REGISTRO DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN:		
Código de Esquema:	ATS-GEV-201707	
Versión de Esquema:	V-001	
Fecha de elaboración:	03/07/2017	
1.	**1.1 DENOMINACIÓN DEL PERFIL OCUPACIONAL.**	**GESTIÓN ESPECIALIZADA EN VENTAS**
	1.2 DENOMINACIÓN DEL ESQUEMA	**GESTIÓN ESPECIALIZADA EN VENTAS**
2.	**ALCANCE DE LA CERTIFICACIÓN.**	La certificación se hará con base al perfil completo; por todas las unidades de competencia.
	3.1 Descripción del/los trabajo/s.	**UC1: Estructurar la fuerza de ventas, de acuerdo a políticas y procedimientos establecidos por la organización** 1.1. Organizar la fuerza de ventas, de acuerdo al plan de ventas de la organización. 1.2. Establece parámetros para incentivos y motivación de la fuerza de ventas, de acuerdo a procedimientos establecidos. 1.3. Establecer actividades de seguimiento y control de objetivos, de acuerdo a lo establecido en el plan de ventas. 1.4. Determinar las líneas de ejecución de campañas, de acuerdo con el plan de marketing y ventas de la organización. **UC2: Realizar la venta de productos (bienes y/o prestación de servicios), de acuerdo a los procedimientos de comercialización.** 2.1. Determinar las líneas de actuación comercial en la venta, de acuerdo al plan de acción definido por la organización. 2.2. Atender los requerimientos del cliente, de acuerdo a los procedimientos establecidos. 2.3. Registrar pedidos de clientes , de acuerdo a las técnicas de venta establecidas por la organización. 2.4. Resolver inconformidades de los clientes, de acurdo a procedimientos establecidos por la organización 2.5. Aplicar procesos de seguimiento y postventa, de acuerdo a criterios establecidos por la organización 2.6.Aplicar estrategias de distribución, de acuerdo al plan de marketing de la organización. **UC3 Monitorear las ventas efectuadas en los diferentes canales de comercialización, de acuerdo a las estrategias comerciales.** 3.1. Supervisar las ventas efectuadas en los diferentes canales de comercialización, de acuerdo a las estrategias comerciales. 3.2. Controlar la eficiencia de las acciones promocionales, de acuerdo a los objetivos previstos y procedimientos establecidos 3.3. Recoger información para el plan de ventas, de acuerdo con las especificaciones de la estrategia comercial 3.4. Controlar la disponibilidad de productos, de acuerdo a procedimientos establecidos
		UC1: Estructurar la fuerza de ventas, de acuerdo a políticas y procedimientos establecidos por la organización 1.1. Organizar la fuerza de ventas, de acuerdo al plan de ventas de la organización. 1.1.1 Distribuye a la fuerza de ventas en función de las zonas geográficas, de acuerdo al plan de ventas. 1.1.2 Identifica el perfil de la fuerza de ventas, de acuerdo al tipo de clientes y objetivos del plan de ventas. 1.1.3 Define las tareas a la fuerza de ventas, de acuerdo a rutas, tiempos y métodos de la organización 1.1.4 Comunica el plan de ventas a la fuerza de ventas de acuerdo a los

1.1.4 Comunica el plan de ventas a la fuerza de ventas, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización.
1.1.5 Prepara al a la fuerza de ventas con medios y soportes de contacto establecidos por la empresa.

1.2. Establece parámetros para incentivos y motivación de la fuerza de ventas, de acuerdo a procedimientos establecidos.
1.2.1 Identifica los factores que influyen en la motivación de la fuerza de ventas, aplicando procesos de comunicación efectiva.
1.2.2 Determina incentivos de acuerdo a parámetros de rendimiento prefijados.
1.2.3 Aplica las técnicas de motivación, de acuerdo a lo establecido por la organización.

1.3. Establecer actividades de seguimiento y control de objetivos, de acuerdo a lo establecido en el plan de ventas.
1.3.1 Determina variables de control de resultados, atendiendo aspectos cuantitativos y cualitativos, rendimiento, comportamientos y actitudes entre otros.
1.3.2 Comunica las variables de control de resultados y actividades desarrolladas por la fuerza de ventas, de acuerdo a los procedimientos establecidos.
1.3.3 Organiza el proceso de control de objetivos, de acuerdo al desarrollo del plan de ventas
1.3.4 Analiza la información para control de actividades de ventas, de acuerdo a los documentos e informes de venta

1.4. Determinar las líneas de ejecución de campañas, de acuerdo con el plan de marketing y ventas de la organización.
1.4.1 Organiza campañas promocionales de forma estructurada y programada, de acuerdo a los planes establecidos.
1.4.2 Establece los tipos de promoción en el punto de venta, de acuerdo a las necesidades y presupuesto promocional.
1.4.3 Selecciona los materiales y soportes de atracción para la venta, de acuerdo al tipo de promoción.
1.4.4 Ubica los productos promocionales en lugares estratégicos, de acuerdo a procedimientos establecidos.
1.4.5 Coloca indicadores visuales, de manera que señalen al cliente dónde se hallan los promocionales.
1.4.6 Informa las características y/o beneficios de los bienes/servicios, de acuerdo a protocolos establecidos.

