PROGRAMA DE FORMACION TECNICO EN OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL
FICHA # 2922082 TIERRALTA.

COMPETENCIA:

SURTIDO DE PRODUCTOS

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

"**RA 4. IMPULSAR PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA A PARTIR DEL PLAN PROMOCIONAL**"

ENTREGABLES DEL **TALLER 13 RA 4. IMPULSAR PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA A PARTIR DEL PLAN PROMOCIONAL**"

ACTIVIDAD A DESARROLLAR.

NOVIEMBRE 5 "RA 4. IMPULSAR PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA A PARTIR DEL PLAN PROMOCIONAL, Primera actividad cada aprendiz deberá indagar sobre cómo se exhibir mercancía teniendo en cuenta formatos comerciales en las organizaciones según los protocolos del punto de venta teniendo en cuenta los diferentes conceptos emitido por especialista en mercadotecnia sobre los inventarios y sus características para así lograr los objetivos propuesto en la organización, así establecer los beneficios que se les pueden brindar a los clientes, para así lograr tener la satisfacción de obtener un buen servicio. De igual forma se debe tener en forma clara que las clasificaciones de los clientes, tienen diferentes variables para lograr una buena aceptación y penetración de los servicio y producto en el mercadeo. Teniendo en cuenta las diferentes estrategias para apoyar la presentación de los productos o servicios a los clientes y sus características,

beneficios y usos de un producto o servicio específico, según los protocolo establecido por la empresa, requerido por los clientes actuales que cada día son más exigentes en los mercados de competencia, por el tipo de cliente, los segmentos de mercado, el comportamiento del consumo y cada grupo deben investigar sobre los tema asignado y **profundizar sobre sus componentes** en el proceso de exhibir la mercancía en los punto de ventas teniendo en cuenta los diferentes formatos comerciales según los inventarios teniendo en cuenta los protocolos de la organización a partir de la experiencia de servicio con el mercado objetivo y así identificar de seleccionar los criterios para la caracterización de clientes potenciales, como también identificar las causas de satisfacción e insatisfacción de los clientes. Donde deben responder todos los temas allí consignados. Desde el punto de vista como Técnico en Operaciones comerciales en retail.

PRESENTACION

Terminado el siglo XX, concluyó también la época en la que muchos comerciantes y directores de cadenas decían: la venta todo tapa y se perdió la oportunidad de ser más eficientes, de medir lo que sucedía detrás de las cajas registradoras, simplemente porque las ventas lo superaban todo y el consumidor compraba por necesidad. Fue así como muchas tiendas y marcas con las que crecimos, cayeron una tras otra como las hojas de un árbol en otoño. Dados estos antecedentes, actualmente, las empresas Retail, han empezado a asimilar, que es preciso medir sus procesos para obtener información pormenorizada y además el cómo y dónde pueden mejorar en sus técnicas para multiplicar sus ventas. (Orozco, 2013)

A propósito, del escenario altamente competido para el sector Retail, dado el desarrollo notable, de las cadenas de supermercados e incorporación de nuevas tecnologías, el SENA, cumpliendo su misión de contribuir al desarrollo social, económico y tecnológico del país, oferta el programa: Técnico en Operaciones Comerciales de Retail; con la intención de integrar personal, a las empresas del sector Retail, que asimilen su estructura y participen de la dinámica de estos establecimientos y cuenten a la vez, de la competencia para responder, ante los cambios desbocados del mercado, antes de que sea demasiado tarde.

Finalmente, en cuanto al ambiente ocupacional para las personas que se vincularían en el trabajo de mercaderistas o impulsadores, en el comercio minorista con asiento en Colombia; es importante advertir, que esta es la segunda ocupación que reporta mayor número de vacantes en Colombia y su tasa de colocación es del 93% (OLO - SENA, 2015), con lo que se demuestra, que las probabilidades de inserción laboral, para los egresados del programa, son positivas. Se suma a ello, el crecimiento del comercio al por menor o retail en Colombia, que en el periodo 2010 a 2015, fue de entre 7% y 10,9%, cifras superiores, al índice de inflación de este periodo, lo cual demuestra el auge de las empresas pertenecientes a este sector (Espacios, 2017).

SUSTENTAR EL TRABAJO Cada GRUPO deberá realizar la actividad del tema del resultado de la competencia "**RA 4. IMPULSAR PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA A PARTIR DEL PLAN PROMOCIONAL"** **y CADA GRUPO REALIZARA UNA PROPUESTA DE BUENAS PRÁCTICAS OPERATIVAS Y COMERCIALES PARA EL FORMATO COMERCIAL RETAIL.** Cual deberán investigar y profundizar sobre el tema donde deben investigar muy bien sobre todo lo relacionado con los conceptos de inventarios de productos y sus características, funciones, atributos y sus estrategias para la presentación de un producto o servicio en los mercados actuales y para poder realizar negocios para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales. Se pueden apoyar con video, revista o entrevistas los cual pueden hacer parte de la presentación del trabajo.

Realizar la **ACTIVIDAD** y presentar **EL TRABAJO EN WORD DE LA PROPUESTA DE BUENAS PRÁCTICAS OPERATIVAS Y COMERCIALES PARA EL FORMATO COMERCIAL RETAIL CON TODO LOS REQUISITO PARA ELABORAR UNA PROPUESTA. EL CUAL SERA SOCIALIZADA EN EL AMBIENTE DE FORMACION EL DIA 12 DE NOVIEMBRE.** pueden utilizar cualquier modelo o tipos de herramientas de presentación de diapositivas) deben contener la información requerida del tema de manera resumida o ilustraciones del tema.

1. **Para la evaluación del trabajo se tendrá en cuenta los siguientes criterios, 50% en la presentación del trabajo escrito, 50% en la presentación de la ´socialización de la propuesta en el ambiente de formación.**

2. **Actividades de apropiación del conocimiento**

Los aprendices en los grupos de trabajo investigaran y socializaran al resto de los compañeros (utilizando una metodología escogida por el mismo grupo) en el siguiente contenido de los temas.

TEMA.

1. **Realizar la propuesta de buenas prácticas operativas y comerciales para el formato comercial Retail**

Grupos de trabajos

GRUPO 1

1. ESTHEREDITH HERNANDEZ TORDECILLA
2. ESTEFANY ARGUELLO CARMONA
3. FABIANA GONZALEZ PADILLA

GRUPO 2

1. JHONATAN ENRIQUE HERNANDEZ FERNANDEZ
2. LUISA FERNANDA FERNANDEZ PETRO
3. BLANCA ROSA LOPEZ RAMIREZ
4. LUISA FERNANDA LORA QUIÑONEZ

GRUPO 3

1. ARMELYS DEL ROSARIO ARRIETA RIVAS

GRUPO 4

1. CARLOS ANDRES PLAZA ROMERO
2. EDUAR CORCHO TRESPALACIOS
3. IVÁN DARIO SOTELO SALGUEDO
4. LUIS FERNANDO CASTILLO DIAZ
5. CARLOS MARIO TRIANA HERNANDEZ
6. YENNYFFER ALVAREZ LUNA

GRUPO 5

1. MARIA ELENA MEJIA CASTRO
2. AIDETH ALVAREZ VARELA
3. CAMILA ANDREA CORDOBA VARGAS
4. ALEXANDRA ACOSTA ARGUMEDO

GRUPO 6

1.JORGE ARMANDO JARAMILLO NEGRETE

GRUPO 7

1. JUANITA VASQUEZ PÉREZ
2. AIDED MARIA RODRIGUEZ ARCIRIA

1 Desarrollar la actividad y el día **12 de noviembre del** presente deberán CADA GRUPO subir el desarrollo de la actividad hasta la 18 :00. PM de la tarde a la plataforma SAJUNA o en su efecto al correo del instructor Fredy.oviedo@misena.edu.co

2 El trabajo debe contener una portada con los siguientes contenidos: programa de formación, nombre de la competencia, el resultado y tema asignado, numero de ficha, Grupo # integrantes, centro de formación, nombre del instructor y fecha. Tabla de contenido, introducción, desarrollo de la investigación y conclusión

EXITOS PARA TODOS

Base del éxito: **"Insistir, Persistir, Resistir y nunca Desistir "**