



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO
- Código del Programa de Formación: 124101
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): Estructuración de un plan de Mercadeo de productos y servicios para MiPymes
- Fase del Proyecto (si aplica): PLANEACIÓN
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): Estimar la demanda potencial y el plan de precios para el segmento de mercado teniendo en cuenta los objetivos del plan de mercadeo
- Competencia: INTERPRETACIÓN DE MERCADOS
- Resultados de Aprendizaje: APLICAR MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ACUERDO CON TENDENCIAS DEL MERCADO
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): Total 96 / Presencial 76 / Autónomo 20

2. PRESENTACIÓN

Esta guía de aprendizaje tiene el propósito de orientarlo en el desarrollo de sus actividades de aprendizaje que serán desarrolladas día a día en el ambiente de aprendizaje e incluso, fuera de él si es necesario, al mismo tiempo conocerá a través de qué criterios será evaluado como también, cuáles son las evidencias que debe presentar a su instructor para la evaluación de su aprendizaje, las cuales posteriormente deben ser archivadas en su portafolio.

Para comprender el funcionamiento de la economía contemporánea, es de mucha importancia conocer los principios de la teoría de la oferta y la demanda, la cual nos permite analizar muchos fenómenos económicos importantes que afectan nuestras vidas, inclusive nos permite predecir precios futuros. (Michael Parkin).

Conocer la teoría de la oferta, la demanda y el punto de equilibrio de mercado es fundamental para lograr los mejores pronósticos de ventas, pero para determinar esa demanda y esa oferta es de suma



importancia apoyarnos en la información que nos provee el sistema de información de Marketing, ya que las empresas con mejor nivel de información tienen más oportunidades de elegir correctamente sus mercados, desarrollar ofertas más adecuadas y ejecutar una planificación de marketing más certera. En este sentido, todas las empresas deben organizar y distribuir flujos continuos de información a sus gerentes de marketing.

De acuerdo con lo anterior, es importante conocer los diferentes métodos y técnicas que permitan determinar los niveles de oferta y de demanda, al igual que los aspectos que determinan los planes de compra en un mercado; en este sentido, la microeconomía es la parte de la economía que estudia el comportamiento económico de agentes individuales entre los cuales tenemos: los consumidores, las empresas, los trabajadores e inversores; así como de los mercados.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Descripción de la actividad:

En grupos asignados por el instructor, leer el siguiente planteamiento, analizarlo ampliamente y dar solución a los interrogantes.

Usted es el nuevo asistente de área de Mercadeo de una pequeña empresa fabricante de helados en la ciudad de Girardot cuya marca es "FRUTADOS +"; esta empresa lleva más de cinco años de trayectoria, el gerente le reporta que en los dos últimos años las ventas se han incrementado en un 60% en las líneas crema y paletas de agua. Su elemento diferenciador frente a la competencia local y nacional son los sabores refrescantes de frutas tradicionales colombianas como la gulupa, el maracuyá y el mangostino además de los tradicionales, fresa, mora, lulo, guanábana entre otros.

En los datos entregados por producción y el área comercial a la gerencia, se identifica el siguiente comportamiento: en los meses de diciembre, enero, junio, julio y octubre se incrementan las ventas en un 50%. Para el año 2026 se proyecta abarcar otros mercados como Melgar y Carmen de Apicalá donde llega una gran afluencia de público.

Las materias primas como la gulupa se produce principalmente en los departamentos de Antioquia y Santander en los meses de marzo, abril y mayo, un segundo corte se da entre septiembre y octubre.

Por su parte el mangostino se consigue en el departamento del Tolima en dos cortes entre mayo, junio y julio el primero y el segundo entre octubre, noviembre y diciembre. El maracuyá por su parte se produce para atender principalmente el mercado internacional dejando un 40% de la producción para el mercado local en los tres cortes de producción que se dan en el año.

La empresa "FRUTADOS +" requiere aproximadamente 100 kg de pulpa de fruta en los meses normales y entre 200Kg y 250 Kg dependiendo de la calidad de la fruta que entreguen los procesadores. Teniendo en cuenta la vocación turística de la ciudad, las características climáticas y eventos que se organizan como el



reinado nacional del turismo se pueden establecer aspectos que influyen las variaciones en las cantidades demandadas del portafolio de productos de la empresa para la cual usted trabaja.