UC2: Realizar la venta de productos (bienes y/o prestación de servicios), de acuerdo a los procedimientos de comercialización.
2.1. Determinar las líneas de actuación comercial en la venta, de acuerdo al plan de acción definido por la organización.
2.1.1 Identifica los parámetros de acción, de acuerdo a las fuentes de información.
2.1.2 Propone líneas de actuación en la venta, de acuerdo a procedimientos de ventas establecido.
2.1.3 Identifica ventajas y desventajas en función de las características de la cartera de clientes, de acuerdo a la gestión de ventas.
2.1.4 Organiza el plan de acción de ventas, de acuerdo con los objetivos establecidos por la empresa.
2.1.5 Mantiene actualizada la base de datos de clientes, de acuerdo a procedimientos establecidos.

2.2. Atender los requerimientos del cliente, de acuerdo a los procedimientos establecidos.
2.2.1 Interpreta las necesidades del cliente, aplicando técnicas de comercialización.
2.2.2 Suministra información de los productos (bienes y servicios) al cliente de manera

CIÓN DE TRABAJOS Y TAREAS

3. DESCRIP	**3.2 Descripción de las/s tarea/s.**	ordenada y oportuna, de acuerdo a procedimientos establecidos. 2.2.3 Atiende al cliente de acuerdo a normas y criterios establecidos por la organización. 2.2.4 Personaliza la relación en cada contacto con el cliente o grupo de clientes, utilizando la información disponible en las aplicaciones automatizadas de gestión. 2.2.5 Comunica al jefe inmediato novedades presentadas, de acuerdo a los procedimientos establecidos. 2.2.6 Resuelve las inquietudes de los clientes, de acuerdo a los procedimientos establecidos. 2.3. Registrar pedidos de clientes , de acuerdo a las técnicas de venta establecidas por la organización. 2.3.1 Obtiene información de clientes, en las consultas y pedidos presenciales y no presenciales, de acuerdo al procedimiento establecido. 2.3.2 Identifica estrategias de venta adecuadas , de acuerdo a los procedimientos de venta de la organización. 2.3.3 Agiliza la compra una vez resueltas las inquietudes del cliente, de acuerdo a procedimientos establecidos. 2.3.4 Entrega la documentación que acompaña al producto (bienes/servicio), de acuerdo a la normativa vigente y los criterios establecidos por la organización. 2.4. Resolver inconformidades de los clientes, de acurdo a procedimientos establecidos por la organización 2.4.1 Recepta las inconformidades de los clientes, de acuerdo a protocolos de la organización. 2.4.2 Atiende las inconformidades con criterios de uniformidad, cumpliendo el procedimiento establecido por la organización. 2.4.3 Informa las novedades al jefe inmediato, de acuerdo a los procedimientos establecidos 2.5. Aplicar procesos de seguimiento y postventa, de acuerdo a criterios establecidos por la organización 2.5.1 Mantiene contacto con los clientes empleando técnicas de comunicación, de acuerdo a los procedimientos de la organización 2.5.2 Realiza encuestas de satisfacción al cliente del producto y servicio para análisis, de acuerdo a procedimientos de la organización 2.5.3 Analiza los reportes de encuestas para retroalimentación, de acuerdo a procedimientos de la organización 2.6. Aplicar estrategias de distribución, de acuerdo al plan de marketing de la organización. 2.6.1 Aplica el plan de distribución física del producto (bienes y servicios), de acuerdo a procedimientos establecidos 2.6.2 Evalúa la gestión de los proveedores, según indicadores y criterios establecidos por la empresa. 2.6.3 Evalúa la estrategia de canales de distribución, de acuerdo al comportamiento del mercado y características de los productos 2.6.4 Coordina el transporte para el envío y recepción de productos, de acuerdo a las condiciones requeridas por la organización 2.6.5 Informa las novedades al superior inmediato, de acuerdo a los procedimientos técnicos establecidos 2.6.6 Evalúa los resultados de productos y canales de distribución, de acuerdo a procedimientos establecidos

