



<div></div> <div>GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO</div>	
Fecha de elaboración	Febrero de 2026
Denominación del programa de formación	VENTAS EN LINEA
Modalidad de ejecución	Presencial
Código y versión del programa	632201 V.1
Nombre del proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación titulada)	Diseñar y Desarrollar Un Plan De Mercadeo Y Ventas Online Para Una Empresa.
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación titulada)	
Instructor(es) que elaboran la planeación pedagógica	Ingrid Cardona
	Angela Martinez
	Julian Salazar
	Alejandro Rubio
	Andres Arana
Diseñador instruccional	
Asesor metodológico	
Responsable del equipo de desarrollo curricular	CENTRO PARA LA INDUSTRIA Y LA COMUNICACIÓN GRAFICA - CENIGAF
Corrección de estilo	

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO ( si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
Análisis	AP1. Empatizar con el cliente objetivo según una necesidad de servicio.	210601020. Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa.	210601020-01. Construir una relación con el cliente según procedimiento de servicio y normativa.	GA1-210601020-AA1. Caracterizar clientes según la necesidad de servicio específica.	30	90	Aprendizaje basado en proyectos.	LMS	Atención al cliente y comunicación comercial	1	Establece contacto con el cliente de acuerdo con el procedimiento del servicio y visión incluyente.  Obtiene información del cliente de acuerdo con redes sociales y estudios técnicos de marketing.  Aplica procedimientos del triángulo del servicio y momento de verdad de acuerdo con protocolos organizacionales y netiqueta.	Evidencia de conocimiento: Cuestionario conceptos básicos de servicio al cliente. GA1-210601020-AA1-EV01.  Evidencia de producto: Taller, ciclo básico de ventas. GA1-210601020-AA1-EV02.	Se tienen en cuenta en el cuestionario los temas de servicio al cliente tratados en el componente formativo, los medios sociales y los canales de atención digitales.  Para el taller se hace el diseño de un ciclo básico de venta teniendo en cuenta el triángulo de servicio y momento de verdad.
			210601020-02. Recepcionar requerimientos del cliente a través de canales digitales según procedimientos de servicio.	GA1-210601020-AA2. Establecer plan de atención al cliente objetivo según requerimiento de servicios.	30	90		LMS	Gestión de datos e información de los clientes.	1	Utiliza canales de comunicación digital según procedimientos de servicio.  Registra los requerimientos de los clientes según procedimientos de la organización.  Gestiona la información de los clientes según normativa.  Aplica netiqueta y protocolo organizacional según canal digital.  Informa al cliente la respuesta al requerimiento de acuerdo con procedimientos organizacionales.	Evidencia de producto: Taller plan de atención al cliente. GA1-210601020-AA2-EV01.	A partir de un listado de clientes reales o ficticios que debe recolectar, diseñar plan para la atención al cliente y organizar bases de datos en herramientas disponibles según el servicio requerido por la población objetiva de la empresa con la que se va a trabar el proyecto formativo.
			210601020-03. Optimizar la atención al cliente de acuerdo con los procedimientos de servicio y normativa.								Verifica los datos del cliente en medios digitales teniendo en cuenta protocolos y normativa.  Valida servicio y atención según necesidades del cliente.  Aplica acciones de mejora en la atención al cliente de acuerdo con los procedimientos de servicio.	Evidencia de desempeño: Foro servicio al cliente. GA1-210601020-AA2-EV02.	En el foro se trabajan las buenas y malas prácticas de servicio al cliente identificadas en las empresas de las diferentes ciudades de Colombia sin identificar nombres.
		240201524. Desarrollar procesos de comunicación	240201524-01. Interpretar el sentido de la comunicación como medio de expresión social, cultural, laboral y artística.	GA1-240201524-AA1. Identificar la importancia de los componentes de la comunicación de un mensaje según sus características, intencionalidad y contexto.	3	9		Comunicándonos	Reconoce la importancia, naturaleza y características de la comunicación humana, según el contexto en el que se desarrolla.  Escucha con atención y concentración, asiente y pregunta al hablante oyente para retroalimentar el proceso.  Aplica las técnicas para la comunicación verbal y no verbal según requerimientos establecidos.  Emplea en la elaboración de textos estructuras textuales básicas.  Interpreta señales, signos, símbolos e iconos propios de su actividad laboral.  Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto y el contenido.	Evidencia de conocimiento: Video ¿Cómo nos comunicamos a través del discurso? GA1-240201524-AA1-EV01			
			240201524-02. Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación.	GA1-240201524-AA2. Aplicar los componentes de la comunicación y argumentar sus procesos, de acuerdo con las diferentes situaciones comunicativas.	3	9			Argumentación	Selecciona el tipo de texto de acuerdo con sus intereses y necesidades de conocimiento.  Apropia un método para leer comprensiva e interpretativamente.  Identifica los diferentes tipos de textos teniendo en cuenta su intencionalidad.  Produce textos explicativos, instructivos, descriptivos según especificaciones.	Evidencia de desempeño: Video. La comunicación como expresión humana. GA1-240201524-AA2-EV01.		


		eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.	<b>240201524-03.</b> Validar la importancia de los procesos comunicativos teniendo en cuenta criterios de lógica y racionalidad.	<b>GA1-240201524-AA3.</b> Interpretar asertivamente situaciones del contexto, de forma lógica y estructurada, graficando la información a transmitir a través de elementos e instrumentos gráficos.	3	9	Aprendizaje Basado en Investigación (ABI)	LMS	Relacionando	1	Comunica y decodifica mensajes utilizando procesos comunicativos orales y escritos.  Gráfica la información con contenidos semánticos.  Utiliza la información según el propósito establecido.  Redacta textos con cohesión y coherencia siguiendo pautas de progresión temática.  Utiliza íconos, símbolos, señales, planos, esquemas y flujogramas según requerimiento.	<b>Evidencia de desempeño:</b> Infografía. Comunicación de la interpretación del entorno. <b>GA1-240201524-AA3-EV01</b>	
			<b>240201524-04.</b> Aplicar acciones de mejoramiento en el desarrollo de procesos comunicativos según requerimientos del contexto.	<b>GA1-240201524-AA4.</b> Comunicar asertivamente, con cohesión y coherencia léxica, basado en los procesos comunicativos que se dan en el contexto del desempeño laboral.	3	9					Establece acuerdos a partir de la diversidad de conceptos y opiniones.  Interpreta mensajes y reconstruye el discurso con sus propias palabras manteniendo el sentido.  Usa el léxico con precisión y propiedad en los procesos de comunicación relacionados con el área de desempeño laboral.  Emplea para la producción de textos normatividad vigente.	<b>Evidencia de producto:</b> Informe. Creación de contenidos comunicativos. <b>GA1-240201524-AA4-EV01</b>	
	240202501. Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas.	240202501-01. Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de sí mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida.	<b>GA1-240202501-AA1.</b> Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.	6	18	Aprendizaje autónomo (Reading and listening). Exposición digital (Oral). Producción de textos (Writing).	LMS	Level 1	1		Comprende vocabulario y expresiones en inglés en contextos personales acorde con nivel principiante.	<b>Evidencia de conocimiento:</b> Cuestionario <b>GA1-240202501-AA1-EV01</b>	
			<b>GA1-240202501-AA2.</b> Reconocer información básica sobre situaciones actuales a través de situaciones escritas.	6	18						Expresa el quehacer diario personal y laboral utilizando vocabulario y gramática acorde con nivel principiante.	<b>Evidencia de desempeño:</b> Video presentación <b>GA1-240202501-AA1-EV02</b>	
											Comprende información básica en textos en inglés acorde con nivel principiante.	<b>Evidencia de producto:</b> Folleto <b>GA1-240202501-AA2-EV01</b>	

<div></div> <div>GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO</div>											
Fecha de elaboración				Febrero de 2026							
Denominación del programa de formación				VENTAS EN LINEA							
Modalidad de ejecución				Presencial							
Código y versión del programa				632201 V.1							
Nombre del proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación titulada)				Diseñar y Desarrollar Un Plan De Mercadeo Y Ventas Online Para Una Empresa.							
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación titulada)											
Instructor(es) que elaboran la planeación pedagógica				Ingrid Cardona							
				Angela Martinez							
				Julian Salazar							
				Alejandro Rubio							
				Andres Arana							
Diseñador instruccional											
Asesor metodológico											
Responsable del equipo de desarrollo curricular				CENTRO PARA LA INDUSTRIA Y LA COMUNICACIÓN GRAFICA - CENIGAF							
Corrección de estilo											
FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO ( si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
		260101034. Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento.	260101034-01. Generar reporte de métricas derivadas del canal de acuerdo con el plan de <i>marketing</i> digital.	GA2-260101034-AA1. Definir el protocolo de servicio de una empresa según los requerimientos de los clientes.	16	48	Aprendizaje basado en proyectos.	LMS	Métricas y reportes para ventas en línea	1	Estructura la información de acuerdo a la política organizacional.  Valida la información recolectada de acuerdo con los parámetros e impacto.  Aplica normativa sobre tratamiento de datos de acuerdo con protocolos organizacionales.
			260101034-02. Reconocer la percepción del cliente de acuerdo con el reporte de métricas y el protocolo organizacional.		32	96		LMS	El cliente y las ventas en línea	1	Ejecuta el protocolo de interacción con el cliente de acuerdo con procedimiento.  Evalúa la percepción del cliente a partir de interacciones y reporte de métricas.
			260101034-03. Responder a la solicitud del cliente de acuerdo con los resultados de monitoreo y niveles de satisfacción posventa.						Genera una relación con el cliente de acuerdo con protocolos posventa.  Genera reportes de según las actividades digitales de la organización.		
			220501046-01. Seleccionar herramientas de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), de acuerdo con las necesidades identificadas.	GA2-220501046-AA1. Reconocer software de sistemas, de programación y de aplicaciones de acuerdo con la tecnología empleada.	3	9					Reconoce características de equipos TIC, tipos de software y servicios de internet, de acuerdo con la tecnología a utilizar.  Elige herramientas TIC, de acuerdo con las necesidades de información y comunicación.

Planeación	AP2. Definir el protocolo de servicio al cliente para una empresa según la información suministrada por los clientes.	220501046. Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información.	220501046-02. Usar herramientas TIC, de acuerdo con los requerimientos, manuales de funcionamiento, procedimientos y estándares.	GA2-220501046-AA2. Aplicar los términos y funcionalidades de la ofimática de acuerdo con estándares.	3	9	Simulación	LMS	Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)	1	Maneja computadores, periféricos, tabletas y equipos celulares, de acuerdo con las funcionalidades y manuales de uso.
			220501046-03. Verificar los resultados obtenidos, de acuerdo con los requerimientos.□	GA2-220501046-AA3. Analizar la utilidad y la pertinencia en términos de productividad de los recursos TIC utilizados de acuerdo con los requerimientos.	3	9					Aplica funcionalidades de sistema operativo, de acuerdo con las necesidades de administración de los recursos del equipo.
			220501046-04. Implementar buenas prácticas de uso, de acuerdo con la tecnología empleada.	GA2-220501046-AA4. Aplicar las mejoras de producto orientado desde las TIC de acuerdo con requerimientos actuales.	3	9					Maneja procesador de texto, hoja de cálculo, software para presentaciones y software específico, de acuerdo con las funcionalidades de los programas.
		230101507. Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales.	230101507-01. Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social.	GA2 -230101507-AA1. Aplicar los correctivos necesarios que permitan mejorar las capacidades de acuerdo con la valoración del estado general de las condiciones psicomotrices individuales.	3	9	Método de preguntas: análisis de información relacionada con el contenido, a partir de interrogantes de reflexión inicial.	LMS	Actividad física y hábitos de vida saludable.	1	Identifica las técnicas de coordinación motriz relacionadas con su perfil ocupacional.
			230101507-02. Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.	GA2 -230101507-AA2. Establecer hábitos de vida saludable, mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.	3	9	Evaluación.				Selecciona técnicas que le permiten potenciar su capacidad de reacción mental y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza de su entorno laboral.
			230101507-03. Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social.	GA2 -230101507-AA3. Implementar acciones de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida en el contexto individual, laboral y social, a partir de prácticas básicas de nutrición.	3	9	Aprendizaje basado en problemas, descubrimiento guiado.				Interpreta los fundamentos de estilo de vida saludable, higiene y nutrición en los contextos productivo y social.
			230101507-04. Implementar un plan de ergonomía y pausas activas según las características de la función productiva.	GA2 -230101507-AA4. Identificar la higiene postural y pausas activas correctas en el desempeño del área ocupacional de acuerdo con la naturaleza de la función productiva.	3	9	Resolución de problemas, estudio de casos.				Administra un plan de higiene corporal dentro del contexto productivo.
		240202501. Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas.	240202501-02. Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida.	GA2-240202501-AA1. Reportar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales, pasadas y futuras en contextos sociales.	6	18	Aprendizaje autónomo (Reading and listening). Exposición digital (Oral). Producción de textos (Writing).	LMS	English Level 2 MCER A1.2	1	Comprende recomendaciones sobre conductas seguras en el lugar de trabajo, utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante.
				GA2-240202501-AA2. Expresar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales	6	18					Expresa gustos, preferencias y actividades en el tiempo libre utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante.
						Emplea la estructura básica del inglés (sujeto+verbo+complemento) en la elaboración de textos cortos orales y escritos que contienen descripción u opinión acerca de un sitio turístico de interés de su región utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante.					



<b>Evidencia de conocimiento:</b> Taller. Utilización de las herramientas de ofimática. <b>GA2-220501046-AA2-EV01.</b>	
<b>Evidencia de producto:</b> Informe. Pertinencia y efectividad de los recursos utilizados según requerimientos. <b>GA2-220501046-AA3-EV01.</b>	
<b>Evidencia de desempeño:</b> Plan de mejora de productos y procesos con la incorporación de TIC. <b>GA2-220501046-AA4-EV01.</b>	
<b>Evidencia de desempeño:</b> Foro temático -Identificar y establecer las técnicas de coordinación motriz. <b>GA2 -230101507-AA1-EV01.</b>	
<b>Evidencia de producto:</b> Infografía – Estilos de vida saludable. <b>GA2 -230101507- AA2-EV01.</b>	
<b>Evidencia de producto:</b> Ficha antropométrica de valoración de la condición física. <b>GA2 -230101507- AA3-EV01.</b>	
<b>Evidencia de producto:</b> Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana, y la importancia de las pausas activas. <b>GA2 -230101507- AA4-EV01.</b>	
<b>Evidencia de conocimiento:</b> Cuestionario. <b>GA2-240202501-AA1-EV01.</b>	
<b>Evidencia de desempeño:</b> Video entrevista virtual. <b>GA2-240202501-AA1-EV02.</b>	
<b>Evidencia de producto:</b> Crónica. <b>GA2-240202501-AA2-EV01.</b>	


<div></div> <div>GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO</div>											
Fecha de elaboración				Febrero de 2026							
Denominación del programa de formación				VENTAS EN LINEA							
Modalidad de ejecución				Presencial							
Código y versión del programa				632201 V.1							
Nombre del proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación titulada)				Diseñar y Desarrollar Un Plan De Mercadeo Y Ventas Online Para Una Empresa.							
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación titulada)											
Instructor(es) que elaboran la planeación pedagógica				Ingrid Cardona							
				Angela Martinez							
				Julian Salazar							
				Alejandro Rubio							
				Andres Arana							
Diseñador instruccional											
Asesor metodológico											
Responsable del equipo de desarrollo curricular				CENTRO PARA LA INDUSTRIA Y LA COMUNICACIÓN GRAFICA - CENIGAF							
Corrección de estilo											
FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO ( si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
		260101047. Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.	260101047-01. Estructurar la propuesta comercial en canales digitales de acuerdo con el segmento objetivo y las políticas de la organización.	GA3-260101047-AA1. Estructurar la propuesta comercial digital de acuerdo con el público objetivo de una empresa específica.	47	139	Aprendizaje basado en proyectos.	LMS	Marketing digital	1	Construye Buyer person teniendo en cuenta el plan de Marketing digital.
											Presenta la propuesta comercial en canales digitales de acuerdo con el segmento objetivo.
		220601501. Aplicar prácticas de	220601501-01. Interpretar los problemas ambientales y de SST teniendo en cuenta los planes y programas establecidos por la organización y el entorno social.	GA3-220601501-AA1. Identificar estrategias para la prevención y control del impacto ambiental de los accidentes y enfermedades laborales de acuerdo con las políticas organizacionales y el entorno social.	3	9			Fundamentos de medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo.		Contextualiza el entorno ambiental y de la seguridad y salud en el trabajo según la normatividad vigente.
			220601501-02. Efectuar las acciones para la prevención y control de la problemática ambiental y de SST, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización.	GA3-220601501-AA2. Reconocer el desarrollo de las acciones de control de los impactos ambientales, disminución de accidentes y enfermedades laborales de acuerdo con los planes y programas establecidos por la organización.	3	9					Analiza la problemática ambiental, peligros y riesgos de las personas en su desempeño laboral según marco normativo.
											Interpreta los planes y programas de gestión ambiental y de SST según las condiciones de su ambiente laboral.
											Identifica los procedimientos de control operacional, ambiental y de seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con la política de la organización.

Ejecución	AP3. Implementar un protocolo de ventas en una empresa real.	protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente.	<b>220601501-03.</b> Verificar las condiciones ambientales y de SST acorde con los lineamientos establecidos para el área de desempeño laboral.	<b>GA3-220601501-AA3.</b> Plantear acciones para orientar al equipo de trabajo en los planes o programas ambientales y de SST de acuerdo con el área de desempeño.	3	9	Aprendizaje basado en estudio de casos.	LMS	Legislación en medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo.	1	<p>Aplica técnicas y procedimientos de control para el manejo ambiental y prevención de enfermedades laborales y accidentes de trabajo teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por la organización.</p> <p>Actúa frente a los incidentes ambientales y de seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con lo establecido en el plan de emergencias.</p> <p>Identifica los mecanismos de control y seguimiento a las condiciones ambientales y del SST, para el monitoreo de las buenas prácticas ambientales según las condiciones y actos seguros de su entorno laboral.</p> <p>Aplica técnicas y procedimientos para el control de las condiciones ambientales y de SST según política de la organización y el contexto de su desempeño laboral.</p> <p>Prepara los reportes de actos y condiciones que afectan el desempeño ambiental y de la SST según objetivo del informe y lineamientos de la organización.</p>
		240201533. Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.	<b>220601501-04.</b> Reportar las condiciones y actos que afecten la protección del medio ambiente y la SST, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el contexto organizacional y social.	<b>GA3-220601501-AA4.</b> Plantear propuestas para favorecer la cultura ambiental responsable, el desarrollo sustentable y el autocuidado de acuerdo con el contexto productivo y social.	3	9					
			<b>240201533-01.</b> Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno.	<b>GA3-240201533-AA1.</b> Identificar los componentes del comportamiento emprendedor a partir de las características emprendedoras, objetivos personales y análisis del entorno.	3	9	Habilidades de pensamiento.	LMS	Elementos del comportamiento emprendedor.	1	<p>Valora sus características emprendedoras personales acorde con herramienta de diagnóstico personal.</p> <p>Formula los objetivos personales de acuerdo con su motivación y propósito de vida.</p> <p>Aplica la responsabilidad emprendedora de acuerdo con factores internos y externos.</p>
			<b>240201533-02.</b> Apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor.	<b>GA3-240201533-AA2.</b> Aplicar herramientas para la toma de decisiones según problemas planteados.	3	9	Resolución de problemas.		Toma de decisiones.		<p>Identifica el proceso de toma de decisiones de acuerdo con problemas de la cotidianidad.</p> <p>Aplica el proceso de toma de decisiones según identificación de riesgos y alternativas de solución.</p>
			<b>240201533-03.</b> Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora.	<b>GA3-240201533-AA3.</b> Experimentar la capacidad creativa e innovadora en la solución de retos e identificación de oportunidades.	3	9	Design thinking.		Creatividad y estrategia emprendedora.		<p>Apropia el concepto de creatividad e innovación según solución de desafíos.</p> <p>Aplica la capacidad creativa e innovadora teniendo en cuenta los desafíos emprendedores.</p> <p>Sustenta el plan de acción teniendo en cuenta los elementos de una estrategia emprendedora.</p>
			<b>240201533-04.</b> Relacionar la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación.	<b>GA3-240201533-AA4.</b> Relacionar elementos del triángulo de la responsabilidad en la ejecución de técnicas de negociación.	3	9	Estudio de caso.		Emprendimiento y negociación.		<p>Identifica los elementos de la negociación de acuerdo con los intereses propios y del otro.</p> <p>Asocia las técnicas de negociación teniendo en cuenta los ámbitos personales, sociales y profesionales.</p>
		240202501. Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas.	<b>240202501-03.</b> Participar en intercambios conversacionales básicos en forma oral y escrita en inglés en diferentes situaciones sociales tanto en la cotidianidad como en experiencias pasadas.	<b>GA3-240202501-AA1.</b> Establecer acciones de mejora relacionadas con expresiones, estructuras y desempeño de acuerdo al programa de formación.	6	18	"-Aprendizaje autónomo (Reading and listening). -Exposición digital (Oral). -Producción de textos (Writing)."	LMS	English Level 3 MCER A2.1	1	<p>Comprende narraciones cortas orales y escritas acerca de situaciones que ocurren en el momento de la expresión, utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante.</p> <p>Brinda información acerca de objetos y sus características.</p>
			<b>240202501-04.</b> 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 pasadas.	<b>GA3-240202501-AA2.</b> Presentar funciones de su ocupación laboral.	6	18					<p>Emplea la estructura básica del inglés (sujeto+verbo+complemento) en la elaboración de textos cortos orales y escritos en pasado simple que contienen información personal de su historia de vida y de otros.</p> <p>Completa formularios con información personal utilizando vocabulario y gramática acorde con nivel principiante.</p> <p>Contesta una llamada o e-mail usando fórmulas de cortesía en el contexto laboral cotidiano.</p>





<b>Evidencia de conocimiento:</b>  Mapa mental respecto a los planes y acciones establecidos en medio ambiente y SST. <b>GA3-220601501-AA3-EV01.</b>	
<b>Evidencia de producto:</b>  Video expositivo sobre oportunidades de mejora en medio ambiente y SST. <b>GA3-220601501-AA4-EV01.</b>	
<b>Evidencia de conocimiento:</b> Conociendo mi visión. <b>GA3-240201533-AA1-EV01.</b>	Los tres minitalleres anteriores en uno.
<b>Evidencia de desempeño:</b> Taller identificación del problema. <b>GA3-240201533-AA2-EV01.</b>	Apoyo con Identificación del problema: <a href="http://sena.companygame.com/moduloemprendimiento/identificacion.html">http://sena.companygame.com/moduloemprendimiento/identificacion.html</a>  Este taller también incluye el minitaller de toma de decisiones.
<b>Evidencia de producto:</b> Prototipo de la solución. <b>GA3-240201533-AA3-EV01.</b>	
<b>Evidencia de desempeño:</b> Plan de acción. <b>GA3-240201533-AA3-EV02.</b>	Crear modelo de negocio en el que se caracteriza el emprendimiento.
<b>Evidencia de producto:</b> Taller de negociación y modelo de negocio básico. <b>GA3-240201533-AA4-EV01.</b>	
<b>Evidencia de conocimiento:</b> Cuestionario. <b>GA3-240202501-AA1-EV01.</b>	
<b>Evidencia de desempeño:</b> Presentación. <b>GA3-240202501-AA1-EV02.</b>	
<b>Evidencia de producto:</b> Documento escrito. GA3-240202501-AA2-EV01.	

<div></div> <div>GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO</div>											
Fecha de elaboración				Febrero de 2026							
Denominación del programa de formación				VENTAS EN LINEA							
Modalidad de ejecución				Presencial							
Código y versión del programa				632201 V.1							
Nombre del proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación titulada)				Diseñar y Desarrollar Un Plan De Mercadeo Y Ventas Online Para Una Empresa.							
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación titulada)											
Instructor(es) que elaboran la planeación pedagógica				Ingrid Cardona							
				Angela Martinez							
				Julian Salazar							
				Alejandro Rubio							
				Andres Arana							
Diseñador instruccional											
Asesor metodológico											
Responsable del equipo de desarrollo curricular				CENTRO PARA LA INDUSTRIA Y LA COMUNICACIÓN GRAFICA - CENIGAF							
Corrección de estilo											
FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO ( si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
		260101047. Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales	260101047-02. Efectuar la venta de productos en línea de acuerdo con el perfil del cliente y los requerimientos organizaciones.	GA4-260101047-AA1. Efectuar el proceso de ventas en una empresa específica.	23	67	Aprendizaje basado en proyectos.	LMS	Comunicación digital y plataformas	1	Desarrolla el proceso de venta teniendo en cuenta el segmento objetivo y requerimientos organizacionales.
			260101047-03. Aplicar acciones de seguimiento y control al proceso de venta teniendo en cuenta las necesidades del cliente.	GA4-260101047-AA2. Aplicar acciones de mejora en el proceso de ventas desarrollado en una empresa específica.	15	45			Ventas de productos en línea		Promueve los productos en medios digitales según los requerimientos de los clientes.
				240201526-01. Promover mi dignidad y la del otro a partir de los principios y valores éticos como aporte en la instauración de una cultura de paz.		GA4-240201526-AA1. Diseñar su proyecto de vida, de acuerdo con el reconocimiento de principios y valores éticos.	3	9		Ser Individuo.	
											Indaga el nivel de satisfacción con el producto de acuerdo con expectativas del cliente.
											Aplica técnicas de seguimiento según protocolo de la organización.
											Reporta seguimiento al cliente según características del canal digital y política de la organización.
											Reconoce su valor y el valor del otro de acuerdo a los principios de dignidad y construcción cultural y autonomía.
											Define su proyecto de vida con base en criterios axiológicos y culturales y hábitos de convivencia.
											Define su proyecto de vida de acuerdo a los criterios de dignidad, de respeto, creencias, ecología y cultura.

Evaluación	AP4. Efectuar el proceso de ventas en una empresa.	240201526. Enrique Low Murtra- Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.	240201526-02. Establecer relaciones de crecimiento personal y comunitario a partir del bien común como aporte para el desarrollo social.	GA4-240201526-AA2. Reconocer los conceptos sobre la vida en comunidad teniendo como base las relaciones con el contexto social y el sector productivo de su programa.	3	9	Estudio de caso	LMS	Soy un ser social.	1	Aplica acciones de prevención de acciones violentas con base en estrategias de comunicación asertiva.
			240201526-03. Promover el uso racional de los recursos naturales a partir de criterios de sostenibilidad y sustentabilidad ética y normativa vigente.	GA4-240201526-AA3. Proponer estrategias para promover el uso racional de los recursos de acuerdo con criterios de sustentabilidad ética que contribuyan a una cultura de paz.	3	9			Entendiendo mi mundo.		Evidencia respeto por el bien común, la alteridad y el diálogo con el otro con base en principios axiológicos.
			240201526-04. Contribuir con el fortalecimiento de la cultura de paz a partir de la dignidad humana y las estrategias para la transformación de conflictos.	GA4-240201526-AA4. Reflexionar alrededor de acuerdos de paz, teniendo en cuenta el contexto social y la dignidad humana.	3	9			Ser agente de cambio.		Cambia actitudes frente a su comportamiento con base en la dignidad, aportando a la cultura de paz.
											Utiliza herramientas que permiten la comunicación asertiva en diferentes entornos teniendo en cuenta la pedagogía para la paz.
											Reconoce hitos históricos de violencia y paz como aporte a la construcción de una cultura de paz.
											Modifica actitudes comportamentales a partir de la resolución pacífica de conflictos.
											Construye relaciones interpersonales a partir del enfoque diferencial y la promoción de una cultura de paz.
			210201501-01. Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo.	GA4-210201501-AA1. Comparar las condiciones del trabajo en el devenir histórico de acuerdo con los derechos fundamentales	3	9					Compara las condiciones del trabajo, en el devenir histórico de la humanidad de acuerdo con los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.
											Argumenta los momentos relevantes del devenir histórico de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo en la línea del tiempo.
			210201501-02. Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.	GA4-210201501-AA2. Reconocer los derechos humanos laborales con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.	3	9					Selecciona los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral aplicando la normativa.
											Evalúa los resultados de la aplicación de los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral acorde con la normativa.
											Analiza situaciones que repercuten en ejercicio de los derechos fundamentales en el trabajo, desarrollando habilidades de comunicación según técnicas y protocolos.

		<b>210201501.</b> Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.	<b>210201501-03.</b> Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la constitución política y los convenios internacionales.	<b>GA4-210201501-AA3.</b> Establecer la importancia de los derechos de los pueblos, de la solidaridad y la paz de acuerdo con los indicadores de desarrollo humano	3	9	Aprendizaje a través del estudio de casos	LMS	Derechos fundamentales del trabajo.	1	Elabora documentos relacionados con las obligaciones económicas, sociales y de bienestar derivadas de las acciones laborales de acuerdo con la normativa.
											Propone estrategias de solución de conflictos y negociación de acuerdo con la normativa.
			<b>210201501-04.</b> Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.	<b>GA4-210201501-AA4.</b> Comprender la importancia de las acciones e instituciones encargadas de la protección de los derechos del trabajo, los pueblos y la naturaleza según el contexto territorial específico.	3	9					Justifica la importancia de los derechos de los pueblos y de la solidaridad en el ejercicio de la ciudadanía laboral de acuerdo con la normativa.
											Relaciona, de los derechos de los pueblos y de la solidaridad, la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores de desarrollo humano.
		<b>240202501.</b> Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas.	<b>240202501-05.</b> Comunicarse de manera sencilla en inglés en forma oral y escrita con un visitante o colega en un contexto laboral cotidiano.	<b>GA4-240202501-AA1.</b> Simular un proceso para la realización de una actividad en su quehacer laboral.	6	18	"-Aprendizaje autónomo (Reading and listening). -Exposición digital (Oral). -Producción de textos (Writing)."	LMS	Level 4	1	Comprende conversaciones cortas acerca de experiencias pasadas utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante.
			<b>240202501-06.</b> Poner en práctica vocabulario básico y expresiones comunes de su área ocupacional en contextos específicos de su trabajo por medio del uso de frases sencillas en forma oral y escrita.	<b>GA4-240202501-AA2.</b> Dialogar sobre posibles soluciones a problemas dentro de contextos sociales y laborales.	6	18					Da consejos simples de salud y seguridad.  Participa en juegos de rol guiados o situaciones simuladas relacionadas con el intercambio de información personal, expresiones de saludo y demás utilizando vocabulario y gramática básica junto con el uso de fórmulas de cortesía en un ambiente laboral.  Establece acciones de mejora continua para el alcance progresivo de logros comunicativos en inglés acorde con nivel principiante.



<b>Evidencia de desempeño.</b> Diagrama de sistemas. <b>GA4-240201526-AA2-EV01</b>	
<b>Evidencia de producto.</b> Estrategia para el uso racional de los recursos naturales. <b>GA4-240201526-AA3-EV01</b>	
<b>Evidencia de producto.</b> Solución del caso. <b>GA4-240201526-AA4-EV01</b>	
<b>Evidencia de conocimiento:</b> Taller. <b>GA4-210201501-AA1-EV01</b>  <b>Evidencia de desempeño:</b> Foro sobre características del trabajo en contexto local. <b>GA4-210201501-AA1-EV02</b>	
<b>Evidencia de producto:</b> Informe sobre trabajo decente, ciudadanía laboral, derechos individuales y colectivos en el trabajo. <b>GA4-210201501-AA2-EV01</b>  <b>Evidencia de desempeño:</b> Foro sobre el convenio colectivo del trabajo y la libertad sindical. <b>GA4-210201501-AA2-EV02.</b>  <b>Evidencia de conocimiento:</b> Gráfico sobre la negociación colectiva. <b>GA4-210201501-AA2-EV03</b>  <b>Evidencia de conocimiento:</b> Infografía sobre la huelga. <b>GA4-210201501-AA2-EV04</b>	

<div>Evidencia de conocimiento: Mapa mental violación de derechos del trabajo GA4-210201501-AA3-EV01.</div> <div>Evidencia de desempeño: Foro estudio de caso GA4-210201501-AA3-EV02.</div> <div>Evidencia de conocimiento: Cuadro comparativo sobre el derecho de petición y la acción de tutela GA4-210201501-AA3-EV03.</div> <div>Evidencia de producto: Texto argumentativo GA4-210201501-AA3-EV04.</div>	
<div>Evidencia de desempeño: Foro. Estado social de derecho GA4-210201501-AA4-EV01</div> <div>Evidencia de producto: Presentación GA4-210201501-AA4-EV02</div>	
<div>Evidencia de conocimiento: Cuestionario GA4-240202501-AA1-EV01</div>	
<div>Evidencia de producto: Audio GA4-240202501-AA2-EV01</div>	
<div>Evidencia de desempeño: Foro GA4-240202501-AA2-EV02</div>	



