PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación: SUPERVISION DE VENTAS**
- **Código del Programa de Formación:**
- **Nombre del Proyecto Formativo:** N/A por ser formación complementaria
- **Fase del Proyecto:** N/A por ser formación complementaria
- **Actividad de Proyecto Formativo:** N/A por ser formación complementaria
- **Competencia:** Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
- **Resultados de Aprendizaje:**
  1. Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
  2. Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social
  3. Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.
  4. Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.

Duración de la Guía de Aprendizaje: 48 Horas.

2. PRESENTACIÓN

¡Bienvenidos queridos aprendices! En esta guía, exploraremos el emocionante mundo del emprendimiento. Aprenderemos sobre las características y comportamientos de un emprendedor, así como la importancia de la negociación en este proceso. Al desarrollar estas habilidades, no solo fortalecerás tu perfil profesional, sino que también te prepararás para enfrentar los desafíos del mundo laboral con confianza.m El aprendizaje se organizará en diferentes actividades que te permitirán desarrollar de manera integral tus habilidades y

competencias. Cada actividad está diseñada para que puedas trabajar de forma autónoma y en colaboración con tus compañeros.

Para desarrollar su proceso de aprendizaje se ha considerado necesario que usted se apropie de experiencias y conceptos que le llevarán a posicionar una idea clara frente a su plan de negocio y que integre una excelente atención y servicio tanto a clientes internos y externos de la organización.

¡Estimado Aprendiz!



https://support.google.com/legal/answer/3463239?hl=es

No tener miedo, ser flexible a los cambios, saber detectar oportunidades de negocio o sentir debilidad por superar nuevos retos son elementos comunes que componen toda mente emprendedora.

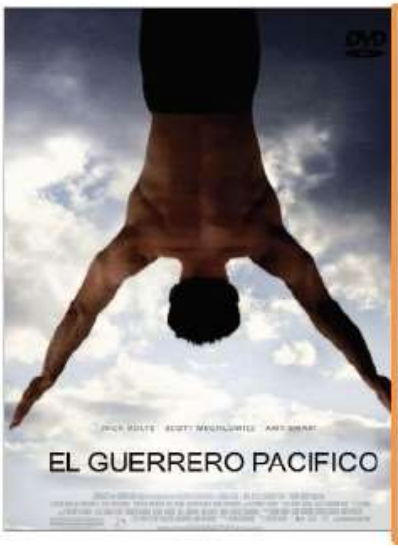
Esta competencia es útil para una persona que:

- Tenga una idea de negocio,
- Pretenda determinar la viabilidad de una iniciativa empresarial
- Desee aprender el lenguaje y el vocabulario del mundo empresarial
- Y se proponga identificar los aspectos clave para presentar su iniciativa ante

potenciales socios estratégicos e inversionistas u otras fuentes de financiación.
En pocas palabras esta competencia es especialmente importante para todo aquel que esté interesado en montar una empresa y en identificar todas las variables necesarias para su puesta en marcha.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial.



El Guerrero Pacífico, aun estando basada en hechos reales, es una historia metafórica dotada de una atmósfera de interiorización y autoayuda que por momentos mezcla la fantasía con la realidad de tal forma que invita a pensar si el mentor del atleta protagonista es quien le ayuda a superar sus miedos y dificultades o es el propio personaje quien se habla a sí mismo desde su interior. Ver la película y la ficha de trabajo del guerrero pacífico y Realizar una **INFOGRAFIA** de los Conceptos fundamentales de ética y moral: Fortaleza, empatía, voluntad e interiorización, superación y esfuerzo en el desarrollo personal. https://www.youtube.com/watch?v=IpqPLLAXL_0

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

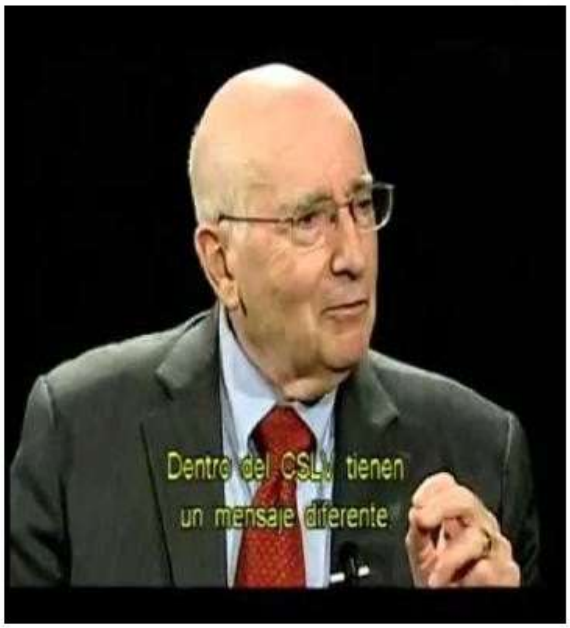
3.2.1. Conceptualización de Mercadeo

El aprendiz indicará de qué trata el video y mencionará las palabras desconocidas para él.

El instructor expondrá terminologías de mercadeo:

- Mercado, oferta y demanda
- Segmentación de mercado-Mercado objetivo
- Marketing MIX

Se apoyará de la historia del mercadeo (video) para profundizar el tema.





3.2.2. Después de leer el material anexo ***Emprendimiento empresarial _definiciones***

En equipos de trabajo:

1.Respondan a manera de taller las siguientes preguntas y socialícelas en plenaria:

¿Cuáles fueron los aspectos que más les llamaron la atención de las características del emprendimiento?
¿Qué ventaja considera más relevante y por qué?
¿Cuál ha sido la evolución del emprendimiento?
Con sus propias palabras defina Emprendimiento y su importancia

2. De los objetivos del emprendimiento citen 3 que más les llamen la atención.

3. Citen 3 ventajas y 3 desventajas de emprender.

El taller debe subirse a la plataforma Territorium como evidencia de desempeño.

https://support.google.com/legal/answer/3463239?hl=es



Planeación estratégica

3.2.3 Del documento anexo **¿Cómo fijar objetivos comerciales en tu plan de negocio?** Leer y realizar en un documento Word- **MISIÓN, VISIÓN, Matriz DOFA, Y LAS ESTRATEGIAS para una idea de negocio.** Documento que debe ser cargado a la plataforma Territorium. (Individual) **https://www.emprendedores.es/marketing/como-fijar-objetivos-comerciales/**	 *https://suppor t.google.com/legal/answer/3463239?hl=es*

3.2.4 Cómo reinventar su negocio y prepararse para el futuro. Blogbienpensado.com

	**3.2.4** Después de escuchar la Grabación conferencia **Cómo reinventar su negocio y prepararse para el futuro** de David Gómez Bien Pensado, **elabore un artículo de opinión (Individual).** Será enviado como evidencia de aprendizaje por la plataforma Territorium. *Tomado de Blog Bien pensado.com* **https://bienpensado.com/como-reinventar-su-negocio-y-prepararse-para-el-futuro/**

3.3 Actividades de apropiación:



1. Definición del producto o servicio
2. Equipo de trabajo
3. Plan de Mercado
4. Sistema de negocio
5. Análisis de Riesgos
6. Plan de implementación
7. Plan financiero
8. Resumen ejecutivo
9. Entidades de apoyo al emprendimiento

Aprendices esta evidencia será enviada por la plataforma Territorium.

https://www.youtube.com/watch?v=zvxplwWhdHU Como formular Planes de Negocios para participar en Fondo Emprender

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Apreciados aprendices y para terminar su proceso de aprendizaje es fundamental estructurar su plan de negocio.

3.4.1. Observar, escuchar, leer y analizar los materiales anexos: video **Paso a paso** del **Modelo Canvas**. https://www.youtube.com/watch?v=ZQgXyiozmYY https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8 Seguidamente como actividad a realizar de manera individual pensará en una idea de negocio que quisiera estructurar a futuro y para ello elaborará el Modelo Canvas de acuerdo a su estructura. Documento que debe ser socializado en el aula de clase.



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
			De conocimiento: Evidencia: Evaluación "Fundamentos de Mercadeo". De desempeño:	Aplica acciones de emprendimiento de acuerdo con los elementos de desarrollo social y personal. Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades	Taller. Informes Articulo Exposición Evaluación.

			Taller Explosiones Articulo de opinión De producto: Evidencia taller Evidencia Matriz DOFA Evidencia Articulo Evidencia Plan de Negocio Modelo CANVAS.	del mercado conforme con el análisis sectorial. -Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial. -integra elementos básicos de investigación de acuerdo con las necesidades descriptivas del plan de negocio. -Determina grupos focales de mercado de acuerdo con la idea de negocio. -Construye propuestas empresariales y de negocio teniendo en cuenta las necesidades y segmentación del mercado. -Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo. -argumenta la idea de negocio conforme con la propuesta y necesidades del sector.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Accesibilidad Grado hasta el cual es posible llegar a servir en un segmento de mercado.

Acercamiento Etapa del proceso de venta en el que el vendedor conoce y saluda al comprador para establecer una buena relación desde el principio.

Actitud Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones y tendencias que sistemáticamente, presenta una persona respecto de un objeto o idea.

Adaptación del producto Adaptación de un producto a las condiciones locales o deseos de los mercados extranjeros.

Administración de la fuerza de ventas
Análisis, planeación, ejecución y control de las actividades de la fuerza de ventas, incluyendo los objetivos fijados a ésta; diseño de su estrategia; y reclutamiento, selección, capacitación, supervisión y evaluación de los vendedores de la compañía.

Administración de mercadotecnia
Análisis, planeación, ejecución y control de programas diseñados para crear, construir y mantener intercambios provechosos con compradores objetivo a fin de lograr los objetivos de la organización.

Análisis de la cartera Instrumento mediante el cual la administración identifica y evalúa los diferentes negocios que constituyen la compañía.

Análisis financiero Análisis de la proyección de ventas, costos y utilidades de un nuevo producto para determinar si dichos factores cumplen con los objetivos de la compañía.

Aprendizaje Cambios en el comportamiento de un individuo derivados de la experiencia.

Atractivo emocional Mensaje que intenta despertar emociones negativas o positivas para motivar la compra, digamos temor, culpa, vergüenza, humor, orgullo o alegría.

Cadena de tiendas Dos o más establecimientos de propiedad y control asociados, que cuentas con un solo centro de compras y mercadeo y que venden géneros similares de mercancía.

Cadena de voluntarios patrocinada por el mayorista
Sistema de organización de mercadotecnia vertical por contrato en los cuales los mayoristas organizan cadenas de minoristas

independientes voluntarios que les ayudan a competir con grandes cadenas corporativas.

Calidad del producto Capacidad de un producto para desempeñar sus funciones; incluye durabilidad total, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación y otros atributos apreciados.

Canal de distribución (canal de mercadotecnia)
Conjunto de compañías o individuos que adquieren derechos, o ayuda a transferirlos, respecto de un bien o servicio en su paso del productor al consumidor o usuario industrial.

Canal de distribución convencional
Canal que consiste en uno o más productores independientes, mayoristas y minoristas, quienes libremente buscan maximizar sus utilidades respectivas, aún a costa de los beneficios del sistema en su conjunto.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Sistema de Bibliotecas Sena www.biblioteca.sena.edu.co
Armstrong, P. K.-G. (2003). Fundamentos del Marketing. México: PEARSON

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**ADRIANA OVIEDO**	**Instructor**	**CCIT**	**2026**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					