Informe de ejecución

FASE lll Consolidadación Empresarial y Posicionamiento Competitivo

TEMA: PREPARACIÓN DE VENTAS B2C

11 de Junio 2026

Ejes temáticos desarrollados

1.Introducción al modelo B2C

Comprensióndelmodelodenegocioorientado al consumidor final y su importancia dentro del sector moda.

2. Perfil del cliente

Identificación de características, necesidades, hábitos de compra y comportamiento del consumidor.

3. Propuesta de valor para el consumidor

Construcción de mensajes comerciales enfocados en beneficios y soluciones para el cliente.

4. Experiencia de compra

Importancia de generar experiencias positivas antes, durante y después de la venta.

5. Técnicas de venta consultiva

Herramientas para comprender las necesidades del cliente y ofrecer soluciones adecuadas.

6. Manejo de objeciones

Estrategias para responder inquietudes, dudas y barreras durante el proceso comercial.

7. Cierre de ventas

Técnicas para facilitar la toma de decisión y aumentar las conversiones.

Resultados

• Comprensión de los fundamentos del modelo B2C.

• Mayor conocimiento sobre el comportamiento del consumidor.

• Fortalecimiento de habilidades de comunicación y ventas.

• Mejor capacidad para identificar necesidades del cliente.

• Desarrollo de estrategias de experiencia de compra.

• Incremento de la confianza en procesos de venta directa.

• Comprensión de técnicas de cierre comercial.

• Reconocimiento de la importancia de la fidelización.

• Mayor orientación al cliente dentro de los procesos comerciales.

• Fortalecimiento de capacidades para aumentar ventas y recompra.

Plan de acción

Se espera que los participantes implementen estrategias comerciales centradas en el cliente, mejoren la experiencia de compra y desarrollen procesos de seguimiento que permitan incrementar las ventas, fortalecer la relación con sus consumidores y aumentar la fidelización de clientes.

Desarrollo de la sesión

Actividad inicial

Se realizó una reflexión sobre las experiencias de venta de los participantes, identificando fortalezas, dificultades y oportunidades de mejora en la relación con sus clientes.

Marco conceptual

Se abordaron conceptos relacionados con ventas B2C, comportamiento del consumidor, experiencia de compra y fidelización.

Estrategias comerciales

Se analizaron herramientas para fortalecer la comunicación, identificar necesidades y mejorar los procesos de atención al cliente.

Experiencia del consumidor
Sedesarrollaronejerciciosprácticos orientados a mejorar la percepción de valor y satisfacción del cliente.

Actividad final
Losparticipantes realizaron simulaciones de venta aplicando técnicas de atención, argumentación comercial y cierre de ventas.

Diagnóstico por fases

Fase 1: Reconocimiento
• Dificultades para identificar necesidades del cliente.
• Procesos de venta enfocados únicamente en el producto.

Fase 2: Apropiación conceptual
• Comprensión de la importancia del cliente dentro del proceso comercial.
• Reconocimiento de la experiencia de compra como factor diferenciador.

Fase 3: Aplicación
• Desarrollo de estrategias de atención y venta.
• Aplicación de herramientas de comunicación comercial.

Fase 4: Evaluación
• Reflexión sobre los procesos actuales de venta.
• Identificación de oportunidades para fortalecer la relación con los clientes.

Principales debilidades detectadas

• Escaso conocimiento del perfil del cliente.
• Falta de estrategias de fidelización.
• Limitado seguimiento posterior a la venta.
• Dificultades en el manejo de objeciones.
• Procesos comerciales poco estructurados.

Oportunidades de mejora

- Fortalecer la experiencia de compra.
- Mejorar habilidades de comunicación comercial.
- Implementar estrategias de fidelización.
- Desarrollar procesos de seguimiento y recompra.
- Optimizar técnicas de cierre de ventas.

Recomendaciones

- Conocer profundamente al cliente objetivo.
- Escuchar activamente las necesidades del consumidor.
- Implementar procesos de atención personalizados.
- Generar experiencias memorables de compra.
- Mantener contacto permanente con clientes actuales.
- Medir indicadores de satisfacción y recompra.

Examen final por módulo

Descripción
Los participantes desarrollarán una simulación de venta donde deberán identificar necesidades, presentar beneficios, responder objeciones y realizar el cierre comercial.

Instrucciones para los participantes
1.Identificar el perfil del cliente.
2.Presentar la propuesta de valor.
3.Aplicar técnicas de venta consultiva.
4.Manejar objeciones.
5.Realizar el cierre comercial.

Criterios de evaluación

- Comunicación efectiva.
- Identificación de necesidades.
- Argumentación comercial.
- Manejo de objeciones.
- Técnicas de cierre.
- Orientación al cliente.

Conclusión

La capacitación permitió fortalecer las capacidades comerciales de los participantes, brindándoles herramientas para comprender mejor a sus clientes y desarrollar estrategias de venta más efectivas. Los emprendimientos reconocieron la importancia de construir relaciones de valor con el consumidor, generar experiencias positivas de compra y aplicar técnicas que contribuyan al crecimiento sostenible de sus negocios a través del modelo B2C.

Registro fotográfico





Registro Asistencia

uts

F - EX - 09

EXTENSIÓN

REGISTRO ASISTENCIA ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN

PÁGINA : 1 DE: 1

VERSIÓN: 7.0

Diplomado		Curso		Taller		Seminario	X	Práctica social		Otro		¿Cuál?	
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	Creatividad e innovación aplicada al sistema moda			LUGAR DE LA ACTIVIDAD	Auditorio Científica UTS.			FECHA	17/06/2026	HORA	8:00 am	12:00 m.	
DOCENTE EXTENSIONISTA				PROGRAMA ACADÉMICO									

TIPO DE VINCULACIÓN: MARCA CON UNA X AL CUAL PERTENECE ESTUDIANTE (ES) GRADUADO (GDO) ADMON(ADMINISTRATIVO) DOCENTE (DOC) EXTERNO (EX)

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA	CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO	PROGRAMA ACADÉMICO	FIRMA	TIPO DE VINCULACIÓN				
							ES	GDO	ADMON	DOC	EX
1	Alejandra Vergara	1005369149	3163685765	alejandravr1919@gmail.com							X
2	Claudia Díaz Arias	63532519	3017486289	beklosforeca@gmail.com		Claudia Díaz					X
3	Sharay Cortázar	53526139	3177750967	SharayconFamo@gmail.com							X
4	Karen Juliet Amaya Peñaranda	1098792713	3044208895	karenjulietamaya@gmail.com		Karen Juliet A					X
5	Juan Santander	1098375304	3222268151	[illegible]		Juan S.					X
6	Daniela OJORIO	1098695304	3156932041	jellyshoesrod@gmail.com		Daniela Ojorio					X
7	Ronda Calderón	1098072170	3173062278	[illegible]							X
8	Jaime Javier	1098586328	325-885-6972	[illegible]							X
9	Nathalia Duarte	1095802425	3023775706	nathalia.duarte@gmail		Nathalia D					X
10	Mary Lorena Espinel	1097270807	3228081112	lorenaafricano.espinel@gmail.com		Lorena Espinel					X
11	Shalom Sánchez	1096514122	3159278289	daianshalom6@[illegible]							X
12	Andres Malagon	1026094450	3154594254	andres.malagon22@gmail.com							
13	Juliana Tibaco	1005186978	3155466529	Jturisco@gmail.com							X
14	Jessica Villamizar	1004035197	3043879128	yesik1124@gmail.com							X
15	Brayhan Arévalo	1098725095	3175055192	arevalobrayhan@gmail.com		Brayhan					X
16	Valentina Hernandez	1098791786	3165538793	valen.fachin[illegible]@gmail.com		Valentina					X
17	Steven Rodriguez	1005280203	3156329053	StevenRodriguez@mail.co		Steven R.					X
18	Luis Enrique Perez R.	1098733932	3108649654	Contactologroma@gmail.com							
19											
20											
21											

Al diligenciar este documento, autorizo de manera previa, expresa e inequívoca a UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER a dar tratamiento de mis datos personales aquí consignados, incluyendo el consentimiento explícito para tratar datos sensibles, aun conociendo la posibilidad de oponerme a ello, conforme a las finalidades incorporadas en la Política de Tratamiento de Información publicada en www.uts.edu.co y/o en Calle de los estudiantes 9-82 Ciudadela Real de Minas, que declaro conocer y estar informado que en ella se presentan los derechos que me asisten como titular y los canales de atención donde ejercerlos.

ELABORADO POR: Extensión	REVISADO POR: Sistema Integrado de Gestión	APROBADO POR: Líder del sistema integrado de gestión FECHA APROBACIÓN: Septiembre de 2024