<b>Fecha de elaboración</b>		
<b>Denominación del Programa de formación</b>		
<b>Código y versión del programa</b>		
<b>Nombre del proyecto (Si es de formación titulada)</b>		
<b>Código del proyecto (Si es de formación titulada)</b>		
<b>Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica</b>		
<b>Regional y Centro de formación</b>		

<b>ACTIVIDAD DE PROYECTO ( si el programa es titulada)</b>	<b>FASE DE PROYECTO (solo titulada)</b>	<b>COMPETENCIA</b>
Actividad del proyecto objeto de planeación pedagógica	Fase del proyecto a la cual pertenece la actividad de proyecto	Competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto

Fecha en que se elabora la planeación pedagógica	
Denominación del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el aplicativo	
Código y versión del programa como aparece en el diseño curricular publicado en el aplicativo	
Denominación del proyecto como aparece en aplicativo SOFIA plus- con estado en publicado	
Código del Proyecto como aparece en aplicativo SOFIA plus- con estado en publicado	
Nombre Completo del instructor o instructores que realizaron la planeación pedagógica	
Diligencie el nombre del centro y regional de cada instructor	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD D
		HORAS TRABAJO DIRECTO
Resultados de aprendizaje asociados a la competencia a desarrollar durante esa actividad y fase de proyecto	Formule al actividad de aprendizaje de acuerdo a lo citado en la guía de desarrollo curricular	Horas de trabajo directo con el instructor para desarrollar la actividad

o SOFIA plus- con estado en ejecución	
ivo SOFIA plus- con estado en ejecución	
o	

E APRENDIZAJE (HORAS)	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	
HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE
Horas de trabajo independiente del aprendiz	De acuerdo a la actividad formulada describa las didácticas activas que utilizará para su ejecucion	ambiente de aprendizaje para desarrollar la actividad (aula, laboratorio, unidad productiva) si es virtual el ambiente es el LMS dispuesto por el SENA

AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS		CRITERIOS DE EVALUACION
MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
Los materiales están descritos en el proyecto formativo. Material de formación es todo recurso consumible o utilizable en el proceso de formación, recuerde citar los materiales adecuados a la modalidad virtual para este tipo de programas	Número de instructores para desarrollar la actividad	Criterios de evaluación descritos en el programa de formación para desarrollar la competencia

DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES				
cite si la actividad es de producto, de desempeño o de conocimient, según conceptos estbalecidos en la guía de diseño					

--	--	--	--	--	--	--	--



## PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

### FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

#### IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación:	• TECNICO LABORAL EN VENTAS EN LÍNEA
Código del Programa de Formación:	• 632201
Nombre del Proyecto:	• Implementación de tácticas para procesos de ventas de productos en línea en empresas de la región
Fase del Proyecto:	• Planeación
Actividad de Proyecto:	• Caracterizar Clientes
Actividades de aprendizaje:	• Identificar clientes potenciales en los canales digitales aplicando hábitos saludables de trabajo.
Competencia:	• 210601020 - Atención a clientes en canales digitales
Resultados de Aprendizaje Alcanzar	• 210601020-01: Construir una relación con el cliente según procedimiento de servicio y normativa.
Duración de la Guía:	• 144 horas/3 créditos

## 2. PRESENTACION

Estimado Aprendiz, Bienvenido a esta Guía de Aprendizaje, donde comenzarás un proceso de aprendizaje acerca de la identificación y caracterización de los clientes como parte del proceso de ventas.

Para hacer esto posible, se realizarán varias actividades que tendrán como fin, de una forma secuencial y estructurada, dar las herramientas para el conocimiento y apropiación de los conceptos necesarios para atender los clientes y construir con ellos una relación comercial. Primero, se empezará con una actividad de reflexión inicial, luego se continuará con una actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje, posteriormente se realizará una actividad asociada a la apropiación de conocimiento y finalmente una actividad enfocada en la transferencia del conocimiento, con el fin de aplicar lo visto a lo largo de la Guía de Aprendizaje.

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1 Actividad de reflexión Inicial:



### Actividad 1:

La nueva realidad mundial, termino en el que se ha denominado a la época postpandemia y el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), ha llevado a que las empresas busquen nuevas oportunidades de mercado en diferentes contextos, tanto nacional como internacional a través de productos y servicios coherentes con las expectativas reales de los consumidores.

Como paso inicial a este aprendizaje, reflexione acerca del siguiente interrogante: ¿cómo han influenciado las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en el desarrollo de estrategias comerciales para las empresas de la región?

Al finalizar esta evidencia el instructor realizará una síntesis sobre la pregunta planteada resaltando las conclusiones más importantes mencionadas por los aprendices.

**Ambiente Requerido:** Se sugiere hacer uso de aula con acceso a internet y computadores; dotada por 36 sillas, pizarra borrable, video beam (o televisor) para proyectar. Recuerde que en los espacios de formación debe estar presente todo el protocolo de bioseguridad, seguridad y salud en el trabajo

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

Con esta actividad se realizarán los primeros acercamientos formales al proceso de caracterización e identificación de los clientes como parte del proceso de ventas.

### Actividad 1:

Actualmente son los clientes quienes manejan la relación comercial, poseen el poder de negociación sobre los proveedores y no están dispuestos a que no se cumplan sus expectativas, por tal motivo las decisiones de compra están basadas en sus propias necesidades y no en lo que el mercado pueda ofrecerles. En la mayoría de los casos, los productos o servicios de mayor calidad, no se miden exclusivamente por lo materiales usados, duración o eficiencia, sino por lo ajustados que estén a los requerimientos del cliente y sus necesidades particulares.

De acuerdo con el texto anterior, desde su experiencia y conocimiento previo, reflexione sobre los siguientes interrogantes:

- ¿Qué aspectos se deben tener en cuenta al definir con el cliente las condiciones de venta?
- ¿Qué características del producto o servicio puede relacionar el cliente con calidad?
- ¿Considera que el talento humano de las empresas está preparado para tratar con clientes difíciles?

Al finalizar esta evidencia el instructor realizará una síntesis sobre la pregunta planteada resaltando las conclusiones más importantes mencionadas por los aprendices.





## Actividad 2:

En muchas ocasiones el desconocimiento y la falta de preparación previa para entender las características de los clientes antes de tener contacto con ellos, se convierten en barreras para llevar a cabo la manera en que el producto y/o servicio será ofrecido en el mercado.

Con la presente evidencia, se busca contextualizar al aprendiz sobre la importancia de identificar el perfil y la cultura de negociación del cliente potencial, con el fin de desarrollar adecuadamente estrategias de presentación y oferta de productos y/o servicios.

