



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE
MARKETING

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** TL en de Servicios Comerciales y Financieros
- **Código del Programa de Formación:** 133303 v1
- **Nombre del Proyecto:** Gestión en la relación con el cliente apoyado de herramientas digitales, como estrategia para consolidar la lealtad en las entidades financieras.
- **Fase del Proyecto:** Análisis del contexto y entorno financiero, identificando necesidades del cliente y de información reduciendo riesgos asociados, bajo principios éticos
- **Actividad de Proyecto:** Establecer las necesidades, productos, servicios e información para atención al cliente
- **Competencia:** 210301089 v.1 Asesorar Consumidor Financiero de acuerdo con Normativa y Guía Técnica
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** Examinar necesidades del cliente, relacionados con los productos y servicios financieros según política institucional
- **Duración de la Guía:** 24 horas. (21 horas presencial / 3 horas trabajo autónomo)

2. PRESENTACIÓN

¡Continuemos con su proceso formativo!

Imagen 1



Fuente: <https://n9.cl/9ce0q>

Estimado aprendiz, continuando con su proceso de formación, nos centraremos en aprender lo relacionado con el marketing, tipos y estrategias enfocados con el cliente, teniendo en cuenta la segmentación de mercado y la prospección, veremos la importancia del cliente dentro de las empresas y sus nuevas tendencias de compra, en el sector financiero en la actualidad los consumidores han venido cambiando su forma de realizar las operaciones enfocándose en el tema tecnológico, hoy en día el tiempo es un bien valioso irrecuperable, es por esta razón que las personas buscan entidades que les ofrezcan realizar transacciones desde su casa u oficina, aún más, desde cualquier lugar a partir de un dispositivo.

Lo invitamos a seguir explorando la guía para seguir ampliando sus conocimientos a través de las diferentes actividades propuestas.

“El único modo de hacer un gran trabajo es amar lo que haces ”

Steve Jobs

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial (1 hora)

A continuación, escuchará un vídeo acerca de una vendedora que le tocó ponerse en los zapatos de un cliente.



o clic sobre el enlace: [Vendedora telefónica atiende a un cliente difícil](#)

Reflexione sobre las siguientes preguntas y comparta su opinión con el grupo:

- ¿Cuál fue la situación que usted identificó en el video?
- Si usted fuera el asesor(a), ¿Cómo se sentiría en esta situación? ¿Qué hubiera hecho usted?
- ¿Qué actitud observó que tomó la asesora después de que la trataran como en ocasiones son tratados algunos clientes?
- Si usted fuera el cliente del video, ¿Cómo le gustaría que el asesor lo hubiera tratado?.
- ¿Ha sido usted cliente en algún momento de su vida de alguna empresa?, relate alguna anécdota que le haya sucedido como cliente.

***“Las oportunidades grandes nacen de haber sabido
aprovechar las pequeñas”***

Bill Gates

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje (1 hora)

Apreciado aprendiz, para las empresas los clientes son la razón y esencia del negocio, pues son los que buscan satisfacer sus necesidades mediante la diversidad de productos y servicios que estas ofrecen, manteniendo una relación comercial y perdurable en el tiempo. Como los productos y servicios no son para todas las personas, las empresas deben apuntar sus esfuerzos a un grupo específico de clientes para suplir sus necesidades, caracterizados por unos gustos, costumbres, culturas, afinidades, personalidades similares, de allí la importancia de dividir el mercado mediante la segmentación, utilizando además como herramienta la prospección de clientes y las estrategias adecuadas para el diseño de productos o servicios, precio, canales de distribución y publicidad obteniendo una oferta que ayude a maximizar los recursos de la empresa, aumenten las ventas y les permitan ser más competitivas en el mercado.

Lo invitamos a observar las siguientes imágenes en su orden, descríbalas y responda las preguntas que se formulan a continuación de acuerdo a sus conocimientos previos, luego socialice con el grupo y su instructor:

GFPI-F-135 V01

Imagen 2

Imagen 3

Imagen 4



Fuente: <https://n9.cl/3r4j>



Fuente: <https://n9.cl/hs5qq>



Fuente: <https://n9.cl/wf26>

Imagen 5



Fuente: <https://n9.cl/4s693>

Imagen 6



Fuente: <https://n9.cl/5hezi>

Imagen 7



Fuente: <https://n9.cl/l08w>

- ¿Cuál es la relación que observa en común entre las imágenes anteriores?
- Los clientes y vendedores se observan satisfechos en el intercambio o venta, ¿Todos los clientes son los mismos para las empresas o diferentes, cómo se llama este método?
- ¿Qué buscan los clientes cuando adquieren un producto o servicio?
- ¿Cuáles son los medios utilizados para adquirir un producto o servicio?
- Las redes sociales sirven como canales para ofrecer y comprar bienes y servicios ¿Identifica este tipo de marketing?
- ¿Qué actividad deben realizar cada uno de los vendedores que se observan en las imágenes al conseguir el cliente adecuado para el producto o servicio ofrecido?
- ¿Qué tipo de marketing le recomendaría a la panadería para conseguir clientes y aumentar la productividad?

“Debes hacer las cosas que crees que no puedes hacer”

Eleanor Roosevelt

Actividades de aprendizaje

- ❖ Reconocer con análisis del entorno las necesidades financieras del cliente de acuerdo a prospección.

Hablar del origen del marketing es remitirnos a la antigüedad en la época del sedentarismo, cuando el hombre comienza a tener la necesidad de intercambiar productos necesarios para su supervivencia, con el trueque (dar una cosa y recibir otra), el hombre empieza a realizar un mercadeo de bienes en principio para beneficio propio y luego para comercializar y así obtener otros tipos de productos que no lograría con el solo intercambio. Puede profundizar un poco más acerca de la historia del marketing de manera libre y adicionalmente puede apoyarse en los enlaces que se encuentran al final de las actividades de apropiación.

- Observemos el siguiente video sobre el marketing:

Pulse sobre la imagen



o clic sobre el enlace: [¿Qué es Marketing? Definición, cómo funciona y claves](#)

De manera individual realice la consulta de los temas relacionados a continuación:

- a) Plan de marketing, sus elementos y estrategias
- b) Tipos de marketing teniendo en cuenta sus características y beneficios, (Marketing Social, Marketing Bancario, Marketing digital, Marketing de contenidos, Marketing de influencia).
- c) Indague cuál es el ciclo de vida de un producto o servicio

Se sugiere el siguiente enlace de consulta [Plan de Marketing: qué es y cómo hacerlo paso a paso \(+plantilla\)](#)

Con la información anterior realizar en grupos una actividad en la herramienta educaplay. En la formación cada grupo compartirá la actividad con el resto de compañeros e instructor.

Pulse sobre la imagen



o clic sobre el enlace: [Crear una actividad con Educaplay](#)

En la formación cada grupo compartirá la actividad con el resto de compañeros e instructor.

Para reforzar sobre los conocimientos de marketing lo invitamos a ver el caso McDonalds y la cajita feliz.

Pulse sobre la imagen



o clic sobre el enlace: [La Historia de la Cajita Feliz](#)

- Cuando existe una idea de negocio o emprendimiento y se pregunta ¿a quienes van a vender? Y de pronto la respuesta es ¡a todo el mundo!, se sabrá que al poco tiempo no le están vendiendo a nadie, pues es demasiado difícil sin decir que imposible satisfacer “a todo el mundo”, debido a la diversidad de personas, gustos y demás cosas que las hacen diferentes, si no hay un público o mercado específico al que se dirija, será complicado evolucionar las ventas o cumplir los objetivos de las empresas.
 - a) ¿Qué es la segmentación de clientes, porque se debe segmentar, características y cuáles son los tipos de segmentación?
 - b) ¿Cómo hacer para ubicar al cliente adecuado?
 - c) ¿Debo hacer prospección de clientes?
 - d) ¿Qué es la prospección y sus características?
 - e) ¿Cómo se aplica la prospección?
 - f) ¿Qué es prospección de cliente en frío y en caliente?
 - g) ¿Qué estrategias se pueden usar para la prospección de clientes?
- Realice un cuadro sinóptico individual, para esta actividad se sugiere los siguientes enlaces de consulta: [Qué es prospección de clientes y 5 claves para implementar su estrategia](#), [¿Por qué es importante la segmentación de clientes de una empresa?](#) y biblioteca SENA [Sistema de Bibliotecas](#) para dar respuesta a las preguntas anteriores, socializar con sus compañeros e instructor.
- Diseñar en una matriz de doble entrada la segmentación de 5 entidades bancarias de su preferencia consultando en la página web de cada entidad.

- Observe el siguiente video “El cliente”

Pulse sobre la imagen



o clic sobre el enlace: [El Cliente](#)

Y ahora para usted ¿Que es un cliente?, ¿Con qué tipo de cliente se identifica?, ¿Conoce algún otro tipo de cliente diferente a los propuestos en el video? Socialice con sus compañeros.

Identificado que es un cliente, ahora lo invitamos a consultar:

- ¿Qué es cliente financiero?
- ¿Cuáles son los tipos de clientes que pueden existir? Y ¿Cuáles son sus características?
- En la actualidad existen dos categorías de clientes (tradicionales y digitales), ¿Cuáles son sus diferencias? Realice un cuadro comparativo

Puede apoyarse en los siguientes link sugeridos:

[Diferencias en la definición de cliente en sectores financiero y real](#)

[Cliente digital y tradicional en el sector financiero actual. ¿Qué tipo de cliente eres tú?](#)

[Consumidores tradicionales vs consumidores digitales](#)

<https://www.linkedin.com/pulse/cliente-tradicional-vs-digital-ramiro-hidalgo/?originalSubdomain=es>

Dentro de su averiguación, además de usar herramientas como Internet, recuerde que puede ingresar a la biblioteca física y/o virtual del SENA.

- Mediante una mesa redonda a partir del siguiente video “El cliente en el 2033” manifieste los aspectos que le llamaron más la atención con respecto a los clientes del futuro y comparta las ideas con sus compañeros, escuche atentamente la retroalimentación del instructor.

Pulse sobre imagen



o clic sobre el enlace: [El cliente en 2033](#)

GFPI-F-135 V01

- Por otro lado, tenemos La Política Institucional, para lo cual lo invitamos a consultar el siguiente link: [POLITICAS INSTITUCIONALES Y CALIDAD EDUCATIVA](#) que le permitirá conocer acerca del



concepto y lineamientos. Luego junto con su instructor observe el contenido en general de la política institucional de una empresa.

Adicionalmente a su consulta en los diferentes temas, puede apoyarse en los siguientes enlaces:

Pulse sobre la imagen



[Consulta bibliográfica](#)

o clic sobre el enlace: [Sistema de Bibliotecas](#)

Ingresa a la pestaña llamada CONSULTA BIBLIOGRÁFICA, si está interesado en buscar un libro, podrá pulsar clic en CATÁLOGO BIBLIOGRÁFICO para localizar el lugar donde está ubicado en físico, pero si desea encontrar un libro virtual, puede dirigirse a BASES DE DATOS, entre a alguna biblioteca o plataforma de las allí expuestas y busque el tema de su interés. Si la página le solicita usuario y contraseña, ambos datos corresponden a su número de identificación.

Historia del marketing:

[Redalyc.EL CONCEPTO DE MARKETING: PASADO Y PRESENTE](#) , [Consejos para el buen mantenimiento de una empresa](#)

Concepto y características del marketing:

[¿Qué es marketing? Definición, tipos y ventajas \[2021\]](#)

Tipos de marketing:

[Tipos de marketing: conoce los 81 tipos principales con ejemplos](#)

Ciclo de vida del producto o servicio:

[Ciclo de vida del producto - Qué es, definición y concepto | 2021](#)

[4. Concepto de ciclo de vida del producto](#)

Concepto, características y tipos de segmentación:

[Tipos de segmentación de mercados: ¡conócelos aquí!](#)

[¿Por qué se debe segmentar el mercado?](#)

Concepto de prospección de clientes:

[Prospección de Clientes: Conoce el Mejor Modo de Realizarla](#)

Características de prospección de clientes:

[Qué es prospección de clientes y 5 claves para implementar su estrategia](#)

Aplicación de prospección de clientes:

[Prospección de clientes: ¿cómo montar tu estrategia desde cero?.](#)

Políticas institucionales:

<http://administradoreducativodoor.blogspot.com/2011/04/politicas-institucionales-y-calidad.html>

“Tengo un plan estratégico, se llama hacer las cosas bien”

Herb Kelleher



Realizar en GAES una infografía eligiendo 2 productos de su preferencia de la misma actividad económica, (no se pueden repetir productos entre los GAES), donde comparan el marketing de cada uno, se sugiere realizar la actividad con empresas colombianas, no necesariamente debe ser del sector financiero. En la infografía deben tener en cuenta: entorno, necesidad, segmentos, mercado objetivo, producto (características), precio (estrategias), canales de distribución, publicidad, marca, tipo de clientes; al final realizar la presentación al resto del grupo e instructor, dicha actividad debe contener por lo menos 5 recuadros.

- Ambiente Requerido: **Ambiente de Formación**
- Materiales: - Sillas mesas de trabajo colaborativo, Escritorio, Televisor, Computadores de escritorio, Tablero acrílico, Cable hdmi, Cable vga, Borrador para tablero, Esferos, Lápices, Marcadores para tablero acrílico, Papel blanco, Tajalapiz.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño: Presentación de marketing comparativo de productos de la misma actividad económica.	- Identifica prospectación de clientes financieros, según políticas institucionales.	Técnica: Observación Instrumento: Lista de chequeo
Evidencias de Producto: Infografía marketing	- Determina cliente financiero, según políticas institucionales.	Técnica: Valoración de productos Instrumento: Rúbrica

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cliente: Es la persona natural o jurídica con quien las entidades vigiladas establecen relaciones de origen legal o contractual, para el suministro de productos o servicios, en desarrollo de su objeto social. (Definición establecida en el literal a del artículo 2 de la Ley 1328 de 2009).

Estrategia: En un proceso regulable, conjunto de reglas que buscan una decisión óptima en cada momento.

Infografía: Técnica de elaboración de imágenes mediante computadora.

GFPI-F-135 V01

Mercadotecnia: Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda. (En inglés: Marketing)



Prospección: Exploración de posibilidades futuras basada en indicios presentes. *Prospección de mercados, de tendencias de opinión.*

Segmentar: Cortar o partir algo en segmentos.

Valor agregado: Suma del valor añadido en los procesos productivos de cada uno de los sectores de la economía.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Webgrafía:

- Qué es prospección de clientes y 5 claves para implementar su estrategia estrategia, Q. (2021). Qué es prospección de clientes y 5 claves para implementar su estrategia | Zendesk MX. Retrieved 23 June 2021, from <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-prospeccion-clientes/>
- ¿Por qué es importante la segmentación de clientes de una empresa?. (2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://www.bbva.com/es/por-que-es-importante-la-segmentacion-de-clientes-de-una-empresa/>
- Diferencias en la definición de cliente en sectores financiero y real You are being redirected... (2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://www.infolaft.com/diferencias-en-la-definicion-de-cliente-en-sectores-financiero-y-real/>
- Cliente digital y tradicional en el sector financiero actual. ¿Qué tipo de cliente eres tú? Financiero, N. (2021). Cliente digital y tradicional en el sector financiero actual. ¿Qué tipo de cliente eres tú? - Nuevo Financiero. Retrieved 23 June 2021, from <https://nuevofinanciero.com/cliente-digital-tradicional-sector-financiero/>
- Similitudes y diferencias entre consumidores tradicionales y digitales Consumidores tradicionales vs consumidores digitales. (2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://noticias.mapfre.com/consumidores-tradicionales-vs-digitales/>
- GUIA PARA LA ELABORACIÓN DE POLÍTICAS INSTITUCIONALES (2021). Retrieved 23 June 2021, from http://www.mtss.go.cr/perfiles/lineamientos_circulares_directrices_politicas_internas/lineamientos-circulares-directrices-politicas%20internas/guia_politicas_institucionales_MTSS.pdf
- *Historia del marketing:*
Redalyc.org. 2021. [en línea] Disponible en: <<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942516002.pdf>> [Consultado el 8 de julio de 2021].
Gestion.org. 2021. [en línea] Disponible en: <<https://www.gestion.org/consejos-buen-mantenimiento-una-empresa/>> [Consultado el 8 de julio de 2021].
- *Definición y características del marketing:* GFPI-F-135 V01
¿Qué es marketing? Definición, tipos y ventajas [2021]. (2021). Consultado el 8 de julio de 2021 en <https://www.cyberclick.es/marketing>
- *Tipos de marketing:*



- Mafra. (2021). Tipos de marketing: conoce los 81 tipos principales, con ejemplos. Consultado el 8 de julio de 2021 en <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-marketing/>
- **Ciclo de vida del producto o servicio:**
producto, C., 2021. *Ciclo de vida del producto | Economipedia* . [en línea] Economipedia. Disponible en: <<https://economipedia.com/definiciones/ciclo-de-vida-del-producto.html>> [Consultado el 8 de julio de 2021].
 - **Definición. características y tipos:**
Contenido, R., 2021. *Tipos de segmentación de mercados: ¡conócelos aquí!* . [en línea] Rock Content - ES. Disponible en: <<https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-segmentacion-de-mercados/>> [Consultado el 8 de julio de 2021].
 - **Segmentación:**
¿Por qué se debe segmentar el mercado? - Banco W |. (2021). Consultado el 8 de julio de 2021 en <https://www.bancow.com.co/por-que-se-debe-segmentar-el-mercado/>
 - **Tipos de segmentación:**
Contenido, R. (2021). Tipos de segmentación de mercados: ¡conócelos aquí !. Consultado el 8 de julio de 2021 en <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-segmentacion-de-mercados/>
 - **Concepto de prospección de clientes:**
Peralta, E. (2021). *Prospección de Clientes: Conoce el Mejor Modo de Realizarla*. Consultado el 8 de julio de 2021 en <https://www.genwords.com/blog/prospeccion-de-clientes>
 - **Características de prospección de clientes:**
estrategia, Q. (2021). *Qué es prospección de clientes y 5 claves para implementar su estrategia | Zendesk MX*. Recuperado el 8 de julio de 2021, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-prospeccion-clientes/>
 - **Aplicación de prospección de clientes:**
Prospección de clientes: ¿cómo montar tu estrategia desde cero? . Hotmart. (2021). Consultado el 8 de julio de 2021 en <https://blog.hotmart.com/es/prospeccion-de-clientes/>.
 - **Política institucional:**
perfil, V. (2021). *POLITICAS INSTITUCIONALES Y CALIDAD EDUCATIVA*. Consultado el 8 de julio de 2021 en <http://administradoreducativodoor.blogspot.com/2011/04/politicas-institucionales-y-calidad.html>
 - **Cliente**
(2021). Retrieved 23 June 2021, from http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1328_2009.html
 - **Estrategia**
ASALE, R. (2021). *estrategia | Diccionario de la lengua española*. Retrieved 23 June 2021, from <https://dle.rae.es/estrategia?m=form>
 - **Infografía**
ASALE, R. (2021). *infografía | Diccionario de la lengua española*. Retrieved 23 June 2021, from <https://dle.rae.es/infograf%C3%ADa?m=form>
 - **Mercadotecnia**
ASALE, R. (2021). *mercadotecnia | Diccionario de la lengua española*. Retrieved 23 June 2021, from <https://dle.rae.es/mercadotecnia?m=form>
 - **Prospección**
ASALE, R. (2021). *prospección | Diccionario de la lengua española*. Retrieved 23 June 2021, from <https://dle.rae.es/prospecci%C3%B3n?m=form>



- Segmentación
ASALE, R. (2021). segmentación | Diccionario de la lengua española. Retrieved 23 June 2021, from <https://dle.rae.es/segmentaci%C3%B3n?m=form>
- Valor agregado
Materiales - Saber más, ser más. (2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://www.sabermassermas.com/herramientas/glosario/>
- Biblioteca SENA
Sistema de Bibliotecas. (2021). Retrieved 23 June 2021, from <http://biblioteca.sena.edu.co/>

Imágenes:

- Imagen 1:
(2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://marketingblanco.com/imagenes/la-estrategia-de-marketing-que-es-consejos-y-ejemplos.jpg>
- Imagen 2:
(2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://1.bp.blogspot.com/-zddCFtDHKUY/WrDaQC8CfwI/AAAAAAAAACTw/TQY2klQJ-88pEe4OnC0jToWfHRpBijHzACLcBGAs/s1600/eI%2Btrueque.jpg>
- Imagen 3:
(2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://www.historiando.org/wp-content/uploads/2018/10/Trueque-825x510.jpg>
- Imagen 4:
(2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://blogs.ua.es/losaztecas/files/2012/01/trueque.jpg>
- Imagen 5:
(2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/semana/P675NEGCP5ATFKN4O7PHE3L5RI.jpg>
- Imagen 6:
(2021). Retrieved 23 June 2021, from <https://dineroytrabajo.com/wp-content/uploads/2018/03/Qu%C3%A9-es-una-Empresa-de-Servicios-8211-Todo-lo-que-has-de-Saber-159.jpg>
- Imagen 7:
<https://lemon.digital/wp-content/uploads/2018/12/Tendencias-de-marketing-digital-2019.png>

Videos:

- Vendedora telefónica atiende un cliente difícil
Before you continue to G0KisoxpgnAYouTube. (2021). Retrieved 23 June 2021, from https://www.youtube.com/watch?v=&ab_channel=MenteComercial
- ¿Qué es Marketing?. Definición, cómo funciona y claves
Before you continue to YouTube. (2021). Retrieved 23 June 2021, from https://www.youtube.com/watch?v=ZSkZs_OtkkQ&ab_channel=Cyberclick%E2%80%A2MarketingDigital
- Crear una actividad con Educaplay
Before you continue to YouTube. (2021). Retrieved 23 June 2021, from https://www.youtube.com/watch?v=TFKShMa3qCE&ab_channel=CarlosRonceroParra
- La Historia de la Cajita Feliz



Before you continue to YouTube. (2021). Retrieved 23 June 2021, from https://www.youtube.com/watch?v=-X5MolDS3hY&ab_channel=SabeLoco

- El Cliente
Before you continue to YouTube. (2021). Retrieved 23 June 2021, from https://www.youtube.com/watch?v=wG_aRDxKTVg&ab_channel=UniversidadCorporativaFarmaenlace
- El cliente en 2033
Before you continue to YouTube. (2021). Retrieved 23 June 2021, from https://www.youtube.com/watch?v=9HcpJ1SbO2w&ab_channel=PwCEspa%C3%B1a

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Evelyn Acevedo Cuevas	Experta Temática	Centro de Servicios Financieros	Junio 2021
	Vilma Andrea Baracaldo Neira	Profesional en diseño y desarrollo	Centro de Servicios Financieros	Junio 2021
	María Fernanda Calderón Guzmán	Experta Temática	Centro de Servicios Financieros	Junio 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					