pueden consultar en la biblioteca virtual del SENA: ***http://biblioteca.sena.edu.co***

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXIÓN INICIAL



Tiendas ara se define de la siguiente manera:

Ara es a la Tienda cercana con espíritu, ambiente y sabor colombiano, que ofrece productos de calidad a precios muy bajos. Abrió su primer local en Pereira en 2013. Sus marcas propias han sido desarrolladas bajo un modelo de cooperación, con foco en la industria colombiana. Tiendas ara apalanca la inversión y el empleo en las regiones donde tiene presencia, ofreciendo productos de calidad a precios muy bajos.

Qué tipo de estrategias, acciones, técnicas, tácticas y protocolos le permite a las tiendas ara ofrecer:

- Mejores precios
- Respeto por el medio ambiente
- Procesos simples
- Trato especial sin tarjetas de fidelidad a los clientes
- Productos de la mejor calidad
- Esfuerzo para ser un buen vecino
- Equipo y sinergia con los proveedores colombianos
- Orgullo por las marcas propias

Realice un análisis de toda la información que tenga sobre las tiendas y sus procesos para dar respuesta al interrogante planteado. Precise la información.

Dicho análisis les permitiá comprender la importancia de los protocolos, los manuales e instructivos y la importancia del concepto de CALIDAD, no solo desde el punto de vista de características de los productos que se comercializan en la tiendas sino como un compromiso hacia los grupos de interés de la empresa.

3.2 ACTIVIDAD DE CONTEXTUALILZACIÓN

La autorregulación puede tomar distintas formas como códigos de conducta, reglas técnicas, manual de prácticas profesionales, ente otros.

Presente en un documento acciones laborales y personales que hagan parte del concepto autoregulación y que pueden conducir a ser altamente competitivos.

3.3 ACTIVIDAD DE APROPIACIÓN DE CONOCIMIENTO

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: Ejecutar el plan de merchandising optimizando los recursos disponibles en pro de la rentabilidad del espacio y el surtido, aplicando normas de protección ambiental .

Actividad de Aprendizaje No.3.3.1

SELECCIÓN DEL SURTIDO

Entremos en el mundo de las marcas…… Participe de la orientación realizada por el instructor técnico quien abordará temas relacionados con las marcas y productos.



EJERCICIO INDIVIDUAL

¿Cuál es la importancia de contar con este tipo de productos?

¿Qué tipo de productos son los adecuados para un surtido amplio y profundo?

A través de un ejemplo que contenga datos cualitativos y cuantitativos, dé respuesta a los interrogantes planteados. Es decir, cifras, análisis de ventas, participación en el mercado, gustos, preferencias y tendencias.

Construya una infografía para orientar el análisis.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.2

GESTIÓN DEL SURTIDO

Uno de los puntos más importantes en la administración de un punto de venta es la correcta gestión del surtido, para esto existen técnicas y procedimientos que permiten ser eficientes y eficaces en dicha tarea, para alcanzar los objetivos comerciales propuestos por la empresa.

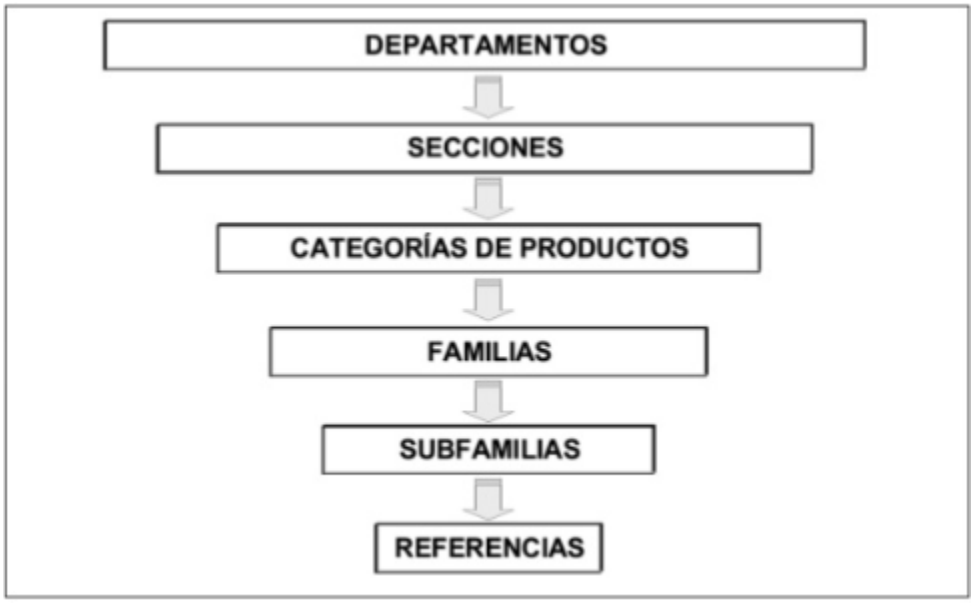


Conozcamos un poco sobre este tema. A continuación, se describen las técnicas para la organización del surtido:

- Definir ruta de desplazamiento del cliente

Identificar cuáles son las zonas a las que el cliente acude de forma natural, y cuáles son las zonas por las que no circulan los clientes con tanta asiduidad dentro del local comercial, de esta forma se sabrá dónde colocar los nuevos productos y en donde se debe colocar promociones, ofertas, productos de mayor consumo, etc.

- Identificar la estructura del surtido



- Análisis del lineal

Reparto del lineal

Según la cifra de ventas

Según la rotación

Según el beneficio

Según la cuota de mercado

Según el periodo de reaprovisionamiento

Según la política comercial

Según el índice de progresión de mercados

Según los coeficientes presupuestarios

- Definir el tipo de exhibición, considerando que en góndola existen 3 niveles importantes:

Nivel de los ojos: es la parte alta del anaquel que normalmente mide 1.80 mts y es la ideal para lanzamientos o nuevas versiones que queremos dar a conocer. Se puede usar para los productos más pequeños por la facilidad que se tiene para acomodarlos.

Nivel de las manos: es la parte central del anaquel y es el área de más fácil acceso por lo que es perfecta para productos de menor rotación en los que deseamos acelerar la venta.

Nivel de los pies: es una buena posición para productos de alta rotación que los clientes tienen ya bien identificados por lo que son de alta lealtad. Se utiliza esta sección para colocar los tamaños más grandes que presentan dificultad de acomodo en las secciones superiores.



1.Horizontal

2.Vertical

3.Primaria

4.Secundaria

5.En bloque

6.Exhbición especial

7.En cajas de salida

De forma individual, indague un poco más sobre las técnicas de organización del surtido y prepare una exposición para hacer la respectiva socialización del tema asignado.

Se recomienda llevar a cabo ejercicios prácticos, ejemplos con registro fotografico, datos, análisis cualitativos y cuantitativos para fortalecer el aprendizaje.

RAP: Exhibir mercancía teniendo en cuenta formatos comerciales.

PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.



Para esta evidencia de aprendizaje se debe realizar un protocolo de atención al cliente teniendo en cuenta los requerimientos de un formato comercial, por ejemplo, supermercados, tiendas especializadas entre otras. El protocolo debe contener los guiones de atención al cliente de acuerdo con las siguientes funciones:

- Protocolo para la persona que hace impulso o degustación.
- Protocolo para la persona que hace las ventas de productos o servicios.
- Protocolo para la persona que está en el ingreso o salida del formato comercial.
- Protocolo para la persona que hace y contesta las llamadas telefónicas.

