PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del programa de formación: Venta estratégica de productos y servicios.
- Código del programa de formación: 63110190.
- Nombre del proyecto formativo: no aplica.
- Fase del proyecto: no aplica.
- Actividad de proyecto formativo: no aplica.
- Competencia:
    - **260101047.** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
- Resultados de aprendizaje:
    - **260101047-01.** Caracterizar productos y servicios con base en atributos y perfil del cliente.
    - **260101047-02.** Efectuar proceso de venta según perfil de cliente, objetivos, técnicas y estrategias.
    - **260101047-03.** Seguir proceso postventa según lineamientos técnicos.
- 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 área de mercadeo de bienes y servicios. 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. Se busca guiar y organizar el aprendizaje para contribuir al desarrollo integral de cada aprendiz.

Se invita a los aprendices a asumir un rol activo en su proceso de formación, trabajando de manera autónoma, sistemática y organizada. Es fundamental que los aprendices relacionen sus conocimientos previos con los nuevos, permitiendo así la construcción significativa de los mismos. Además, esta guía promueve el aprendizaje colaborativo, facilitando el crecimiento integral del grupo y fortaleciendo las competencias necesarias para desempeñarse eficazmente en el ámbito pedagógico.

A lo largo del curso, los aprendices contarán con la orientación de un instructor, con el propósito de adquirir los conocimientos y habilidades necesarias, para perfeccionar su competencia en venta estratégica de productos y servicios. 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 A**ctualización de los datos personales**.
- Realice la lectura de **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.
- Realice el **Sondeo de conocimientos previos**.

A continuación, se describirán las actividades de aprendizaje planteadas para el desarrollo de la competencia, así como la indicación respectiva 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 los siguientes conceptos está más relacionado con la fidelización de clientes?
- ¿Qué herramienta es útil para conocer el nivel de satisfacción de un cliente después de una compra?
- ¿Qué se debe tener en cuenta al momento de analizar una queja de un cliente?
- ¿Cuál de los siguientes formatos es una herramienta común en la gestión de quejas y sugerencias?
- ¿Qué caracteriza una solución eficaz en el manejo de quejas y reclamos?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad guiarlo y motivarlo 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

La venta estratégica de productos y servicios es un enfoque planificado que combina técnicas de persuasión, conocimiento del cliente y análisis del mercado para generar valor y cerrar negocios de forma efectiva. Esta estrategia no se limita a vender un producto o servicio, sino que busca construir relaciones duraderas, identificar necesidades específicas y ofrecer soluciones personalizadas que maximicen la satisfacción del cliente y la rentabilidad para la empresa. Incluye aspectos como el perfil del cliente, la propuesta de valor, los canales de venta, la postventa y el uso inteligente de herramientas tecnológicas para fortalecer el proceso 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 construir nuevos conocimientos.

La actividad busca identificar el nivel de familiaridad con los conceptos pedagógicos fundamentales y la comprensión de las estrategias y técnicas educativas esenciales para un entorno de aprendizaje efectivo. 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.

Para poner en práctica lo aprendido, es esencial que realice las actividades de apropiación propuestas en el curso. Es crucial revisar y comprender completamente los contenidos formativos para lograr este objetivo. El propósito principal es aplicar de manera práctica el conocimiento adquirido en el componente Productos y servicios en el mercado. Dedique tiempo a estudiar cada tema y enfoque sus esfuerzos en desarrollar habilidades prácticas que serán fundamentales en su futuro.

3.3.1. Actividad de aprendizaje AA1. Diseñar portafolio de ventas de acuerdo a segmentos, tipologías y perfiles de cliente.

- **Descripción de la actividad**: los productos y servicios son la base de la oferta comercial de una empresa. Mientras los productos son bienes tangibles, los servicios son intangibles y se consumen en el momento en que se prestan. Conocer sus características y tipos permite identificar mejor su valor, clasificar la oferta y diseñar estrategias más efectivas para atraer y satisfacer al cliente. Con el fin de afianzar sus conocimientos y realizar con éxito esta actividad de aprendizaje, se aconseja

revisar y comprender exhaustivamente los contenidos del componente formativo: **Productos y servicios en el mercado.**

- **Ambiente requerido**: LMS.
- **Estrategias o técnicas didácticas activas**: Aprendizaje basado en competencias y aprendizaje basado en proyectos.
- **Material de formación**: Análisis estratégico del mercado.
- **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 portafolio.**

Es importante reconocer los conceptos, características y tipos de productos y servicios que se ofrecen en el mercado. El portafolio por su parte permite atender distintos segmentos de clientes, personalizar la oferta y potenciar las oportunidades comerciales. Por lo anterior, para esta evidencia se debe desarrollar el mapa conceptual propuesto en la plataforma LMS. Esta actividad le permitirá afianzar y fortalecer los conocimientos adquiridos a través del componente formativo y un espacio para hacer la explicación. Realice los siguientes pasos para desarrollar la actividad:

- **Elegir el tema principal:** debe comenzar seleccionando 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. En este caso el tema ya fue otorgado.

- **Identificar las ideas importantes:** luego, 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 como, 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 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**: 5 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 portafolio.**

- **Evidencia AA1-EV02. Portafolio de productos y servicios de punto de venta del sector.**

La construcción de un portafolio no solo refleja la variedad y profundidad de la oferta, sino también la estrategia comercial de la empresa. Por lo anterior, para esta evidencia se debe crear portafolio de productos y servicios de punto de venta del sector propuesto en la plataforma LMS. Esta actividad le permitirá afianzar y fortalecer los conocimientos adquiridos a través del componente formativo y un espacio para hacer la explicación. Para realizarla tenga en cuenta lo siguiente:

- **Recopilar información básica.**
  - Nombre de la empresa (real o ficticia).
  - Descripción general de la empresa y su mercado.
  - Misión y visión (si aplica).
  - Segmento de clientes al que se dirige.

- **Seleccionar los productos y/o servicios a incluir.**
  - Elegir entre 3 y 10 productos o servicios clave que ofrece la empresa.
  - Asegurarse de que haya variedad (ej. categorías, funciones, tipo de cliente).

- **Describir cada producto o servicio.** Para cada uno debe incluirse:
  - Nombre del producto/servicio.
  - Descripción breve.
  - Características principales.
  - Beneficios para el cliente.
  - Diferenciador frente a la competencia.
  - Imagen o ilustración del producto (si es posible).

- **Identificar el perfil del cliente objetivo.** Analizar el tipo de cliente al que va dirigido el portafolio:
  - Edad, género, ocupación, ingresos.
  - Necesidades, comportamientos de compra.
  - Nivel de fidelidad.

- **Relacionar producto y cliente.**
  - Explicar por qué cada producto o servicio es adecuado para su cliente objetivo.
  - Indicar cómo satisface sus necesidades o expectativas.

- **Organizar la información en un documento claro.**
  - Usar un formato ordenado y visualmente atractivo.
  - Utilizar títulos, subtítulos, tablas o recuadros para facilitar la lectura.

- Cuidar la ortografía, redacción y coherencia del contenido.

- **Agregar elementos opcionales para enriquecer el portafolio.**
  - Testimonios de clientes (reales o simulados).
  - Precios de referencia.
  - Promociones o servicios postventa.
  - Canales de contacto o distribución.

- **Revisar antes de entregar.**
  - Verificar que se cumplan todos los criterios de evaluación.
  - Asegurarse de que el archivo esté en formato PDF o Word, con portada y tabla de contenido (opcional).
  - Nombrar el archivo correctamente: Portafolio_NombreAprendiz_Ficha.pdf

- **Instrumento de evaluación**: lista de chequeo.
- **Duración de la actividad**: 5 horas, esto incluye la lectura y apropiación del contenido del componente formativo y el desarrollo del portafolio.
- Para realizar la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **AA1-EV02. Portafolio de productos y servicios de punto de venta del sector.**

3.3.2. Actividad de aprendizaje AA2. Realizar informe del proceso de atención y comercialización de productos y servicios en punto de venta.

- **Descripción de la actividad**: una venta exitosa no depende solo del producto o servicio ofrecido, sino de todo el proceso que la rodea. La forma en que se atiende al cliente, se comunican los beneficios y se manejan las interacciones, influye directamente en la decisión de compra. Por eso, es clave dominar las habilidades comerciales, desde la identificación de oportunidades hasta la aplicación de técnicas efectivas que permitan conectar con el cliente, generar confianza y cerrar acuerdos que beneficien a ambas partes. Con el fin de afianzar sus conocimientos y realizar con éxito esta actividad de aprendizaje, se aconseja revisar y comprender exhaustivamente los contenidos del componente formativo: **Comercialización de productos y servicios.**

- **Ambiente requerido**: LMS.
- **Estrategias o técnicas didácticas activas**: Aprendizaje basado en competencias y aprendizaje basado en proyectos.
- **Material de formación**: Comercialización de productos y servicios.
- **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. Cuestionario sobre: estrategias y técnicas en la venta.**

Las estrategias y técnicas de venta permiten planificar y ejecutar acciones comerciales con mayor efectividad. Su aplicación adecuada mejora la conexión con el cliente y aumenta las posibilidades de éxito. 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. Es importante que tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- Lea a detalle 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 el *merchandising* como un conjunto de métodos y enfoques aplicados para mejorar la exhibición de productos en el punto de venta. Además, permite reforzar el aprendizaje y verificar el dominio del tema estudiado.

