GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 10

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 2		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.		Código: 1239683		
Fase del proyecto: Ejecución				
Actividad de Proyecto: Realizar pruebas del producto y/o servicio.	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA18. Aplicar pruebas de mercadeo al producto o servicio ofertado y su punto de venta, con el fin de determinar el nivel de satisfacción y la respuesta alcanzada frente a las políticas de la empresa.	Ambiente de formación ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.	MATERIALES DE FORMACIÓN DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Resultados de Aprendizaje: 26010100301 Aplicar pruebas de mercado a productos o servicios con calidad de servicio teniendo en cuenta las políticas de la empresa.	**Competencia:** 260101003 Implementar las acciones de penetración del producto o servicio en el mercado de acuerdo con la rentabilidad y estrategias de mercadeo.			
Resultados de Aprendizaje: 26010102402 Evaluar el impacto de la exhibición según el nivel de satisfacción de los clientes.	**Competencia:** 260101024 Gestionar las Superficies en los puntos de venta según estrategias de exhibición.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150009 Desarrollar	**Competencia:** 240201500 Promover la			

permanentemente las habilidades psicomotrices y de pensamiento en la ejecución de los procesos de aprendizaje.	interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.			
Duración de la guía: 130 horas				

2. INTRODUCCIÓN

Damos inicio a la actividad de Proyecto 10: ***"Realizar pruebas del producto y/o servicio",*** la cual está orientada en el conocimiento y aplicación de pruebas de mercado y la evaluación de la exhibición comercial.

El tiempo asignado para su desarrollo es de 130 horas y aborda la realización de una actividad de aprendizaje: "***Aplicar pruebas de mercadeo al producto o servicio ofertado y su punto de venta, con el fin de determinar el nivel de satisfacción y la respuesta alcanzada frente a las políticas de la empresa"***. Mediante esta actividad, el aprendiz reconocerá elementos clave para analizar directamente en los clientes cuáles son sus prioridades, necesidades y preferencias y de esta manera, plantear o diseñar productos, servicios y estrategias de mercado que generen recompra, fidelización, y valor agregado.

Las **Pruebas de Mercado,** son una técnica de investigación utilizada por las empresas para evaluar por medio de la percepción del cliente, las falencias y los beneficios del producto o servicio que se encuentren en vigencia en el mercado o se desean introducir. La información que se recolecta en la aplicación de estas pruebas, permite determinar el grado de aceptación, la acogida, impresión, reacción o comportamiento del público, convirtiéndose en un factor clave para decidir si es factible o no realizar un nuevo lanzamiento, o si es necesario incluir algunos cambios en las propiedades o las características del producto o servicio.

La **Evaluación de la Exhibición Comercial,** es un proceso que debe aplicarse continuamente en los puntos de venta de la empresa, para poder analizar y determinar el impacto del diseño, la organización, la publicidad y la promoción de acuerdo con los intereses, sentimientos y expectativas de los clientes del producto o servicio.

Las **Pruebas de Mercadeo en la Práctica** son insumos requeridos para el abordaje de nuevos proyectos en mercadeo, dado a que esta herramienta mediante el estudio y análisis de casos es fundamental para la toma de decisiones en torno al diseño de nuevos productos o servicios, modificación de los existentes, planear y ejecutar estrategias de marketing, así como evaluar su exhibición identificando y organizando la información relacionada con el desarrollo de eventos comerciales.

En su visión integradora la Actividad de Proyecto 10 aborda contenidos referidos a la aplicación de **Pausas Activas** necesarias para un buen desempeño en el entorno laboral, teniendo en cuenta que al aplicar pruebas de mercado la recolección, organización y análisis de información puede resultar compleja y dispendiosa; adicionalmente se revisan aspectos relacionados con elementos para la implementación de buenas prácticas que estimulen la **Motricidad** en el aprendiz, como un factor fundamental en la realización actividades en el marco de su quehacer diario como gestor de mercados.

Al finalizar la presente actividad, el aprendiz conocerá las técnicas y el procedimiento para la aplicación de pruebas

de mercado a productos o servicios y realizar la evaluación de su exhibición comercial, así mismo, como tecnólogo en Gestión de Mercados podrá establecer métodos y herramientas de trabajo en equipo para el desarrollo de su motricidad y cuidado personal.

¡Bienvenido!

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

La implementación de modelos de comercialización de productos o servicios es una tarea fundamental que requiere para su éxito, la realización de actividades que implican poner a prueba no sólo la funcionalidad de un producto, sino también de la confiabilidad de entregar lo que el cliente o consumidor espera, teniendo en cuenta el anterior elemento se hace necesario a que antes de cualquier lanzamiento o puesta de productos o servicios a disposición del mercado, se realicen la correspondientes pruebas con el ánimo de determinar posibles ajustes. En la presente guía de aprendizaje se relacionan estos aspectos desde el enfoque referido con:

La aplicación de pruebas de mercadeo al producto o servicio y a su punto de venta, mediante las cuales se puede determinar el nivel de satisfacción de los futuros clientes y el cumplimiento de políticas de la empresa.

Una vez abordadas las temáticas en el proceso de las pruebas de mercadeo, la evaluación de la exhibición comercial y las pruebas de mercadeo en la práctica, desde los estudios de caso, existen algunos interrogantes que el aprendiz debe intentar responder, como son:

- ¿Cuál es la importancia de la realización de pruebas de mercadeo?
- ¿Qué elementos y características de la exhibición comercial se deben evaluar?
- ¿Qué elementos son los esenciales en la toma de decisiones para realizar las pruebas de mercadeo?

La anterior reflexión permitirá al aprendiz identificar claramente los elementos, características y aspectos básicos en la estructura de las pruebas de mercadeo y la evaluación de la exhibición comercial.

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

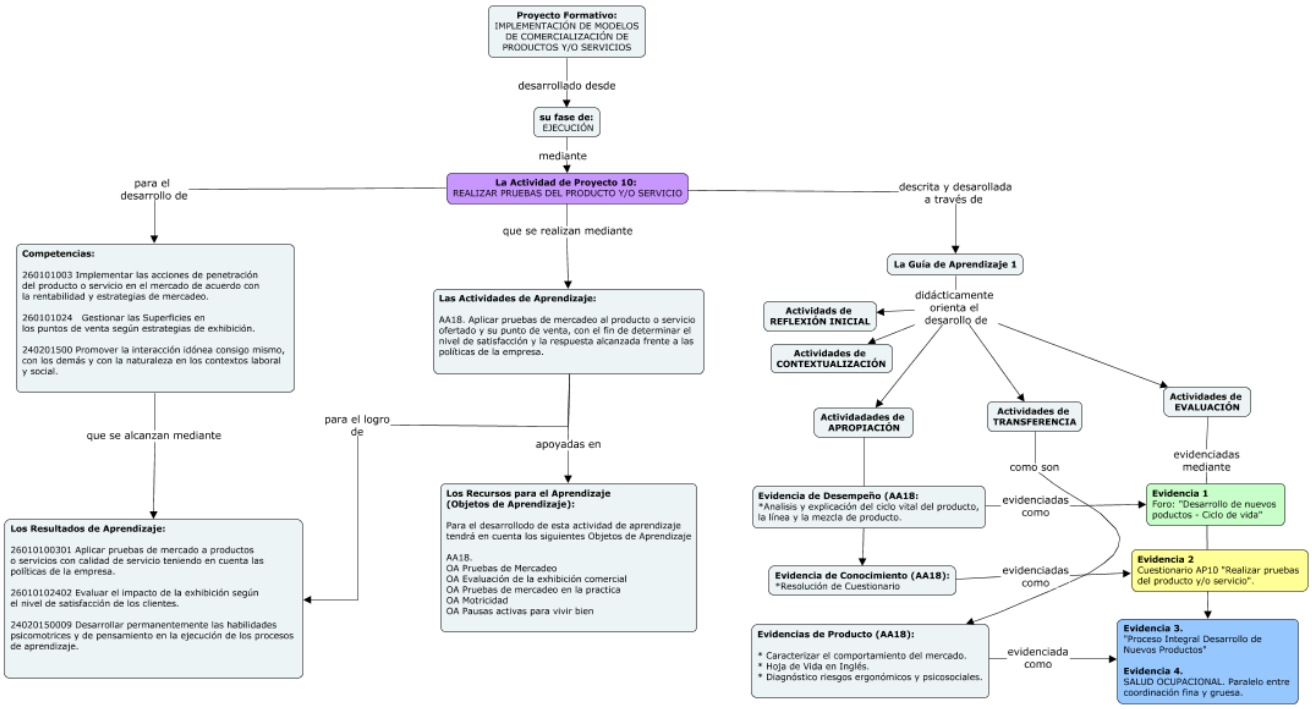
El proceso del aprendiz en las actividades de reflexión inicial, ha contribuido a que tenga clara la propuesta de organización y estructura de las pruebas de mercadeo y el proceso de evaluación de la exhibición comercial fundamentalmente. Identificar las características de las pruebas de mercadeo, la exhibición comercial en eventos y su evaluación contribuyen para terminar el eficiente desarrollo de una propuesta de nuevo producto al mercado.