En el documento deben explicar porque considera que los protocolos son los ideales para ese formato comercial, además se debe escribir una conclusión de la experiencia que tengan con la elaboración del documento. Para lo cual se sugiere la siguiente estructura:

- Escribir la forma de saludar al cliente de acuerdo con el guion establecido para el cargo que desempeña.
- Utilizar un lenguaje sencillo y entendible para la atención que va a prestar.
- Recomendar el tipo de lenguaje verbal y no verbal que debe tener la persona que hace impulso y degustación de los productos.

- Recomendar el vestuario, maquillaje y accesorios que debe usar el colaborador que hace las ventas de productos y servicios.
- Indicar aspectos importantes para el saludo, respuestas y solución de problemas que debe realizar quien está al ingreso y salida de la organización.
- Establecer el lenguaje que debe utilizar la persona que hace y recibe llamadas y el tiempo de espera que debe tener en cuenta en la atención al cliente.

APLICACIÓN DEL PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE



Identificar la tipología de los clientes teniendo en cuenta el segmento de mercado en el punto de venta es importante porque existe información de cómo debemos atenderlos según su carácter. Por ello, esta actividad se centrará en aplicar el protocolo de atención al cliente que fue realizado en la evidencia anterior, para lo cual se deberá:

1. A través de la estrategia de simulación, diseñe un escenario en el cual se pueda aplicar los protocolos realizados.

2. Presente una situación que le permita aplicar los protocolos realizados.

3. Realizar un informe sobre la experiencia en cuanto a la aplicación del protocolo en la cual se tenga en cuenta:

- Tipos de clientes que encontraron en el mercado, teniendo en cuenta sus características y la forma de atenderlos según su carácter.
- Momentos de verdad a partir de protocolos de atención al cliente de los formatos comerciales en retail.
- Qué tipo de comunicación tuvieron en cuenta para la atención al cliente en el retail.
- Relacionar las técnicas de servicio al cliente y cuáles se utilizan en el retail.

- Relacionar las acciones tenidas en cuenta con respecto al triangulo de servicio en el retail.

Reflexionar a partir de las siguientes consideraciones:

- Qué es la comunicación asertiva y cómo se debe aplicar en los retail.
- Por qué es importante la comunicación con los clientes internos y externos en los retail.
- Explique la comunicación verbal y no verbal y que incidencia tiene en la atención al cliente.
- Cuáles pautas de actuación se deben aplicar en los retail.
- A qué se le atribuye la satisfacción del cliente en los retail.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.1

RECAUDO



Actividad de Aprendizaje; Realizar el Paso a Paso del proceso de recaudo de los recursos producto de venta de bienes.

RAP: ejecutar el proceso de recaudo a partir de los lineamientos organizacionales.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.2

CIERRE DE CAJA



Actividad de Aprendizaje; Mediante estudio de caso, desarrollar los protocolos para el cierre de las cajas al final de la jornada de trabajo del responsable del puesto de trabajo.

RAP: cerrar caja según el protocolo del puesto de pago.

3.3.4 GESTION AMBIENTAL

Aprendiz, en el desarrollo sostenible dentro de los procesos en una empresa juega un papel fundamental el uso racional de los recursos, por lo cual es importante manejar la metodología de las 7R y llegar así a ese uso eficiente para dar la sostenibilidad buscada a la empresa.

Teniendo en cuenta el material de apoyo suministrado por el instructor, mediante una dinámica socializar la metodología 4R para llegar en una empresa al uso eficiente y racional de los recursos y garantizar esa sostenibilidad, enfocando dicha metodología hacia la parte del programa de operaciones en retail.

Aprendiz, el método de las *5S*, así denominado por la primera letra del nombre que en japonés designa cada una de sus cinco etapas, es una técnica de gestión japonesa basada en cinco principios simples.

Las *5S* han tenido una amplia difusión y son numerosas las organizaciones de diversa índole que lo utilizan, tales como: empresas industriales, empresas de servicios, hospitales, centros educativos o asociaciones.

La integración de las *5S* satisface múltiples objetivos. Cada 'S' tiene un objetivo particular:

Denominación		Concepto	Objetivo particular
En Español	En Japonés		
Clasificación	**整理, *Seiri***	**Separar innecesarios**	**Eliminar del espacio de trabajo lo que sea inútil**
Orden	**整頓, *Seiton***	**Situar necesarios**	**Organizar el espacio de trabajo de forma eficaz**
Limpieza	**清掃, *Seiso***	**Suprimir suciedad**	**Mejorar el nivel de limpieza de los lugares**
Estandarización	**清潔, *Seiketsu***	**Señalizar anomalías**	**Prevenir la aparición de la suciedad y el desorden (Señalizar y repetir) Establecer normas y procedimientos.**
Mantener la disciplina	**躾, *Shitsuke***	**Seguir mejorando**	**Fomentar los esfuerzos en este sentido**

Por otra parte, la metodología pretende:

- Mejorar las condiciones de trabajo y la moral del personal. Es más agradable y seguro trabajar en un sitio limpio y ordenado.
- Reducir gastos de tiempo y energía.
- Reducir riesgos de accidentes o sanitarios.
- Mejorar la calidad de la producción.
- Mejorar la seguridad en el trabajo.

Con su equipo de trabajo y teniendo en cuenta la orientación dada por el instructor y el material de apoyo, elabore un video o una secuencia fotográfica donde en su lugar de trabajo se cumplan los objetivos de este método en una empresa, haciendo especial énfasis en la parte de operaciones.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.5
ALMACENAMIENTO CON CONDICIONES PSICROMÉTRICAS Y CADENA DE FRÍO CON BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

3.3.5.1 El camino de los alimentos



Aprendiz; según lo tratado en el encuentro formativo donde observamos las diapositivas de la cadena de frío en los productos perecederos que se encuentran en el material de consulta en el drive del curso, describa cada uno de los eslabones del camino de los alimentos y las siguientes preguntas, para el desarrollo de estas preguntas tenga en cuenta el instrumento de evaluación para esta fase llamado "cuestionario fase de ejecución 1" que encuentra en la carpeta del Drive del curso.

Después de esto participe en la actividad usando la herramienta virtual padlet propuesta por el instructor. Para esto puede escanear el código o dar clip en el siguiente enlace:

https://padlet.com/linamariaholguin/Bookmarks

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: Desarrollar las acciones promocionales y de orientación y servicio, respetando los derechos del consumidor, las relaciones humanas, procurando así la satisfacción del cliente.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.6

PLAN PROMOCIONAL



A continuación, se listan los objetivos de la promoción de ventas:

- Aumentar la frecuencia de compra y el consumo promedio por visita de los clientes.
- Amortiguar los periodos de estacionalidad en que la demanda de productos disminuye o en los que éstos se encuentran fuera de temporada.
- Promover la venta de mercancía por el fin de temporada.
- Liquidar productos en etapa de declinación por desuso u obsolescencia.
- Acelerar la salida de mercancía de lenta rotación.
- Lograr que un mayor número de clientes prueben determinados productos.
- Mejorar la imagen de marca de productos.
- Disminuir stocks elevados de artículos
- Impulsar la adquisición y consumo de nuevos productos.
- Dar a conocer nuevos usos, variedades y envases de los productos.

Una vez leído todos los ítems anteriores, construya la definición del concepto : **PLAN PROMOCIONAL** y defiana qué tipo de información se requiere para la construcción de éste.