- **Instrumentos de evaluación:** cuestionario.
- **Duración de la actividad:** 9 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-EV01. Cuestionario sobre: estrategias y técnicas en la venta.**

- **Evidencia AA2-EV02. Informe sobre: observación y mejora de la comercialización en un punto de venta.**

El informe de observación y mejora en un punto de venta es clave para identificar fortalezas, debilidades y oportunidades en la experiencia del cliente. Su análisis permite ajustar estrategias y optimizar los resultados comerciales de manera efectiva. Por lo anterior, para esta evidencia se debe desarrollar un informe de observación y mejora de la comercialización en un punto de venta del sector propuesto en la plataforma LMS. Esta actividad le permitirá afianzar y fortalecer los conocimientos adquiridos a través del componente formativo y un espacio para hacer la explicación. Para realizarla tenga en cuenta lo siguiente:

- Seleccione un establecimiento comercial. Puede ser una tienda de ropa, tecnología, supermercado, farmacia, cafetería, entre otros.
- Solicite autorización (si es necesario) para realizar la observación, explicando que se trata de una actividad formativa del SENA.
- Durante la visita, observe cuidadosamente los siguientes aspectos y diligencie la lista de chequeo evaluación del proceso de venta, escriba SI, si el aspecto se cumple correctamente. Escriba NO, si no se cumple, y anote cualquier observación relevante en la tercera columna. Esta lista que le ayudará a tener una visión crítica y fundamentada para su informe final:

Tabla 1. Evaluación del proceso de venta.

Aspecto para evaluar	¿Cumple? SI/NO	Observaciones del aprendiz
El cliente es recibido de forma cordial		
El personal saluda y genera confianza		
Se identifica la necesidad del cliente		

Se ofrece asesoría personalizada		
Se da información clara sobre los productos		
Se utilizan técnicas de venta		
Se responde adecuadamente a objeciones		
El lugar está limpio y bien organizado		
El ambiente es agradable (música, aromas, etc.)		
El proceso de pago es ágil y claro		
Se realiza un cierre adecuado de la venta		
Se agradece la compra al cliente		
Se ofrece algún canal de contacto o postventa		
El cliente sale satisfecho con la experiencia		

- Si la venta aplica visita en su proceso, diligencie esta lista que le ayudará a tener una visión crítica y fundamentada para su informe final:

Tabla 2. Evaluación de ruta en el proceso de venta.

Aspecto para evaluar	**¿Cumple? SI/NO**	**Observaciones del aprendiz**
¿El vendedor llegó a tiempo al punto de venta?		
¿La visita estaba bien organizada (zona cercana, ruta clara)?		

¿El vendedor se presentó bien (ropa, saludo, actitud)?		
¿Llevó materiales necesarios (catálogo, lista de precios, etc.)?		
¿Conocía bien el producto o servicio que estaba ofreciendo?		
¿Escuchó al cliente y respondió bien sus preguntas?		
¿Ofreció promociones o alternativas según el cliente?		
¿Anotó el pedido o seguimiento si el cliente no compró?		
¿Aprovechó bien el tiempo en la visita?		
¿La visita aportó algo útil (venta, contacto, interés)?		

- **Producto final: informe de observación y mejora.** Redacte un informe de 2 a 3 páginas con los siguientes apartados:
  - Datos generales del punto de venta: nombre del lugar, ubicación, tipo de productos o servicios que ofrece.
  - Descripción detallada del proceso de venta observado: paso a paso de cómo se llevó a cabo la atención al cliente, desde el ingreso hasta la despedida.
  - Identificación de fortalezas: aspectos que considere positivos o destacables.
  - Detección de oportunidades de mejora: ¿Notó alguna falla o debilidad? ¿En qué momento del proceso ocurrió?

- Sugerencias de mejora: propuestas concretas y realistas para corregir las falencias observadas.
- Reflexión personal: ¿Qué aprendió al vivir esta experiencia en campo? ¿Cómo haría usted el proceso de venta?

- **Recomendación:** puede complementar su informe con fotografías del lugar (con autorización), folletos, o un mapa del recorrido del cliente si desea reforzar su análisis.

- **Instrumento de evaluación**: lista de chequeo.
- **Duración de la actividad**: 13 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: **AA2-EV02. Informe sobre: observación y mejora de la comercialización en un punto de venta.**

3.3.3. Actividad de aprendizaje AA3. Realizar informe observación y análisis del proceso de postventa en un punto de venta.

- **Descripción de la actividad**: La fidelización de clientes es fundamental para cualquier negocio, ya que mantiene a los clientes satisfechos y dispuestos a regresar. Para lograrlo, es importante utilizar herramientas que nos ayuden a medir su satisfacción, como encuestas que nos den una idea clara de lo que piensan sobre nuestros productos o servicios. Además, escuchar sus quejas, reclamos y sugerencias nos permite identificar áreas de mejora. Contar con un proceso claro para responder a estos problemas de manera efectiva es clave para garantizar que nuestros clientes se sientan escuchados y atendidos, lo que fortalece la relación y su lealtad hacia la marca. Con el fin de afianzar sus conocimientos y realizar con éxito esta actividad de aprendizaje, se aconseja revisar y comprender exhaustivamente los contenidos del componente formativo: **Fidelización y postventa de productos y servicios.**

- **Ambiente requerido**: LMS.
- **Estrategias o técnicas didácticas activas**: Aprendizaje basado en competencias.
- **Material de formación**: Fidelización y postventa de productos y servicios.

- **Material de apoyo**: no se requiere.
- **Evidencias de aprendizaje**: a continuación, se describen las acciones y la correspondiente evidencia que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia AA3-EV01. Cuestionario sobre: fidelización, quejas, reclamos y sugerencias.**

Comprender los conceptos, características y pasos del plan de *merchandising* permiten diseñar acciones que incrementen la adecuada exposición de los productos, favorezcan las transacciones y refuercen la posición en el mercado. 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. Es importante que tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- Lea a detalle 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 el plan de *merchandising* como herramienta para diseñar acciones acertadas que aprovechen al máximo el espacio comercial y enriquezcan la vivencia del cliente. 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: **AA3-EV01. Cuestionario sobre: fidelización, quejas, reclamos y sugerencias.**

3.4. Actividades de Transferencia de conocimiento.

Para facilitar la transferencia efectiva del conocimiento, es esencial participar en las actividades de apropiación propuestas en el programa. Esto requiere una revisión minuciosa y una comprensión profunda de los contenidos formativos, para aplicar de forma práctica el conocimiento adquirido. Dedicar tiempo al estudio de cada tema y concentrarse en el desarrollo de habilidades prácticas es fundamental para asegurar que este conocimiento se implemente con éxito en contextos reales, contribuyendo de manera significativa a su desarrollo profesional futuro.

3.4.1. Actividad de aprendizaje AA3. Realizar informe observación y análisis del proceso de postventa en un punto de venta.

- **Descripción de la actividad:** A través de la observación directa en un punto de venta, los aprendices analizarán aspectos clave como la atención al cliente posterior a la compra, gestión de garantías, seguimiento, fidelización y resolución de reclamos. Esta actividad busca fortalecer la capacidad crítica y analítica de los participantes, así como su comprensión del valor estratégico de un proceso de postventa bien estructurado como parte fundamental de la experiencia del cliente y la sostenibilidad comercial de la empresa. El propósito principal de esta actividad es que se desarrollen habilidades para identificar, evaluar y documentar las acciones que una empresa realiza una vez concretada la venta. Con el fin de afianzar sus conocimientos y realizar con éxito esta actividad de aprendizaje, se aconseja revisar y comprender exhaustivamente los contenidos del componente formativo: **Fidelización y postventa de productos y servicios.**

- **Ambiente requerido**: LMS.
- **Estrategias o técnicas didácticas activas**: Aprendizaje basado en proyectos.
- **Material de formación**: Fidelización y postventa de productos y servicios.
- **Material de apoyo**: no se requiere.
- **Evidencias de aprendizaje**: a continuación, se describen las acciones y la correspondiente evidencia que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia AA3-EV02. Video sobre: informe de observación y mejora de la postventa en un punto de venta.**

La postventa es clave para mantener una buena relación con los clientes después de que realizan una compra. Analizar cómo se maneja este proceso en un punto de venta real nos ayuda a ver qué está funcionando bien y qué se puede mejorar. Es importante identificar los "momentos de verdad", que son las situaciones que pueden fortalecer o debilitar la fidelidad del cliente. Al enfocarnos en la satisfacción, en cómo atender quejas o sugerencias, y en las áreas a mejorar, podemos asegurar que el cliente esté satisfecho y vuelva a comprar. Esta actividad tiene como objetivo que los aprendices no solo describan la realidad observada, sino que propongan estrategias concretas de mejora alineadas con las buenas prácticas de atención al cliente, fidelización y servicio. La creación de un video basado en un informe de observación y análisis del proceso de postventa en un punto de venta permite reflexionar de manera crítica sobre las fortalezas y debilidades del servicio ofrecido después de la venta. El video debe 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: **Fidelización y postventa de productos y servicios.** Para realizarla tenga en cuenta los siguientes pasos:

a. Planeación del Informe.

- Seleccione un establecimiento comercial donde se pueda observar el proceso postventa (puede ser tienda de electrodomésticos, tecnología, supermercados, farmacias, empresas de servicios, etc.).
- Solicite autorización (si es necesario) para observar o consultar sobre el manejo postventa, explicando que se trata de una actividad formativa del SENA.
- Organizar un cronograma con fechas para observación, análisis, elaboración del informe y grabación del video.

b. Observación en el punto de venta.

- Observar cómo se maneja el proceso de postventa: atención posterior a la compra, manejo de reclamos o devoluciones, seguimiento al cliente, programas de fidelización, encuestas de satisfacción, etc.
- Registrar observaciones en una libreta o dispositivo móvil de manera objetiva y clara.

- Tomar fotos o videos de apoyo (con autorización), si es posible y pertinente.

c. Elaboración del informe de observación y mejora.

- Introducción: presentación del lugar observado y propósito del informe.
- Descripción del proceso de postventa observado: pasos que sigue la empresa con el cliente después de concretar una venta.
- Análisis crítico: identificar fortalezas, debilidades, oportunidades de mejora.
- Propuestas de mejora: plantear acciones concretas para optimizar el proceso de postventa (capacitación, herramientas tecnológicas, seguimiento personalizado, etc.).
- Conclusiones: resumen de hallazgos y beneficios esperados con las mejoras propuestas.

d. Guion del video.

- Crear un guion o storyboard que estructure el contenido en secciones:
  - Presentación del punto de venta y objetivos.
  - Resumen del proceso de postventa observado.
  - Análisis de lo observado.
  - Propuestas de mejora explicadas con claridad.
  - Conclusión con mensaje clave.
- Usar un lenguaje profesional, claro y motivador.

e. Producción del video.

- Escoger formato: grabación tipo presentación (con voz en off), grabación en primera persona explicando el informe, animación con herramientas digitales, etc.
- Utilizar recursos como:
  - Canva, PowerPoint (para infografías o presentación).
  - OBS Studio, CapCut, Clipchamp o InShot (para grabación y edición).
- Incluir imágenes, capturas de pantalla o videos del punto de venta (si se cuenta con ese material).
- Asegurarse de tener buen audio, iluminación y una narrativa coherente.

f. Edición final.

- Agregar subtítulos, música de fondo suave (opcional), transiciones, logotipo del programa (si se requiere).
- Insertar títulos para cada sección del video (Ej. "análisis de la postventa", "propuestas de mejora").
- Verificar duración: idealmente entre 3 y 5 minutos.

- **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 del video.
- Para realizar la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **AA3-EV02. Video sobre: informe de observación y mejora de la postventa 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.** Diseñar portafolio de ventas de acuerdo a segmentos, tipologías y perfiles de cliente.	**Evidencia de conocimiento: AA1-EV01.** Mapa conceptual sobre: productos, servicios y portafolio.	• Determina atributos de productos y servicios según portafolio de venta. • Perfila cliente con base en segmentos y portafolio de venta.	Valoración del conocimiento. Lista de chequeo: **AA1-EV01.**

