



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del programa de formación: Aplicación del *merchandising* en puntos de venta.
- Código del programa de formación: 63110192.
- Nombre del proyecto formativo: no aplica.
- Fase del proyecto: no aplica.
- Actividad de proyecto formativo: no aplica.
- Competencia:
 - **260101062**. Surtir productos según estrategia de promoción y técnicas de *merchandising*.
- Resultados de aprendizaje:
 - **260101062-01**. Establecer elementos visuales y sensoriales del punto de venta de acuerdo con principios del *merchandising* y características del cliente.
 - **260101062-02**. Implementar acciones de *merchandising* según necesidades comerciales y perfil del cliente.
- Duración de la guía de aprendizaje: 48 horas.

2. PRESENTACIÓN

Esta guía de aprendizaje ha sido diseñada para orientar a los aprendices en su proceso de adquisición de habilidades y destrezas esenciales en el desarrollo comercial de negocios a través de la aplicación de técnicas del *merchandising*. Su propósito es proporcionar una ruta clara y organizada que facilite el aprendizaje y fomente el desarrollo del potencial de cada aprendiz.

El documento está alineado con la estructura curricular del programa y promueve el uso de metodologías activas que incentivan la autonomía, la motivación y el aprendizaje mediante recursos didácticos virtuales; el objetivo es guiar y establecer el aprendizaje para contribuir al desarrollo integral de cada aprendiz.

Es necesario que los aprendices asuman un rol activo en el proceso de formación, trabajando de manera autónoma, sistemática y organizada. Además, es fundamental que los aprendices relacionen sus conocimientos previos con los nuevos, permitiendo así la construcción significativa de los mismos. Por otro lado, esta guía promueve el aprendizaje colaborativo, facilitando el crecimiento integral del grupo y fortaleciendo las competencias necesarias para desempeñarse eficazmente en algún espacio relacionado con el *merchandising*.

A lo largo del curso, el aprendiz contará con la orientación de un instructor, con el propósito de adquirir los conocimientos y habilidades necesarias, para perfeccionar su competencia en estructurar categoría de producto según estrategia del formato comercial y métodos de categorización. El contenido de la guía estará disponible a través de la plataforma LMS del SENA, garantizando un acceso continuo y estructurado a los



recursos educativos.

Se espera que esta guía sea una herramienta valiosa en la formación de los aprendices, fomentando un aprendizaje significativo, autónomo y colaborativo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje, es necesario que revise los componentes formativos desarrollados como apoyo para su proceso de formación. El instructor realizará un acompañamiento mediante la plataforma virtual para guiar y orientar algunas situaciones específicas que se deben tener en cuenta para el desarrollo de cada una de las evidencias. Antes de elaborar las evidencias propuestas en esta guía de aprendizaje, es preciso que realice las siguientes actividades iniciales:

- Realice la **Actualización de los datos personales**.
- Realice el **Sondeo de conocimientos previos**.
- Envíe el **documento de identificación**: Seguir las indicaciones que se dan en el anuncio publicado y en el enlace.
- Realice la lectura de la **Información del Programa**, esto le permitirá entender los objetivos, las actividades y la metodología por desarrollar durante el curso.
- Tenga en cuenta que es fundamental entender los resultados de aprendizaje para tener mayor comprensión del proceso.
- Revise el **Cronograma**, el cual le permitirá conocer la planeación diseñada para lograr de manera secuencial los resultados de aprendizaje.
- Realice la presentación en el **Foro social**, de acuerdo con las indicaciones de su instructor.

A continuación, se describirán las actividades de aprendizaje planteadas para el desarrollo de la competencia, así como las indicaciones respectivas para que logre la elaboración de las evidencias en un total de **48 horas**.

3.1. Actividad de reflexión inicial.

Antes de elaborar las evidencias propuestas en esta guía de aprendizaje, a manera de reflexión personal y con el fin de conocer su manejo sobre el tema, lo invitamos a reflexionar sobre los siguientes interrogantes:

- ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor una estrategia de exhibición en *merchandising*?
- En el *merchandising*, ¿las acciones sensoriales buscan principalmente qué objetivo?
- ¿Cuál sería un ejemplo de técnica de exhibición cruzada (*cross merchandising*)?
- ¿Qué se debe considerar principalmente al establecer estrategias de exhibición de productos?
- ¿Cuál de los siguientes es un elemento visual clave en el *merchandising*?



Nota: este ejercicio tiene como finalidad guiarlo y acompañarlo en la elaboración de las evidencias planteadas para esta guía de aprendizaje. Por tal razón, no es calificable, pero es importante que comparta sus respuestas con el instructor en la primera sesión sincrónica del curso.

3.2. Actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

El *merchandising* en los puntos de venta es clave para atraer la atención del cliente, su objetivo principal es optimizar la exhibición de productos y generar experiencias de compra más agradables. Su correcta aplicación incrementa las ventas y fortalece la imagen de la marca. Además, influye en las decisiones de compras impulsivas y planificadas, maximizando la rentabilidad del espacio comercial. Con la intención de contextualizar este aprendizaje, debe realizar un sondeo de conocimientos previos, donde se pretende adaptar el contenido del curso a las necesidades de los aprendices, asegurando que todos tengan una base común desde la cual se puede construir nuevos conocimientos.

La actividad busca identificar el nivel de familiaridad con los conceptos generales en *merchandising* aplicados en puntos de venta; cabe destacar que este sondeo no es calificable. Es simplemente una herramienta para guiar el proceso de enseñanza y aprendizaje. A continuación, se describen las características más relevantes de la actividad:

- **Descripción de la actividad:** sondeo de conocimientos previos (no calificable).
- **Ambiente requerido:** LMS.
- **Estrategias o técnicas didácticas activas:** sondeo en línea interactivo.
- **Materiales de formación:** no se requieren materiales.
- **Material de apoyo:** no se requieren materiales.
- **Duración de la actividad:** 15 minutos.
- Para realizar el sondeo, ingrese a las actividades iniciales del curso y acceda al espacio: **Sondeo de conocimientos previos.**

3.3. Actividades de apropiación.

La aplicación del *merchandising* y sus técnicas permite diseñar estrategias visuales y sensoriales que potencian la presentación de los productos, guiando al cliente de manera estratégica dentro del punto de venta. En este caso es fundamental revisar y comprender a fondo los componentes formativos del programa, como lo son principios del *merchandising* y ejecución del *merchandising*. El propósito principal es aplicar de manera práctica lo aprendido, asegurando promover prácticas empresariales que cuidan el medio ambiente, generan valor agregado y responden a consumidores cada vez más conscientes.

3.3.1. Actividad de aprendizaje AA1. Realizar informe de análisis de clientes e identificación de elementos del merchandising en un punto de venta.

- **Descripción de la actividad:** analizar un punto de venta permite conocer mejor al cliente y sus



hábitos de compra. También le permite identificar los elementos de *merchandising* que influyen en la experiencia de compra. Con ello, podrá proponer mejoras que incrementen la atracción y las ventas en el punto de venta. Con el fin de afianzar sus conocimientos y realizar con éxito esta actividad de aprendizaje, se debe revisar y comprender los contenidos del componente formativo **Principios del *merchandising***.

- **Ambiente requerido:** LMS.
- **Estrategias o técnicas didácticas activas:** Aprendizaje basado en competencias y aprendizaje basado en proyectos.
- **Material de formación:** Principios del *merchandising*.
- **Material de apoyo:** no se requiere.
- **Evidencias de aprendizaje:** a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia AA1-EV01. Mapa conceptual sobre: productos, servicios y características del cliente.**

Conocer los productos, servicios y características del cliente permite ofrecer soluciones acordes a sus necesidades, mejorar la experiencia de compra y fortalecer la fidelización, impulsando así la competitividad de la empresa. Por lo anterior, para esta evidencia se debe desarrollar el mapa conceptual presentado en la plataforma LMS. Esta actividad le permitirá afianzar y fortalecer los conocimientos adquiridos a través del componente formativo: **Principios del *merchandising***. Realice los siguientes pasos para desarrollar la actividad:

- **Definir el tema principal.** Debe comenzar por concretar el tema del que quiere hablar o explicar. Este tema será el punto central del mapa conceptual y debe escribirse en el centro o en la parte superior del esquema.
- **Identificar las ideas importantes.** Se debe pensar en las ideas o palabras clave que están relacionadas con el tema principal. Estas ideas ayudarán a desarrollar el contenido del mapa.
- **Conectar las ideas con líneas y palabras.** Cada idea debe conectarse con otras usando líneas y palabras que expliquen la relación entre ellas, por ejemplo: “es”, “se compone de”, “tiene”, entre otras.
- **Organizar la información de forma jerárquica.** Las ideas deben organizarse desde las más generales (arriba) hasta las más específicas (abajo). Esto permite entender mejor cómo se relacionan los conceptos entre sí.
- **Revisar que el mapa sea claro y tenga sentido.** Es importante leer todo el mapa conceptual y asegurarse de que las ideas estén bien conectadas y que el contenido sea fácil de comprender.
- **Agregar elementos visuales para mejorar la presentación.** Por último, se pueden usar colores, formas, flechas o íconos para que el mapa sea más llamativo y claro al momento de estudiarlo o



presentarlo.

Puede utilizar herramientas gratuitas en línea para crear el mapa conceptual. A continuación, se comparten algunas opciones recomendadas:

- Canva: <https://www.canva.com/>
 - Piktochart: <https://piktochart.com>
 - Venngage: <https://venngage.com/>
 - Genially: <https://genially.com/es/>
-
- **Instrumento de evaluación:** lista de chequeo.
 - **Duración de la actividad:** 8 horas, esto incluye la lectura y apropiación del contenido del componente formativo y el desarrollo del mapa conceptual.
 - Para realizar la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio:
AA1-EV01. Mapa conceptual sobre: productos, servicios y características del cliente.

- **Evidencia AA1-EV02. Cuestionario sobre: conceptos y lineamientos del *merchandising*.**

Los conceptos y lineamientos del *merchandising* establecen las bases teóricas y prácticas para organizar, presentar y promover productos de manera estratégica en el punto de venta. Su correcta aplicación permite generar experiencias de compra atractivas, fortalecer la imagen de marca y aumentar las oportunidades de venta. Por lo anterior, para esta evidencia se debe resolver el cuestionario en línea disponible en la plataforma LMS, el cual tendrá diez (10) preguntas de selección múltiple con única respuesta, con una duración de 60 minutos. Esta actividad le permitirá afianzar y fortalecer los conocimientos adquiridos a través del componente formativo: **Principios del *merchandising*.**

Es importante que tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- Lea detalladamente las orientaciones del cuestionario.
- Lea críticamente el enunciado de cada pregunta, para que pueda comprender fácilmente y seleccionar la respuesta correcta.
- Cada pregunta tendrá varias opciones de respuesta, pero solo una es la correcta, tómese su tiempo para hacer un análisis de cada una.

Esta evidencia permite valorar el nivel de comprensión sobre ventajas de los comercios verdes, el acceso a mercados sostenibles, diferenciación frente a la competencia. Además, permite reforzar el aprendizaje y verificar el dominio del tema estudiado.

- **Instrumentos de evaluación:** cuestionario.
- **Duración de la actividad:** 4 horas, esta incluye la lectura y la apropiación del contenido del componente formativo y el desarrollo del cuestionario.
- Para realizar la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio:
AA1-EV02. Cuestionario sobre: conceptos y lineamientos del *merchandising*.



- **Evidencia AA1-EV03. Foto Temático sobre: análisis de clientes y elementos del *merchandising* en puntos de venta.**

El análisis de clientes y elementos de *merchandising* en puntos de venta permite entender al consumidor y evaluar recursos que influyen en su compra, optimizando la exhibición y los resultados comerciales. Por lo anterior, para esta evidencia se debe participar en el foro temático de forma clara sobre el análisis de clientes y elementos del *merchandising* en puntos de venta de su localidad. Se le invita a participar dando respuesta a las siguientes preguntas, argumentando sus respuestas:

- ¿Cómo puede el análisis de clientes revelar preferencias y hábitos de compra que orienten la selección de estrategias de merchandising más efectivas?
- ¿Qué papel juegan los elementos de exhibición (iluminación, disposición del producto, señalización) en la percepción del consumidor dentro del punto de venta?
- ¿De qué manera la integración entre análisis de clientes y merchandising contribuye a mejorar la experiencia de compra y aumentar la fidelización del consumidor?
- **Instrumento de evaluación:** lista de chequeo.
- **Duración de la actividad:** 8 horas, esto incluye la lectura y apropiación del contenido del componente formativo y el desarrollo del informe.
- Para realizar la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio:
AA1-EV03. Foro Temático: Análisis de clientes y elementos del *merchandising* en puntos de venta.

3.3.2. Actividad de aprendizaje AA2. Realizar informe de recomendaciones estratégicas de merchandising en un punto de venta.

- **Descripción de la actividad:** realizar un informe de recomendaciones estratégicas de *merchandising* es clave para proponer acciones que optimicen la exhibición y la experiencia de compra. Permite tomar decisiones basadas en datos reales y observaciones precisas del punto de venta. Con ello, se mejora la rentabilidad y se alinean las estrategias con los objetivos comerciales. Con el fin de afianzar sus conocimientos y realizar con éxito esta actividad de aprendizaje, se aconseja revisar y comprender los contenidos del componente formativo **Ejecución del *merchandising*.**
- **Ambiente requerido:** LMS.
- **Estrategias o técnicas didácticas activas:** Aprendizaje basado en competencias.
- **Material de formación:** Ejecución de *merchandising*.
- **Material de apoyo:** no se requiere.
- **Evidencias de aprendizaje:** a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia AA2-EV01. Infografía sobre: exhibición y ubicación de productos.**

La exhibición y ubicación de productos es importante porque influye directamente en la atención, interés y decisión de compra del cliente. Una distribución estratégica facilita la búsqueda, resalta productos clave y



estimula compras impulsivas. Además, optimiza el uso del espacio comercial y contribuye a incrementar las ventas. Por lo anterior, para esta evidencia se debe desarrollar una infografía y presentarla en la plataforma LMS. Esta actividad le permitirá afianzar y fortalecer los conocimientos adquiridos a través del componente formativo: **Ejecución del *merchandising***. Realice los siguientes pasos para desarrollar la actividad:

a. Revisión conceptual.

- Estudiar los principios del *merchandising* visual, tipos de exhibición (lineal, piramidal, en bloque, etc.) y criterios de ubicación del producto.
- Analizar ejemplos de puntos de venta reales o virtuales para identificar buenas prácticas

b. Selección del tema.

- Definir el enfoque de la infografía (por ejemplo: “zonas frías y calientes del punto de venta” o “tipos de exhibiciones efectivas”).

c. Búsqueda de información y recursos visuales.

- Reunir datos, imágenes, diagramas y ejemplos que apoyen el contenido.
- Verificar que la información sea confiable y actualizada.

d. Estructuración del contenido.

- Organizar la información en secciones: introducción, desarrollo (con aspectos visuales y teóricos), conclusiones o recomendaciones.

e. Diseño gráfico.

- Usar herramientas digitales como **Canva** (<https://www.canva.com/>) **Piktochart**, (<https://venngage.com/>), **Genially** (<https://genially.com/es/>) o **PowerPoint**.
- Aplicar colores coherentes, tipografías legibles y elementos visuales equilibrados.

f. Revisión y ajuste.

- Comprobar la claridad del mensaje, la ortografía y el equilibrio visual.
- Asegurar de incluir el nombre, el título de la actividad y las fuentes consultadas.

- **Instrumento de evaluación:** lista de chequeo.

- **Duración de la actividad:** 12 horas, esto incluye la lectura y apropiación del contenido del componente formativo y el desarrollo de la infografía.

- Para realizar la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **AA2-EV01. Infografía sobre: exhibición y ubicación de productos.**

- **Evidencia AA2-EV02. Cuestionario sobre: estímulo en la compra.**

Estimular la compra es importante porque despierta el interés del cliente, impulsa decisiones rápidas y aumenta las ventas, fortaleciendo la experiencia de compra y la fidelización. Por lo anterior, para esta evidencia se debe resolver el cuestionario en línea disponible en la plataforma LMS, el cual tendrá diez (10)



preguntas de selección múltiple con única respuesta, con una duración de 60 minutos. Esta actividad le permitirá afianzar y fortalecer los conocimientos adquiridos a través del componente formativo: **Ejecución del merchandising**. Es importante que tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- Lea detalladamente las orientaciones del cuestionario.
- Lea críticamente el enunciado de cada pregunta, para que pueda comprender fácilmente y seleccionar la respuesta correcta.
- Cada pregunta tendrá varias opciones de respuesta, pero solo una es la correcta, tómese su tiempo para hacer un análisis de cada una.

Esta evidencia permite valorar el nivel de comprensión sobre ventajas de los comercios verdes, el acceso a mercados sostenibles, diferenciación frente a la competencia. Además, permite reforzar el aprendizaje y verificar el dominio del tema estudiado.

- **Instrumentos de evaluación:** cuestionario.
- **Duración de la actividad:** 4 horas, esta incluye la lectura y la apropiación del contenido del componente formativo y el desarrollo del cuestionario.
- Para realizar la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **AA2-EV02. Cuestionario sobre: estímulo en la compra.**

3.4. Actividades de transferencia el Conocimiento

Para facilitar la transferencia efectiva del conocimiento, es esencial participar en las actividades de apropiación propuestas en el curso. Esto requiere una revisión cuidadosa y una comprensión profunda de los contenidos formativos sobre los principios y la ejecución del *merchandising*, los aspectos que se deben tener en cuenta para caracterizar elementos visuales y sensoriales, así mismo poder establecer las estrategias de exhibición de productos y servicios con base en técnicas *del merchandising*.

Dedicar tiempo al estudio de cada tema y concentrarse en el desarrollo de habilidades prácticas es fundamental para asegurar que este conocimiento se pueda implementar con éxito en contextos reales, contribuyendo de manera significativa a su desarrollo profesional futuro.

3.4.1. Actividad de aprendizaje AA2. Realizar informe de recomendaciones estratégicas de merchandising en un punto de venta.

- **Descripción de la actividad:** analizar de manera crítica los diferentes elementos visuales, sensoriales y estratégicos presentes en un espacio comercial, con el fin de proponer mejoras que fortalezcan la experiencia del cliente y aumenten la efectividad de las ventas. Por medio de la observación directa, el diagnóstico del entorno y la aplicación de principios del merchandising, el aprendiz podrá identificar oportunidades de optimización en la exhibición, ambientación, circulación, iluminación y disposición de productos. Esta actividad contribuye al desarrollo de competencias en análisis comercial, diseño visual y gestión de espacios de venta, esenciales para la toma de decisiones



efectivas dentro del ámbito del *merchandising*. Con el fin de afianzar sus conocimientos y realizar con éxito esta actividad de aprendizaje, se aconseja revisar y comprender los contenidos del componente formativo **Ejecución del *merchandising***.

- **Ambiente requerido:** LMS.
- **Estrategia o técnica didáctica activa:** Aprendizaje basado en proyectos.
- **Materiales de formación:** Ejecución del *merchandising*.
- **Material de apoyo:** No requerido.
- **Evidencias de aprendizaje:** a continuación, se describe la acción y la correspondiente evidencia que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia AA2-EV03. Video sobre: informe de recomendaciones estratégicas de *merchandising* en un punto de venta.**

Un informe con recomendaciones para la aplicación adecuada del *merchandising* en un punto de venta es una herramienta técnica que guía la optimización del espacio comercial con base en un diagnóstico preciso. Permite alinear la disposición de productos, elementos visuales y sensoriales con el perfil del cliente objetivo. Con ello, se incrementa la efectividad de las estrategias comerciales y se maximiza la rentabilidad. Por lo anterior, para esta evidencia se debe desarrollar informe con recomendaciones y presentarlo por medio de un video creativo con una duración entre 3 a 5 minutos en la plataforma LMS. Esta actividad le permitirá afianzar y fortalecer los conocimientos adquiridos a través del componente formativo: **Ejecución del *merchandising***. Para realizarla tenga en cuenta los siguientes pasos:

- a. **Informe de recomendaciones estratégicas de *merchandising* en un punto de venta.**

Objetivo: proponer acciones de *merchandising* que optimicen la exhibición, mejoren la experiencia de compra y aumenten la rentabilidad del punto de venta.

Pasos para realizar el informe:

- **Definir el objetivo del informe.**
Establecer qué se busca lograr con las recomendaciones (optimizar espacio, aumentar ventas, mejorar experiencia, etc.).
- **Realizar diagnóstico del punto de venta.**
Observar y evaluar distribución, exhibición, señalización, iluminación, accesibilidad y demás elementos de *merchandising*.
- **Analizar el perfil del cliente.**
Identificar características, necesidades y hábitos de compra para que las recomendaciones sean pertinentes.
- **Detectar fortalezas y áreas de mejora.**
Comparar la situación actual con buenas prácticas y estándares del *merchandising*.
- **Plantear recomendaciones estratégicas.**
Proponer acciones concretas de exhibición, ubicación de productos, ambientación y comunicación visual.
- **Justificar las recomendaciones.**



Explicar cómo cada propuesta mejorará la experiencia de compra y la rentabilidad.

- **Presentar conclusiones.**

Resumir los hallazgos clave y el impacto esperado de la aplicación de las estrategias.

b. Transformar campaña promocional verde en un video.

Objetivo: comunicar acciones de *merchandising* que optimicen la exhibición, mejoren la experiencia de compra y aumenten la rentabilidad del punto de venta.

Pasos para realizar video. Contenido del video (qué debe decir):

- **Presentación breve (nombre y programa de formación).**
- **Objetivo del video.**
- **Descripción del punto de venta.**
- **Diagnóstico inicial.**
- **Propuesta y recomendaciones.** Las recomendaciones deben abordar, como mínimo, los siguientes aspectos del *merchandising* en el punto de venta:
 - Ubicación y distribución de productos.
 - Exhibición y presentación visual.
 - Iluminación y ambientación.
 - Señalización y material promocional. Recorrido y accesibilidad para el cliente. Identidad visual y coherencia de marca.
- **Acciones en el video (qué debe hacer).**
 - Hablar con seguridad y claridad mirando a cámara.
 - Mostrar ejemplos visuales del producto o servicio.
 - Incluir afiches, logos o elementos de la campaña (pueden ser impresos o en pantalla).
 - Usar un fondo limpio, natural o relacionado con el tema ecológico.

Puede utilizar herramientas gratuitas en línea para crear el video. A continuación, se comparten algunas opciones recomendadas:

- Canva Pro: para crear animaciones e infografías. https://www.canva.com/es_co/pro/
- Powtoon o Animaker: para animaciones educativas. <https://www.powtoon.com/> - <https://www.animaker.es/>
- CapCut o InShot: para edición de videos grabados <https://www.capcut.com/es-es> - <https://inshot.com/>
- OBS Studio: para grabar pantalla y voz si es una clase grabada. <https://obsproject.com/es>
- **Instrumento de evaluación:** lista de verificación.
- **Duración de la actividad:** 12 horas, esto incluye la lectura y apropiación del contenido del componente formativo y el desarrollo del video.
- Para realizar la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio:
AA2-EV03. Video sobre: informe de recomendaciones estratégicas de *merchandising* en un punto de venta.



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
No aplica.	No aplica.	AA1. Realizar informe de análisis de clientes e identificación de elementos del <i>merchandising</i> en un punto de venta.	Evidencia de conocimiento: AA1-EV01. Mapa conceptual sobre: productos, servicios y características del cliente.	• Perfila cliente con base en productos y servicios del punto de venta. • Caracteriza elementos visuales y sensoriales del punto de venta según principios del <i>merchandising</i>.	Valoración del conocimiento. Lista de chequeo: IE-AA1-EV01.
No aplica.	No aplica.	AA1. Realizar informe de análisis de clientes e identificación de elementos del <i>merchandising</i> en un punto de venta.	Evidencia de conocimiento: AA1-EV02. Cuestionario sobre: conceptos y lineamientos del <i>merchandising</i> .	• Perfila cliente con base en productos y servicios del punto de venta. • Caracteriza elementos visuales y sensoriales del punto de venta según principios del <i>merchandising</i>.	Valoración del conocimiento. Cuestionario: IE-AA1-EV02.



No aplica.	No aplica.	AA1. Realizar informe de análisis de clientes e identificación de elementos del <i>merchandising</i> en un punto de venta.	Evidencia de producto: AA1-EV03. Informe sobre: análisis de clientes y elementos del <i>merchandising</i> en puntos de venta.	• Perfila cliente con base en productos y servicios del punto de venta. • Caracteriza elementos visuales y sensoriales del punto de venta según principios del <i>merchandising</i>.	Valoración del producto. Lista de chequeo: IE-AA1-EV03.
No aplica.	No aplica.	AA2. Realizar informe de recomendaciones estratégicas de <i>merchandising</i> en un punto de venta.	Evidencia de conocimiento: AA2-EV01. Infografía sobre: exhibición y ubicación de productos.	• Establece estrategias de exhibición de productos y servicios con base en técnicas del <i>merchandising</i>. • Ejecuta acciones Promocionales y sensoriales de acuerdo a objetivos comerciales y <i>merchandising</i>.	Valoración de conocimiento. Lista de chequeo: IE-AA2-EV01.
No aplica.	No aplica.	AA2. Realizar informe de recomendaciones estratégicas de <i>merchandising</i> en un punto de venta.	Evidencia de conocimiento: AA2-EV02. Cuestionario sobre: estímulo en la compra.	• Establece estrategias de exhibición de productos y servicios con base en técnicas del <i>merchandising</i>. • Ejecuta acciones promocionales	Valoración del conocimiento. Cuestionario: IE-AA2-EV02.



				y sensoriales de acuerdo a objetivos comerciales y <i>merchandising</i> .	
No aplica.	No aplica.	AA2. Realizar informe de recomendaciones estratégicas de <i>merchandising</i> en un punto de venta.	Evidencia de desempeño: AA2-EV03. Video informe de recomendaciones estratégicas de <i>merchandising</i> en un punto de venta.	• Establece estrategias de exhibición de productos y servicios con base en técnicas del <i>merchandising</i>. • Ejecuta acciones promocionales y sensoriales de acuerdo a objetivos comerciales y <i>merchandising</i>.	Valoración del producto. Lista de verificación: IE-AA2-EV03.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Activación: estrategia de *marketing* experiencial que busca generar interacción directa entre el consumidor y la marca en el punto de venta.

Ambientación: conjunto de elementos sensoriales como música, aromas, iluminación, decoración y temperatura que crean una atmósfera específica en el establecimiento.

Branding: proceso de construcción y gestión de la identidad visual, verbal y emocional de una marca.

Categoría: agrupación de productos que comparten una función o uso similar, facilitando su organización en el punto de venta.

Cliente: persona u organización que adquiere productos o servicios y es el centro de las estrategias comerciales y de *merchandising*.

Cross merchandising: técnica que consiste en ubicar productos complementarios de diferentes categorías juntos para incentivar la compra cruzada.

Degustación: prueba gratuita de un producto ofrecido al cliente con el fin de promover su compra inmediata.

Distribución (layout): organización del espacio físico del punto de venta para facilitar el recorrido del cliente y optimizar la exhibición de productos.

Exhibición: forma visual y estratégica en la que se presentan los productos al consumidor para maximizar su visibilidad y atractivo.



Experiencia de compra: conjunto de percepciones, emociones y valoraciones que vive el cliente durante su interacción con el punto de venta.

Fidelización: estrategia orientada a lograr que un cliente repita su compra y mantenga una relación constante con la marca o el negocio.

Góndola: mueble de exhibición utilizado en los puntos de venta para organizar productos de forma vertical y horizontal.

Iluminación: uso estratégico de la luz para destacar productos, crear ambientes y guiar al consumidor dentro del establecimiento.

Merchandising: conjunto de técnicas orientadas a optimizar la presentación de los productos en el punto de venta para estimular su rotación y aumentar ventas.

Merchandising visual: aplicación de elementos visuales y sensoriales en el punto de venta para atraer, guiar y motivar al cliente a comprar.

Mobiliario: equipamiento físico como estanterías, vitrinas o mostradores utilizado para exhibir productos en el establecimiento.

Planograma: representación gráfica que define la ubicación exacta de productos en las góndolas según criterios estratégicos.

Promoción: acción comercial temporal destinada a incrementar la demanda de un producto a través de incentivos como descuentos o bonos.

Señalética: sistema visual de orientación y comunicación dentro del punto de venta, compuesto por letreros, flechas, indicadores y colores.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Editorial GG. (s. f.). *Visual merchandising* (2016). Editorial Gustavo Gili.

https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425228681_inside.pdf

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Fundamentos de marketing* (14.ª ed.). Pearson.

<https://tigubarcelos.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/03/fundamentos-de-marketing-ld267.pdf>

Martínez, D. (s. f.). *Merchandising* (2017). Fundación Universitaria del Área Andina.

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1370/Merchandising.pdf>

Martínez Cruz, H. (s. f.). *El arte de seducir: Merchandising* (1.ª ed.). ECOE Ediciones.

<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/01/El-arte-de-seducir-1.pdf>

Ríos Quiñónez, M. B. (2024). Análisis del *merchandising* visual como estrategia de diseño y disposición de productos en farmacias independientes del DMQ. *Res Non Verba Revista Científica*, 14(1), 1–17. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/840>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
--	--------	-------	-------------	-------



Autor	Mario Alfonso Morales Cabrera	Experto temático	Regional Atlántico. Centro de Comercio y Servicios.	agosto de 2025
--------------	-------------------------------	------------------	---	----------------

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
	Jaime Cuéllar	Instructor Virtual	Regional Tolima. Centro de Comercio y Servicios.	Junio 2026.	Inclusión actividad Inicial.