Comparta la información en el ambiente de aprendizaje.

CONTINUEMOS CON EL APRENDIZAJE

Existen 5 técnicas promocionales que podemos aplicar en nuestros puntos de venta, éstos son:

- Acciones promocionales basadas en el precio
- Acciones promocionales basadas en el producto
- Acciones promocionales basadas en regalos
- Acciones promocionales basadas en sorteos y recompensas a clientes frecuentes
- Acciones promocionales basadas en demostraciones, muestras y degustaciones

Profundice sobre cada una de ellas y de manera individual elijan una de éstas para llevar a cabo un ejercicio práctico donde puedan realizar una acción tangible sobre un producto para promocionarlo con un enfoque específico de acuerdo a un objetivo comercial, previamente definido.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.7

MARCAS BLANCAS VS MARCAS COMERCIALES



Aprendiz, participe activamente en la siguiente actividad:

Un cliente toma la decisión de compra dependiendo del producto y del servicio que viene relacionado con este; hoy en día en el modelo Retail “hard discount” los productos de marca blanca son los protagonistas en la oferta de las empresas del sector.

Se siembra la duda de ¿por qué como cliente prefiero comprar un producto de marca blanca y por qué no uno comercial? Entender cómo funciona esta situación me permitirá analizar la decisión de compra de los clientes hacia los productos.

Aprendiz, retomando las conclusiones y teniendo en cuenta las preferencias del cliente acerca de la decisión de compra de un producto de marca blanca sobre un producto de marca comercial, los invito a que conduzcan el ejercicio de aprendizaje a un escenario de venta, promoción y degustación.

Cada equipo presentará de forma física un producto de marca blanca de las Tiendas ara y el mismo producto de marca comercial; tener en cuenta que los productos son diferentes por persona. Esta presentación además de ser real se realizará mediante la dinámica de degustación, mostrando y explicando los beneficios emocionales y funcionales asociados al producto y la marca; destacando los atributos de los dos productos.

Finalmente, y por medio de un conversatorio el grupo debe proceder a retroalimentar la experiencia de la actividad con el apoyo del instructor y dejar evidencia de las conclusiones del ejercicio para que sean publicadas en la plataforma.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.8

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y SERVICIO EN LAS ORGANIZACIONES



Apredices, para mantener una buena comunicación interna y externa en las organizaciones, es esencial saber elegir los canales adecuados y desarrollarlos de manera eficaz, esto con el fin de satisfacer al cliente interno y externo. Entre estos canales está la comunicación escrita, la cual es fundamental en la gestión administrativa. Teniendo en cuenta que la comunicación forma parte de los derechos constitucionales (Constitución Nacional), toda organización (pública o privada), debe implementar sistemas y herramientas necesarias para la satisfacción de los clientes; entre ellas, la atención personalizada (debe ser escuchado), solución de necesidades, inquietudes e inconformidades.

Una de los sistemas es el de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS), el cual es una herramienta que nos permite conocer las inquietudes, inconformidades y manifestaciones que tienen clientes potenciales y no potenciales, para que tengamos la oportunidad de fortalecer nuestro servicio y seguir en el camino hacia la excelencia administrativa y operativa.

Todo usuario y cliente, tiene derecho a presentar ante las organizaciones, peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, tal como lo señala la Constitución Política de Colombia, el Código Contencioso Administrativo y la Circular Única de la superintendencia de Industria y Comercio.

1. Con la información anterior, en grupos de 4 aprendices, consulte lo siguiente:

- ¿Qué es una petición?.
- ¿Qué es una queja?.
- ¿Qué es un reclamo?.

- ¿Qué es una sugerencia?.
- ¿Qué es una denuncia?.
- ¿Qué es una felicitación?.
- Establezca las diferencias entre los puntos del 1 a 5.
- ¿Qué es un derecho de petición?.
- ¿Cuál es el artículo de la Constitución Política que ampara el Derecho de Petición? Menciónelo y de un ejemplo.
- ¿Qué importancia tienen las PQRS en las organizaciones?.
- ¿Cuál es el trámite que la organización le debe dar a las PQRS?.
- Por Ley, ¿cuál es el tiempo establecido para dar respueta a las PQRS?.

Participe con su opinión sobre los temas tratados, compártala con sus compañeros y como evidencia presenten en un documento Word o Power point.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.9

TIPOS DE CLIENTES Y SU TRATAMIENTO

Evaluemos algunos aspectos que son importantes en la prestación del servicio con necesidades específicas y diversas de manera constante.

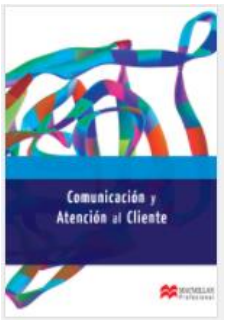
EVALUACIÓN: En la casilla que se identifique actualmente, describa su comportamiento.

ASPECTO	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	DE MANERA REGULAR	NUNCA
Mi lenguaje orienta actitudes positivas.				
Interactúo con el cliente ampliando el tema principal objeto de la consulta.				
Tomo referencias de situaciones similares para				

brindar soluciones de manera proactiva.				
Sonrío de manera natural, como estrategia de comunicación.				
Porto mi uniforme de manera decorosa.				
Sigo el protocolo de la atención como orientación pero me limito a éste.				
Cuido mi lenguaje frente a los clientes internos y externos.				
Evito comentarios personales e inapropiados frente a los clientes internos y externos.				
El tono de voz mantiene la misma línea durante toda la duración de la llamada.				

Una vez realizada la actividad anterior, vamos a trabajar la tipología y clasificación de los clientes. Para el desarrollo de esta actividad, trabajaremos como material de apoyo de la base de datos disponible en la biblioteca sena e-libro. El libro de consulta es “Comunicación y atención al cliente – Autor: Carmen Blanco García” UNIDAD 10.

eLibro
NUEVA PLATAFORMA



Consulte la unidad, identifique las características de los tipos de clientes y según su experiencia y el material de apoyo argumente como tratarlos completando la siguiente tabla:

Tipo cliente	**Caracteristicas**	**Tratamiento (Basado en su experiencia y entorno laboral)**

Realice una exposición de su evidencia.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.10

ETICA CULTURA DE LA PAZ

Reflexionando utilizando el espejo, acerca del autocuidado y su proyecto de vida, el poder de la palabra y las habilidades comunicativas

Reto 1

¿Cómo me siento con todo lo que está pasando en el mundo?

Reto2

¿Qué cosas encuentro positivas en esta situación?

Reto 3

Si pudiera cambiar algo de esta situación ¿Qué cambiaría?

Reto 4

¿Desde hoy qué cosas voy a hacer diferente para dejar una huella el mundo

Reto 5

3 cosas positivas de día hoy

Reto 6

Menciona aquello que nos regresa a la infancia: lugar, persona, animal, comida, fruta y color

Reflexionemos sobre los entornos laborales y la cultura de Paz



EVENTO PROMOCIONAL

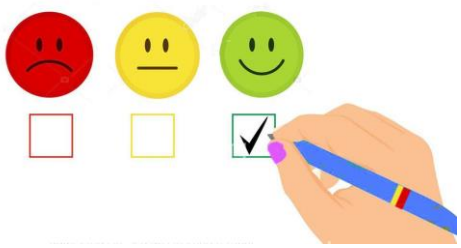


El evento promocional se realizará en el Centro de Tecnologías Agroindustriales, respetando la fecha y hora acordados, dejando el lugar donde lo realicen en perfecto estado. A partir de los conocimientos sobre los eventos, se debe preparar el evento promocional teniendo en cuenta lo siguiente:

- Eetiqueta y normas de cortesía a la hora de atender a los clientes que participen en el evento.
- Tipos de clientes y cómo atenderlos.
- Organizar el estand y decorarlo teniendo en cuenta las técnicas de *Merchandising.*
- Aplicar el protocolo que hicieron para la persona que hace las ventas de productos o servicios.
- Grabar un video en donde se observe el evento promocional y las recomendaciones después de su realización.

Materiales de formación a consultar: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del material de formación: “Atención al cliente en el retail”.

INFORME DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE.



Después de haber hecho el evento promocional es importante evaluarlo, así la empresa se dará cuenta del éxito o fracaso que tuvo tal acontecimiento. Para ello, utilizando una de las herramientas de evaluación de satisfacción del cliente, se elaborará una encuesta que permita conocer el impacto que tuvo el evento, a partir de las siguientes consideraciones:

- El producto promocionado.
- El precio.
- La degustación.
- La presentación del producto.
- La atención que recibieron de parte de quienes realizaron el evento.
- El estand donde exhibieron los productos.
- El tiempo utilizado para realizar el evento.
- La aceptación que tuvo el mismo.
- La presentación personal de quienes realizaron el evento.

Deben redactar las preguntas para la encuesta a partir de las anteriores consideraciones y lo visto en el evento promocional, posteriormente se debe tabular y realizar un informe sobre el resultado final del evento.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.11
ALMACENAMIENTO CON CONDICIONES PSICROMÉTRICAS Y CADENA DE FRÍO CON BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

3.3.11.1 Descripción de la(s) Actividad(es): *Reconocer la normatividad vigente en las BPM y Almacenamiento aplicando condiciones psicrométricas y cadena de frío con BPM, según la normatividad vigente*

Con base en la norma Res. 2674 del año 2013 y teniendo en cuenta la explicación del instructor, además de la asignación de los grupos de trabajo , cada uno debe de elaborar una presentación donde realice un resumen de manera gráfica de cada uno de los artículos y conceptos que le fueron asignados por el instructor.

Posteriormente de manera individual deben cada uno elaborar una lista de chequeo donde destaquen por lo menos 25 puntos susceptibles de mantener alerta en el control de la cadena de frío y el almacenamiento con el fin de evitar contaminación cruzada. Y pérdida de: vida humanas al igual que de mercancías y el buen nombre del establecimiento comercial. .

Nota : la primera parte de la actividad se debe de socializar ante los compañero e instructor el próximo encuentro y la segunda parte (Lista de chequeo) se desarrollará en el ambiente de formación-

Anexo Res. *2674 del año 2013*

Recomendación; por favor leer toda la resolución asignada.

Actividad 3.3.3. Realizar Lista de chequeo Res: 2674 del 2013, con base en la lectura de la resolución 2674 del 2013, elabore una lista de chequeo con no menos de 25 preguntas que escojan de los 55 artículo que contiene la norma y 6 aprendices escogidos al azar por el isntructor saldrán a exponer ante el resto del grupo, posteriormente en mesa redonda , se dará una retroalimentación y se hacen los ajustes necesarios y se sube a plataforma con la evidencia de la presentación de la actividad 3.3.11-2. Reconocer la normativa vigente Res. 2674 del 2013.

Descripción de la(s) Actividad(es*) de apropiación de conocimientos: *Reconocer la normatividad vigente en las BPM y Almacenamiento aplicando condiciones psicrométricas y cadena de frío con BPM, según la normatividad vigente.*


Fuente de imagen:https://higieneambiental.com/higiene-alimentaria/buenas-practicas-para-prevenir-la-contaminacion-cruzada-de-los-alimentos

3.3.11.2 Información al consumidor

Estimado aprendiz; teniendo en cuenta la siguiente imagen obtenga información de un alimento empacado y escriba en los recuadros de la siguiente imagen los datos del rotulado tomados.

3.3.11.3. Contaminación Cruzada"

Respetados aprendices, reúnase en los grupos que ya vienen trabajando y Consulte en la WEB de que se trata la contaminación cruzada. Y que recomendaciones se deben de dar para evitarla. Elabore un documento en Word y una presentación con no más de 4 diapositivas y socialice a los demás compañeros del grupo y a su instructor las recomendaciones encontradas para evitar la contaminación cruzada.

Posteriormente suba a plataforma territorio los dos documentos elaborados pro cada uno de los grupos fase de análisis – Instructor de apoyo técnico-. Evidencia Contaminación cruzada.

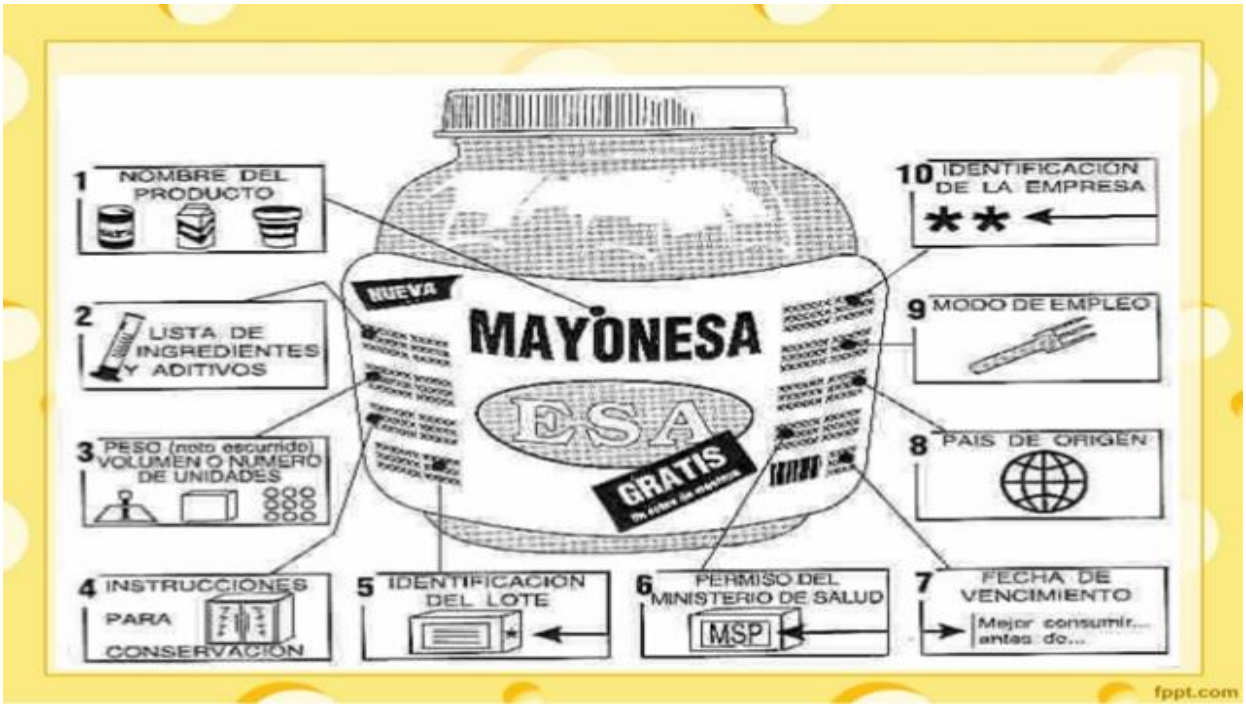
**Descripción de la(s) Actividad(es*)*: *Reconocer la normatividad vigente en las BPM y Almacenamiento aplicando condiciones psicrométricas y cadena de frío con BPM, según la normatividad vigente.*

3.3.11.4- Información al consumidor

Estimado aprendiz; teniendo en cuenta la siguiente imagen obtenga información de un alimento empacado y escriba en los recuadros de la siguiente imagen los datos del rotulado tomados.

En la siguiente imagen se observa el rotulado nutricional de un alimento, teniendo en cuenta esta información, transcribe la información que observas en el empaque en el cuadro

siguiente y menciona las diferencias que observas y contesta lo siguiente: ¿ Qué norma aplica para el rotulado nutricional? Y ¿Por qué es importante esta información?



Dibuja en este cuadro el empaque del alimento teniendo en cuenta la información del rotulado de alimentos suministrada en la anterior figura. ¿ A que normatividad corresponde? _____.

Código de Barras:

AA3.3.11.5 Trazabilidad de producto:

Con base en la explicación del instructor y utilizando la herramienta tecnológica con su código QR, realice la lectura de 5 empaques de consumo masivo que a bien traiga de su casa.

Allí debe de registrar la información requerida en el siguiente cuadro para verificar que el código esta vigente y continente dicha información.

TRAZABILIDAD DE PRODUCTO

TECNICO EN OPERACIONES COMERCIALES

Q	Código QR	Codigo de Barras	Nombre del producto	Empresa Fabricante	Distribuidor autorizado	No. Registro Lic INVIMA.	Producto para Destino	Cantidad	Presentación	Información Nutricional	Instrucciones para conservación	Peso del producto	País destino final	Precio del producto
		7 702090 061000	Galletas Tosh fusión cereales	Grupo Nutresa	Dist. Nutrsa	RSAA1114 4210	Consumo para humanos	paq. X 9 uds	Unidad	Calorias Kcal 116, Grasas ,3,g, colesterol 10gm, sodio 129 mg, total carbohidratos	Mantener en un lugar fresco a una temperatura ambiental.	225 gs	Colombia	$ 7.550,00
2														
3														
4														
5														
6														

Nota: consultar de manera permanente su página web, www.invima.gov.co, para conocer información relacionada

Se recomienda consultar los materiales complementarios que se encuentran el la fase de Ejecución , Técnico de Operaciones comerciales , materiales complementarios como son : Implementación de trazabilidad EAN-UCC, noticias de trazabilidad y trazabilidad para alimentos.

Posteriormente socialice el cuadro de trazabilidad de los 5 productos ante sus demás compañeros de formación, subir a territorio en fase de Ejecución I, Evidencia:3.3.11.5: Cuadro de de trazabilidad de producto hacia adelante.

Consultar : https://www.latiendadelasbarras.com/barras/informacion-codigo-de-barras/

Para consultar el registro Invima por una categoría específica puede ingresar a través de la página web www.invima.gov.co opción ítems de interés /consulte el registro sanitario, ingresa, selecciona el grupo de su interés e indica en el campo de producto: el nombre del producto, registro sanitario o principio activo, ...

3.3.11.6 Conociendo a nuestro enemigo




HIERVE EL AGUA 100°C
MUERTE
(NO CRECIMIENTO)
COCINAR POR ENCIMA 75°C
DEMASIADO CALIENTE
(EMPIEZAN A MORIR)
MANTENGA POR ENCIMA 63°C
MUÉVASE A TRAVÉS DE LA ZONA DE PELIGRO TAN RÁPIDO COMO SEA POSIBLE
ZONA DE PELIGRO
RÁPIDO
CRECIMIENTO
TEMPERATURA REFRIGERACIÓN 1 - 4°C
SUEÑO
CONGELACIÓN -18°C
DORMIDO
(NO HAY CRECIMIENTO)
CELSIUS
90
80
70
60
50
40
37°C
30
20
10
5°C
0
50
20

3.3.11.7 Evidencia: Contaminación y ETA

Las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA) se dan generalmente por la presencia de microorganismos patógenos en las comidas, debido a la mala manipulación y/o conservación de los alimentos. Teniendo en cuenta lo anterior resuelva los siguientes ítems:

1. Piense en un restaurante de su ciudad e identifique qué materias primas o alimentos pueden llegar a contaminarse por agentes patógenos (hongos, parásitos, virus o bacterias), para hacerlo diligencie la siguiente tabla:

Nombre de hongos o bacterias	***Alimento involucrado***	***¿Cómo prevenirlo?***
E. COLI	Carne cruda poco cocinada vegetales sin lavar, agua sin tratar.	Cocinar de forma adecuada la carne, lavado. Lavado de manos. Agua potable.
LISTERIA MONOCYTOGENES	Quesos blancos y leche cruda.	Limpiar y desinfectarlas superficies de uso y los utensilios en contacto con los alimentos crudos.

STAPHYLOCOCUS AUREUS	Ensaladas y productos de panadería.	Mantener los alimentos bajo temperaturas de refrigeración ya que el frio impide que se forme la toxina que desencadene la infección en los humanos.
SHIGELLA	Frutas y verduras crudas	Lavar las verduras y frutas antes de consumir y adecuada higiene personal
CAMPYLOBACTER JEJUNI	Pescado crudo, Agua sin adecuado tratamiento	Evitar la contaminación cruzada. Higiene de tablas de cortar, utensilios y platos.
YERSINIA ENTEROCOLITICA	Mariscos crudos	Evitar conservar alimentos en refrigeración a largo tiempo.
SALMONELLA	Los huevos crudos, Pollo crudo o poco cocido.	Cocinar el pollo a 65ºc de temperatura. No utilizar huevo rotos y que tengas plumas y heces.

A. Investigue un caso de intoxicación por ETA y explique si hay o no una relación entre los alimentos consignados en la tabla y esta intoxicación, además explique cómo se puede evitar esta enfermedad.

¿CONTRA QUIENES PELEAMOS?

Estimado aprendiz, teniendo en cuenta el estudio de caso anterior, clasifique los microorganismos según el tipo de alimento que ellos invaden y como se podría prevenir:

Carne cruda poco cocinada: e coli. Cirtircecosis, salmonella se prevenir: cocción a alta temperatura, proveedor de confianza, lavado de la carne, verificar olor de la carne antes de la cocción, mantener cadena de frío.
Quesos blancos y leche cruda:
Ensaladas y productos de panadería:
Frutas y verduras crudas:
Pescado crudo:

Agua sin adecuado tratamiento:
Mariscos crudos:
Los huevos crudos: Pollo crudo o poco cocido:

3.3.11.8 Criterios de aceptación o rechazo:

Estimado aprendiz, vamos a describir los criterios de aceptación o rechazo de los diferentes productos que necesitan cadena de frío que tenemos como materias primas o producto terminado en nuestra empresa. Para esto tendremos en cuenta en los alimentos los siguientes criterios, tomamos como ejemplo el pollo como materia prima: (Martínez, 2013)

Temperatura:

Color:

Olor:

Textura:

Empaque o posible empaque propuesto.

