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 II**
- Código del Programa de Formación: **63210009 V.2**
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): **NO APLICA**
- Fase del Proyecto (si aplica): **NO APLICA**
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): **NO APLICA**
- Competencia: **NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA**
- Resultados de Aprendizaje:

    a) UTILIZAR ESTRATEGIA PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS OSERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS YUSOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDOPOR LA EMPRESA.

- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): **150 HORAS**

2. PRESENTACIÓN

Este programa de formación complementaria es de vital importancia en la dinámica comercial en Colombia, ya que responde a la necesidad imperante de que las organizaciones cuenten con colaboradores capaces de entender e impulsar el crecimiento y la competitividad de las empresas locales, nacionales y globales. En sentido, se hace necesario que este programa forme aprendices que comprendan la importancia de elevar su preparación para incorporarse con las habilidades necesarias que demanda la actualidad el mercado cada vez más exigente.
El sector de mercadeo y ventas constituye uno de los pilares de la economía, con alta demanda de personal calificado, la ocupación con código:33220, denominada representantes comerciales

Querido aprendiz, en la presente guía abordará los conceptos y metodologías para el planteamiento de alternativas de gestión y de mejora en los sectores productivos. En el transcurso de esta formación, desarrollará las competencias laborales para realizar procesos de investigación y/o procesamiento de información, proponer alternativas de solución que contribuyan al logro de los objetivos, identificar soluciones de atención y servicio al cliente, entre otras.

Estimados aprendices, de acuerdo con lo anterior, tengan en cuenta que para el desarrollo de la presente guía pueden apoyarse en los materiales de apoyo compartidos en el drive de la formación, 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/** o visitar la biblioteca física.

"El que quiere hacer algo conseguirá un medio, el que no, una excusa"
Stephen Dolley

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

3.1 Actividades de reflexión inicial:

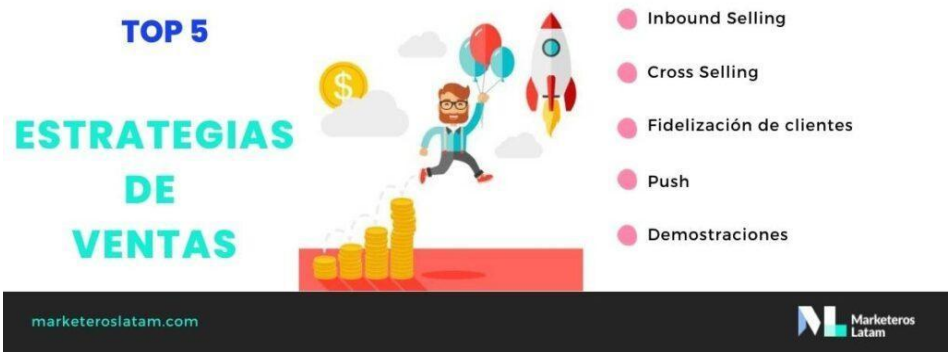


Aprendiz, para desarrollar la actividad de reflexión es indispensable que observen el siguiente "Plan de mercadeo: Estrategias ventas, objetivos comerciales en la empresa" https://www.youtube.com/watch?v=0HZIHoQG1v8 y a partir del video responda de forma argumentativa la siguiente pregunta:

- ¿Por qué es importante definir planes de acción al interior de una El Portafolio de productos y servicios?
- ¿Qué mensaje de reflexión obtuvo usted después de observar el video?

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

Conceptos ventas, estructura de ventas, objetivos comerciales



Es importante reflexionar acerca de lo que conozco del sector productivo y comercial de nuestro municipio. De igual forma es importante considerar, que establecimientos comerciales están relacionados o considerados bajo el concepto de comerciales

Para esta actividad, y de forma individual tenga en cuenta la información que se desprende de consultar:

- ¿Qué son y cuáles son los Sectores productivos del país y ventas?
- ¿Cuál es la clasificación de los sectores comerciales- estrategias de ventas de nuestro país?
- ¿Tipos de ventas y servicio al cliente, según el sector de actividad, tamaño, portafolio del cliente, argumentar portafolio, manejo de objeciones, destino de los beneficios y forma jurídica, entre otros?
- ¿Qué tipos de ventas y clientes? Dé ejemplos.

3.3 Actividades de apropiación:

3.3.1 NOCIONES SOBRE LAS VENTAS – COMERCIALES

https://www.freepik.es/psd-premium/ilustracion-3d-estrategia-empresarial_424038707.htm#fromView=keyword&page=1&position=31&uuid=2a3d28ec-74e9-4652-a304-fc2a1bf234d0&query=Estrategia+ventas

Es importante reflexionar acerca de que conozco del sector comercial y productivo de nuestro municipio, concepto de estrategias de ventas, verificar las necesidades del cliente

Acuerdos de ventas

Para esta actividad de deben conformar grupos de tres personas y expresar sus puntos de vista sobre los siguientes interrogantes antes de iniciar con las actividades:

¿Qué es una caracterización del cliente?

¿Técnicas De Negociación?

¿Cuál es la clasificación de las ventas?

¿Qué aspectos conoce sobre la protección de datos??

