PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

GUÍA DE APRENDIZAJE 2: CIUDADANÍA LABORAL

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Técnico en Operaciones en Logística Comercial en Grandes Superficies.
- **Código del Programa de Formación:** 632101 V1
  Nombre del Proyecto Formativo: Implementación de procedimientos logísticos estandarizados en comercios del norte del valle, adaptados a la capacidad real del equipo operativo.
- **Fase del Proyecto:** Análisis
- **Actividad de Proyecto Formativo**: Identificar los factores y condiciones iniciales de las operaciones logísticas en su proceso de comercialización en grandes superficies de la organización de acuerdo con la normatividad vigente y políticas de servicio.
- **Producto a entregar** : -Informe de diagnóstico de los procedimientos y prácticas logísticas de la organización

- Competencia: Manejo de mercancías para comercialización en grandes superficies.
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1. registrar el ingreso de mercancías al almacén de acuerdo con procedimientos técnicos y documentos de soporte.

- Competencia: Surtido de mercancías para comercialización en grandes superficies.
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1. preparar la mercancía teniendo en cuenta categoría del producto y procedimiento técnico de la organización.

- Competencia: Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1. Seleccionar herramientas de tecnologías de la información y la comunicación (tic), de acuerdo con las necesidades identificadas.

- Competencia: Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
- Resultados de Aprendizaje: Rap1- Identificar situaciones problemáticas asociadas a sus necesidades de contexto aplicando procedimientos matemáticos.

- Competencia: Fomento de la cultura emprendedora.
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1. Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno.

- Competencia: Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1_ Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de sí mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida.

- Competencia: Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente.
- Resultados de Aprendizaje: Rap1. Interpretar los problemas ambientales y de seguridad y salud en el trabajo teniendo en cuenta los planes y programas establecidos por la organización y el entorno social.

- Competencia: Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales.
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1- Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social

- Competencia: tica para la construcción de una cultura de paz.
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1. Promover mi dignidad y la del otro a partir de los principios y valores éticos como aporte en la instauración de una cultura de paz.

- Competencia: Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1. Interpretar el sentido de la comunicación como medio de expresión social, cultural, laboral y artística.

- Competencia: Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- Resultados de Aprendizaje: Rap 1. Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos fundamentales en el trabajo.

- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): **160**
-

2. PRESENTACIÓNE

Querid@ Aprendiz,

“La logística se enfoca en administrar estratégicamente la adquisición, la adecuada manipulación, el almacenamiento y el control de inventarios de insumos y productos, así como todo el flujo de información asociado al proceso, a través de los cuales hay una alineación entre la generación de valor en el canal de distribución y la búsqueda de rentabilidad en los procesos, de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de eficiencia de los recursos y efectividad de los costos asociados a productos, servicios y flujo de información”(Centro regional de apoyo para América Latina y el Caribe. Pag-18)

“La cadena de abastecimiento se puede definir como el proceso en el cual se integran todos los actores, los proveedores, el fabricante, el distribuidor y los clientes, para llevar a cabo un proceso productivo. Cabe destacar, que el concepto de cadena de abastecimiento surge de las necesidades que ocurren durante la gestión de todas las actividades logísticas dentro del proceso de una organización.”(SENA)

Damos inicio a la segunda guía de aprendizaje del programa técnico en operaciones logísticas comerciales en grandes superficies, la cual tiene como actividad principal “Identificar los factores y condiciones iniciales de las operaciones logísticas en su proceso de comercialización en grandes superficies de la organización de acuerdo con la normatividad vigente y políticas de servicio”. Con el fin de ampliar más los conocimientos en especial para la ejecución de la formación de manera simulada para la unidad económica de Jeronimo Martins “Tiendas ARA”, lo cual abordaremos temas como: Procesos de almacenamiento, cadena de frio, procesos de transporte, inventario e identificación de productos, servicio al cliente, atención en venta y caja, manejo de las TIC, Comunicación asertiva, la ética, los derechos fundamentales, la gestión ambiental y SST, la cultura emprendedora, entre otro tema que nos permitirán apropiarnos de nuestro proceso formativo.

Se recomienda que su participación en el desarrollo de la presente guía se realice de manera responsable y comprometida.

Tenga en cuenta que las principales fuentes de la información del SENA son:

- **El Instructor**: Guía y facilitador del aprendizaje.
- **La Experiencia y su entorno**: Aprendizaje a través de la práctica.
- **Los Documentos**: Base del conocimiento formal.

3. **Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC):** Acceso al conocimiento global.

3.1. Actividades de reflexión inicial: -Registrar ingreso de mercancía al almacén.


Fuente: https://www.maersk.com/es-mx/supply-chain-logistics

CONTEXTO

El recibo de mercancías constituye una operación fundamental para garantizar que los productos ingresen al almacén en las condiciones, cantidades y especificaciones establecidas. En este proceso se requiere verificar documentos, transporte, sellos de seguridad, características de la mercancía, equipos y condiciones de calidad y seguridad. El aprendiz desarrollará capacidades para registrar correctamente el ingreso de mercancías, aplicando procedimientos técnicos, protocolos y documentos de soporte. De esta manera, contribuirá a la trazabilidad, confiabilidad y eficiencia de las operaciones logísticas del almacén.

