



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA 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:** Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
- **Resultado de Aprendizaje:** Efectuar la venta cumpliendo con políticas de la organización
- **Duración de la Guía de Aprendizaje:** 48 horas.

2. PRESENTACIÓN

¡Bienvenido(a)! En las guías anteriores logramos entender a quién le vamos a vender; ahora el reto es definir **qué vamos a ofrecer**. Un asesor comercial de alto impacto no solo conoce el nombre del producto, sino que domina sus atributos, beneficios, niveles de surtido y la importancia de su presentación (empaquete, envase y embalaje).

En esta guía, usted aprenderá a diseccionar un producto o servicio para encontrar sus ventajas competitivas. La estructura de su propuesta comercial dependerá de qué tan bien logre conectar las características técnicas con las necesidades del mercado objetivo en el Tolima. ¡Comencemos a dar forma a su oferta comercial!



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial (4 horas)

Técnica Didáctica Activa (TDA): "La Caja de Pandora Comercial" (Análisis de Objeto).

Descripción: El instructor presentará un producto cotidiano (ej. un café especial del Tolima o un insumo agrícola). Sin abrirlo, los aprendices deben responder:

1. ¿Qué diferencia el envase del empaque en este producto?
 2. Si tuviera que vender este producto a un cliente mayorista vs. un consumidor final, ¿qué atributos resaltaría en cada caso?
 3. ¿Cómo cree que el embalaje influye en el costo final que paga el cliente en su municipio?
- **Evidencias de aprendizaje:** Dar respuesta en un medio 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: "Estudio de Caso en Vivo con Juego de Roles". Esta técnica permite que los aprendices no solo memoricen definiciones, sino que actúen y razonen como profesionales del área comercial.
 - **Materiales de formación:** TV, Equipo de cómputo 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 (8 horas)

Técnica Didáctica Activa (TDA): Carrusel de Conocimiento.

Descripción: En cuatro estaciones distribuidas en el ambiente, los aprendices rotarán para investigar y sintetizar:

- **Estación 1: El ADN del Producto:** Concepto, atributos, clasificación y referencias.
- **Estación 2: El Vestido del Producto:** Diferencias técnicas entre envase, empaque y embalaje.
- **Estación 3: La Estrategia de Surtido:** Dimensiones (amplitud, longitud, profundidad) y estructura.
- **Estación 4: Servicios:** Caracterización de intangibles y beneficios.



- **Evidencias de aprendizaje:** Dar respuesta en un medio 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: "Rally de Co-Creación: El Prototipo 360". Esta técnica transforma la rotación pasiva (solo leer/investigar) en una construcción activa. Cada grupo recibirá un "Producto Desconocido" al inicio (solo un nombre o una idea) y, a medida que pasan por las estaciones, deberán ir completando la Ficha Maestra de ese producto usando la información que encuentren en cada parada.
- **Materiales de formación:** TV, Equipo de cómputo con internet, tablero, marcador y borrador.
- **Material de apoyo:** Cantidad Artículo
Pliego de cartulina o papel Bond.
Marcadores gruesos.
Muestras reales (cajas, frascos, empaques vacíos).
- **Duración de la actividad:** 8 horas.

3.3 Actividades de apropiación (20 horas)

Técnica Didáctica Activa (TDA): "Despiece Técnico de la Oferta" (Taller de caracterización).

Descripción: Tomando como referencia los productos vinculados al proyecto formativo AMT, el aprendiz deberá:

1. **Ficha Técnica:** Elaborar una ficha detallada del producto incluyendo funciones, beneficios y tipos.
 2. **Diseño de Protección:** Proponer el tipo de envase, empaque y embalaje ideal para el transporte del producto desde el Tolima hacia otros mercados, justificando sus usos.
 3. **Matriz de Surtido:** Estructurar los niveles de surtido (familias, subfamilias) para una unidad de negocio del sector.
 4. **Diferenciación:** Listar los atributos que convierten una "característica técnica" en un "beneficio para el cliente".
- **Ambiente requerido:** Sala Polivalente
 - **Estrategias o técnicas didácticas activas:** Taller de "Análítica Comercial Aplicada".
 - **Materiales de formación:** TV, PC, tableros, marcadores, borrador



- **Material de apoyo:** "Dossier de Exportación: Del Tolima para el Mundo". Esta técnica funciona como un simulacro de consultoría profesional. El aprendiz no solo llena formatos, sino que construye la identidad competitiva de su producto para llevarlo a un mercado fuera de su zona de confort.
- **Evidencias de aprendizaje:** Ficha Maestra de Producto y Comercialización (AMT)
- **Instrumentos de evaluación:** Lista de Chequeo
- **Duración de la actividad:** 20 horas.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento (16 horas)

Técnica Didáctica Activa (TDA): "Showroom de Propuesta Comercial".

Descripción: El aprendiz debe estructurar y presentar una **Propuesta Comercial Técnica**.

Debe elegir un producto o servicio de su proyecto y realizar una exposición donde demuestre:

- Caracterización completa de los atributos del producto/servicio.
- Muestra física o gráfica del empaque/envase propuesto.
- Argumentación de cómo este producto satisface las necesidades del mercado objetivo identificado en las guías 1, 2 y 3.
- ✓ **Ambiente requerido:** Sala de Sistemas
- ✓ **Estrategias o técnicas didácticas activas:** El aprendiz debe demostrar no solo conocimiento sino capacidad de persuasión técnica, la mejor estrategia es el "Showroom de Negocios: Rueda de Soluciones AMT". Esta técnica simula una feria comercial de alto nivel o una rueda de negocios (tipo Shark Tank, pero con un enfoque técnico pedagógico), donde el aprendiz no "expone un tema", sino que "vende una solución integral".
- ✓ **Materiales de formación:** TV, PC, Micrófono, tableros, marcadores, borrador
- ✓ **Evidencias de aprendizaje:** Informe Final o Dossier Ejecutivo y el Registro de Sustentación.
- ✓ **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

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 una hoja de cálculo.	Conocimiento: Evaluación sobre tipos de variables, fuentes y tipos de informes.	Identifica y clasifica variables de información comercial con precisión.	Cuestionario (LMS/Físico).
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	Desempeño: 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



		identificación de tendencias y oportunidades comerciales.			
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.	Producto: 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

Envase: Es el recipiente que está en contacto directo con el producto. Su función principal es contenerlo, protegerlo y conservarlo. Ejemplo: La bolsa de polipropileno que contiene directamente los granos de café.

Empaque: Es la estructura que agrupa uno o varios envases. Su función es principalmente comercial y de mercadeo, sirviendo para exhibir el producto en el punto de venta y facilitar su manipulación. Ejemplo: La caja de cartón decorativa que contiene 12 bolsas de café.

Mayorista: Es un intermediario en la cadena de suministro que compra productos en grandes cantidades directamente a los fabricantes para venderlos a minoristas o detallistas, pero no al consumidor final. Ejemplo: Un distribuidor en la plaza de mercado que vende bultos de insumos a pequeñas tiendas agrícolas.

Consumidor Final: Es la persona que compra el producto para su uso o consumo personal, cerrando así el ciclo comercial. Es quien realmente disfruta de los beneficios del producto. Ejemplo: La persona que compra una libra de café para prepararla en su casa.

Embalaje: Es la protección superior que agrupa envases o empaques para su transporte y almacenamiento masivo. Su objetivo es proteger la mercancía de golpes, humedad y facilitar su movimiento en grandes distancias (logística). Ejemplo: Una estiba (pallet) con 50 cajas aseguradas con película stretch.



Surtido: Es el conjunto de productos que un establecimiento comercial pone a disposición de sus clientes. Se mide por su amplitud (cuántas líneas de productos tiene) y su profundidad (cuántas variantes hay dentro de cada línea).

Atributos: Son las características que definen un producto. Pueden ser tangibles (color, peso, tamaño, sabor) o intangibles (marca, prestigio, garantía, servicio técnico).

Necesidad: En términos de mercadeo, es un estado de carencia percibida (falta de algo). El producto o servicio existe precisamente para satisfacer esa necesidad, ya sea física, social o individual.

Consulte los siguientes textos para fundamentar sus actividades:

1. **Kotler, P., & Armstrong, G. (2018).** *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.
 - **Consulta:** *Capítulo 8: Productos, servicios y marcas*. (Especialmente las secciones de Atributos del producto y Decisiones de empaque).
2. **Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2018).** *Marketing*. McGraw-Hill.
 - **Consulta:** *Capítulo 10: Desarrollo de nuevos productos y servicios*. (Para la clasificación y características de servicios).
3. **Escudero Serrano, M. J. (2011).** *Gestión comercial y del servicio posventa*. Paraninfo.
 - **Consulta:** *Capítulo 2: El surtido y la gestión de lineales*. (Indispensable para las dimensiones y estructura del surtido).

6. BIBLIOGRAFÍA (Normas APA Séptima Edición)

- Escudero Serrano, M. J. (2011). *Gestión comercial y del servicio posventa*. Ediciones Paraninfo.
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2018). *Marketing* (13.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Fundamentos de Marketing* (14.ª ed.). Pearson Educación.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

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



8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					