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.** Diseñar portafolio de ventas de acuerdo a segmentos, tipologías y perfiles de cliente.	**Evidencia de producto:** **AA1-EV02.** Portafolio de productos y servicios de punto de venta del sector.	• Determina atributos de productos y servicios según portafolio de venta. • Perfila cliente con base en segmentos y portafolio de venta.	Valoración del producto. Lista de chequeo: **AA1-EV02.**
No aplica.	No aplica.	**AA2.** Realizar informe del proceso de atención y comercialización de productos y servicios en punto de venta.	**Evidencia de conocimiento:** **AA2-EV01.** Cuestionario sobre: estrategias y técnicas en la venta.	• Atiende clientes de acuerdo con momento de verdad, estrategias y técnicas de comunicación. • Cierra venta con base en estrategias y técnicas.	Valoración del conocimiento. Cuestionario: **AA2-EV01**.
No aplica.	No aplica.	**AA2.** Realizar informe del proceso de atención y comercialización de productos y servicios en punto de venta.	**Evidencia de producto:** **AA2-EV02.** Informe de observación y mejora de la comercialización en un punto de venta.	• Atiende clientes de acuerdo con momento de verdad, estrategias y técnicas de comunicación. • Cierra venta con base en estrategias y técnicas.	Valoración del producto. Lista de chequeo: **AA2-EV02.**

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.	**AA3.** Realizar informe observación y análisis del proceso de postventa en un punto de venta.	**Evidencia de conocimiento: AA3-EV01.** Cuestionario sobre: fidelización, quejas, reclamos y sugerencias.	• Establece herramientas de fidelización de clientes con base en evaluación de la satisfacción. • Atiende quejas, reclamos o peticiones de acuerdo con lineamientos del proceso.	Valoración del conocimiento. Cuestionario: **AA3-EV01.**
No aplica.	No aplica.	**AA3.** Realizar informe observación y análisis del proceso de postventa en un punto de venta.	**Evidencia de producto: AA3-EV02.** Video sobre: informe de observación y mejora de la postventa en un punto de venta.	• Establece herramientas de fidelización de clientes con base en evaluación de la satisfacción. • Atiende quejas, reclamos o peticiones de acuerdo con lineamientos del proceso.	Valoración del producto. Lista de chequeo: **AA3-EV02.**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cliente: Persona o entidad que adquiere productos o servicios.

Comunicación: Proceso de transmitir información entre vendedor y cliente.

Encuesta: Herramienta para recolectar opiniones o niveles de satisfacción del cliente.

Estrategia: Plan organizado para lograr un objetivo comercial o de servicio.

Fases de venta: Etapas que componen el proceso comercial desde el contacto hasta el cierre.

Fidelización: Acciones para lograr que el cliente regrese y recomiende el servicio.

Herramienta: Recurso usado para facilitar procesos de venta, servicio o medición.

Momento de verdad: Punto clave de interacción entre cliente y empresa que define su experiencia.

Objetivo de venta: Meta que se busca alcanzar con las estrategias comerciales.

Perfil del cliente: Conjunto de características que definen al cliente ideal.

Petición: Solicitud realizada por un cliente para obtener algo específico.

Portafolio de ventas: Conjunto de productos o servicios que una empresa ofrece.

Problema del cliente: Inconveniente o necesidad no resuelta que requiere atención.

Proceso de venta: Secuencia organizada de acciones para cerrar una venta.

Producto: Bien tangible que se ofrece al consumidor.

Queja: Expresión de insatisfacción por parte del cliente.

Reclamo: Solicitud de corrección o compensación por parte del cliente.

Segmento de cliente: Grupo de consumidores con características o necesidades comunes.

Servicio: Actividad intangible ofrecida al cliente para satisfacer una necesidad.

Satisfacción del cliente: Nivel de agrado que tiene un cliente con lo recibido.

Técnica de venta: Método específico usado para convencer al cliente.

Tipología de cliente: Clasificación de clientes según su comportamiento o perfil.

Valor del cliente: Importancia del cliente según su aporte al negocio.

Venta: Acción de ofrecer y cerrar un trato comercial con un cliente.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Dirección de marketing* (16.ª ed.). Pearson Educación.

PMI - Project Management Institute. (2021). *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOK®)* (7.ª ed.). Project Management Institute.

Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. (s.f.). *Peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y denuncias – PQRS*. https://www.sena.edu.co/es-co/ciudadano/paginas/pqrs.aspx

Solé, C. (2017). *Merchandising: Cómo aumentar la rentabilidad en el punto de venta*. Profit Editorial.

Solomon, M. (2018). *Comportamiento del consumidor: Comprando, poseyendo y siendo*. Pearson Educación.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Mario Alfonso Morales Cabrera	Experto temático,	Regional Atlántico. Centro de Comercio y Servicios.	Mayo de 2025
Autor	Jair Enrique Coll Gallardo	Evaluador instruccional.	Regional Atlántico. Centro de Comercio y Servicios.	Junio de 2025.

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio