

GESTIÓN COMERCIAL

Guía de Trabajo



VISIÓN

Ser la mejor organización de educación superior posible para unir personas e ideas que buscan hacer realidad sueños y aspiraciones de prosperidad en un entorno incierto

MISIÓN

Somos una organización de educación superior que conecta personas e ideas para impulsar la innovación y el bienestar integral a través de una cultura de pensamiento y acción emprendedora.



Presentación

La presente guía de trabajo ha sido diseñada siguiendo la Metodología Colaborativa y Experiencial que nuestra Universidad aplica para relacionar la teoría con la práctica, vital y necesaria en las organizaciones de hoy en día. Por ello, es importante seguir la secuencia de los temas que semana a semana se van a presentar ya que las lecturas, casos, videos, etc., nos ayudarán a profundizar o ampliar más nuestros conocimientos.

El contenido de la guía guarda relación con el silabo de nuestra asignatura, y para su diseño se ha tenido como referencia básica al libro "Marketing de Servicios: Personal, Tecnología y Estrategia" de Christopher Lovelock y Jochen Wirtz.

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar estrategias de servicios en una organización. En la Unidad 1 trataremos el tema: Administración de la fuerza de ventas en el siglo XXI; en la Unidad 2: Organización y desarrollo de la fuerza de ventas; en la Unidad 3: Administración y dirección de las actividades de la fuerza de ventas; en la Unidad 4: Compensación de la fuerza de ventas.

Finalmente, para que nuestra guía de trabajo realmente sea productiva y beneficiosa; es importante que el estudiante revise la bibliografía básica y complementaria señalada en el silabo. Por otro lado, la revisión de las actividades síncronas y asíncronas que deben realizar y que se encuentran señaladas en la hoja calendario y en el aula virtual.

La autora



Índice

VISIÓN.....	2
MISIÓN.....	2
Presentación.....	3
Índice.....	4
Primera unidad	5
Semana 1 – Sesión 2.....	5
Semana 2 – Sesión 2.....	7
Semana 3 – Sesión 2.....	8
Semana 4 – Sesión 2.....	9
Segunda unidad	10
Semana 5 – Sesión 2.....	10
Semana 6 – Sesión 2.....	11
Semana 7 – Sesión 2.....	12
Semana 8 – Sesión 2.....	13
Tercera unidad	14
Semana 9 – Sesión 2.....	14
Semana 10 – Sesión 2.....	15
Semana 11 – Sesión 2.....	16
Semana 12 – Sesión 2.....	17
Cuarta unidad	18
Semana 13 – Sesión 2.....	18
Semana 14 – Sesión 2.....	19
Semana 15 – Sesión 2.....	20
Semana 16 – Sesión 2.....	21



Primera unidad

Semana 1 – Sesión 2

Administración de la fuerza de ventas en el siglo XXI

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 1	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente la consigna de trabajo que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** El estudiante logra comprender la importancia de la Administración de Ventas, entender los cambios y factores que influyen en las ventas.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

Lee atentamente el artículo académico "Post Covid-19: Impacto en el ámbito de las ventas" haciendo click en el siguiente link:

<https://www.tendencias.kpmg.es/2020/04/covid-19-ventas/>

III. **Procedimientos** Formar equipos de trabajo de 4 a 5 estudiantes y juntos responder las siguientes preguntas:

1. Describe y explica dos retos que debe asumir la gestión comercial ante esta nueva coyuntura, con respecto a la fuerza de ventas.

2. Describe y explica dos retos que debe asumir la gestión comercial ante esta nueva coyuntura, con respecto a desarrollar relaciones a largo plazo con los clientes.

3. Describe y explica dos retos que debe asumir la gestión comercial ante esta nueva coyuntura, con respecto a la rentabilidad para la empresa.

4. Identifica y explica dos factores externos que influyen en las ventas.



5. Identifica y explica dos factores internos que influyen en las ventas.

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

KPMG Tendencias (2020). "Post Covid-19: Impacto en el ámbito de las ventas". Recuperado de:
<https://www.tendencias.kpmg.es/2020/04/covid-19-ventas/>



Primera unidad

Semana 2 – Sesión 2

La gerencia comercial

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 1	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Visualiza detenidamente el video que se indica en el link (líneas a bajo).