3.1.1. Descripción de la actividad:

Actividades de Reflexión Inicial Estimado aprendiz lo invito a que piense si: ¿Alguna vez en su vida, usted o alguien cercano que usted conozca recibió un producto cómo un mueble, un electrodoméstico o material de construcción entregado a domicilio? Vuelva a ese momento y reconstruya la escena con apoyo de las siguientes preguntas: • ¿Yo sabía con antelación que el producto iba llegar ese día y en esa hora? • ¿Recibí dentro del tiempo señalado por

la transportadora? • Si fue un objeto de gran tamaño, ¿Yo le tenía preparado el espacio para acomodarlo? • ¿Me entregaron documentos como facturas u otros? • ¿Verifiqué que los datos correspondieran al producto que se me entregaron? • ¿Me tocó firmar algún tipo de documento como una guía de transporte? • ¿Hice una verificación minuciosa del estado del embalaje? ¿Y de las cantidades recibidas? • Si fue un Objeto de gran tamaño ¿Lo descargue o me ayudaron a descargarlo?

3.1.2 Nombre: *¿Qué puede suceder si una mercancía se recibe incorrectamente?*

Descripción:

El instructor presenta a los aprendices un caso hipotético: un almacén recibe una mercancía sin verificar los documentos de soporte, el estado del embalaje, los sellos de seguridad, la cantidad y las condiciones del producto. Posteriormente se identifican faltantes, productos averiados y diferencias entre lo solicitado y lo recibido.

Desarrollo:

- Cada aprendiz analiza individualmente el caso planteado, para lo cual debe: .
- Identificar los posibles errores cometidos durante el recibo.
- Reflexionar sobre las consecuencias que estos errores pueden generar para el almacén, el cliente y la empresa.
- Socializar las respuestas ante sus demás compañeros aprendices y construir colectivamente las condiciones que debe cumplir un adecuado proceso de recibo.
- Elaborar una lista de mínimo cinco aspectos que el aprendiz considera indispensables antes de registrar el ingreso de una mercancía.

Producto: Lista de aspectos críticos para un adecuado recibo de mercancías.

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

3.2.1. Descripción de la actividad: *Reconociendo el proceso de recibo de mercancías.*

Respetados aprendices, visite un almacén de grandes superficies y realice un recorrido o revisión de un área de recibo y despacho, real o simulada, para reconocer los espacios, equipos, herramientas, documentos, elementos de protección personal y condiciones necesarias para efectuar correctamente la recepción de mercancías.

Para desarrollar esta actividad el aprendiz de manera individual debe:

- Identificar las zonas del área de recibo y su función.
- Reconocer equipos como básculas, lectores ópticos y demás elementos utilizados en la operación.
- Identificar herramientas de recibo y despacho y establecer su utilidad.
- Reconocer los elementos de protección personal y los principales riesgos profesionales.
- Identificar los diferentes tipos de transporte, embalajes, unidades logísticas, códigos de barras y símbolos de manejo de carga.
- Revisar ejemplos de órdenes de compra, facturas, remisiones, solicitudes de mercancías, fichas técnicas y formatos de recibo.
- Elaborar un diagrama que represente la secuencia básica desde la llegada del vehículo hasta el registro de ingreso de la mercancía.
- Posterior mente el instructor de manera aleatoria elige 5 aprendices que socialicen ante sus demás compañeros de formación.

Evidencia a entregar – producto: Diagrama del proceso de recibo y matriz de identificación de equipos, herramientas, documentos y elementos de seguridad. Y posteriormente subir al Drive de su fase de Análisis “Instructor Técnico especialista”

3.3.1- Actividades de apropiación.



Nombre: *Aplicando el procedimiento técnico de recepción*

Los aprendices, organizados en equipos de trabajo en los grupos de acuerdo a su unidad productiva seleccionada, desarrollan un ejercicio práctico de recepción de diferentes tipos de mercancías, aplicando protocolos técnicos, criterios de calidad, seguridad y procedimientos documentales.

Desarrollo:

1. Disponer y organizar el sitio de trabajo de acuerdo con las condiciones de seguridad y operación.
2. Preparar y comprobar el funcionamiento de equipos y herramientas.
3. Verificar el medio de transporte, condiciones externas, sellos y precintos de seguridad.
4. Comparar la mercancía recibida con los documentos de soporte y la solicitud de mercancías.
5. Clasificar la mercancía de acuerdo con su naturaleza, características, embalaje y condiciones de manejo.
6. Comprobar cantidades mediante conteo, pesaje y, cuando corresponda, cálculo de peso, volumen, masa y densidad.
7. Revisar códigos de barras, unidad logística, referencias, lotes, fechas y demás especificaciones.
8. Verificar las condiciones físicas y de calidad de la mercancía, identificando averías, diferencias o incumplimientos.
9. Registrar los resultados del recibo en los formatos establecidos.
10. Reportar las novedades encontradas y notificar el recibo de la mercancía.

Evidencia de producto: : Formato diligenciado de recibo de mercancías, lista de chequeo y reporte de novedades con base en un video donde evidencie cada uno de los puntos anteriores y participen todos los integrantes del grupo de su unidad productiva, el video debe de ser no menor a 6” minutos ni mayor a 8” minutos en una alta definición en cualquier tipo de presentación y excelente sonido. esta actividad debe ser socializada a su instructor y demás compañeros de formación, posteriormente y después de la retroalimentación debe subir: Formato diligenciado de recibo de mercancías, lista de chequeo y reporte de novedades y el link del del video.

3.3.4- Actividad de Transferencia de Conocimiento.

Nombre: Simulación integral del ingreso de mercancías al almacén.



Fuente: https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid

Cada uno de los grupos en su unidad económica que han elegido para desarrollar su proyecto formativo, los aprendices realizaran una simulación de una operación real de recibo de mercancías. Cada equipo asumirá roles de transportador, auxiliar de recibo, responsable de almacén y encargado de control documental y calidad.

