



## 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 (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.

**Resultados de Aprendizaje:** Estructurar propuesta comercial del producto y servicio de acuerdo con el mercado objetivo.

**Duración de la Guía de Aprendizaje:** 48 horas.

#### 2. PRESENTACIÓN

¡Bienvenido(a)! En esta unidad formativa daremos un paso crucial: conectar el producto con el ser humano. El éxito de un asesor comercial en el departamento del Tolima no radica solo en conocer su mercancía, sino en identificar qué vacío viene a llenar ese producto en la vida o negocio del cliente.

A lo largo de estas 48 horas, exploraremos la escala de necesidades humanas, el ciclo de vida de los productos y la construcción de portafolios estratégicos. Aprenderá que una Propuesta Comercial no es un simple presupuesto, sino un documento de negociación diseñado para crear valor. Lo invito a participar con entusiasmo en las simulaciones de negociación que hemos preparado para usted.



### 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

#### 3.1 Actividades de reflexión inicial (4 horas)

Técnica Didáctica Activa (TDA): "El Objeto Inútil" (Desafío de creatividad).

**Descripción:** El instructor mostrará un objeto que aparentemente no tiene utilidad comercial inmediata (ejemplo: una piedra pintada o un clip doblado). Los aprendices, en parejas, deben:

- Inventar una necesidad urgente que este objeto resuelva.
- Identificar si esa necesidad es básica o de autorrealización.
- Debatir: ¿El marketing crea necesidades o solo identifica deseos existentes?

#### Preguntas orientadoras

- ¿Qué necesidad humana podría satisfacer el objeto presentado?
- ¿Todas las necesidades son iguales para los clientes?
- ¿Los productos crean necesidades o responden a necesidades existentes?
- ¿Cómo puede un asesor comercial identificar las necesidades reales del cliente?

#### Evidencia de aprendizaje

Reflexión escrita donde el aprendiz explique:

- La necesidad identificada.
- Si corresponde a una necesidad básica o de autorrealización.
- Cómo el producto puede satisfacer esa necesidad.

#### Estrategias o técnicas didácticas activas

- Aprendizaje basado en problemas
- Debate guiado
- Pensamiento creativo

**Materiales de formación:** Objeto de demostración, Tablero, Marcadores, Cuaderno o portafolio.

**Ambiente requerido:** Ambiente polivalente organizado en forma de mesa redonda para facilitar el debate y la interacción.



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

**Técnica Didáctica Activa (TDA):** Galería de Conceptos (Exploración visual).

**Descripción:** Se dispondrán carteleras en el ambiente con imágenes que representen:

1. La Pirámide de Maslow: Para entender la escala de necesidades.
2. Ciclo de Vida del Producto: Desde la introducción hasta el declive.
3. El Portafolio de Servicios: Características de intangibilidad e inseparabilidad.



Los aprendices deberán rotar y registrar en su diario de campo cómo cada concepto se aplica a un servicio agrícola o comercial de su región (Tolima).

#### Producto de la actividad

Mapa mental o infografía digital donde el aprendiz relacione:

- Pirámide de Maslow
- Ciclo de vida del producto
- Portafolio de servicios
- Aplicación en un producto del Tolima



**Evidencia de aprendizaje:** Documento gráfico digital (infografía o mapa mental).

**Ambiente requerido:** Sala de sistemas o ambiente polivalente con acceso a herramientas digitales.

Estrategias didácticas

- Aprendizaje colaborativo
- Técnica de estaciones
- Investigación guiada

**Materiales de formación:** Computadores, Internet, Cartelera conceptual, Plataforma digital (Canva, PowerPoint o Word).

Duración de la actividad: 8 horas.

### 3.3 Actividades de apropiación:

**Técnica Didáctica Activa (TDA):** "Arquitectos del Portafolio" (Taller de diseño estratégico).

**Descripción:** Utilizando la información de los productos caracterizados en la Guía No. 4, desarrolle lo siguiente:

1. **Análisis de Ciclo de Vida:** Determine en qué etapa (introducción, crecimiento, madurez o declive) se encuentran los productos del proyecto AMT y proponga una estrategia para cada fase.
2. **Estructura de Portafolio:** Diseñe el portafolio de productos y servicios de su unidad de negocio, definiendo claramente sus elementos (líneas, familias y profundidad).
3. **Detección de Necesidades:** Realice un juego de roles donde un aprendiz actúa como cliente (expresando deseos) y el otro como asesor (identificando necesidades reales tras esos deseos).