Condiciones de almacenamiento

Condiciones de las áreas de preparación y servido

Vida útil

Los alimentos a los que les realizaremos dichos criterios son: pollo, huevos, carne de res, carne de cerdo, frutas, verduras, pescados, mariscos, alimentos ultrapasteurizados, derivados lácteos, paquetes de alimentos congelados, frutas, verduras y legumbres, alimentos secos y enlatados, para esto pondré un ejemplo:

Tabla 1:

CRITERIOS DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO		
Productos incluidos	Pollo	
Criterio	Aceptación	Rechazo
Olor	Fresco	Fétido, Mortecino
Sabor	N.A	N.A
Color	Rosado, Blanco, algunos de color amarillento.	Oscuro, con mal aspecto.
Textura	Firme, Rígida	Blanda, Sin forma definida.
Apariencia	Producto limpio, sin rasgos de mal tratamiento.	Con suciedad, piel maltratada.
Temperatura de recibo	Refrigeración	Temperatura ambiente.

Fecha de vencimiento	No mayor a 4 semanas después de la fecha de recibo	Mayor a 5 semanas después de la fecha de recibo
Cantidad	Acordada según la operación.	
Gramaje	Pollo entero de kilo y medio (1500 g)	Otro que no sea el peso del pedido de compra.
Fecha y hora de recibo	Horario establecido	Según necesidad de la operación.
Condiciones establecidas por la	Marca el producto, ya establecido en el recibo.	Marca del producto diferente a la solicitada.
Condiciones del transportador-manipulador	Traje de dotación, botas, malla para el cabello, gorro, mascara, guantes, delantal.	Sin el traje adecuado, sin protección.
Higiene del vehículo o los transportadores	Vehículo higienizado, la bodega de carga debe estar limpia, con termostato, para controlar la temperatura.	Vehículo sucio, con el producto al contacto con el piso.
Integridad del empaque	Empaque estelarizado, limpio, y sin estar en contacto con el piso.	Empaque sucio, en mal estado.
Condiciones de almacenamiento		
Temperatura de refrigeración o congelación hasta su fecha de vencimiento		



Aprendiz, en grupos de trabajo de elección propia, van a construir los cuadros de aceptación y rechazo de los alimentos asignados por su instructor para la posterior unificación en un documento de todos los alimentos juntos. Para el desarrollo de esta actividad tenga en cuenta los videos propuestos vistos en el encuentro y el apoyo del instructor. (Youtube, 2020) , (youtube,2021) y (youtube, 2020)

https://www.youtube.com/watch?v=gm-ecKKKfLQ

https://www.youtube.com/watch?v=Qgu4vsq2LOE

https://www.youtube.com/watch?v=A9o_RmrNMI0

Luego de esto exponga a sus compañeros los criterios de aceptación o rechazo de materias primas más relevantes a tener en cuenta. Igualmente mencione que hacer si el producto es rechazado por ser no conforme según incumplimiento de algún criterio. Y como dispone de los residuos que genera según procedimiento establecidos y Legislación sanitaria.

RAP:

- inspeccionar las condiciones sicrométricas de almacenamiento de los productos de acuerdo con su naturaleza en la cadena en frío según la naturaleza del producto.
- inspeccionar las condiciones de seguridad e higiene de los equipos e instalaciones según normas establecidas.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.7

RELACIONES DE CRECMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO

Establecer relaciones de crecimiento personal y comunitario a partir del bien común como aporte para el desarrollo social

Actos de Amor

Cuando realizas un acto de amor sin esperar recibir nada a cambio, es decir sin expectativas, empiezas a experimentar en tu interior transformaciones profundas e indescriptibles, que impactarán alegre y positivamente tu corazón, haciendo que el miedo desaparezca y aparezca el verdadero amor que te llevará a encontrar y a descubrir tu verdadera paz interior. Una vez la encuentres, podrás apreciarla, disfrutarla, compartirla e inspirar y motivar a otros para que ellos también la puedan experimentar en sus corazones, y así te conviertas en un agente de cambio y en un propulsor dinámico de la paz mundial.



¿Qué es un acto de amor?

Es cualquier acción que realices con la intención de proteger, mejorar, ayudar o servir incondicionalmente a cualquier ser humano, animal indefenso o a la misma naturaleza que te rodea. Es dar sin expectativa, por el simple hecho de dar. Es darle rienda suelta a tu imaginación y creatividad para hacer de tu entorno un lugar más hermoso, donde reine la paz, el amor y la alegría.

¿Qué sucede en tu interior cuando tomas consciencia de realizar diariamente actos de amor?

Comienzas a pensar, hablar y actuar con amor. Dejar de enjuiciar, criticar, calumniar, hacer el papel de víctima o verdugo, dejas de permanecer aislado e indiferente y comienzas a reflexionar profundamente acerca de lo que puedes hacer desde tu pequeño lugar para mejorar el mundo. Estos actos de amor por pequeños y simples que sean, pueden impactar y revivir a un corazón atrofiado por el miedo o agobiado por el sufrimiento. Esa alquimia es la magia que transforma la desilusión y la frustración, en ánimo, ilusión, esperanza y en un anhelo y deseo ardiente de vivir, amar y soñar. En este gran desafío, lo único que vas a necesitar son unas manos para servir, un corazón abierto a sentir amor y compasión y el sueño de convertirte en un verdadero, legítimo y genuino mago del amor.

¿Cómo vamos a realizar estos actos de amor?

Normalmente, en época de Navidad, nuestros corazones se despiertan y están mucho más sensibles a dar y a ayudar a los demás. Una vez pasa esta época, solemos regresar a nuestro modo habitual, donde la apatía, la frialdad, la intolerancia y la indiferencia se convierten en nuestros aliados permanentes. Por eso, nuestra intención con esta campaña es que estos actos de amor temporales que hacemos por los demás en época navideña, se conviertan en parte integral y permanente de nuestro diario vivir. Para que esto suceda,

debemos realizar actos de amor para generar el hábito. Cuando conseguimos esto, haremos las cosas con tanto amor, con tanta alegría y tanta paz que no vamos a encontrar una forma diferente de hacer las cosas y de vivir la vida.

Videos de YouTube:

visita el canal de YouTube de Papá Jaime donde encontrarás 21 videos inspiradores, guiados por él, con los cuales disfrutarás plenamente de la magia de hacer actos de amor. Cada día trata un tema diferente y tiene un mensaje especial que te impulsarán a la acción.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.8

WHAT ARE YOU DOING?