Desarrollo:

- Recibir el vehículo y comprobar sus condiciones.
- Verificar los precintos y sellos de seguridad.
- Revisar los documentos de soporte y confrontarlos con la mercancía solicitada.
- Aplicar los protocolos según la naturaleza de los productos.

- Inspeccionar embalajes, cantidades, referencias, códigos, peso y condiciones de calidad.
- Utilizar correctamente los equipos y herramientas disponibles.
- Aplicar las normas de seguridad y salud en el trabajo y los principios básicos de protección ambiental.
- Identificar y registrar inconsistencias, faltantes, sobrantes, averías o incumplimientos.
- Realizar las operaciones matemáticas necesarias para validar cantidades, pesos, volúmenes y diferencias.
- Diligenciar los registros de recibo y salida correspondientes.
- Elaborar el reporte de novedades y notificar formalmente el ingreso de la mercancía.
- Presentar ante el grupo las decisiones tomadas y justificar el procedimiento aplicado.

Producto final: Registro completo del ingreso de mercancías, documentos de soporte verificados, reporte de novedades y sustentación del procedimiento aplicado.

==========

Ambiente requerido: ambiente convencional: mesas, sillas, equipos de cómputo, tv o video proyector. Estrategias o técnicas didácticas activas: cartel informativo.
Materiales de formación: papel, marcadores, colores,
cinta pegante. Material de apoyo: video y documento.
Evidencias de aprendizaje: cartel informativo derecho a la huelga.
Instrumentos de evaluación: lista de chequeo
producto. Duración de la actividad: 2 horas.

RAP: Rap 1. registrar el ingreso de mercancías al almacén de acuerdo con procedimientos técnicos y documentos de soporte.

3.3.2-3. ACTIVIDAD DE APROPIACIÓN-PREPARANDO LA MERCANCÍA PARA EL PUNTO DE VENTA

3.3.2.1. CONTEXTO


https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=BdAHGJXg&i

En las grandes superficies, la adecuada preparación y presentación de la mercancía es fundamental para garantizar su disponibilidad, conservación y comercialización. El aprendiz debe reconocer las características, categorías y naturaleza de los productos, verificar inventarios y aplicar técnicas de manipulación, rotulación, almacenamiento y merchandising. Estas actividades permiten identificar las condiciones iniciales de las operaciones logísticas y contribuir al cumplimiento de las políticas de servicio, promoción y comercialización de la organización.

Competencia: Surtir productos según plan y técnicas de merchandising.

Resultado de Aprendizaje: Preparar la mercancía teniendo en cuenta categoría del producto y procedimiento técnico de la organización.

Actividad de proyecto – Fase de Análisis: Identificar los factores y condiciones iniciales de las operaciones logísticas en su proceso de comercialización en grandes superficies de la organización, de acuerdo con la normatividad vigente y políticas de servicio.

---

1. ACTIVIDAD DE REFLEXIÓN INICIAL

¿Qué hace que un producto sea atractivo y esté disponible para el cliente?

Descripción:

El instructor presenta imágenes o videos de diferentes secciones de una gran superficie donde se evidencien productos correctamente surtidos, rotulados, organizados y promocionados, así como situaciones con productos agotados, mal ubicados, deteriorados o con información incorrecta.

Desarrollo:

- Observar y analizar las situaciones presentadas.
- Identificar las diferencias entre una adecuada y una inadecuada preparación de mercancías.

- Reflexionar sobre la importancia de mantener los productos disponibles, organizados y en condiciones apropiadas.
- Identificar posibles consecuencias de errores en inventarios, rotulación, manipulación o presentación de productos.
- Socializar las conclusiones y relacionarlas con la experiencia cotidiana como consumidor.

Producto:

Mapa de ideas sobre los factores que influyen en la adecuada preparación y presentación de la mercancía.

---

2. ACTIVIDAD DE CONTEXTUALIZACIÓN

Reconociendo la mercancía y su entorno comercial

Descripción:

Los aprendices realizan un recorrido por una gran superficie, punto de venta real o escenario simulado para identificar las características de los productos, formatos comerciales, sistemas de almacenamiento, métodos de inventario y elementos utilizados para su presentación y comercialización.

Desarrollo:

- Identificar diferentes formatos comerciales y sus características.
- Reconocer categorías, tipos, clases, naturaleza, beneficios y atributos de los productos.
- Identificar zonas y técnicas de almacenamiento utilizadas en el establecimiento.
- Reconocer procedimientos de picking y packing.
- Identificar métodos y sistemas de control de inventarios.
- Analizar los rótulos y etiquetas presentes en los productos.
- Identificar material promocional, ofertas y elementos de comunicación utilizados en el punto de venta.
- Reconocer factores de riesgo asociados con la manipulación y conservación de mercancías.
- Registrar la información mediante una ficha de observación.

Producto:

Ficha de caracterización de mercancías y matriz de observación de las condiciones logísticas

y comerciales encontradas.

---

3. ACTIVIDAD DE APROPIACIÓN

Preparando la mercancía para el punto de venta

Descripción:



Fuente:https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=9ENr%2Bs%2Bc&id

Los aprendices desarrollan un ejercicio práctico en el que deben alistar mercancías de diferentes categorías, verificando inventarios y condiciones físicas, aplicando técnicas de manipulación y conservación, rotulando productos y preparando ofertas de acuerdo con un plan promocional.