**Producto esperado:**

Documento técnico que incluya:

- Análisis del ciclo de vida del producto
- Diseño del portafolio comercial
- Identificación de necesidades del cliente
- Estrategias comerciales para cada producto

**Evidencias de aprendizaje**

- Documento de análisis estratégico
- Registro del role-play de identificación de necesidades
- Diseño del portafolio comercial

**Ambiente requerido**

- Sala de sistemas o ambiente polivalente con equipos de cómputo.

**Estrategias didácticas**

- Aprendizaje basado en problemas
- Taller práctico
- Simulación comercial (role-play)

**Materiales de formación:** Computadores, Plantillas de portafolio, Cuaderno de trabajo, Proyector.

Duración de la actividad: 20 horas.

**3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:**

**Técnica Didáctica Activa (TDA):** "La Gran Negociación" (Simulación de cierre comercial).

**Descripción:** El aprendiz debe elaborar una Propuesta Comercial Formal para un cliente del mercado objetivo. La propuesta debe incluir:

- Identificación de necesidades y deseos detectados.
- Selección estratégica de productos/servicios del portafolio.



- **Argumentario de Negociación:** Aplicabilidad del producto y tácticas de negociación (ganar-ganar) para manejar objeciones comunes en el contexto regional del Tolima.

### **Producto final**

Propuesta Comercial Formal que incluya:

- Identificación de necesidades del cliente
- Selección de productos del portafolio
- Argumentos de negociación
- Estrategias de manejo de objeciones

### **Evidencias de aprendizaje**

- Documento de propuesta comercial
- Sustentación de la propuesta
- Argumentación de negociación

### **Evidencias de aprendizaje**

- Documento de propuesta comercial
- Sustentación de la propuesta
- Argumentación de negociación

### **Estrategias didácticas**

- Simulación empresarial
- Juego de roles
- Presentación ejecutiva

### **Materiales de formación**

- Computadores
- Plantillas de propuesta comercial
- Proyector
- Tablero

Duración de la actividad: 16 horas.

## **1. 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
			<b>Conocimiento:</b> Cuestionario sobre Pirámide de Maslow, Ciclo de Vida y elementos de la propuesta comercial.	Relaciona las necesidades del cliente con los beneficios del portafolio de productos.	Cuestionario técnico.
			<b>Desempeño:</b> Simulación de identificación de necesidades y selección de productos del portafolio.	Selecciona productos y servicios del portafolio de acuerdo con el perfil del cliente.	Lista de chequeo de desempeño (Role-play).
			<b>Producto:</b> Documento de Propuesta Comercial técnica con estrategia de negociación.	Estructura propuestas comerciales integrando las etapas del ciclo de vida y tácticas de negociación.	Lista de chequeo de producto.



## 5. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Consulte los siguientes capítulos para resolver las actividades propuestas:

**Kotler, P., & Armstrong, G. (2018).** *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.

- **Consulta:** *Capítulo 5: Comprensión del comportamiento de compra del consumidor.* (Necesidades y deseos). *Capítulo 9: Estrategias del ciclo de vida del producto.*

**Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007).** *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill.

- **Consulta:** *Capítulo 12: Planeación y desarrollo del producto.* (Portafolio y mezcla de productos).

**Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011).** *¡Sí, de acuerdo! Cómo negociar sin ceder*. Gestión 2000.

- **Consulta:** *Capítulo 2: Separe a las personas del problema.* (Técnicas de negociación aplicables).

## 6. BIBLIOGRAFÍA (Normas APA Séptima Edición)

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *¡Sí, de acuerdo! Cómo negociar sin ceder* (3.ª ed.). Editorial Gestión 2000.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Fundamentos de Marketing* (14.ª ed.). Pearson Educación.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing* (14.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.

---

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

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





<b>Autor (es)</b>	David Santiago Rueda Mejia	<b>instructor</b>	Área de Comercio y Servicios	12/02/2026
-------------------	----------------------------	-------------------	------------------------------	------------

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
<b>Autor (es)</b>					