El Gerente necesita que usted prepare un informe donde se dé respuesta a las siguientes preguntas:

¿Realice un listado con las características principales de cada uno de los productos que conforman la materia prima de los helados de "FRUTADOS +"?

¿Qué factores inciden para que la empresa determine la cantidad de compra de materias primas para la elaboración de los helados de "FRUTADOS +"?

¿Qué factores inciden en el aumento de ventas de los helados de "FRUTADOS +"?

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams

Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 6 horas

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

Actividad 1.

Lectura de artículo Coronavirus, en Colombia aumentan precios de alimentos por demanda de compra

Me reúno con mis compañeros de grupo y realizo lectura del siguiente artículo:

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/coronavirus-en-colombia-aumentan-precios-de-alimentos-por-demanda-de-compra-475732>

¿Dada la circunstancia de alerta evidenciada en el artículo, qué efectos se observan en el comportamiento de los inventarios de los productos en el mercado?

¿Si usted estuviera comprando en las circunstancias descritas, qué decisiones tomaría en torno a precio de producto debido a la situación de escasez?

¿Considera usted pertinente la intervención del estado en el control de precios y de venta de unidades de producto? ¿Por qué?

¿Cómo se evidencian en la circunstancia descrita los conceptos de oferta y demanda?

¿Había escuchado estos conceptos antes?

¿Cuál es el mensaje que nos deja el artículo en torno a las decisiones de los compradores, los vendedores, el precio y las cantidades demandadas?

Una vez respondan en grupo las preguntas realicen una socialización de estas en compañía del instructor.



Ambiente requerido: Ambiente de formación asignado por la coordinación, dotado con equipos e infraestructura requerida para desarrollar la formación.

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams

Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 3 horas

3.3 Actividades de apropiación:

Actividad 1. Generalidades Economía y Mercado – Cuadro sinóptico

El instructor impartirá de manera magistral los siguientes temas: Generalidades de economía, tipos de mercados (Potencial, Disponible, Objetivo, Actual), Estructura del mercado (Perfecto e Imperfecto) y tipos de bienes. Luego, y de forma individual realizar un cuadro sinóptico que me permita analizar, sintetizar y verificar el nivel de apropiación de los conceptos expuestos en el ambiente de formación.

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams

Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 6 horas

Actividad 2. Tendencias de consumo.

A partir de los siguientes productos PAN, TAPABOCAS, PRODUCTOS ORGANICOS, realice una investigación sobre las tendencias de consumo desde 2019 hasta hoy. Donde evidencie el comportamiento de ventas, Hábitos de compra del mercado, Cambios en los precios de los productos y materias primas, factores que incidieron en estos comportamientos

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams



Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 6 horas

Actividad 3. Mercado y Demanda: Ley, curva y factores que influyen

Partiendo de las orientaciones brindadas por el instructor realizar los ejercicios propuestos para alcanzar niveles de apropiación que permitan superar el resultado de aprendizaje. Estar atento a la retroalimentación para corregir en caso de ser necesario.

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams

Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 12 horas

Actividad 4 Oferta: Ley, curva, factores que influyen.

Partiendo de las orientaciones brindadas por el instructor realizar los ejercicios propuestos para alcanzar niveles de apropiación que me permitan superar el resultado de aprendizaje. Estar atento a la retroalimentación para corregir en caso de ser necesario.

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams

Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 12 horas

Actividad 5. Punto de equilibrio de mercado:

El instructor realizará la explicación con ejemplos prácticos de los siguientes conceptos:

- Ecuación oferta y demanda
- Pendiente – Punto Pendiente



- Equilibrio de Mercado (Precio y cantidad de equilibrio)

Desarrollar los ejercicios propuestos en el material de apoyo.

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams

Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 9 horas

Actividad 6. Elasticidad precio de la demanda

Apoyado por el instructor desarrollar los ejercicios propuestos y realizar los análisis pertinentes a partir de los resultados.

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams

Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 8 horas

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Capacidad instalada y tamaño de la Demanda. (ORIENTACIÓN)

Estimados aprendices, a partir de los conocimientos y habilidades desarrolladas durante la formación y con relación a los resultados tratados en esta guía transfieran sus conocimientos a la empresa que acompañan. Para ello:

- Delimitación de tipos de productos (normales, sustitutos, complementarios) que puedan afectar la demanda y hacer los respectivos análisis.
- Elaborar dos encuestas, una orientada al oferente de su proyecto y otra a un demandante para recoger información que permita determinar sus intenciones de oferta y compra
- Determine y grafique los comportamientos en curvas de oferta y demanda, según resultados de la encuesta.



- Establecer la ecuación de la oferta y la demanda; realiza identificación de coordenadas y punto pendiente, calcular elasticidad y tipos de elasticidad,
- Identificar a partir de las ecuaciones el punto de equilibrio de mercado (cantidad de equilibrio y precio de equilibrio).
- Calcular de demanda potencial del producto

Ambiente requerido: Ambiente – Aula convencional asignado por la coordinación, con los equipos requeridos para ejecutar la formación

Materiales de formación: Ver carpeta Teams

Material de apoyo: Ver carpeta Teams

Duración de la actividad 15 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
Planeación	Estimar la demanda potencial y el plan de precios para el segmento de mercado teniendo en cuenta los objetivos del plan de mercadeo	Estimar la demanda potencial y el plan de precios para el segmento de mercado teniendo en cuenta los objetivos del plan de mercadeo.	Evidencias de Conocimiento: Respuesta a preguntas sobre: oferta, demanda, equilibrio, elasticidad, factores que afectan el comportamiento de la demanda y de la oferta.	Identifica variables que inciden en el comportamiento de la oferta y la demanda, teniendo en cuenta tendencias del mercado	Instrumento Cuestionario
			Evidencia de desempeño Evaluación: Valoración de Desempeño		Instrumento Lista de Verificación



			Sustentación del informe y aplicación de conceptos Evidencias de Producto: Informe de demanda y oferta aplicación al proyecto según lo establecido en el 3.4 Transferencia proyecto formativo		Instrumento Lista de chequeo
--	--	--	--	--	---

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Mercado: grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Cualquier mecanismo o sistema que permita poner en contacto a compradores y vendedores de un mismo bien o servicio para la realización de intercambios voluntarios.

Mercado competitivo: mercado en el que concurren muchos compradores y vendedores de modo que la influencia de cada uno sobre los precios es insignificante.

Mercado perfectamente competitivo: donde se cumplen dos características: 1) hay compradores y vendedores, de modo que la influencia que ejercen individualmente sobre los precios es insignificante; 2) los bienes o servicios que se intercambian son iguales.

Oligopolio: estructura de mercado que se caracteriza por la existencia de “pocas” empresas oferentes.

Monopolio natural: estructura de mercado en la que la presencia de economías de escala hace que sea más eficiente la existencia de una sola empresa.

Monopolio: industria formada por una sola empresa que ofrece un producto para el que no existen sustitutivos cercanos.

Competencia monopolística: situación de mercado en la que hay muchas empresas, cada una de las



cuales produce un bien diferenciado del de las demás. Por lo tanto, las diversas empresas tienen cierto poder para establecer los precios.

Datos: Número y hechos aislados que mantienen vínculos entre sí según reglas preestablecidas y difíciles de utilizar por su gran volumen los datos deben ser: Consistente y Depurados.

Información: Compendio de datos con significado.

Sistemas de información: Es un sistema planeado y basado en la computadora, diseñado para proporcionar a quienes toman las decisiones un flujo continuo de información pertinente para sus áreas de responsabilidad.

Oferta: Cantidad de un bien que el oferente está dispuesto a ofrecer por unidad de tiempo a distintos precios, se mide desde el punto de vista del productor.

Demanda: Cantidades de bienes y servicios que un consumidor está dispuesto a comprar a un precio determinado durante un tiempo determinado.

Tabla de Oferta: Una tabla de oferta enumera las cantidades ofrecidas a cada precio distinto, cuando se mantienen constantes todos los otros factores que influyen en la cantidad que las empresas están dispuestas a vender.

Tabla de Demanda: La tabla de demanda: ilustra las distintas cantidades por unidad de tiempo que a cada precio un consumidor estaría dispuesto a comprar de un cierto bien como las cintas o bien x

Ley Oferta: Si el precio sube la Q_o (cantidad Ofertada) sube; Si el precio sube baja la Q_o (cantidad Ofertada) baja.