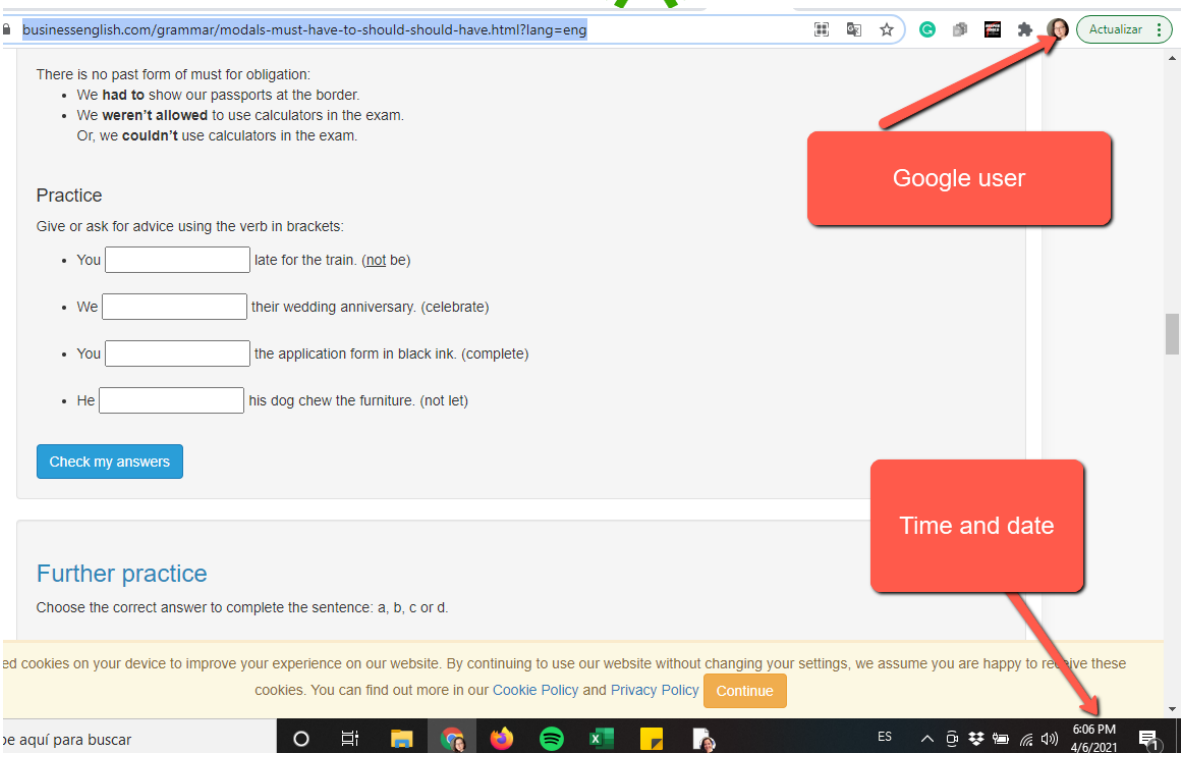
The present Continuous will be explained by the instructor alone with the difference in use with the present simple.
Some exercises will be done on the session and the following will be done as workshop:
https://es.liveworksheets.com/gr933370ts
https://es.liveworksheets.com/rj9473kr

Finally, as evidence apprentices will solve the following:

Evidence Present Continuous

Instructions

1. Based on the explanations given, and the exercises also done as homework and on the synchronic sessions, you will complete the following exercises.
2. After completing the exercises, you will take a screenshot of the result; be careful, the final score must me minimum 8/10
3. Paste the screenshot below each exercise making sure the google user, date and time are shown on the screenshot.



If you need a tool to take screenshots, you can download this one: https://www.techsmith.com/jing-tool.html

Exercise 1

https://es.liveworksheets.com/rb22014lh

Exercise 2

https://es.liveworksheets.com/ag628375hm

Exercise 3

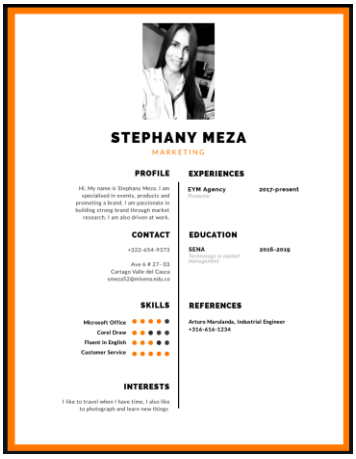
https://es.liveworksheets.com/fn659at

Exercise 4

https://es.liveworksheets.com/ey660ue

Actividad de Aprendizaje No.3.3.9

RESUME



Dear apprentices, a resume is a written compilation that provides a summary of your education and experience, it should be as concise as possible. So, when we are looking for a job, it is crucial to redact a Resume because it will be the first document a Company asks for when looking for new employees.

Now, I invite you to write your own resume with all your information to find the best job! Please check the guide in order to add all the information according to your field of study.

Actividad de Aprendizaje No.3.3.10

JOB OFFER



A Job Offer is the letter you receive from the company who wants to hire you. How do you get one? Well, first, let me explain to you, in a general way, how companies look for new employees. The way companies hire people may vary from one to the other. In this process, the recruitment phase is very important to have a great candidate.

Now, I invite you to not be the person who needs a job, but the one who is hiring professionals. Please redact a Job Offer to the candidate you are interested in hiring.

Let's read the guide in order to learn what kind of information a Job Offer must have!

RAPS: *Participar en intercambios conversacionales básicos en forma oral y escrita en inglés en diferentes situaciones sociales tanto en la cotidianidad como en experiencias pasadas.*

Llevar a cabo acciones de mejora relacionadas con el intercambio de información básica en inglés, sobre sí mismo, otras personas, su contexto inmediato, así como de experiencias.

1.4 ACTIVIDAD DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Actividad de Aprendizaje No.3.4.1

PARTICIPANDO EN EL EVENTO PROMOCIONAL



Construya un material audiovisual que permita evidenciar la participación en el evento promocional realizado, en el video se debe evidenciar:

- Eetiqueta y normas de cortesía a la hora de atender a los clientes que participen en el evento.
- Tipos de clientes y cómo atenderlos.
- Organización del estand.
- Protocolos de atención
- Socialización resultados encuesta de satisfacción

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación

Evidencias de Conocimiento : Exposiciones sobre gestión del surtido **Evidencias de Desempeño:** Ubicación de productos en el lineal **Evidencias de Producto:** Infografía sobre la selección del surtido	Utiliza material de comunicación de acuerdo con lineamientos del plan de merchandising. Surte productos teniendo en cuenta el plan de merchandising.	**Técnica de Evaluación:** Formulación de preguntas-Exposición **Instrumento de Evaluación:** Cuestionario **Técnica de Evaluación:** Observación directa **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de desempeño **Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de producto
Evidencias de Desempeño: Plan promocional Marcas blancas vs comerciales	Organiza elementos requeridos para el evento promocional, teniendo en cuenta el espacio asignado en el punto de venta.	**Técnica de Evaluación:** Observación directa **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de desempeño
Evidencias de Producto: Documento escrito con la descripción de las herramientas de comunicación y servicio Matriz con información de tipos de clientes y sus tratamiento	Identifica clientes teniendo en cuenta su tipología. Identifica las necesidades de servicio de acuerdo con los requerimientos del cliente.	**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de producto

	Reconoce momentos de verdad de acuerdo con el ciclo de servicio. Aplica protocolo de servicio de acuerdo con la tipología del cliente.	
Evidencias de Producto: Guía metodología y dinámica de las 7 R. Video o una secuencia fotográfica donde en su lugar de trabajo se cumplan los objetivos de este método.	Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de estos. Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental. Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según normas institucionales. Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral según normas institucionales.	**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de producto
Evidencias de Producto: Conversión de Unidades	Realiza conversiones según las equivalencias entre sistemas de medida Representa un conjunto de datos de acuerdo con la variable estadística	**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de producto

Evidencia de desempeño: Participación en el curso con los talleres propuestos, asistencia, conversatorios, exposiciones. El camino de los alimentos.	Describe las manifestaciones de la energía según el contexto social y productivo.	**Técnica de Evaluación:** Observación directa **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de desempeño
Evidencia de desempeño: Reflexionar sobre la cultura de Paz en el entorno.	Propone alternativas de solución lógica y coherente de acuerdo con el problema planteado. Soluciona el problema planteado, de acuerdo con la alternativa seleccionada.	**Técnica de Evaluación:** Observación directa **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de desempeño
Evidencias de Producto: **Lista de chequeo :** Res: 2674 del 2013 **Evidencias de Producto:**	Controla los productos que requieren refrigeración en los tiempos establecidos y las temperaturas indicadas teniendo en cuenta el envase, las cámaras, el transporte y las vitrinas de las tiendas según los criterios de control, los lugares asignados y las clasificaciones y las condiciones psicométricas. Verifica los productos antes y durante el almacenamiento de acuerdo con su estado e incompatibilidades, la cantidad y la calidad, las mermas, el registro de las entradas y salidas de los productos y los parámetros establecidos.	**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de producto . **Técnica de Evaluación:**

Trazabilidad de producto: Con apoyo de las TIC.	Verifica el preenfrimiento de contenedores, vagones, cajas y vehículos antes de realizar las acciones de cargue, las temperaturas de los productos y vehículos de acuerdo con los parámetros establecidos.	Valoración de producto **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo de producto

5 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Aida: técnica de amplio uso en merchandising utilizada para producir un efecto en los clientes, cuya sigla significa: atención, interés, deseo y acción.