Mediante la dinámica del mantel de ideas discuta sobre la importancia de caracterizar una organización, realizar un análisis, diagnóstico e identificación de necesidades y estrategias comerciales y ventas en cada una de las empresas beneficiarias del proyecto. Qué tipo de información se debe de conocer; apóyese en las ideas y conclusiones a las que se llegaron con el desarrollo de esta actividad.

Tenga en cuenta que un Plan de acción en las áreas comerciales y ventas de las empresas benefician ostensiblemente el desarrollo comercial de ellas.

http://www.zero13wireless.net/showthread.php?tid=11645

3.3.2 ACTIVIDAD: TOMA DECISIONES COMERCIALES Y VENTAS

El proceso comercial y ventas se ejecuta con base estrategias comerciales:

- Segmentación mercado Y nicho.
- Acuerdos de ventas.
- Portafolio según técnica de ventas.





Análisis situacional - FODA

Con la orientación recibida sobre la utilidad, importancia y método para la elaboración de un análisis FODA; con su equipo de trabajo, aplique dicho modelo a una empresa escogida por ustedes identificando las estrategias comerciales, las de ventas, el mercadeo , técnicas de ventas

Socialice sus resultados con el instructor, con el fin de recibir sugerencias o comentarios al respecto. Al final exponga sus ideas y planteamientos en el debate: "**Función las estrategias comerciales, ventas y comercialización siglo XXI"**

3.3.3 ACTIVIDAD: ¿QUÉ ES LA INVESTIGACION MERCADOS Y ESTRATEGIAS VENTAS?



Usamos aquí la palabra VENTA en el sentido amplio del término, No nos estamos refiriendo a los aspectos Comerciales del área sino a "la acción de ventas" y administrar en su primera acepción: "gobernar, regir, aplicar". Administración comercial hace el manejo Integral de las ventas y servicios, a las empresas.

Por esta razón por grupos de trabajo elabore una presentación con los procedimientos que desarrolla una empresa en los temas relacionados con el proceso de COMERCIAL. Explique en qué consiste el término y ejemplifique:

- ✓ Ventas y servicio.
- ✓ Mantener estrategias comerciales, etc.
- ✓ Capacitar, entrenar y desarrollar a la fuerza de ventas.
- ✓ Desarrollar sus carreras / evaluar su desempeño de las ventas
- ✓ Analizar las estrategias comerciales del entorno
- ✓ ¿Por qué es importante la administración de ventas?
- ✓ Algunos factores a considerar para una buena calidad de vida en el trabajo.

Al finalizar cada socialización, se realizará una realimentación con todo el grupo con el apoyo del Instructor; con el fin de aclarar las dudas e inquietudes que se puedan presentar en este proceso.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Aprendices por favor definan en compañía del instructor, la propuesta de socialización que se va a realizar para validar el modelo de gestión comercial y de ventas que cumpla con los parámetros de las actividades antes desarrolladas (reconocimiento de los procesos y procedimientos y funciones administrativas de las empresas, del área de comercial y financiera y demás, especificando que les llamó más la atención en el desarrollo de este curso complementario.

Con lo anterior realicen un evento de socialización en el que den a conocer la propuesta al interior de cada empresa.

Ambiente de formación: Escenario (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente. CTA - Cartago Valle.

Materiales de formación:
Marcadores permanentes
Marcadores borrables
Papel bond
Octavos de cartulina
Papel tamaño oficio
Papel tamaño carta

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
N/A	**N/A**	**Modelo de gestión comercial parámetros**	**Fotografías, pantallazos, material audiovisual**	**Desempeño, producto y conocimiento**	**Lista de chequeo y cuestionario**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Gestión por competencias: proceso que permite identificar las capacidades de las personas requeridas en cada puesto de trabajo a través de un perfil cuantificable y medible objetivamente.

Matriz de riesgos y peligros: herramienta de gestión que permite determinar objetivamente cuáles son los riesgos relevantes para la seguridad y salud de los trabajadores que enfrenta una organización.

Mercado laboral: mercado en donde confluyen la oferta y la demanda de trabajo. La oferta de trabajo está formada por el conjunto de trabajadores que están dispuestos a trabajar y la demanda de trabajo por el conjunto de empresas o empleadores que contratan a los trabajadores.

Plan de Mejoramiento: es un mecanismo para identificar riesgos de la empresa y buscarle solución a todos los tipos de riesgo que se presente en el proceso.

Procesos y procedimientos: los procesos son generados por la voluntad del logro de una finalidad y los procedimientos son pasos claros y objetivos que se deben seguir para completar una tarea.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

http://yerojusa2009.blogspot.com/2009/02/plan-de-mejoramiento-empresarial.html

Definición de proyecto de vida - Qué es, Significado y Concepto http://definicion.de/proyecto-de-vida/#ixzz3HPIxYowb

http://es.slideshare.net/olgayennymurilloborja/plan-mejora-empresa?related=1

Chávez Pérez, Fidel. Redacción Avanzada.2011.

Dirección Estratégica de Recursos Humanos: Gestión por competencias-2ª ed 9ª reimp- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Granica, 2013.

https://drhxc.itcilo.org/index2.php?mod=info&id=2, Desarrollo de recursos humanos por competencias

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Yordan Rene Varela García**	**Instructor**	**CTA**	**Marzo 3 de 2026**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					