PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO
GUÍA DE APRENDIZAJE

1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE**

- **Denominación del Programa de Formación:** Mercadeo y Ventas

Código del Programa de Formación: 62330033 VERSION 1

Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): N/A Fase del Proyecto (si aplica): N/A

Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): N/A

Competencia: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

Resultados de Aprendizaje:

- ESTABLECER PLAN DE MERCADEO
- REALIZAR PROYECCION DE VENTAS
- ESTRUCTURAR ESTRATEGIAS DE MERCADO EN LAS DIFERENTES ÁREAS Y TIPOS DE FORMATO
- IDENTIFICAR EL SEGMENTO DEL MERCADO

- **Duración de la Guía de Aprendizaje (horas):** 40 horas

- 2. INTRODUCCIÓN

- En el entorno empresarial actual, caracterizado por una alta competitividad y constantes cambios en las preferencias de los consumidores, las organizaciones requieren estrategias claras y eficientes para posicionar sus productos o servicios en el mercado. En este contexto, el mercadeo y las ventas se convierten en herramientas fundamentales para identificar oportunidades, satisfacer necesidades del cliente y garantizar la sostenibilidad del negocio.

  El presente programa de mercadeo y ventas tiene como propósito establecer lineamientos estratégicos que permitan fortalecer la presencia de la empresa en el mercado, incrementar la captación de clientes y mejorar los niveles de ventas. A través de la implementación de estrategias de análisis de mercado, promoción, comunicación y gestión comercial, se busca generar valor tanto para los clientes como para la organización.

3. COMPETENCIAS A DESARROLLAR

- Identificar oportunidades de mercado.

- Diseñar estrategias comerciales efectivas.
- Ejecutar procesos de venta consultiva.
- Aplicar técnicas de comunicación y negociación.
- Medir indicadores de desempeño comercial.
- Utilizar herramientas digitales de marketing.

El mercado es el conjunto de transacciones, procesos o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o empresas, sin importar si es un espacio físico o virtual. Funciona mediante la interacción de la oferta (vendedores) y la demanda (compradores) para determinar precios y asignar recursos.

Aspectos clave sobre el mercado:
-Componentes: Está formado por vendedores (oferentes) y compradores (demandantes).
-Funcionamiento: Se basa en el intercambio de productos o servicios por dinero u otros bienes.
-Tipos de mercado:
-Según el producto: De bienes y servicios, o de factores productivos.
-Según la competencia: Competencia perfecta o competencia imperfecta (monopolios, oligopolios).

-Según el área geográfica: Locales, regionales, nacionales o internacionales.

-Importancia: Es el mecanismo básico de la economía para fijar precios y crear riqueza.

4. ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN

🔹 MÓDULO 1: Fundamentos de Mercadeo (8 horas)

Temas:

- Conceptos básicos de mercadeo.
- Segmentación de mercados
- Comportamiento del consumidor.
- Mezcla de mercadeo (4P).

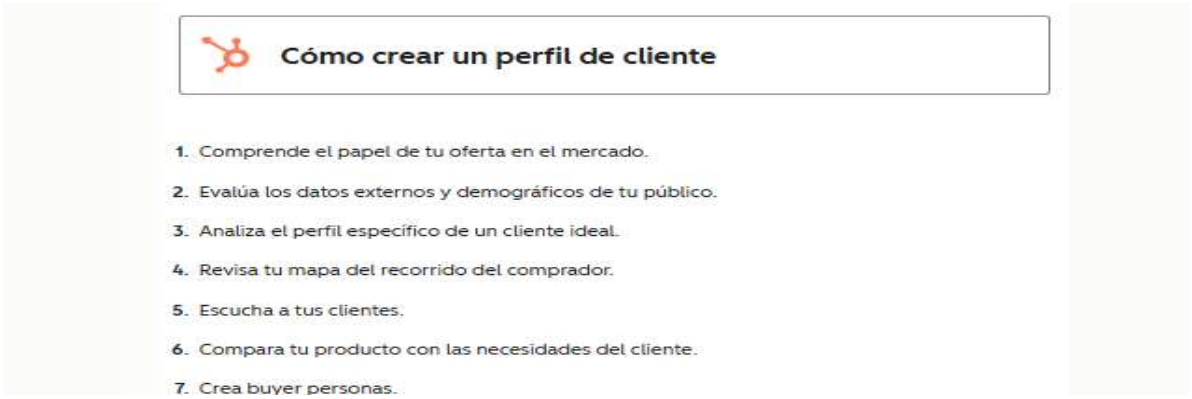
Actividades:

- Taller de segmentación de mercado.
- Análisis de caso empresarial.
- Construcción de perfil de cliente ideal (Buyer Persona).

Qué es un perfil de cliente

Un perfil de cliente es una representación exhaustiva que combina información demográfica, psicográfica y conductual para definir a tu comprador ideal. Va más allá de solo describir a quién se dirige tu negocio: te ayuda a entender profundamente las motivaciones, necesidades y preferencias de tus clientes potenciales, facilitando la creación de estrategias efectivas de marketing, ventas y desarrollo de productos.





Evidencia:

- Informe de análisis de mercado.

Estrategias de Ventas

Temas:

- Proceso de ventas.
- Técnicas de venta consultiva.
- Manejo de objeciones.
- Servicio al cliente y fidelización.

ESTARTEGIAS DE VENTAS

Las estrategias de ventas son planes estructurados para alcanzar objetivos comerciales, centrados en convencer al público objetivo mediante acciones concretas, valor y personalización. Incluyen técnicas como venta cruzada (cross-selling), venta adicional (upselling), SPIN Selling y SNAP Selling, enfocadas en solucionar problemas del cliente más que solo vender.

Estrategias de Ventas Clave y Técnicas

- **Venta Cruzada (Cross-selling): Ofrecer productos complementarios al principal (ej. seguros al comprar un auto).**
- **Venta Adicional (Upselling): Ofrecer una versión superior o más completa del producto que el cliente desea.**
- **SPIN Selling:**

Técnica basada en hacer preguntas sobre

Situación,

Problema,

Implicación y Necesidad de beneficio para entender al cliente

Método SNAP: Enfocado en la velocidad y simplicidad, ideal para clientes ocupados: mantenerlo Simple, ser iNvaluable, Alinear y Priorizar.

Personalización y Escucha Activa: Evitar mensajes genéricos y centrarse en las necesidades específicas del cliente para generar confianza.

Conocimiento del Producto: Dominar las ventajas y características para manejar objeciones y destacar.

Venta Consultiva: Actuar como un asesor que soluciona problemas, no solo un vendedor.

Actividades:

- Simulación de ventas (role play).
- Diseño de discurso comercial (elevator pitch).
- Taller de manejo de objeciones.

Evidencia:

- Video o simulación evaluada de proceso de venta.

Marketing Digital y Herramientas Comerciales

Temas:

- Marketing digital básico.
- Redes sociales como canal de ventas.
- CRM y herramientas digitales.
- Embudo de ventas.

Actividades:

- Creación de campaña digital básica.
- Diseño de embudo de ventas.
- Análisis de métricas digitales.

Evidencia:

- Plan de campaña digital.

Plan de Ventas y Proyección Comercial

Temas:

- Elaboración de plan de ventas.

- Presupuesto y metas comerciales.
- Indicadores KPI comerciales.
- Proyección y análisis de resultados.

Actividades:

- Construcción de plan de ventas.
- Taller de cálculo de metas.
- Análisis de indicadores.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

La evaluación en el SENA se desarrolla de manera permanente y se enfoca en evidenciar el logro de los resultados de aprendizaje. Las evidencias solicitadas son:

Tipo de Evidencia	Descripción	Criterios de Evaluación
Evidencia de Conocimiento	Pruebas de conocimiento sobre conceptos de mercadeo y ventas, metodologías y herramientas	Aprobar con mínimo 70% las evaluaciones de cada módulo
Evidencia de Producto	Plan de ventas, marketing, estrategias de ventas, Plan de marketing digital Proyección financiera	Cumplir con requisitos técnicos de cada entregable Aplicar correctamente las herramientas aprendidas Demostrar viabilidad del proyecto
Evidencia de Desempeño	Presentación final plan de mercadeo y proyección de ventas Participación en talleres y dinámicas Interacción con clientes potenciales	Comunicar efectivamente la propuesta de valor Trabajar colaborativamente Demostrar pensamiento crítico

5. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

5.1 Talento Humano

- Instructor(a) áreas administrativas
- Mentores emprendedores (opcional)

5.2 Recursos Técnicos

- Aula dotada con video beam y tablero
- Computadores con acceso a internet
- Plataforma virtual de aprendizaje LMS
- Materiales para prototipado (papel, cartón, marcadores)
- Software: Canva, Google Suite, herramientas de prototipado digital

5.3 Material de Estudio

- Libros digitales y artículos sobre emprendimiento
- Videos educativos y casos de estudio
- Plantillas de Business estrategias de ventas y mercadeo.
- Directorio de fuentes de financiación

6. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Libros recomendados:

- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. John Wiley & Sons.
- Ries, E. (2011). The Lean Startup. Crown Business.
- Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations. HarperBusiness.
- Blank, S. & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual. K&S Ranch.

Recursos en línea:

- iNNpulsa Colombia - www.innpulsacolombia.com
- Apps.co - www.apps.co
- Endeavor Colombia - www.endeavor.org.co
- Stanford Design School - dschool.stanford.edu
- Coursera - Cursos de emprendimiento

7. Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	LIDA COLMENARES	Instructor	CAMPESENA CEGAFE	10-02-2026

7.1 Control de cambios (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio

Autor (es)	MARGOTH MARTINEZ	INSTRUCTORA	CEGAFE	Febrero 2026	Ajuste al programa
Autor (es)					

¡Éxito en su proceso de formación!

SENA - Conocimiento para todos los colombianos