Desarrollo:

1. Identificar las características, naturaleza y categoría de los productos.
2. Consultar las existencias mediante formatos o sistemas de información de inventarios.
3. Verificar las cantidades requeridas para el surtido.
4. Seleccionar y alistar la mercancía aplicando técnicas de picking.
5. Comprobar el estado físico, fechas, empaques, embalajes y condiciones de conservación.
6. Aplicar técnicas de manipulación y almacenamiento según la naturaleza del producto.
7. Rotular y etiquetar la mercancía de acuerdo con los procedimientos establecidos.
8. Identificar los productos que deben participar en una oferta o promoción.
9. Preparar una ficha promocional y seleccionar el material de comunicación correspondiente.
10. Organizar los productos aplicando principios básicos de merchandising, presentación y disponibilidad.

Producto:

Mercancía correctamente alistada, verificada, rotulada y organizada, acompañada de la ficha

de inventario y propuesta promocional.

3.3.3 Actividad - Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida en términos de desarrollo humano y económico.



El inicio de la vida emprendedora se da por medio del autoconocimiento, por muchos años el emprendimiento se ha preguntado si el emprendedor nace o se hace, y según Aulet (2017) los emprendedores se pueden formar, así que **no es obligatorio que todos los emprendedores sean hijos de otros emprendedores o empresarios** y esa buena noticia inicia con las actividades de conocimiento inicial, bienvenidos.

3.3.3.1 Actividad de DOFA Personal.

Para el desarrollo de esta evidencia usted debe realizar el análisis de su DOFA personal, la matriz le permitirá identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual se requiere, un autoanálisis mediante los siguientes pasos:



1. Definir claramente sus condiciones internas como emprendedor.

D – Debilidades. Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor.
F – Fortalezas. Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor.
Para este análisis cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el

emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.

1. Definir claramente sus condiciones externas como emprendedor.

A – Amenazas. Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno pueden afectar su emprendimiento.

O – Oportunidades. Reconozca las ventajas que su emprendimiento tiene frente a sus competidores y ante el entorno.

Para ello puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

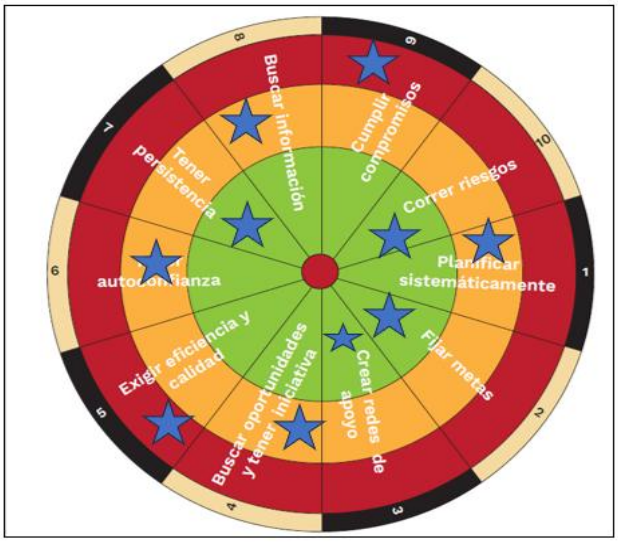
1. Una vez haya identificado los aspectos mencionados anteriormente, diligencie la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario, luego analice y describa cómo los aspectos identificados le ayudarán a impulsar su emprendimiento y qué estrategia le ayudaría a minimizar las amenazas del entorno.
2. Para el desarrollo de la actividad tenga en cuenta el componente formativo “Ser emprendedor” y recuerde hacer un adecuado uso de las normas de redacción y ortografía para la presentación de la evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** matriz DOFA.
- **Extensión:** 2 páginas máximo (matriz y análisis).
- **Formato:** PDF.

- Para hacer la entrega de la evidencia, el Instructor de manera aleatoria elige 5 aprendices que socialicen la actividad y posteriormente se hace el respectivo cierre y se sube al Drive de su fase de Análisis.

3.3.3.2- Actividad de diana de valoración.



a) **Realice un ejercicio de autoevaluación de sus características emprendedoras personales de acuerdo con sus experiencias de vida.** Para ello, usará la diana de valoración, una herramienta que le permitirá identificar cuáles elementos de su personalidad necesita mejorar y cuáles tiene como fortalezas, ayudándole así al logro de sus objetivos.

Instrucciones de uso

¿Alguna vez ha jugado a los dardos o tiro al blanco?, la diana de valoración opera del mismo modo: entre más cerca del centro se encuentre, mayor "puntaje" va a obtener.

¿Cómo diligenciar la diana de valoración?

Verde: ubique una equis (X) en esta zona si considera que la característica emprendedora personal es un aspecto que es muy fuerte en su personalidad.

Amarillo: ubique una equis (X) en esta zona si considera que la característica emprendedora personal es un aspecto que aplica con una frecuencia intermedia en su comportamiento diario.

Rojo: ubique una equis (X) en esta zona si considera que la característica emprendedora personal es un aspecto que aplica con poca frecuencia o nula en su diario vivir (ubique el punto lo más alejado del centro de la diana de valoración; representa la(s) característica(s) que requiere(n) un mayor grado de esfuerzo, para ser convertidas en fortalezas).

b) **Explique a continuación, las razones que motivaron su valoración** (verde, amarillo o rojo) de cada una de las características emprendedoras personales en la diana (3 a 5 renglones). Utilice ejemplos que le ayuden en su exposición.

c) El emprendedor es una **persona** que se compromete con el desarrollo de un **proyecto**, que no es más que una idea que genera valor para un individuo o una comunidad, en un determinado contexto (o situación). Con eso en mente, responda las siguientes preguntas. Justifique sus respuestas:

Para resolver cada una de las instrucciones arriba detalladas, el instructor les enviara el documento guía para dicha actividad, la cual se entregará al final de la formación y de manera aleatoria el instructor escoge 5 aprendices que socialice y posteriormente se sube al Drive de su fase de análisis en carpeta de Instructor Técnico – Especialista subcarpeta- Fomentar cultura emprendedora.

3.3.4- CASOS PRÁCTICOS DE LOGÍSTICA COMERCIAL EN GRANDES SUPERFICIES



https://www.hardis-supplychain.com/es/sectores/programa-de-gestion-de-almacenes-para-los-productos-de-gran-consumo/

En una gran superficie comercial, la satisfacción del cliente depende no solo de la atención recibida, sino también de la eficiencia de los procesos logísticos que garantizan la disponibilidad de los productos, una correcta exhibición, la adecuada rotación del inventario y la solución oportuna de las novedades que se presentan durante la operación.

Los colaboradores del área de logística comercial enfrentan diariamente situaciones que requieren análisis, toma de decisiones, trabajo en equipo y orientación al cliente, contribuyendo al cumplimiento de los estándares de calidad y al buen funcionamiento del establecimiento.

A continuación, se presentan 12 situaciones problemáticas en las que usted deberá analizar, clasificar y proponer la mejor forma de atención, aplicando criterios de calidad en el servicio y buenas prácticas empresariales teniendo en cuenta los conocimientos adquiridos en el programa de formación

PARTE 1: CONSULTA Y APROPIACIÓN DE CONCEPTOS (TRABAJO INDIVIDUAL) Realice la lectura comprensiva de las páginas 3 a la 11 del documento suministrado por el instructor y responda las siguientes consultas en su cuaderno o en un documento digital.

1. ¿Quién es el cliente?
2. Construya un cuadro comparativo donde describa los tipos de clientes, características y trato para cada uno. Esta Clasificación la realizará teniendo en cuenta la participación en la cadena comercial: mayoristas, minoristas e institucionales y también teniendo en cuenta los clientes según su comportamiento.
3. Explique a través de ejemplos 4 tipos de clientes que existen en el entorno empresarial
4. ¿Por qué el cliente es el eje central de la empresa?
5. Diferencia entre cliente y consumidor desde la logística.
6. ¿Qué es la relación cliente–proveedor?
7. ¿Qué es proveedor de bienes?
8. ¿Qué es proveedor de servicios?
9. ¿Por qué no es recomendable depender de un solo proveedor?
10. ¿Cómo influye la selección de proveedores en la satisfacción del cliente final?

PARTE 1: Complete la tabla identificando:

- ✓ El tipo de cliente (nuevo, frecuente, ocasional, adulto mayor, cliente exigente, cliente indeciso, cliente molesto, cliente digital, cliente con discapacidad, cliente corporativo, entre otros).
- ✓ La forma adecuada de atenderlo, aplicando protocolos de servicio al cliente, comunicación asertiva, empatía, solución del problema y procedimientos propios de una gran superficie.

Situación problemática	Tipo de cliente	Forma correcta de atenderlo
1. Un cliente llega al supermercado porque vio una promoción en redes sociales, pero al llegar encuentra la góndola vacía y manifiesta su inconformidad.		
2. Un adulto mayor no logra encontrar un producto básico porque fue cambiado de ubicación durante una reorganización de la exhibición.		
3. Un cliente frecuente reclama porque el precio registrado en caja es mayor al exhibido en la góndola y solicita una explicación inmediata.		
4. Una madre con niños pequeños necesita rápidamente un producto para bebé, pero el estante está desabastecido.		
5.Un cliente compra un alimento refrigerado y observa que el empaque está averiado, exigiendo el cambio inmediato del producto.		
6. Un cliente solicita ayuda porque necesita una gran cantidad de un producto para un evento familiar, pero en la góndola solo encuentra pocas unidades.		
7. Durante un fin de semana se agota el inventario de bebidas y varios clientes manifiestan su molestia por no encontrar el producto anunciado en promoción.		
8. Un cliente pregunta por un producto específico y el colaborador desconoce su ubicación dentro del supermercado.		
9. Un cliente encuentra productos vencidos mezclados con mercancía vigente en la góndola y solicita hablar con un responsable.		
10. Una persona con discapacidad solicita apoyo para realizar sus compras porque algunos productos se encuentran en estantes de difícil acceso.		
11. Un cliente expresa su molestia debido a las largas filas en las cajas y considera abandonar la compra.		
12. Un cliente publica en redes sociales fotografías de una góndola desordenada y parcialmente vacía, cuestionando la organización del supermercado.		

PARTE 2: SIMULACIÓN



Los aprendices trabajarán en parejas. Uno asumirá el rol de:

- Cliente.
- Auxiliar de logística comercial o colaborador de la gran superficie, quien atenderá el caso.

Desarrollo de la Actividad

- ✓ Cada grupo recibe una situación problemática
- ✓ Amplían el contexto agregando datos reales de la empresa y situación presentada
- ✓ Preparan la forma correcta de atención
- ✓ Representan la escena (máx. 5 minutos)

Elementos que deben incluir en la representación

- ✓ Saludo y actitud profesional
- ✓ Identificación del tipo de cliente
- ✓ Manejo adecuado de la comunicación
- ✓ Solución del problema

La actividad tendrá un premio para el “Mejor Auxiliar de logística comercial”

PARTE 3: REFLEXIÓN



De manera individual responda:

¿Por qué es importante que el personal de logística comercial actúe oportunamente frente a los problemas que se presentan en una gran superficie y cómo influye esto en la satisfacción del cliente y en los resultados del supermercado?

Su respuesta debe incluir:

- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Organización.
- Toma de decisiones.
- Servicio al cliente.
- Responsabilidad.
- Compromiso con la calidad.

*"En una gran superficie, una buena logística garantiza que el cliente encuentre el producto correcto, en el lugar indicado, en el momento oportuno y en las mejores condiciones***."**


SENA

Instrumentos de evaluación: lista de chequeo producto.
Duración de la actividad: 2 horas.

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	Identificar los factores y condiciones iniciales de las operaciones logísticas en su proceso de comercialización en grandes superficies de la organización de acuerdo con la normatividad vigente y políticas de servicio.	Identificar y registrar el ingreso de mercancías, preparando y surtiendo los productos según su categoría, procedimientos técnicos, documentación de soporte, normatividad vigente y políticas de servicio de la organización.	**Evidencias de Conocimiento:** Prueba de conocimientos sobre trabajo decente, ciudadanía laboral, derechos individuales y colectivos en el trabajo **Evidencias de desempeño:** Prueba actitudinal trabajo decente en el marco de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo. **Evidencias de Producto:** Gráfico Negociación Colectiva	Selecciona los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral aplicando la normativa. (2)	**Técnica**: respuestas a preguntas. **Instrumento:** Cuestionario **Técnica:** respuestas a preguntas **Instrumento**: Lista de chequeo desempeño. **Técnica:** Valoración de producto **Instrumento:** Lista de chequeo producto.

			Cartelera derecho a la huelga.		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS.

- **Ciudadanía Laboral:**

  Actividades deportivas: Se entiende por actividad física, según la OMS, cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija más gasto de energía que estar en reposo, actividad que se considera una herramienta para mantener la salud y para prevenir diferentes enfermedades. Entre estas actividades está, por ejemplo, caminar hasta el sitio de trabajo, utilización de escaleras en vez de ascensores, determinadas rutinas en el trabajo y actividades recreativas.

  Ambiente de aprendizaje: Espacio en el que converge el conjunto articulado de fuentes de conocimiento para desarrollar en el aprendiz competencias en el ámbito de la conciencia y la capacidad tecnológica, la capacidad de abstracción y la habilidad de adaptación a los cambios

de las estructuras productivas. Se distinguen los siguientes tipos de ambientes: el ambiente polivalente, el ambiente pluritecnológico, la unidad productiva agropecuaria, el aula abierta de informática, el aula convencional, el aula móvil, el laboratorio, el auditorio, la biblioteca, el campo deportivo, el ambiente virtual y los ambientes fuera de Centro.

Ambiente de Trabajo: Es el conjunto de condiciones que rodean a la persona y que directa o indirectamente influyen en su estado de salud y en su vida laboral.

Canal de distribución: 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.

Capital intelectual: Posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas, que dan a las empresas una ventaja competitiva en los mercados. Compuesto por todos aquellos activos intangibles que generan valor de futuro para las compañías.

Capital semilla: Fondos para apoyar el arranque inicial de una empresa (fase inicial, o de “semilla”).

Capital social: Recursos económicos aportados por los socios de la empresa.

Coworking: Es un espacio que permite a la comunidad emprendedora, la interacción y el trabajo compartido de forma flexible y dinámica con personas del mundo empresarial, favoreciendo mucho el networking, por medio del aprovechamiento de las sinergias que ello conlleva, y enriquecerse de las relaciones con líderes, redes sociales, empresariales y profesionales de diversos ámbitos.

Cliente externo: Persona que compra productos o servicios para su actividad o proceso productivo de forma habitual.

Cliente interno: Personas dentro de nuestra organización cuyas acciones influyen en la calidad del servicio prestado a los clientes externos. En una relación cliente-proveedor dentro de la misma organización, es aquella persona que espera que le presten un servicio.

Cliente: Cualquier persona que tenga algo que ver con el éxito en las ventas.

Comercio al detalle: Actividad profesional que consiste en la compra de bienes y servicios para su venta posterior en pequeñas cantidades al consumidor final.

Comercio: Actividad profesional que consiste en la compra de bienes y servicios para su venta posterior con fines lucrativos.

Competencia: Conjunto de organizaciones que comercializan productos o servicios dentro de la misma categoría de los nuestros.

Cultura física: Disciplina de tipo pedagógica que se centra en el movimiento corporal para luego desarrollar de manera integral y armónica las capacidades físicas, afectivas y cognitivas de las personas con la misión de mejorar la calidad de vida de las mismas en los diferentes aspectos de esta, familiar, social y productivo.

Demostración: Fase del proceso de ventas en la cual el vendedor muestra el funcionamiento de un producto a un cliente y cómo los beneficios de dicho funcionamiento satisfacen las necesidades de éste último.

Educación ambiental: Proceso que le permite al individuo comprender las relaciones de interdependencia con su entorno, a partir del conocimiento reflexivo y crítico de su realidad biofísica, social, política, económica y cultural para que, a partir de la apropiación de la realidad concreta, se puedan generar en él y en su comunidad actitudes de valoración y respeto por el ambiente. Estas actitudes, por supuesto, deben estar enmarcadas en criterios para el mejoramiento de la calidad de la vida y en una concepción de desarrollo sostenible, entendido éste como la relación adecuada entre medio ambiente y desarrollo, que satisfaga las necesidades de las generaciones presentes, asegurando el bienestar de las generaciones futuras.

Emprendedor: Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El emprendedor espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la maximización del valor empresarial de su iniciativa.

Emprendimiento: Manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos, así mismos factores endógenos como capacidad en el talento Humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida por medio del desarrollo de un plan de negocio o la creación de las empresas.

Empresarismo: Concepto que reúne aspectos involucrados en la generación de empresas: las leyes, los sistemas, el entorno macro y micro, los mercados, el sistema educativo. Se concibe más como una acción que como un resultado. Actitud continúa de un grupo de individuos o de una sociedad en general. Se representa en una cultura con necesidad de renovación permanente.

Enfermedad: Condición física o mental adversa identificable, que surge, empeora o ambas, a causa de una actividad laboral, una situación relacionada con el trabajo o ambas (NTC-OHSAS 18001).

Estímulos: Poder de incitar, las emociones que se transmiten y exaltan. Son impulsos que provocan respuestas que se ven reflejadas e influyen en su comportamiento de compra.

Infografía: Las Infografías son recursos gráficos que resumen de manera sencilla y atractiva gran cantidad de información en poco espacio. Gracias a una infografía se puede resumir los puntos principales y explicar bien los conceptos más difíciles. Sus principales características son:

Significado propio: Se utilizan para completar información o para explicar puntos concretos, sin embargo, toda la infografía debe ser entendible por sí sola.

Texto reducido: Como he aclarado en la definición, se trata de un recurso gráfico. No debe llevar grandes párrafos o una gran explicación.

Innovación: Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos. Introducción de nuevos productos, procesos o servicios en el mercado que abran la posibilidad de producir los mismos bienes utilizando menores recursos, bienes nuevos o de mejor calidad, constituyendo un elemento importante para el crecimiento económico.

Marca: Una marca es un signo distintivo que indica que ciertos bienes o servicios han sido producidos o proporcionados por una persona o empresa determinada.

Marketing: Conjunto de acciones destinadas a alcanzar los objetivos de la empresa y a satisfacer las necesidades del consumidor.

Matriz de riesgos y peligros: Herramienta de gestión que permite determinar objetivamente los riesgos relevantes para la seguridad y salud de los trabajadores que enfrenta una organización.

Mercado: Institución en la que los bienes y servicios se intercambian libremente al ponerse en contacto los demandantes y oferentes.

Mercado objetivo: segmento de ese mercado seleccionado por la empresa para ofrecer sus productos o servicios y a los cuales la empresa espera cumplir sus necesidades y sobre el cual se desarrollan todas las estrategias de comercialización, penetración y posicionamiento.

Merchandising: Conjunto de acciones desarrolladas por el fabricante y el detallista para influir sobre las decisiones de compra del consumidor cuando este se haya en el punto de venta.

Modelo de negocio: forma en la cual una iniciativa empresarial define la manera en la que se generarán sus ingresos y beneficios.

Motricidad: Termino con el cual se designan las actividades corporales en la educación física y el deporte. Con la palabra motricidad se busca la complejidad de las actividades corporales, sus características neurológicas,

psicológicas, estereotipos, automatismos genéticos y productos del aprendizaje motor (Silva Camargo, 2014).

Must Have: Es un término que se usa en ingles que traduce “debes tener”. Hace referencia a aquellos productos u objetos que son imprescindibles. ES un término muy utilizado en el mundo del diseño y la moda.

Networking: es el arte de construir y mantener relaciones (personales) a largo plazo que impliquen (siempre) un beneficio para ambas personas.

Packaging: Es un término inglés que se usa para referirse al embalaje o empaque de algún producto. El termino en el área de mercadeo y diseño se utiliza en dicho idioma.

Política ambiental empresa: La política ambiental, se basa en la norma I SO 14001; es un conjunto de normas que una persona, una empresa o una organización acoge para realizar una determinada acción sobre el medio ambiente.

La política ambiental no difiere mucho de concepto de política, la única diferencia que podemos encontrar entre política y política ambiental es que la segunda se encuentra encaminada a la mejora del medio ambiente. Dicha política ambiental se encuentra fundamentada en la mejora ambiental y el cumplimiento de la legislación relacionada, además de ayudar a conseguir el éxito del Sistema de Gestión Ambiental.

La política ambiental se tiene que realizar una vez se ha completado la revisión ambiental inicial. En el caso de cualquier organización, todos los principios detallados en la política ambiental son incluidos para conseguir la mejora ambiental de una forma constante, se pretenden minimizar todos los impactos ambientales significativos provenientes de las actividades, de los productos y los procesos realizados por la organización.

Plan de negocio: es un documento formal, elaborado por escrito, que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos. El Plan de Negocios ayuda a asignar los recursos en forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones.

Planeación empresarial: es la etapa del Modelo de Acompañamiento que tiene como objetivo preparar las iniciativas empresariales seleccionadas para que sean consolidadas en un plan de negocio.

Preincubación / preaceleración: proceso de acompañamiento de una iniciativa empresarial en la puesta a punto de su empresa y que formula la inversión del Plan de Negocio.

Peligro: Fuente, situación o acto con potencial de daño en términos de enfermedad o lesión a las personas, o una combinación de éstos (NTC-OHSAS 18001).

Retail: Es un sector económico que engloba a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a grandes

cantidades de clientes.

Riesgo: Es la probabilidad de ocurrencia de un evento. Ejemplo Riesgo de una caída, o el riesgo de ahogamiento.

Salud: Es un estado de bienestar físico, mental y social. No solo en la ausencia de enfermedad.

Sistema General de Riesgos Laborales: Es el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan.

Storytelling: consiste en comunicar, explicar tu idea o negocio, "contando historias". A través de las emociones se consigue que el receptor retenga mejor el mensaje, se obtiene un mayor impacto y atención, además de convencer con más facilidad.

Trabajo: Es toda actividad que el hombre realiza de transformación de la naturaleza con el fin de mejorar la calidad de vida

Venta: Contrato mediante el cual una persona, vendedor, se obliga a transmitir un producto servicio o idea a una segunda persona, comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero.

Almacenamiento: ejecución de los movimientos de entrada o salida de una mercancía en un almacén, donde se incluyen las operaciones de traslado de la misma a o desde su lugar de destino, descarga o colocación y carga o extracción de su ubicación y la de gestión de la información inherente a su movimiento.

Artículo: Es la parte más pequeña, indivisible, de un pedido. Todos los artículos existentes en un almacén forman el surtido. Un producto que aparece en tres embalajes distintos (p.e., una bebida en botellas de tamaños distintos) está considerado como tres artículos.

Logística: Es aquella parte del Supply Chain (Cadena integral de abastecimiento) que planifica, implementa y controla de manera económica el flujo de almacenaje de materias primas, productos en proceso, y productos terminados, desde el punto de origen al punto de consumo (cliente), con la información relacionada para satisfacer las necesidades del cliente.

Picking: Es la zona del almacén desde donde se realiza la preparación

Trazabilidad: Es el seguimiento de un producto desde que es fabricado hasta que se localiza en el punto de venta.

Canales de Distribución: Los cauces de la venta apoyados por una empresa. Éstos pueden incluir ventas del menudeo, Ventas de asociados de distribución (por ejemplo, venta al

mayoreo), Ventas del fabricante de equipo original (el OEM <Original Equipment Manufacturer>), intercambio de Internet o ventas del mercado, y subastas de Internet

Cross-Docking: El flujo directo de mercancía a través de una instalación, de la función de recepción a la función de envío, eliminando la necesidad de almacenamiento.

Cadena de satisfacción: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

Cliente: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

Cultura física: Disciplina de tipo pedagógica que se centra en el movimiento corporal para luego desarrollar de manera integral y armónica las capacidades físicas, afectivas y cognitivas de las personas con la misión de mejorar la calidad de vida de las mismas en los diferentes aspectos de esta, familiar, social y productivo.

Desinfección y descontaminación: es el tratamiento fisicoquímico o biológico aplicado a las superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de destruir las células vegetativas de los microorganismos que pueden ocasionar riesgos para la salud pública.

Higiene de los alimentos: son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la seguridad, limpieza y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo.

Motricidad: Termino con el cual se designan las actividades corporales en la educación física y el deporte. Con la palabra motricidad se busca la complejidad de las actividades corporales, sus características neurológicas, psicológicas, estereotipos, automatismos genéticos y productos del aprendizaje motor (Silva Camargo , 2014).

Actividades deportivas: Se entiende por actividad física, según la OMS, cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija más gasto de energía que estar en reposo, actividad que se considera una herramienta para mantener la salud y para prevenir diferentes enfermedades. Entre estas actividades está, por ejemplo, caminar hasta el sitio de trabajo, utilización de escaleras en vez de ascensores, determinadas rutinas en el trabajo y actividades recreativas.

Manipulador de alimentos: es toda persona que interviene directamente y, aunque sea en forma ocasional, en actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte y expendio de alimentos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS.

7. Mora, L. (2013). Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes. Ecoe Ediciones.
   P. 29 – 31 y 190.

8. Diccionario de logística Logisnet, cadena de suministro.

   Recuperado el 7 de mayo de 2014 de

   http://www.logisnet.com/es/busqueda-de-

   terminos/_page:1,word:2892/

9. Logística empresarial/Tulio Vélez Maya.-Bogotá: Ediciones de la U, 1ª.ed.2014

10. Cañizares Márquez , J., & Carbonero, C. (2016). Juegos y deportes tradicionales. En Juegos y deportes populares, autóctonos y tradicionales (pág. 30). Sevilla: Wanceulen Editorial.

11. Castañer, M., & Oleguer, C. (2006). En Manifestaciones básicas de la motricidad (pág. 172). Lérida: Ediciones de la Universidad de Lleida.

12. Silva Camargo, G. (2014). Diccionario básico del deporte y la

educación física. Armenia: Kinesis. Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de éxito.

3ra Edición. México: McGraw-Hill.

12.1. INVIMA. (2013). Resolución 2674 del 2013. Obtenido de Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos: https://www.invima.gov.co/

12.2. Martínez, B. (2013). *El manejo higiénico de los alimentos.* México: Limusa.

12.3. Maza, M. A. (2015). *Manipulador de alimentos.* México: Limusa.

12.4. *youtube*. (13 de 9 de 2020). Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=RT4auznDtsE

12.5. *Youtube*. (20 de 04 de 2020). Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=A9o_RmrNMI0

12.6. *Youtube*. (10 de 9 de 2020). Obtenido de Foman: https://www.youtube.com/watch?v=RT4auznDtsE

12.7. Acuerdo 0007 de 2016. Tomado de:

13.

14. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Edinson Ramírez Montoya	Instructor	Coord. Académica	21/07/2026

15. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio