

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA
PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación:	Mercadeo y Ventas (Programa de Formación Complementaria)
Código del Programa de Formación:	63210007 (Versión 1)
Nombre del Proyecto Formativo:	N/A
Fase del Proyecto:	N/A
Actividad del Proyecto Formativo:	N/A
Competencias:	230101036 - Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa. 260101001 - Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios. 260101006 - Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.
Resultados de Aprendizaje:	- Utilizar estrategia para apoyar la presentación de los productos o servicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según protocolo establecido por la empresa. - Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta su dimensión y cobertura, en el desarrollo de estrategias de segmentación con el apoyo de software especializado de acuerdo con tipos de producto y población establecidos en el plan de segmentación. - Determinar los precios de los productos y servicios a partir del análisis de los reportes de precios, en la definición de estrategias de mercadeo, según tipos de mercados y de productos, mediante la aplicación de métodos de fijación precios. - Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio con el apoyo de software especializado y la aplicación de técnicas de pronóstico, para identificar el potencial de mercado y capacidad de ventas de la empresa según

	política empresarial. • Definir y aplicar técnicas y procedimientos para la organización del surtido de acuerdo con los productos. • Formular política de surtido con base a criterios de la empresa. • Preparar la estrategia de exhibición de acuerdo con las tendencias del mercado. • Elaborar programas de exhibición según políticas de mercadeo.
Duración de la Guía de Aprendizaje:	80 Horas (Duración Total del Programa de Formación)

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz: Bienvenido al programa de formación complementaria en Mercadeo y Ventas. En el dinámico ecosistema comercial actual, la competitividad de las organizaciones depende directamente de su capacidad para descifrar el mercado, interactuar estratégicamente con sus clientes y presentar sus propuestas de valor con la máxima efectividad visual y operativa.

A lo largo de estas 80 horas de formación integral, usted no solo dominará el arte de estructurar una exhibición estratégica en el punto de venta (Merchandising) y formular políticas de surtido técnicamente estructuradas, sino que también adquirirá las competencias clave para proyectar el mercado (mediante la segmentación psicográfica y socioeconómica, la fijación estratégica de precios y el cálculo de la oferta y la demanda), así como para dominar las técnicas de negociación comercial y presentación de productos y servicios bajo rigurosos protocolos empresariales.

Esta guía integral se ha diseñado bajo el enfoque de aprendizaje por proyectos. Lo motivamos a aplicar cada concepto, cálculo matemático y táctica comercial a una unidad productiva real o proyecto de emprendimiento regional. Su compromiso, trabajo colaborativo y actitud reflexiva serán los pilares que transformarán estos saberes en herramientas potentes de éxito profesional y empresarial. ¡Emprendamos juntos este camino hacia el liderazgo comercial!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial (Duración: 8 Horas)

- Descripción de la actividad: Imagínese frente a dos situaciones cotidianas de compra:
SITUACIÓN A: Ingresa a una tienda buscando un producto específico. El vendedor lo atiende con un discurso monótono, sin escuchar sus necesidades, y el local se encuentra desordenado, con precios confusos y estanterías vacías.
SITUACIÓN B: Entra a un establecimiento donde el vendedor lo saluda protocolariamente, indaga sutilmente sobre su necesidad y le presenta el producto apoyándose en un catálogo digital claro. Al mirar a su alrededor, nota que los productos están organizados por categorías armónicas, con iluminación estratégica y material POP atractivo.

Reflexione de manera individual en torno a los siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo influyen el protocolo de servicio del vendedor y la organización visual del punto de venta en su decisión final de compra?

2. ¿Por qué cree que determinar un precio adecuado y conocer detalladamente quién es el cliente influye en que un negocio no quiebre?

Consolide sus respuestas en un documento de reflexión (máximo 2 páginas) para debatir sus puntos de vista en un foro socializador grupal.

- Ambiente requerido: Aula convencional o ambiente de aprendizaje polivalente.
- Estrategias o técnicas didácticas activas: Lluvia de ideas, foro de debate y reflexión individual.
- Materiales de formación:
 - Material de consumo: Hojas de papel, esferos.
 - Material de apoyo: Video introductorio 'La psicología del consumidor en el punto de venta y la venta estratégica'.

3.2 Actividades de Contextualización e Identificación de Conocimientos (Duración: 16 Horas)

• Descripción de la actividad: Para contextualizar los tres ejes del programa (Negociación, Proyección del Mercado y Exhibición), los aprendices, organizados en equipos de trabajo, seleccionarán un microemprendimiento o unidad productiva real de su región (por ejemplo, un negocio de alimentos, una boutique, un autoservicio, o un caso gastronómico simulado). Realizarán un diagnóstico inicial respondiendo la siguiente lista de chequeo de observación comercial:

1. ¿El negocio tiene identificados sus segmentos de clientes y cómo define el precio de sus productos?
2. ¿Existe un protocolo formal para abordar y negociar con los clientes?
3. ¿Cómo se organizan los productos en el local? ¿Se aplican conceptos de zonas calientes, frías, niveles de estanterías o políticas de surtido?

Los equipos documentarán este diagnóstico preliminar mediante un informe estructurado y un registro fotográfico, exponiéndolo en un panel de socialización ante el grupo para identificar las brechas comerciales del negocio seleccionado.

- Ambiente requerido: Entorno productivo real (visita de campo autónoma) y aula de clases.
- Estrategias o técnicas didácticas activas: Investigación-acción, observación directa y panel de socialización.
- Materiales de formación:
 - Material de consumo: Bitácora de campo, cámara fotográfica (dispositivo móvil).
 - Material de apoyo: Plantilla guía de diagnóstico comercial SENA.

3.3 Actividades de Apropiación (Teorización y Conceptualización) (Duración: 28 Horas)

• Descripción de la actividad: Con el fin de adquirir el marco científico y técnico de la formación, el aprendiz desarrollará de forma secuencial los siguientes módulos teóricos orientados por el instructor:

MÓDULO 1: PROYECCIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO (10 Horas)

- Conceptos de participación de mercado, proceso de segmentación (psicográfica, demográfica, socioeconómica) y muestreo.
- Métodos técnicos para la fijación de precios y análisis de elasticidad de la oferta y la demanda.
- Actividad de aprendizaje: Taller analítico sobre proyección de oferta y demanda con resolución de ejercicios matemáticos de precios.

MÓDULO 2: NEGOCIACIÓN Y PROTOCOLO DE SERVICIO (8 Horas)

- Características del producto/servicio (atributos intrínsecos y extrínsecos).
- Fases de la venta (contacto, argumentación, manejo de objeciones y cierre de ventas) según políticas organizacionales.
- Actividad de aprendizaje: Ejercicio de simulación de ventas (Role-playing) utilizando catálogos y manuales de producto.

MÓDULO 3: MERCHANDISING Y GESTIÓN DEL SURTIDO (10 Horas)

- Estilo de exhibición, tipos de implantación (vertical, horizontal, mixta) y planogramas.
 - Dimensiones del surtido (amplitud, anchura, profundidad, coherencia) y rotación del lineal.
 - Indicadores métricos: Margen, GMROS, NMROS e índices de canibalismo de marcas.
 - Actividad de aprendizaje: Diseño conceptual de un planograma de estantería y desarrollo de casos prácticos de rentabilidad lineal.
- Ambiente requerido: Aula polivalente de informática con acceso a internet.
 - Estrategias o técnicas didácticas activas: Exposición magistral dialogada, modelado de casos, talleres prácticos e ilustración gráfica.
 - Materiales de formación:
 - Material de consumo: Cuaderno de apuntes, calculadora científica.
 - Material de apoyo: Manuales técnicos de Merchandising, guías de segmentación y simuladores de precios.
 - Evidencias de aprendizaje: Portafolio de talleres teóricos y conceptuales resueltos (Segmentación, Ventas y Métricas de Exhibición).
 - Instrumentos de evaluación: Prueba objetiva de conocimiento (cuestionario) y Lista de chequeo de productos de aprendizaje.

3.4 Actividades de Transferencia de Conocimiento (Duración: 28 Horas)

- Descripción de la actividad: Integración en el Proyecto Formativo Real. En los mismos equipos colaborativos de trabajo definidos en la fase de contextualización, los aprendices estructurarán de forma integral la propuesta comercial definitiva para la unidad productiva seleccionada. El proyecto final escrito se denominará 'Plan Estratégico de Mercadeo, Ventas y Exhibición Comercial' y deberá estructurarse bajo los siguientes capítulos obligatorios:

CAPÍTULO 1: ESTUDIO DE MERCADO Y FIJACIÓN DE PRECIOS

- Definición del perfil psicográfico y demográfico del cliente ideal.
- Análisis y cálculo de la proyección de oferta y demanda del negocio local.
- Definición y justificación técnica del método seleccionado para fijar los precios del portafolio.

CAPÍTULO 2: PROTOCOLO DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y NEGOCIACIÓN

- Diseño de un catálogo de productos/servicios y un guion formal de ventas (role-play).
- Protocolo para el manejo de objeciones comunes y estrategias para el cierre de ventas efectivo.

CAPÍTULO 3: PROPUESTA TÉCNICA DE EXHIBICIÓN Y SURTIDO

- Planograma digital o boceto gráfico del Layout de exhibición interior y exterior del negocio.
- Formulación formal de la política de surtido definiendo sus niveles (categorías, familias, subfamilias y referencias).
- Propuesta del material POP y tácticas promocionales de merchandising.

CAPÍTULO 4: SUSTENTACIÓN ORAL DEL PROYECTO

- Los equipos de aprendices sustentarán su plan comercial ante el instructor y el grupo, justificando la viabilidad y atractivo de la propuesta.

- Ambiente requerido: Aula polivalente de formación y espacios físicos de la unidad productiva.
- Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), co-diseño y sustentación grupal.
- Materiales de formación:
 - Material de consumo: Computador portátil, software de presentación, procesador de texto.
 - Material de apoyo: Guía metodológica para formulación de planes comerciales SENA.
- Evidencias de aprendizaje: Documento del proyecto escrito del Plan Comercial y sustentación oral frente al jurado/instructor.
- Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo del proyecto final y Lista de verificación de desempeño de sustentación oral.

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
Análisis	Diagnosticar la situación comercial y de mercadeo de las unidades productivas regionales.	Elaboración de informe de diagnóstico y observación de puntos de venta y mercados.	Evidencia de Conocimiento : Prueba escrita o cuestionario sobre segmentación , fijación de precios, fases de la venta y técnicas de exhibición.	• Identifica previamente las fuentes de información internas y externas para el proceso de segmentación. • Identifica el marco muestral de la población objeto de estudio.	Técnica: Formulación de preguntas. Instrumento: Cuestionario conceptual.
Planeación	Estructurar las proyecciones de oferta, demanda y simulación de precios.	Desarrollo de talleres de análisis cuantitativo del mercado y estructuración de precios.	Evidencia de Producto: Taller práctico resuelto con cálculos de proyección de oferta/demanda y matrices de fijación de	• Evalúa el comportamiento de la demanda y oferta y sus coeficientes de elasticidad. • Define las cantidades de	Técnica: Valoración de producto. Instrumento: Lista de chequeo de producto (taller escrito).

			precios.	oferta y demanda con base en tendencias de ventas.	
Planeación	Diseñar guiones de venta y catálogos interactivos bajo políticas organizacionales.	Simulación interactiva de abordaje al cliente, negociación y cierre comercial.	Evidencia de Desempeño: Juego de roles (role-playing) sustentado sobre el protocolo de servicio, negociación y manejo de objeciones.	• Presenta y argumenta a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios apoyado con el uso de catálogos y manuales. • Prepara estrategias de venta acudiendo a demostraciones.	Técnica: Observación sistemática. Instrumento: Lista de chequeo de desempeño (Role-playing).
Ejecución	Implementar el plan integral de merchandising y surtido en el punto de venta.	Consolidación, presentación y defensa del plan de mercadeo, negociación y planograma de exhibición comercial.	Evidencia de Desempeño y Producto: Documento final del proyecto integrador y sustentación grupal del Plan de Mercadeo, Ventas y Exhibición.	• Realiza el surtido a partir de dimensiones, espacio físico, perfil socioeconómico y políticas de la empresa. • Mide la rentabilidad del espacio comercial y calcula índices de canibalismo de marcas.	Técnica: Valoración de proyecto y observación. Instrumento: Lista de verificación de proyecto y lista de sustentación oral.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Merchandising:** Conjunto de técnicas aplicadas en el punto de venta para motivar el acto de compra de la manera más rentable, tanto para el fabricante como para el distribuidor, optimizando la presentación del producto.

- **Surtido:** Fracción de la oferta comercial del distribuidor que se presenta a la venta en el punto de venta, estructurada de manera coherente por categorías, familias y referencias.
- **Planograma:** Representación gráfica y esquemática de la disposición de los productos en una estantería o góndola, que determina con exactitud la cantidad de caras (facings) asignadas a cada referencia.
- **Layout:** Distribución física y organización espacial interna de un establecimiento comercial, diseñada para optimizar el flujo de clientes y maximizar la exposición de los productos.
- **Elasticidad de la Demanda:** Medida que indica la sensibilidad o capacidad de respuesta de la cantidad demandada de un producto ante variaciones en su precio de venta.
- **Canibalismo de Marcas:** Fenómeno comercial donde un nuevo producto o marca en exhibición atrae a los clientes de otro producto o marca ya existente de la misma empresa, mermando sus ventas en lugar de atraer nuevos consumidores.
- **Categorización ABC:** Método de clasificación de inventarios o surtido que divide los artículos en tres categorías (A: Alta rotación/valor, B: Media rotación/valor, C: Baja rotación/valor) para priorizar los esfuerzos de exhibición y control.
- **Negociación Comercial:** Proceso mediante el cual dos o más partes con intereses comunes e individuales interactúan y argumentan bajo protocolos corporativos para alcanzar un acuerdo comercial de beneficio mutuo.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- SENA. (2010). Diseño Curricular del Programa de Formación Complementaria 'Mercadeo y Ventas' (Código 63210007). Dirección General, Colombia.
- Escrivá Monzó, J. (2014). Gestión del punto de venta: Merchandising y escaparatismo. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Palomares Borja, R. (2015). Merchandising: Teoría, práctica y estrategia. ESIC Editorial.
- SENA, SofiaPlus. (2026). Guías de desarrollo curricular del Modelo de Mejora Continua para la Formación Profesional Integral.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Alex Mauricio Correa	Instructor y Coordinador Académico	SENA - Regional Valle / Centro de Tecnologías Agroindustriales (Cartago)	Julio de 2026

8. CONTROL DE CAMBIOS

Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
--------	-------	-------------	-------	------------------

Alex Mauricio Correa	Instructor y Coordinador Académico	SENA - Regional Valle	Julio de 2026	Ajuste metodológico para 80 horas totales del programa integrando las competencias curriculares.
-------------------------	--	--------------------------	---------------	---