El Instructor entregará a los aprendices un **test de temperamentos**, cada aprendiz individualmente debe responder de acuerdo a su propio criterio. Posteriormente, el instructor va a organizar 10 grupos de acuerdo con los siguientes temas, que corresponden a las diferentes combinaciones de los tipos de temperamentos:

1. Sanguíneo - Colérico
2. Sanguíneo – Flemático
3. Sanguíneo – melancólico
4. Colérico – Sanguíneo
5. Colérico – Flemático
6. Colérico – Melancólico
7. Flemático – Sanguíneo
8. Flemático – Colérico
9. Flemático – Melancólico
10. Melancólico - Sanguíneo
11. Melancólico – Colérico
12. Melancólico – Flemático

Cada equipo de aprendices deberá consultar la combinación de temperamento que le fue asignada y preparar una exposición, que debe presentar a sus compañeros e Instructor en la siguiente sesión.

Una vez terminado el ciclo de exposiciones, el Instructor haciendo uso de la pizarra, explicará de una forma general cada concepto y resolverá las dudas a que haya lugar.

**Ambiente Requerido:** Se sugiere hacer uso de aula con acceso a internet y computadores; dotada por 36 sillas, pizarra borrable, video beam (o televisor) para proyectar. Recuerde que en los espacios de formación debe estar presente todo el protocolo de bioseguridad, seguridad y salud en el trabajo

### 3.3 Actividad de apropiación:

Con las actividades de apropiación, adquirirás más conocimientos sobre la caracterización e identificación de los clientes como parte del proceso de ventas y empezarás a entender cómo es la aplicación de estos conceptos en el entorno productivo.

GFPI-F-135 V01



### Actividad 1

Dentro del proceso de ventas, es de vital importancia entender la diferencia entre: Cliente, Consumidor y Usuario: El Customer es quién paga por el producto, mientras que el Consumidor es quién usa un tangible y un usuario es quién hace uso de un intangible (servicio).

A partir de estas definiciones se solicita a los aprendices, ejemplificar algún caso de la vida cotidiana, donde al menos se evidencien dos de los tres conceptos vistos, el instructor irá validando en cada caso si el ejemplo propuesto es válido o si requiere alguna claridad.

### Actividad 2 Mapa Mental segmentación de clientes

La segmentación de clientes es la clave para entender que todos los clientes son diferentes, y que los rasgos de la personalidad de cada persona se hacen presentes siempre, en este caso, bajo el rol de clientes.

Es por esto, que es de suma importancia, entender el concepto de segmentación de clientes y sus variables relacionadas.

Para entender mejor estos conceptos, el Instructor orientará una charla sobre Segmentación, en la cual expondrá los aspectos más relevantes para caracterizar un cliente.

Posteriormente, el aprendiz debe realizar un mapa mental sobre segmentación de clientes.

<b>Tipo de Evidencia:</b>	Conocimiento
<b>Técnica:</b>	Mapa Mental
<b>Instrumento de evaluación:</b>	Lista de verificación

### Actividad 3 Tipos de clientes

Aun teniendo asimilado el concepto de Cliente como aquel que paga por el producto, también es importante tener claridad en que hay varios tipos de clientes.

El instructor explicará en clase los diferentes tipos de clientes y se darán algunos Tips para tratarlos.

Una vez explicada esta actividad, los aprendices se reunirán en equipos colaborativos y plantearán una situación simulada donde se involucre como mínimo un vendedor y un tipo de cliente de los vistos en sesión presencial, el reto del resto de aprendices de la Ficha es descubrir cual es el tipo de cliente que están recreando.

<b>Tipo de Evidencia:</b>	Desempeño
<b>Técnica:</b>	Juego de Roles



**Instrumento de evaluación:**

Lista de chequeo

### **3.4 Actividad de transferencia del conocimiento:**

#### **Actividad 1 Taller País Global**

País Global es la simulación de una situación de mercado, en la cual se describen las características geográficas, económicas y comportamentales de su población, que con su análisis permitirá definir los criterios de segmentación de un mercado y desarrollar estrategias de ventas teniendo en cuenta las características específicas de la población de estudio.

Para desarrollar la actividad, es necesario que lea y analice el siguiente caso:

#### **Geografía.**

País Global es un país ubicado en el norte extremo del Continente Tropical. Este país de los más desarrollados a nivel mundial y es reconocido por sus permanentes avances tecnológicos y científicos. Cuenta con 10.350.200 habitantes distribuidos en un territorio con una extensión de 510000 km<sup>2</sup> y de los cuales 455000 son de área continental y 55000 de área marítima se encuentra dividido en 4 regiones geográficas North, South, West, East, las cuales tienen principalmente terrenos llanos los cuales ocupan el 70% del país y el 30% es montañoso especialmente en la región West que cuenta con una cadena de montañas que conforman una cordillera y con grandes extensiones de bosques. Su clima es agradable y las temperaturas oscilan en verano con un promedio de 30C y en invierno de 10C. Cuenta con una gran riqueza de fuentes hídricas representadas en áreas marítimas, ríos, lagos y lagunas ubicadas en las diferentes regiones del país. Lo que permite que cuente con gran variedad de recursos naturales. Sus habitantes viven en un 70% principalmente en las áreas urbanas y el 30% en áreas rurales.

#### **Población.**

Su población de 10.350.200 habitantes está distribuida en un 55% por hombres y un 45 % mujeres con una gran variedad racial distribuida así: blancos 35%, negros 35%, extranjeros 15%, indígenas 15% Este es un país con población joven en la que el 12% son menores de 5 años, el 18% entre 5 y 15 años, el 20% entre 10 y 20 años, el 20% entre 20 y 40 años, 15% entre 40 y 60 años y el 15% mayores de 60 años. Este es un país conservador en el cual la familia es la base de la sociedad y hay estabilidad en la vida de pareja. Las personas se casan con una edad promedio de 28 años y es por esto que las personas solteras con edad mínima para contraer matrimonio (mayores de 18 años) solo representan 30% y quieren conformar familias de gran tamaño por lo que se encuentran familias con menos de 3 miembros el 25%, entre 3 y 6 miembros el 35% y más de 6 miembros el 40%. Tiene un alto nivel de vida, ya que tiene el 100% de su población alfabetizada y el 50% está adelantando estudios de nivel primaria y secundaria el 50% es profesional y de estos el 45% tiene especialización, el 35% maestría y el 20% doctorado. Esto ha permitido El país tiene libertad de cultos por lo que se profesan diferentes religiones en las cuales el 50% es católica, el 20% cristiana, 15% protestante, 5% judía, 5% musulmana, hindú el 5%.

#### **Economía.**

GFPI-F-135 V01



Su población tiene el ingreso promedio por persona es de US\$1.500 mensuales y el 50% de esta es económicamente activa, y el nivel de desempleo es de solo el 1%. La actividad principal del país es la industria y la tecnología y sus mayores ingresos de este se generan por las exportaciones de vehículos, software, dispositivos móviles, productos electrónicos. También el sector comercial es representativo ya que cuenta con grandes centros comerciales en las principales ciudades y las personas acuden a estos durante la semana para adquirir los productos alimenticios, ropa, calzado y demás artículos de primera necesidad. Su índice de pobreza es solo del 1% y el resto de la población está repartida el 40% en clase alta y el 59% en clase media.

### **Comportamiento.**

Es un país considerado como uno de los más felices del mundo, en el cual sus habitantes se caracterizan por su amabilidad, por el amor por su país, sociable y trabajador para contribuir al desarrollo de este. Su índice de pobreza es solo del 1% y el resto de la población está repartida el 40% en clase alta y el 59% en clase media. Los habitantes son personas que se preocupan por conservar el medio ambiente, por lo que la cultura del reciclaje está muy arraigada y se promociona en todos los ámbitos de la vida del país. Les gusta practicar deportes al aire libre, reunirse los fines de semana para compartir con sus familias en el campo y sitios de esparcimiento alejados de la ciudad. A los solteros les gusta disfrutar la vida nocturna y a los mayores de 30 años les gusta salir en pareja y compartir con sus amigos, saliendo a restaurantes para debatir sobre la vida política del país y comportamiento de la economía. Quienes tiene poder adquisitivo alto y medio les gusta comprar artículos personales de lujo y tienen alta fidelidad a marcas reconocidas en el mercado. Sin importar el estrato socioeconómico al que pertenezcan se caracterizan por ser exigentes con los productos que adquieren en cuanto a la calidad, diseños, garantías, cumplimiento de promesa de venta y cuando el producto cumple sus expectativas lo recomiendan a sus amigos. Tienen hábitos alimenticios saludables por lo que prefieren consumir frecuentemente productos orgánicos, aunque tengan un precio mayor. Global Country es un país diverso en el cual las empresas que lo ven como un mercado potencial para exportar, encontrarán grandes oportunidades para satisfacer a diferentes segmentos de la población con necesidades y características similares

Posteriormente y basado en el caso, así como en lo aprendido durante la guía, desarrolle el siguiente taller:

1. Defina los criterios de segmentación con sus respectivas variables y con ello diligencie la tabla que se encuentra a continuación:

Base de segmentación	Variable	Características
Geográfica		
Demográfica		



<b>Pictográfica</b>		
<b>Conductual</b>		

2. Describa qué segmentos de clientes de consumo o de inversión, se pueden encontrar en el país.
3. Elabore una matriz mercado-producto para un producto que considere se pueda vender en el país exitosamente.
4. Qué acciones de ventas se pueden implementar para llegar a cada uno de los segmentos que definió para país global, sea cliente de consumo o de inversión.

<b>Tipo de Evidencia:</b>	Producto
<b>Técnica:</b>	Taller
<b>Instrumento de evaluación:</b>	Lista de verificación

## Actividad 2 Caracterización de clientes

Las empresas deben definir el segmento objetivo para llevar a cabo una estrategia de ventas adecuada enfatizando sobre las características y las necesidades del cliente de cada segmento. Esta evidencia le permitirá definir los criterios de segmentación para un producto o servicio en particular, y así plantear las estrategias de acuerdo a las características identificadas en los clientes potenciales.

Para lograr el objetivo de esta actividad es necesario que seleccione un producto o servicio con el cual desee trabajar y un mercado en el cual vender dicho producto o servicios, posteriormente, realizar lo siguiente:

1. Elaborar una tabla que incluya los criterios de segmentación que se mencionan a continuación y las variables correspondientes a cada uno de ellos, estos son:
  - Criterios geográficos: región, país, número de habitantes, densidad de la población y condiciones geográficas.
  - Criterios demográficos: edad, género, estado civil, tamaño de la familia, ingreso, educación, raza, ocupación, religión, nacionalidad y generación.
  - Criterios psicográficos: clase social, estilo de vida, personalidad y valores.
  - Criterios conductuales: frecuencia de uso, lealtad de marca, tasa de uso, ocasión de uso, tipo de usuario, actitud hacia el producto y beneficios esperados.
2. De acuerdo al desarrollo del punto anterior, definir cuál es el perfil y características de los potenciales clientes que componen el mercado objetivo.



**Tipo de Evidencia:** Producto

**Técnica:** Taller

**Instrumento de evaluación:** Lista de verificación

#### 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<b>Evidencias de Conocimiento</b>  Mapa Mental segmentación de clientes	Obtiene información del cliente de acuerdo con redes sociales y estudios técnicos de marketing.	<b>Técnica:</b> Mapa mental  <b>Instrumento de Evaluación:</b> Lista de verificación
<b>Evidencias de Producto:</b>  Taller país Global	Obtiene información del cliente de acuerdo con redes sociales y estudios técnicos de marketing.	<b>Técnica:</b> Taller  <b>Instrumento de evaluación:</b> Lista de verificación
<b>Evidencias de Desempeño</b>  Tipos de clientes	Establece el contacto con el cliente de acuerdo con el procedimiento del servicio y visión incluyente.	<b>Técnica:</b> Juego de roles  <b>Instrumento de evaluación:</b> Lista de chequeo
<b>Evidencias de Producto:</b>  Taller Caracterización de clientes	Aplica los procedimientos del triángulo del servicio y del momento de verdad de	<b>Técnica:</b> Taller  <b>Instrumento de evaluación:</b> Lista de verificación



	acuerdo con protocolos empresariales y netiqueta.	
--	---	--

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Customer:** cliente.

**Demográfico:** es el estudio de la población humana y sus características. Las tendencias de consumo en los hogares y las naciones.

**“Estrategia:** conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión” (Escudero, s.f.).

**Geográfico:** la ubicación geográfica del país y personas para determinar oportunidades de acceso a mercados internacionales.

**Segmentation:** segmentación.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Kotler, P. y Keller, P. (2012). Dirección de marketing. (14ª ed.). México, México D.F.: Pearson Education.

Limas, S. (2012). Marketing empresarial. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Moreno, A. (s.f.). Caso Global Country. Armenia, Colombia: Autor

Moreno, J. (1995). Marketing internacional: contenido, políticas y estrategias exitosas. (2ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Macchi Group Editor, S.A.

USU Libraries Reference Service Department. (s.f.). How to create a concept map. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <https://library.usu.edu>

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
			GFPI-F-135 V01



<b>Autor (es)</b>	Alejandro Acevedo Tabares	Experto temático	Centro de Comercio, Regional Antioquia	10/12/2021
-------------------	---------------------------	------------------	--	------------

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

	<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Dependencia</b>	<b>Fecha</b>	<b>Razón del Cambio</b>
<b>Autor (es)</b>					