Activación de marca: estrategia que busca captar la atención de los consumidores, acercar las marcas a ellos y sorprenderlos. se basa en la persuasión para impactar al consumidor y lograr su compenetración con la marca.

Anaquel: estantería de metal o madera utilizada para exhibir productos.

Botadero: muebles colocados en áreas de mucha circulación, para exhibir en promoción productos en general.

Cam: consumer activation merchandising. estrategia focalizada en el consumidor, que genera comunicación interna y lleva a la preferencia y compra de productos.

Category management: administración eficiente de los productos por categorías.

Centros de cocina: son los espacios diseñados para impulsar degustaciones y demostraciones.

Columnas: son columnas donde se colocan gancheras u otro dispositivo para exhibir productos de un proveedor.

Cigarreras: compartimentos ubicados en las cajas registradoras, para la venta de cigarrillos en cajetilla.

Chimenea: es un rompimiento en la góndola de un cuerpo completo, donde se surten ofertas o un producto en particular.

Co-branding: estrategia de mercadeo destinada a la asociación de marcas comerciales de diferentes proveedores de productos o servicios con el fin de potenciar el valor y rentabilidad de las marcas.

Cross merchandising: unificación en un solo punto de toda una línea de productos afines a un determinado uso.

E-shops: tiendas virtuales

Eficient consumer response (ecr): respuesta eficiente al consumidor. estrategia orientada al trabajo conjunto entre proveedores y minoristas, para agregar valor al consumidor y lograr reducción de costos en la cadena.

Entertailing: entretenimiento más retailing.

Esquineros de charcutería y pescadería: se utilizan para exhibiciones especiales de productos de estas secciones.

Exhibición: conversión de las características del producto en beneficios para el cliente.

Exhibidores: son soportes para la exhibición de productos, generalmente son adicionales para productos o marcas especificas o complementan la exhibición de las góndolas.

Faterales de farmacia: son cuerpos que se encuentran fuera de la farmacia y son utilizados por los diferentes proveedores de esta sección.

Góndola: mobiliario o espacio con diferentes divisiones, dedicado a la exhibición de productos. tienen diferentes tamaños o alturas.

Impulsadora: persona que promociona o muestra las ventajas de un producto en un punto de compra, con el fin de influir en la compra por impulso.

Isla o mamut: espacio en zona promocional con estibas o arrumes para ubicar mercancía del proveedor.

Lineal: parte de la góndola donde se exponen los productos para su venta.

Liquidaciones: ventas que se dan con el objetivo de agotar existencias de algunos productos o de todos, por cambios de estrategia de la empresa, cierres, traslados, etc.

Lomo de nevera: espacio ubicado en la parte superior de los refrigeradores o congeladores horizontales.

Mercaderista: persona encargada de mejorar exhibición de productos en punto de compra, cambiar los productos y actualizar mercancías o productos de los anaqueles, góndolas o neveras.

Niveles de exhibición: esquemas para el ordenamiento del producto de acuerdo a la altura de ojos, manos y suelo.

Muebles del proveedor: son los que los proveedores diseñan para desarrollar planes de mercadeo de sus productos.

Oferta: productos con descuentos o rebajas.

Outlet: formatos o establecimientos dedicados a vender productos que son remanentes de inventarios de reconocidas marcas a precios inferiores a los que generalmente se ofrecen.

Planometría: técnica que permite la distribución proporcional de los productos en el punto de venta y las góndolas.

Planograma: representaciones gráficas del lineal.

Pop: (point of purchase) material de apoyo en el punto de venta.

Punto de compra: establecimientos donde los productos están al alcance del consumidor y cuya exhibición por si misma, tiene poder de persuasión.

Punto de venta: lugar donde el cliente tiene contacto con personal que lo induce a la compra de un producto mediante técnicas adecuadas de persuasión.

Puntos calientes: zonas o áreas del punto de venta con gran acogida o donde los productos expuestos son superiores.

Puntos fríos: espacios dentro del punto de venta, con baja rotación de productos.

Puesto de pago (tiburones): corresponde a muebles de diseño especial (para revistas, cuchillas, cosméticos, gaseosas, helados, etc.), colocados en sitios especiales de la batería de cajas.

Rebajas: productos que se venden a precios reducidos por un tiempo, con respecto a otras épocas del año, generalmente se dan al principio de año o en épocas bajas de ventas.

Retail audit: herramienta de información de mercados, para seguimiento y control de estrategias de comercio al por menor.

Secciones: división de una parte del establecimiento con un grupo de artículos similares.

Saldos: productos defectuosos, deteriorados u obsoletos que se venden a un precio menor.

Longitud: en este modelo se usan como unidades de medida las siguientes: mil, pulgada (in), pie (ft), yarda (yd), rod (rd), cadena (ch), furlong (fur), milla (mi) y legua.

Superficie: pie cuadrado (sq ft o ft²); yarda cuadrada (sq yd o yd²); rod cuadrado (sq rd o ''rd²); rood; acre (ac); homestead; milla cuadrada (sq mi o mi²) y legua cuadrada.

Masa: grano (gr), dracma; onza (oz); libra (lb); stone (st); arroba; quintal corto (US ctw); quintal largo (UK ctw); cuarto corto (US qtr); cuarto largo (UK qtr); tonelada corta (US ton); tonelada larga (UK ton).

Volumen para sólidos: pulgada cúbica (in³ o cu in); pie cúbico (ft³ o cu ft); yarda cúbica (yd³ o cu yd); acre-pie; milla cúbica (mi³ o cu mi).

Volumen para secos: pinta (pt); cuarto (qt); galón (gal); peck (pk); bushel (bu).

Volumen para líquidos: minim; dracma líquida (fl dr); onza líquida (fl oz); gill; pinta (pt); cuarto (qt); galón (gal) y barril

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Blanco García, C. (2013). Comunicación y atención al cliente. Macmillan Iberia, S.A. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/42955.

Grönroos, C. (2007). Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Ediciones Díaz de Santos. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/52882

López-Fresno, P. (2014). Cómo gestionar las reclamaciones de sus clientes. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/53599

INVIMA. (2013). Resolución 2674 del 2013. Obtenido de Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos: https://www.invima.gov.co/

Martínez, B. (2013). *El manejo higiénico de los alimentos.* México: Limusa.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Paola Velásquez Rivera	Instructor	Académica	Julio 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Luisa Fernanda Cardona**	Instructor	Académica	Agosto 2023	