I. **Propósito:** El estudiante logra entender las funciones de una Gerencia Comercial.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

Visualiza atentamente el video que se señala a continuación:

<https://www.youtube.com/watch?v=m0LbR7gV86A>

III. **Procedimientos** Formar equipos de trabajo de 4 a 5 estudiantes y de forma colaborativa realizan las siguientes acciones:

1. Mediante un organizador (canva, mindomo, etc.) realiza el resumen del video.
2. Identifica y describe tres habilidades que el director comercial debe tener ante la actual situación de pandemia.

3. Identifica y describe tres funciones (lo que debe hacer y dar la prioridad del caso) del director comercial ante la actual situación de pandemia.

4. ¿De qué forma se han tenido que reinventar los directores comerciales?

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

EALDE Business School (2020). "Claves para ser el director comercial 3.0 perfecto". Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=m0LbR7gV86A>



Primera unidad

Semana 3 – Sesión 2

Planeación de la gerencia comercial

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 1	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente la consigna de trabajo que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** El estudiante logra comprender la importancia de la planeación como punto de partida para el logro de los objetivos de la organización.

II. **Descripción de la actividad a realizar:**
El equipo de trabajo formado en sesiones anteriores, asumirán el rol de una Gerencia de Ventas de una empresa local donde uno de los integrantes asumirá el rol de Gerente de Ventas y el resto la fuerza de ventas.

III. **Procedimientos:**
El equipo buscará información de la empresa elegida para que a lo largo de las sesiones de la asignatura puedan desarrollar los temas a tratar y diseñar "El Plan de Ventas". En la semana 3 se presentará y expondrá la siguiente información:

1. Señalar la actividad económica, misión, visión, composición de la gerencia de ventas.

2. Analizar el entorno de la organización (macro y microentorno).

3. Definir 3 objetivos de la gerencia de ventas.

4. Definir 2 estrategias por cada objetivo.

5. Definir 3 KPI's

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Caso de elaboración propia (Villegas, 2021)



Primera unidad Semana 4 – Sesión 2

Marketing y la Gerencia Comercial

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 1	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente la lectura que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** El estudiante logra entender la relación entre el Marketing y las Ventas.

II. **Descripción de la actividad a realizar:**

Lee atentamente el ebook "El nuevo departamento de ventas: El camino hacia la transformación digital" que se encuentra en el aula virtual.

III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:

1. Mediante ppt's, genially, prezi, etc; realizan una presentación del ebook.
2. Exposición grupal.

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Forcemanager (2020). "El nuevo departamento de ventas: El camino hacia la transformación digital"



Segunda unidad

Semana 5 – Sesión 2

Estructura de la Fuerza de Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 2	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente la consigna de trabajo que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

- I. **Propósito:** El estudiante entiende la importancia de organizar la estructura comercial de la Gerencia de Ventas.
- II. **Descripción de la actividad a realizar:**

Leer el Capítulo 6 "Planeación y Organización de la fuerza de ventas" del libro de Hair, J., Anderson, R., Mehta, R., Babin, B. (2010). *Administración de ventas: relaciones y sociedades con el cliente*.
- III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:
 1. Definir y sustentar dos propuestas para estructurar la fuerza de ventas.
 2. Definir y sustentar el tamaño de la fuerza de ventas.
 3. Exposición grupal.

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Hair, J., Anderson, R., Mehta, R., Babin, B. (2010). *Administración de ventas: relaciones y sociedades con el cliente*.



Segunda unidad

Semana 6 – Sesión 2

Previsiones y cuotas de venta

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 2	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente la consigna de trabajo que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** El estudiante será capaz de identificar los indicadores internos y externos para realizar el pronóstico de ventas.

II. **Descripción de la actividad a realizar:**

Leer el Capítulo 5 "Elaboración de pronósticos y presupuestos de ventas" del libro de Hair, J., Anderson, R., Mehta, R., Babin, B. (2010). *Administración de ventas: relaciones y sociedades con el cliente*.

III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:

1. El equipo de trabajo debe buscar información relevante del sector al cual pertenece la organización, ventas de la competencia para realizar las previsiones y cuotas de venta.
2. Definir el potencial del mercado y de ventas del sector al cual pertenece la organización.
3. Definir el pronóstico y cuota de ventas del área comercial.
4. Exposición grupal.

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Hair, J., Anderson, R., Mehta, R., Babin, B. (2010). *Administración de ventas: relaciones y sociedades con el cliente*.



Segunda unidad

Semana 7 – Sesión 2

Organización del territorio y las rutas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 2	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente el caso que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** El estudiante identifica la importancia de conocer el territorio y rutas al momento de dirigir y ejecutar un plan de ventas, teniendo en cuenta factores: culturales, geopolíticos, clima, intereses nacionales, población e infraestructura vial.

II. **Descripción del caso:**
Ante la actual situación sanitaria que estamos atravesando, muchas organizaciones y de sectores variados; han visto por conveniente no exponer a su fuerza de ventas a realizar trabajo de campo para no correr el riesgo de ser contagiados. Por lo tanto, organizaciones como vendedores tuvieron que reinventarse y con la ayuda de la tecnología, redes sociales hallaron nuevas formas de llegar a los clientes potenciales. El equipo de trabajo investigará de qué forma se han adaptado a estos nuevos cambios.

III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:

1. ¿Qué están haciendo las organizaciones de hoy para atraer más clientes, y por lo tanto vender más?

2. ¿Cómo puede el equipo de trabajo, aplicar estos cambios a sus empresas?

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Caso de elaboración propia (Villegas, 2021)



Segunda unidad Semana 8 – Sesión 2

Automatización de la Fuerza de Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 2	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente el caso que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** El estudiante logra entender la importancia de la automatización de la Fuerza de Ventas para la toma de decisiones.

II. **Descripción del caso:**

Ante la actual situación sanitaria que estamos atravesando, muchas organizaciones y de sectores variados; han visto por conveniente no exponer a su fuerza de ventas a realizar trabajo de campo para no correr el riesgo de ser contagiados. Por lo tanto, organizaciones como vendedores tuvieron que adaptar nuevas herramientas digitales (redes sociales, por ejemplo) para captar nuevos clientes.

El equipo de trabajo identificará las herramientas digitales que están ayudando al área comercial a obtener los resultados propuestos.

III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:

1. ¿Cuáles son las herramientas digitales que están utilizando las organizaciones de hoy para lograr los resultados?

2. ¿Cómo puede el equipo de trabajo, aplicar estos cambios a sus empresas?

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Caso de elaboración propia (Villegas, 2021)



Tercera unidad

Semana 9 – Sesión 2

Perfil del vendedor

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 3	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente el caso que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** Lograr que el estudiante identifique al vendedor adecuado que formará parte de su equipo comercial.

II. **Descripción del caso:**

Cada uno de los integrantes del equipo de trabajo, rellenará el formato “Índice del Perfil del Vendedor”, luego rellenará sus respuestas a través del cuadro Excel que se adjuntará en el aula virtual.

Los equipos de trabajo intercambian los resultados con otros equipos.

III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:

1. El equipo debe analizar los resultados por cada vendedor.
2. De acuerdo a los resultados, elegirán al vendedor adecuado para su organización
3. Sustentar la decisión y exponer en clase

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Caso de elaboración propia (Villegas, 2021)



Tercera unidad

Semana 10 – Sesión 2

Reclutamiento y Selección de la Fuerza de Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 3	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente la consigna de trabajo que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

- I. **Propósito:** Lograr que el estudiante aplique los temas clave para el reclutamiento y selección de los vendedores.

- II. **Descripción del caso:**
Cada uno de los integrantes del equipo de trabajo, confeccionarán sus hojas de vida (Curriculum Vitae) y simularán la postulación a las empresas que estamos analizando en el curso.

Los equipos de trabajo intercambian los CV's con otros equipos.

- III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:
 1. El equipo en conjunto debe prepara la entrevista (la más creativa posible).
 2. Exposición en clase.

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Caso de elaboración propia (Villegas, 2021)



Tercera unidad

Semana 11 – Sesión 2

Capacitación de la Fuerza de Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 3	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente la consigna de trabajo que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

- I. **Propósito:** Comprender la importancia de la capacitación de los vendedores para que el Gerente de Ventas identifique y potencie las habilidades, actitudes y conocimientos de su Fuerza de Ventas.
- II. **Descripción del caso:**
Presentar avance del Plan de Ventas.
- III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:
 1. Exposición en clase.



Tercera unidad

Semana 12 – Sesión 2

Motivación de la Fuerza de Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 3	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente el caso que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** Comprender la importancia de la motivación de los vendedores para el logro de los objetivos organizacionales.

II. **Descripción del caso:**

Durante los últimos 3 meses y ante la actual coyuntura que estamos atravesando: alto número de contagios, incertidumbre por la parte política económica de nuestro país; el equipo ha observado que tanto los resultados cuantitativos (ventas bajas) como la motivación de sus vendedores están muy deteriorados.

El Gerente de Ventas está muy preocupado por este mal clima que se está presentando en su área y está pensando realizar reuniones en forma individual o grupal con la fuerza de ventas.

III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:

1. Capacitación: definir el tema.
2. Motivación: de todas las teorías que se vieron en clase, ¿cuáles elegirías?

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Caso de elaboración propia (Villegas, 2021)



Cuarta unidad

Semana 13 – Sesión 2

Compensación de la Fuerza de Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 4	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente el caso que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

I. **Propósito:** Al término de la sesión el estudiante conocerá los enfoques de la remuneración de la Fuerza de ventas para aplicarlos a cada situación empresarial.

II. **Descripción del caso:**

El Gerente General de la empresa le ha encargado al equipo, a diseñar el Plan de Compensaciones 2022, para ello deberán analizar la situación actual, los resultados de la organización y por cada vendedor.

III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:

1. Diseñar los incentivos que aplicarían en su empresa.

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Caso de elaboración propia (Villegas, 2021)



Cuarta unidad

Semana 14 – Sesión 2

Evaluación del desempeño de la Fuerza de Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 4	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente el caso que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

- I. **Propósito:** El estudiante logrará diferenciar los tipos de evaluación para el desempeño de los vendedores y resolverá cuál de ellos es el más conveniente a aplicar.
- II. **Descripción del caso:**
El Gerente General de la empresa le ha encargado al equipo, a diseñar una Evaluación del desempeño de la Fuerza de Ventas para el 2022, para ello deberán analizar la situación actual, los resultados de la organización y por cada vendedor.
- III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:
 1. Definir y sustentar 3 evaluaciones objetivas.
 2. Definir y sustentar 3 evaluaciones subjetivas.
 3. Exposición del caso.

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Caso de elaboración propia (Villegas, 2021)



Cuarta unidad

Semana 15 – Sesión 2

Análisis del volumen y rentabilidad en las Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 4	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Lee detenidamente la consigna de trabajo que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

- I. **Propósito:** El estudiante logrará comprender el marco para realizar una auditoría de la organización de la fuerza de ventas.
- II. **Descripción del caso:**
Presentar el trabajo final del Plan de Ventas.
- III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:
 1. Exposición en equipo.



Cuarta unidad

Semana 16 – Sesión 2

Liderazgo de la Fuerza de Ventas

Sección :	Apellidos :
Docente : MBA Kezzy Villegas Cano	Nombres :
Unidad : Unidad 4	Fecha :/...../..... Duración: 60 min

Instrucciones: Visualiza el video que a continuación se expone y luego contesta las preguntas.

- I. **Propósito:** El estudiante será capaz de definir el Liderazgo y su importancia dentro de la organización, a nivel personal y profesional. Asimismo, reconocer las características del líder que requieren las organizaciones en el siglo XXI.

- II. **Descripción del caso:**
En clase, visualizamos y analizamos el siguiente link:
<https://www.youtube.com/watch?v=E9qKyX9NiTs>

- III. **Procedimientos:** Los equipos de trabajo realizan las siguientes acciones:
 - 1. ¿Qué tipo de líderes quiere ser el equipo dentro de su organización?
 - 2. ¿Qué estrategias diseñarían para que sus colaboradores a cargo los sigan?

Referencias bibliográficas consultadas y/o enlaces recomendados

Sinek, Simón (2016). "Comienza por por qué". Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=E9qKyX9NiTs>



Lista de referencias

- Camex Perú. (2017, 17 de octubre). *Introducción a la Gestión Comercial* [video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=0EKhYofxSxQ>
- Esan Ediciones (2012). *Del consumidor convencional al consumidor digital: El caso de las tiendas por departamento*.
- González, E. (2014, 24 de febrero). *Introducción a Mapinfo* [video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=9ovY1GmWolw>
- Hair, J., Anderson, R., Mehta, R., Babin, B. (2010). *Administración de ventas : relaciones y sociedades con el cliente*. Cengage Learning
<https://sites.google.com/site/lagestiondeventas/home/perfil-del-vendedor>
https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2012/06/14/consumidor_convencional_digital.pdf
- Hubspot. *Administración de Relaciones con los clientes* (demo).
<https://app.hubspot.com/demo-tour/7663199/contact/1?flowId=new-leader&tourId=contact-owner>
- Jhonston, M. y Marshall, G. (2009). *Administración de Ventas* (9.ª ed.). McGraw Hill
- Sánchez, J. (2008). *Perfil del vendedor*.
- Torres, V. (2015). *Administración en ventas*. Grupo Editorial Patria.