



## PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

### FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Asesoría Comercial.
- **Código del Programa de Formación:** 631101 Versión 2.
- **Nombre del Proyecto Formativo:** Desarrollo de técnicas para el apoyo en el proceso de comercialización y venta de productos por parte de los estudiantes de la IE pertenecientes a AMT en el departamento del Tolima. Vigencia 2026-2027.
- **Fase del Proyecto:** Análisis.
- **Actividad de Proyecto Formativo:** Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado.
- **Competencia:** Prospectar clientes potenciales según el producto o servicio de la organización.
- **Resultado de Aprendizaje:** Prospectar clientes potenciales según el producto o servicio de la organización.
- **Duración de la Guía de Aprendizaje:** 48 horas.

#### 2. PRESENTACIÓN

¡Bienvenid@ a su segunda etapa de formación! Una vez que hemos aprendido a identificar quién es nuestro cliente, el siguiente reto es convertir los datos en inteligencia comercial. En la asesoría comercial moderna, no basta con tener una lista de contactos; es imperativo saber valorar la fuente de donde provienen, procesar esa información estadísticamente y presentar informes que orienten la toma de decisiones.

En esta guía, desarrollaremos habilidades analíticas para el manejo de variables de información y la construcción de reportes técnicos. Recuerde que un informe bien estructurado es la herramienta más poderosa para demostrar la viabilidad de un mercado en el departamento del Tolima.



### 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

#### 3.1 Actividades de reflexión inicial:

**Descripción de la actividad:** Imagine que usted es el coordinador de ventas de AMT y recibe dos carpetas: una con 1.000 nombres sacados de una red social sin filtros, y otra con 50 nombres de gerentes de empresas agrícolas del Tolima que asistieron a una feria el mes pasado.

- ✓ ¿Cuál carpeta tiene más valor para usted y por qué?
- ✓ ¿Qué pasaría si la información de los 50 gerentes no incluye su teléfono o correo?
- ✓ ¿Por qué cree que los gráficos son mejores que los párrafos largos para explicar las ventas a un jefe?

**Evidencias de aprendizaje:** Dar respuesta en un digital o físico a los interrogantes planteados, para después de ser valorado anexarlo al portafolio del aprendiz.

**Ambiente requerido:** ambiente polivalente

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** "El Naufragio de los Datos" (Simulación de toma de decisiones).

**Materiales de formación:** TV, Equipo de computo con internet, tablero, marcador y borrado.

**Material de apoyo:** N/A

**Duración de la actividad:** 4 horas.

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

**Descripción:** Posterior a la visualización de los videos corto sobre Big Data y Análisis Comercial, realice una lluvia de ideas para definir:

- **Variables de información:** Diferencia entre variables cualitativas (perfiles) y cuantitativas (frecuencia de compra).
- **Fuentes de información:** ¿Cómo saber si una fuente es confiable? (Valoración de vigencia y veracidad).
- **Procesamiento:** Conceptos de tabulación y codificación de datos.

**Evidencias de aprendizaje:** Dar respuesta en un digital o físico a los interrogantes planteados, para después de ser valorado anexarlo al portafolio del aprendiz.



**Ambiente requerido:** Sala de Sistemas

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Cine-Foro Técnico.

**Materiales de formación:** TV, PC, tableros, marcadores, borrador

**Material de apoyo:** <https://youtu.be/M26ilqmqWkl?si=OqEHovYu5Er0Extn>

<https://youtu.be/wEAYJ9GJnfw?si=A0jJOHWBtNa8hZ2U>

<https://youtu.be/59b0rINnBuU?si=POGVIDVnbX-abG2b>

**Duración de la actividad:** 8 horas.

### 3.3 Actividades de apropiación:

**Descripción:** Utilizando los prospectos identificados en la Guía No. 1, realice las siguientes acciones:

1. **Valoración de Fuentes:** Aplique una matriz de validación (Vigencia, Confiabilidad, Accesibilidad) a las fuentes donde obtuvo sus prospectos.
2. **Procesamiento:** Clasifique los datos en variables de información. Utilice una hoja de cálculo para tabular la información de al menos 10 prospectos.
3. **Análisis:** Aplique criterios de análisis (tendencias de mercado en el Tolima, necesidades comunes detectadas).

**Ambiente requerido:** Sala de Sistemas

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Taller de "Análítica Comercial Aplicada".

**Materiales de formación:** TV, PC, tableros, marcadores, borrador

**Material de apoyo:** Guía de Aprendizaje No. 1 .

- ✓ Instructivo de uso de la **matriz de validación de fuentes** (plantilla modelo).
- ✓ Plantilla de **hoja de cálculo** para tabulación de prospectos (Excel o Google Sheets).
- ✓ Lectura corta o infografía sobre **tendencias de mercado en el Tolima**.
- ✓ [https://youtu.be/5H65LkXnDIU?si=i4\\_k9DkVt1irs79j](https://youtu.be/5H65LkXnDIU?si=i4_k9DkVt1irs79j)

**Evidencias de aprendizaje:** Ficha técnica de variables de información (definición de campos: sector, ubicación, necesidad, tamaño del cliente, medio de contacto, etc.), esta debe reposar en el portafolio del aprendiz.

**Instrumentos de evaluación:** Listas de chequeo de producto, conocimiento y desempeño.

**Duración de la actividad:** 20 horas.



### 3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

**Descripción:** El aprendiz deberá elaborar y sustentar el **Informe Final de Prospección**. Este documento debe seguir las normas técnicas de redacción y contener:

- Tipos de gráficos (barras, circulares o de dispersión) que representen las características del mercado analizado.
- Conclusiones sobre la calidad de los clientes potenciales calificados.
- Entregar el documento final bajo los parámetros institucionales de la organización.

**Ambiente requerido:** Sala de Sistemas

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Laboratorio de Informes Gerenciales

**Materiales de formación:** TV, PC, tableros, marcadores, borrador

Evidencias de aprendizaje: Informe Final de Prospección.

**Instrumentos de evaluación:** Listas de chequeo de producto, conocimiento y desempeño.

**Duración de la actividad:** 16 horas.

#### **Evaluación de la temática:**

El conocimiento adquirido se validará mediante un cuestionario en Google Forms, el cual será suministrado por el instructor en la sala de sistemas. La actividad cuenta con un tiempo límite de 35 minutos para su resolución.

### **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	Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado.	Clasificación y organización de la información comercial de los prospectos mediante la definición de variables y su registro en	<b>Conocimiento:</b> Evaluación sobre tipos de variables, fuentes y tipos de informes.	Identifica y clasifica variables de información comercial con precisión.	Cuestionario (LMS/Físico).



		una hoja de cálculo.			
Análisis	Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado.	Aplicar una matriz de validación para valorar la calidad de las fuentes de información y procesar los datos de prospectos mediante su clasificación, tabulación y análisis en hoja de cálculo, utilizando criterios estadísticos básicos para la identificación de tendencias y oportunidades comerciales.	<b>Desempeño:</b> Observación en el manejo de herramientas para el procesamiento de datos.	Valora las fuentes y procesa la información aplicando criterios estadísticos básicos.	Lista de chequeo de desempeño
Análisis	Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado.	Elaboración de un informe comercial con análisis de prospectos, integrando tabulación de datos, interpretación de tendencias del mercado y representación gráfica de la información.	<b>Producto:</b> Informe de Prospección con análisis gráfico y conclusiones técnicas.	Presenta informes comerciales cumpliendo con normas técnicas y uso de gráficos.	Lista de chequeo de producto.



## **5. GLOSARIO DE TÉRMINOS**

### **ANÁLISIS DE DATOS**

**Concepto:** Proceso sistemático de recopilación, organización, interpretación y evaluación de datos para apoyar la toma de decisiones comerciales.

**Criterios:** Calidad y veracidad, pertinencia, coherencia, actualización y generación de conclusiones.

### **VARIABLES DE INFORMACIÓN**

**Concepto:** Características o atributos que describen los datos recolectados para su clasificación y análisis.

**Tipos:** Cualitativas, cuantitativas, nominales y ordinales.

### **PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

**Concepto:** Actividades orientadas a organizar, depurar y transformar datos en información útil.

**Tipos:** Manual, digital y automatizado.

### **INFORMES**

**Concepto:** Documento técnico que comunica resultados de análisis y conclusiones.

**Tipos y gráficos:** Informativo, descriptivo, analítico y ejecutivo. Uso de barras, líneas, pastel y tablas dinámicas.

### **ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

**Concepto:** Interpretación crítica de datos organizados para identificar patrones y oportunidades.

**Criterios:** Comparación, tendencias, interpretación lógica y sustento en evidencias.

### **FUENTES DE INFORMACIÓN**

**Concepto:** Medios de donde se obtienen datos relevantes para la investigación comercial.

**Tipos:** Primarias, secundarias, digitales e institucionales.

### **ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS**

**Concepto:** Proceso de redacción técnica y estructurada de información formal.

**Técnicas:** Planeación, organización, redacción clara, normas técnicas y revisión.



## TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

**Concepto:** Métodos para valorar el aprendizaje y desempeño del aprendiz.

**Tipos:** Observación, talleres, estudios de caso, pruebas y proyectos.

## INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

**Concepto:** Herramientas que registran y miden resultados evaluativos.

**Tipos:** Lista de chequeo, rúbrica, escala de valoración, cuestionario y portafolio.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Para desarrollar las actividades, consulte los siguientes recursos:

1. **Kotler, P., & Armstrong, G. (2018).** *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.
  - **Consulta:** *Capítulo 4: Gestión de la información de marketing para conocer a los clientes*. (Págs. 100-125). Ideal para entender fuentes y análisis de datos.
2. **Prieto Herrera, J. E. (2013).** *Investigación de mercados*. Ecoe Ediciones.
  - **Consulta:** *Capítulo 5: El informe de investigación de mercados*. (Págs. 180-210). Útil para la estructura del informe y tipos de gráficos.
3. **Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2012).** *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. McGraw-Hill.

**Consulta:** *Capítulo 2: Descripción de datos: tablas de frecuencias y su representación gráfica*.

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
<b>Autor (es)</b>	Hadson David Morales Adriana Mónica Reyes David Santiago Rueda Johnny Alexander Cordero Mónica Adriana Mondragón	Instructores	AMT - Centro de Comercio y Servicios	11/02/2026

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



	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					