		UC3 Monitorear las ventas efectuadas en los diferentes canales de comercialización, de acuerdo a las estrategias comerciales. 3.1. Supervisar las ventas efectuadas en los diferentes canales de comercialización, de acuerdo a las estrategias comerciales. 3.1.1 Solicita información de avances en las ventas, de acuerdo a los procedimientos establecidos 3.1.2 Entrega al jefe inmediato los índices estadísticos de control de las ventas,, de acuerdo a los procedimientos de la organización 3.1.3 Elabora informes con los datos de las ventas y comportamiento del mercado, de acuerdo a los procedimientos establecidos 3.2. Controlar la eficiencia de las acciones promocionales, de acuerdo a los objetivos previstos y procedimientos establecidos 3.2.1 Aplica procedimientos de control, de acuerdo a los objetivos establecidos. 3.2.2 Apoya en el control de la promoción o campaña promocional, de acuerdo a los procedimientos establecidos. 3.2.3 Detecta desviaciones promocionales, de acuerdo a los resultados con los objetivos de la organización 3.2.4 Establece acciones correctivas, de acuerdo con los procedimientos establecidos 3.3. Recoger información para el plan de ventas, de acuerdo con las especificaciones de la estrategia comercial 3.3.1 Identifica las variables económicas, sociológicas y comerciales que afectan al plan de ventas y a las estrategias comerciales. 3.3.2 Selecciona las fuentes de información internas y externas que proporcionen datos representativos del plan de ventas 3.3.3 Recoge información relativa a las actividades de venta y a los objetivos comerciales, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización 3.3.4 Organiza la información obtenida de los clientes, de acuerdo a los procedimientos establecidos 3.3.5 Actualiza las bases de datos de clientes, de acuerdo a los procedimientos establecidos 3.3.6 Identifica las características de los productos (bienes y servicios), de acuerdo a los objetivos de la organización 3.4. Controlar la disponibilidad de productos, de acuerdo a procedimientos establecidos 3.4.1 Revisa la cantidad de productos y folletos del punto de venta, de acuerdo a los procedimientos establecidos 3.4.2 Realiza requerimientos de productos y recursos, de acuerdo al reporte de stock de
4. CAPACIDAD REQUERIDA	**4.1 Capacidades o Habilidades.**	Comprensión Oral Expresión Oral Fluidez de ideas Ordenar información Razonamiento matemático Facilidad numérica Memorización Originalidad Claridad de discurso
	4.2 Conocimiento.	Marketing Manejo de Cartera de clientes Código de trabajo Entorno de mercado Organización de la venta

		Técnicas de ventas Informática Aplicadas a las ventas
5.	**LAS APTITUDES (CUANDO CORRESPONDA).**	NO APLICA
6	**PRE- REQUISITOS (CUANDO CORRESPONDA).**	**Nivel de Formación:** Bachiller **Experiencia:** **Para Bachiller técnico:** Título de Bachiller Técnico a fin al perfil **Para Bachiller:** 2 años de experiencia relacionado al perfil **Capacitación:** No Aplica
7.	**CÓDIGO DE CONDUCTA (CUANDO CORRESPONDA).**	Será considerado por el OEC, conforme Norma de Reconocimiento SETEC.
8.	**CRITERIOS PARA LA CERTIFICACIÓN.**	1. Cancelar cuota (de ser el caso) 2. Firmar código de ética y conducta determinado por el OEC -de ser el caso-
9.	**MÉTODOS DE EVALUACIÓN INICIAL DE LA CERTIFICACIÓN.**	**Teórico**: Resolución de un banco de preguntas para determinar su conocimiento en el perfil (mínimo 70%). **Práctico**: Resolución de casos / ejercicios prácticos para determinar que posee las competencias del perfil (100%)
10.	**TIEMPO DE VIGENCIA**	5 años
11.	**MÉTODO DE VIGILANCIA (DE SER EL CASO) CRITERIO, TIEMPO, FRECUENCIA,.**	Conforme lo determine el OEC, en función Norma de Reconocimiento.
12.	**CRITERIO PARA SUSPENDER O RETIRAR LA CERTIFICACIÓN**	Norma de Reconocimiento OEC.
13.	**CRITERIOS PARA CAMBIOS DEL ALCANCE DE LA CERTIFICACIÓN DE SER EL CASO.**	Si existe alguna modificación al perfil ocupacional o norma técnica u otro elemento normativo superior, determinado por el Organismo regulador.
14.	**FECHA APROBACIÓN DEL ESQUEMA.**	**25/07/2017**