Ley de la Demanda: "Con todo lo demás constante, cuanto mayor sea el precio de un bien su cantidad demandada disminuye, y cuando el precio del bien disminuye su cantidad demandada aumenta".

Ceteris paribus: expresión latina que significa "permaneciendo todo lo demás constante". En economía la utilizamos para significar que todas las variables terceras que podrían influir en nuestras variables de interés se mantienen constantes.

Cantidad ofrecida: cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender a determinado precio. Ley de la oferta: relación positiva entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida de dicho bien, ceteris paribus.

Curva de oferta: gráfico que muestra la relación entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida de dicho bien.

Equilibrio: situación en la que no existe ninguna tendencia al cambio porque se cumplen los planes de compra y venta de demandantes y oferentes, de modo que el mercado se vacía.



Precio de equilibrio: precio al que se igualan cantidad demandada y cantidad ofrecida, vaciándose el mercado.

Cantidad de equilibrio: cantidad ofrecida y demandada cuando el precio se ha ajustado para equilibrar la oferta y la demanda.

Mercado en equilibrio: mercado que se vacía ya que se alcanza un precio al que se igualan la cantidad demandada y la cantidad ofrecida.

Exceso de demanda: situación en que la cantidad demandada excede a la cantidad ofrecida para un valor determinado del precio.

Exceso de oferta: situación en que la cantidad ofrecida excede a la cantidad demandada, para un valor determinado del precio. Ley de la oferta y la demanda: ley que establece que el precio de un bien se ajustará para equilibrar su oferta y su demanda.

Elasticidad: medida de la sensibilidad de la cantidad ofrecida o de la cantidad demandada, ante cambios en alguno de sus determinantes. Se expresa en términos porcentuales.

Elasticidad precio de la demanda: variación porcentual de la cantidad demandada ante cambios porcentuales en el precio. Medida de la sensibilidad de la cantidad demandada ante cambios en el precio.

Elasticidad precio de la oferta: variación porcentual de la cantidad ofrecida ante cambios porcentuales en el precio. Medida de la sensibilidad de la cantidad ofrecida ante cambios en el precio.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Davi, F. (1997). Conceptos de Administración Estratégica. México: Prentice -Hall.

Parkin, M.(2003) Economía. Editorial Pearson Prentice Hall

SENA, OFERTA Y DEMANDA2. PDF.

<http://www.bogotacomovamos.org/calidad-de-vida-bogota/http://www.fenalcobogota.com.co/index.php/23-estudios-economicos/697-comportamiento-ventas-i-semester-2018>
<https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/25>
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno>
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industriahttps://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/22551/Balance%20y%20perspectivas%20de%20la%20Econom%c3%ada%20Bogotana%202018-2019.pdf?sequence=3&isAllowed=yfile:///C:/Users/User%7D/Downloads/Oferta%20y%20Demanda.pdf>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
--	--------	-------	-------------	-------



Autor (es)	Alejandra Silva Gómez	Instructor	Mercadeo	2-06-2016
-------------------	-----------------------	------------	----------	-----------

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Carolina Neiva Obregoso	Instructor	Mercadeo	Mayo - 2016	Actualización formato de calidad y completar el glosario propuesto
Autor (es)	María Clemencia Ramírez Melendro	Instructor	Mercadeo	Agosto 2017	Ajustar actividad de Reflexión inicial, contextualizació n y tiempos en las actividades presenciales y las actividades independientes
Autor(es)	Freddy Urrea Urrea	Instructor	Mercadeo	Julio 2020	Modificación a actividades de contextualizació n y apropiación.
Autor(es)	Freddy Urrea Urrea	Instructor	Mercadeo	Ener o 2023	Ajuste a actividades de apropiación y transferencia.
Autor (es)	Juan Sebastian Chaparro Judith Natalia Peña	Instructores	Mercadeo	Julio 2024	Ajustes al formato nuevo de compromiso, actualización de



Autor (es)	María Clemencia Ramírez M	Instructores	Mercadeo	Septiembre 2024	Ajustes al formato asignación tiempo de actividades
-------------------	------------------------------	--------------	----------	--------------------	---