**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: 63210007
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica):
- Fase del Proyecto (si aplica):
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica):
- Competencia: Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.
- Resultados de Aprendizaje: Utilizar estrategia para apoyar la presentación de los productos o servicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según protocolo establecido por la empresa.
- Duración de la Guía de Aprendizaje: 80 horas.

## 2. PRESENTACIÓN

Bienvenido a este proceso de formación. En el mundo comercial actual, no basta con tener un buen producto; es fundamental saber conectar sus beneficios con las necesidades del cliente. A través de esta guía, usted desarrollará habilidades para diseñar planes de mercado y estrategias de presentación que aporten soluciones reales al sector productivo. Lo invitamos a trabajar de manera autónoma y colaborativa, utilizando las TIC y el entorno como fuentes principales de conocimiento.

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1 Actividades de reflexión inicial:

Descripción: Participe en el foro "El valor de lo que vendemos", analizando cómo las características intrínsecas y extrínsecas de un producto influyen en su decisión de compra personal.
Técnica Didáctica: Lluvia de ideas y reflexión dirigida.
Duración: 4 horas

### 3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Descripción: Identifique los diferentes tipos de clientes y segmentos de mercado (psicográficos, demográficos y socioeconómicos) presentes en su entorno local.
Técnica Didáctica: Cuadro comparativo de perfiles de clientes.
Duración: 10 horas

### 3.3 Actividades de apropiación:

Descripción: Estudiar los conceptos de segmentación, oferta y demanda.

- Analizar las técnicas de exhibición (niveles, zonas y tipos de implantación como vertical u horizontal).
- Comprender las dimensiones del surtido (amplitud, profundidad y coherencia).

Evidencias de Aprendizaje: Cuestionario técnico sobre conceptos de mercadeo y exhibición.

Duración: 30 horas.

### 3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Descripción: Diseñe una estrategia de presentación de un producto específico, elaborando un catálogo o manual que argumente sus beneficios, apoyado en una propuesta de exhibición en góndola (planograma) que maximice la rentabilidad del espacio.

Ambiente requerido: Ambiente polivalente con acceso a TIC.

Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo de la propuesta comercial.

Duración: 36 horas.

**4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.**

| Fase del proyecto formativo | Actividad del proyecto formativo | Actividad de Aprendizaje | Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|---|---|---|
| Planeación | Solución de problemas reales para diseñar planes de mercado. | Identificar segmentos de mercado y determinar oferta/demanda. | Conocimiento: Cuestionario sobre segmentación psicográfica, demográfica y fuentes de información. | Realiza la segmentación de la población según intereses, preferencias y nivel de ingresos. | Técnica: Formulación de preguntas. Instrumento: Cuestionario. |
| Ejecución | Implementación de acciones de ventas y comercialización. | Utilizar estrategias para apoyar la presentación de productos según protocolo. | Desempeño: Simulación de contacto con clientes potenciales y presentación de beneficios. | Presenta y argumenta a los clientes los beneficios de productos apoyado en catálogos y manuales. | Técnica: Observación directa. Instrumento: Guía de observación. |
| Ejecución | Preparación de la exhibición en el punto de venta. | Definir y aplicar técnicas para la organización del surtido y exhibición. | Producto: Planograma de exhibición y política de surtido de la unidad productiva. | Realiza el surtido considerando dimensiones, espacio físico y perfil socioeconómico del segmento. | Técnica: Valoración de producto. Instrumento: Lista de chequeo. |
| Evaluación | Análisis de resultados y rentabilidad comercial. | Elaborar programas de exhibición y medir su | Producto: Informe de indicadores de rentabilidad | Mide la rentabilidad considerando rotación de producto y | Técnica: Auditoría de desempeño. Instrumento |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | **impacto económico.** | **y retorno sobre la inversión (ROI).** | **rendimiento económico por metro cuadrado.** | **: Matriz de indicadores.** |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Merchandising:** Conjunto de técnicas para gestionar el punto de venta y motivar la compra.

**Segmentación:** Proceso de dividir el mercado en grupos homogéneos de consumidores.

**Facing:** Número de caras de un producto que ve el cliente en el lineal.

## 6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **YORDAN RENE VARELA GARCIA** | **INSTRUCTORA** | **COMPLEMENTARIA** | **01/03/2026** |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |