



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** Códigos QR como estrategia de ventas.
- **Código del programa de formación:** 12410003
- **Competencia:**
260101063. Impulsar productos de acuerdo con el plan promocional y protocolos de campaña.
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar:**
 - **260101063-01.** Diseñar estrategias de experiencia omnicanalidad acorde a los planes de comunicación y ventas de la empresa.
 - **260101063-02.** Implementar material promocional acorde a las especificaciones técnicas.
- **Duración de la guía:** 48 horas.

2. PRESENTACIÓN

Bienvenido a la guía del programa **Códigos QR como estrategia de ventas**. La actual coyuntura ha provocado que las marcas y, especialmente, el sector comercio reconozcan que los códigos QR pueden ser muy eficaces para potenciar las transacciones, puesto que los consumidores acceden con inmediatez a información adicional sobre los productos en los que han puesto la mirada, siendo un aliado del usuario en la decisión de compra.

Con la adopción generalizada de teléfonos inteligentes y aplicaciones, han proliferado las estrategias de *marketing* basadas en la interacción con estos códigos impresos, demostrando que tienen potencial para enriquecer la experiencia del producto y ofrecer valor real a los clientes.

En el recorrido en esta guía mostraremos la importancia de los códigos impresos como una estrategia de ventas para las empresas u organizaciones.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Como requisito para el desarrollo del presente programa de formación es importante que se reconozca el espacio de trabajo, junto con las posibilidades que tiene para interactuar, comunicar, visualizar y poder utilizar las herramientas necesarias en el *Learning Management System*, LMS, desde el rol de aprendiz. Además, le invitamos a realizar las siguientes acciones:

- Realizar la Actualización de datos personales.
- Leer la **Información del programa** que le permitirá reconocer los objetivos, las actividades y la metodología que se llevará a cabo en el curso.



- Leer el **Cronograma** que le permitirá comprender la planeación diseñada para lograr de manera secuencial los objetivos del curso. Tenga en cuenta que entender los pasos y reconocer las actividades a realizar le permitirá tener un estimado del tiempo de dedicación y, así, planear el cumplimiento de los requisitos de acuerdo con su tiempo disponible.
- Leer el presente documento **Guía de aprendizaje**, que le orientará en el desarrollo de las actividades.
- Adicionalmente, realice la presentación en el **Foro social** de acuerdo con las indicaciones de su instructor.

Nota: consulte el enlace **Información del programa**, disponible en la plataforma para conocer la descripción del proceso de formación y la metodología a seguir.

La entrega de las evidencias se realizará durante las cuatro (4) semanas planeadas para esta guía. En el siguiente cuadro se observa la competencia a desarrollar, el momento y las evidencias a entregar según las actividades de aprendizaje asociadas a cada resultado de aprendizaje.

Competencia	Semanas			
	1	2	3	4
260101063	Mapa conceptual de términos de la omnicanalidad. AA1-EV01.	Cartel del video de supermercados virtuales. AA2-EV01.	Video elaboración de un código QR. AA2-EV02.	
Total, de horas por semana	12	9	27	

3.1 Actividad de aprendizaje AA1. Definir y diseñar las estrategias de omnicanalidad según los canales de comunicación del negocio

Las estrategias de venta omnicanalidad buscan que el cliente encuentre la forma de comprar que más se ajuste a su estilo de vida, ya sea por diferentes canales, plataformas digitales de forma *online*, un correo electrónico o visita a la tienda física. Lo importante es mejorar la experiencia y beneficios del consumidor, y para esta estrategia es importante contar con los datos constantes del cliente para poder mantener actualizada la información en la empresa y responder a la información solicitada por el consumidor.

Lo anterior sin importar dónde esté y qué tecnología esté utilizando el cliente para aplicar una estrategia de omnicanalidad.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para la elaboración adecuada de las evidencias, el aprendiz debe apropiar los contenidos del componente formativo: **“La experiencia de venta omnicanalidad en las empresas”**.



Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia: Mapa conceptual de términos de la omnicanalidad. AA1-EV01**

Para esta evidencia se requiere elaborar un mapa conceptual con los términos de la omnicanalidad, de esta forma se generan ideas y se organiza la información y se visualizan los conceptos, importante siguiendo el orden del mapa.

1. Consulte el material de formación y revise lo referido a la omnicanalidad para identificar sus conceptos.
2. Con los conceptos identificados genere el proceso para realizar el mapa conceptual con los métodos y técnicas aplicables para el mismo.
3. Identifique ¿qué es la omnicanalidad? Se recomienda ver el siguiente enlace para profundizar los términos que le permitirá construir su mapa conceptual.
<https://www.genwords.com/blog/omnicanalidad>
4. Proceda a organizar y crear el mapa conceptual, lo puede desarrollar en cualquier herramienta digital o a mano con letra clara, bien escrita y ordenada.

Se puede apoyar del siguiente enlace:

<https://www.lucidchart.com/pages/es/como-crear-un-mapa-conceptual>

5. La postura de los conceptos en el mapa conceptual debe obedecer a la línea conectiva ordenando cada uno de forma jerárquica.
6. Genere el archivo en formato digital para publicarlo.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** mapa conceptual de términos de la omnicanalidad.
- **Formato:** DOC o PDF.
- **Extensión:** mínimo 2 hojas.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa conceptual de términos de la omnicanalidad. AA1-EV01.**

3.2 Actividad de aprendizaje AA2. Identificar e implementar el código impreso como una estrategia de ventas según protocolo establecido por el negocio

Las herramientas tecnológicas que se están implementando en esta nueva era digital es el **código QR**, como su sigla QR (*Quick Response*) lo dice, es una respuesta rápida.



El código QR llegó para quedarse, siendo una experiencia nueva para el cliente. Tiene la facilidad de acceder a productos y servicios desde su dispositivo móvil, es la manera actual y eficiente para la campaña de promoción.

El QR es una idea que transforma su negocio, debido a que, por medio de los *smartphones*, se pueden realizar varias acciones. Dispone de un sistema operativo propio capaz de realizar tareas y funciones parecidas a las realizadas por los ordenadores, permite el escaneo de la imagen de código y el usuario accede a los portafolios o transacciones de los productos o servicios de las diferentes marcas o empresas.

Duración: 36 horas.

Materiales de formación: para la elaboración adecuada de las evidencias, el aprendiz debe apropiarse los contenidos del componente formativo: “**La experiencia de venta omnicanalidad en las empresas**”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

● **Evidencia: Cartel del video de supermercados virtuales. AA2-EV01**

Las piezas publicitarias como los carteles digitales permiten recrear la mente del público, llamar la atención como se dice en *merchandising*, seducir y lograr que lo primero en la mente del cliente sea la marca de la empresa; apoyados con el diseño gráfico con la creatividad y el color se diseñan piezas que ayudan a los negocios a promocionar y dar a conocer las estrategias de mercadeo que desarrolla para sus ventas. Con estas piezas gráficas actualizadas con contenido publicitario de la marca se mantienen activos los sentidos de los clientes.

Para la elaboración de la actividad cartel creativo basado en el video de supermercados digitales, se sugiere tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Realizarlo de manera individual. A continuación, le presentamos el video guía.
https://www.youtube.com/watch?v=63Ob_qORx9E
2. Se debe realizar el diseño de manera digital, apoyándose de las siguientes herramientas:
 - <https://genial.ly/es>
 - https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-tier1_Canva_EM&qclid=Cj0KCQjw5oiMBhDtARIsAJi0qk3l0FaSkIbJAE1-xPgE97Y1E77C9Q7WzTafW3goMakm-hAybo0enAQaAhrtEALw_wcB&gclidsrc=aw.ds
3. Se utilizarán en su desarrollo, textos, fotos, imágenes, animaciones, audio, esquemas.



Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cartel del video de supermercados virtuales.
 - **Formato:** Word, PDF, PowerPoint, Canva o Genialy.
 - **Extensión:** mínimo 5 ideas interesantes del video.
 - Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cartel del video de supermercados virtuales. AA2-EV01.**
-
- **Evidencia: Video elaboración de un código QR. AA2-EV02**

Los códigos QR permiten la practicidad que busca el cliente, porque con solo tomar la imagen puede tener acceso a los portafolios de productos y servicios, consultas de precios, horarios y formas de pago.

Esta herramienta brinda la oportunidad a las empresas para realizar nuevas experiencias a sus clientes de compras online y en la tienda física, porque le facilita las herramientas para que él, desde el lugar donde se encuentre, realice sus transacciones, elija los productos o servicios que desea adquirir.

Contiene información digital de los productos y servicios, es más fácil su uso porque permite descargar la información desde cualquier teléfono celular, iPad, o tablet.

De acuerdo con los conceptos vistos en el componente formativo, en esta actividad se realizará el video donde el aprendiz elabora un código QR.

Los videos son estrategias creativas para transmitir información y en la actualidad son los más vistos y compartidos en las redes sociales, por eso las empresas los utilizan para la presentación de un producto, dar a conocer nuevas líneas de productos, empaques, sistemas comerciales, nuevas tecnologías digitales, lanzamientos, nuevos formatos de venta y pago.

Con base en lo anterior, cree un código impreso como apoyo a una estrategia de marca. En el siguiente enlace encontrará un video modelo de la creación de un código QR:

<https://www.youtube.com/watch?v=kLhSmNYAJNA>

Para la elaboración del video, se sugiere tener en cuenta estas recomendaciones:

1. El video se desarrolla de manera individual.
2. Se debe realizar utilizando diferentes herramientas de apoyo: celular inteligente, herramienta Loom, cámara del PC.
3. Que no haya sonidos de fondo durante la grabación y menos si son distractores o que afecten la concentración mínima para la actividad.
4. Recursos que se utilizarán: textos, imágenes, fotos gráficas, animaciones, audio, esquemas, preguntas.



Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video elaboración de un código QR.
- **Formato:** Mp4.
- **Extensión:** mínimo 2 máximo 4 minutos de grabación.
- Para hacer el envío de la evidencia remitirse al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video elaboración de un código QR. AA2-EV02.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Mapa conceptual de términos de la omnicanalidad. AA1-EV01.	Desarrolla estrategias para la implementación de los códigos impresos según plan de comunicación de la empresa. Aplica experiencias de venta implementando códigos QR acorde a los objetivos de la empresa.	Lista de chequeo: IE-AA1-EV01
Evidencia de producto: Cartel del video de supermercados virtuales. AA2-EV01.	Implementa material promocional acorde al plan de comunicación.	Lista de chequeo: IE-AA2-EV01
Evidencia de desempeño: Video elaboración de un código QR. AA2-EV02.	Selecciona el código impreso como estrategia de venta acorde a las especificaciones técnicas	Lista de chequeo: IE-AA2-EV02

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Aplicación: herramientas diseñadas para facilitar ciertas tareas complejas y hacerlas más sencillas la experiencia informática de las personas.



Código: lenguaje por el cual funcionan las computadoras, comprende un conjunto de instrucciones y datos a ser procesados automáticamente.

Digital: conjunto de dispositivos que son destinados a la generación, transmisión, manejo y procesamiento y almacenamiento de señales digitales.

Marketing: conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Publicidad: difusión o divulgación de información, ideas u opiniones de carácter político, religioso, o comercial, con la intención de que alguien actúe de una determinada manera, adquiera un determinado producto.

QR: “Quick Response” es un código de respuesta rápida.

Smartphone: teléfono móvil o celular que funciona con un sistema operativo y funciona como una minicomputadora, reproductores multimedia, portátiles, cámaras digitales, videocámara y dispositivos de navegación.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ayuntamiento de Zaragoza. (2020). *Manual básico de smartphone*.

<https://www.zaragoza.es/contenidos/sectores/mayores/smartphone.pdf>

MasContainer. (2020). *Omnicanalidad & logística en concepto logístico*. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=6XZcSbYZ1Vg&t=10s>

Samsing, C. (2021). *Omnicanalidad: 12 ejemplos excepcionales de estrategias omnicanal*.

<https://blog.hubspot.es/service/ejemplos-excepcionales-experiencia-omnicanal>

Unitag QR. (2020). *¿Cuáles son los diferentes tipos de códigos QR?* <https://www.unitag.io/es/qrcode/what-are-the-different-types-of-qrcodes>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
	Larisa Parra Carrillo	Experta Temática	Regional Norte de Santander - Centro para la Industria, el Empleo y los Servicios.	Noviembre 2021



Autor (es)	Gloria Lida Alzate Suarez	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica.	Noviembre 2021
	Ana Catalina Córdoba Sus	Revisora metodológica y pedagógica	Regional Distrito Capital – Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica.	Noviembre 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor pedagógico	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura.	Noviembre 2021
	José Gabriel Ortiz Abella	Corrector de estilo	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Noviembre del 2021.