Es importante que el aprendiz tenga claro los conceptos y elementos que intervienen en cada una de estos espacios propicios para la identificación de la estructura, caracterización e influencia de la exhibición comercial y las pruebas de mercadeo.

Los objetivos perseguidos en esta fase de ejecución del Proyecto Formativo, hace necesario trabajar sobre los elementos de conocimiento, que para el caso de la actividad de aprendizaje (AA18): "***Aplicar pruebas de mercadeo al producto o servicio ofertado y su punto de venta, con el fin de determinar el nivel de satisfacción y la respuesta alcanzada frente a las políticas de la empresa"***, *son los siguientes:*

- Pruebas de Mercadeo
- Evaluación de la exhibición comercial
- Servicio al cliente
- Eventos comerciales
- Propuestas de productos nuevos

Para un mejor entendimiento por parte del aprendiz quien cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su **Fase III Ejecución**, correspondiente a la Actividad de Proyecto 10: ***"*Realizar pruebas del producto y/o servicio*"***; se hace necesario que estudie y comprenda el **esquema de contenidos de la guía** presentado a continuación, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar, frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **130 horas**, las cuales incluyen tiempo de **trabajo independiente** que debe dedicar el aprendiz para su desarrollo, representado en un 80%; y el tiempo de **acompañamiento directo del instructor** equivalente al 20%.

Relación horaria Actividad de Proyecto en consideración de las evidencias a desarrollar.

Descripción	Peso %	Intensidad Horaria	Evidencia 1 (Foro)	Evidencia 2 (Cuestionario)	Evidencia 3 (Producto)	Evidencia 4 (Producto)	Subtotales
			20%	15%	35%	30%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	104	20,8	15,6	36,4	31,2	104
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	26	5,2	3,9	9,1	7,8	26
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	**100%**	**130**	26	19,5	45,5	39	130

Conceptos:

- **Trabajo Independiente del Aprendiz:** Corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor.
- **Trabajo de acompañamiento directo del Instructor:** Corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará retroalimentación oportuna sobre sus resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad; todo esto, circunscrito al concepto de mejoramiento continuo, con el ánimo de añadir valor agregado a la actividad de proyecto encargada de caracterizar el comportamiento del mercado, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Encuentro Sincrónico Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un encuentro sincrónico con el grupo de aprendices donde explicará(n) el objetivo de la Actividad de Proyecto, las actividades de aprendizaje a realizar y las evidencias solicitadas, los criterios de evaluación con que se evaluarán, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias, etc. El encuentro debe realizarse antes del envío de evidencias y publicar su grabación en el foro "Encuentros Sincrónicos", indicando en el nombre de la secuencia la fecha del encuentro, y al interior de la publicación el detalle de los temas tratados y los documentos soportes utilizados en la sesión, por ejemplo: diapositivas, documentos, artículos, videos, entre otros.

Relación de Actividades de Aprendizaje en consideración de los Resultados de Aprendizaje y las Evidencias a desarrollar.

A continuación se observa la interrelación entre actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje abordados desde las evidencias que se desarrollarán, las cuales fueron diseñadas para el logro de aprendizajes de forma integral dando respuesta a las actividades de proyecto como elemento integrador del proceso formativo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Foro) AP10-EV01-Foro "Desarrollo de nuevos productos - Ciclo de vida"	Evidencia 2 (Cuestionario) AP10-EV02-Cuestionario AP10. "Realizar pruebas del producto y/o servicio".	Evidencia 3 (Producto) AP10-EV03 "Proceso Integral Desarrollo de Nuevos Productos".	Evidencia 4 (Producto) AP10-EV04-SALUD OCUPACIONAL. "Paralelo entre coordinación fina y gruesa".
AA18. Aplicar pruebas de mercadeo al producto o servicio ofertado y su punto de venta, con el fin de determinar el nivel de satisfacción y la respuesta alcanzada frente	26010100301 Aplicar pruebas de mercado a productos o servicios con calidad de servicio teniendo en cuenta las políticas de la empresa.	X	X	X	
	26010102402 Evaluar el impacto de la exhibición según el nivel de satisfacción de los clientes.			X	

a las políticas de la empresa.	24020150009 Desarrollar permanentemente las habilidades psicomotrices y de pensamiento en la ejecución de los procesos de aprendizaje.			**X**	**X**

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son fundamentales para establecer y realizar el planteamiento del problema, necesidad u oportunidad del proyecto de formación.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje es importante que usted como aprendiz:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes objetos de aprendizaje y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construya todas las evidencias requeridas y aplique el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publique las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación recibirá la retroalimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

Para el desarrollo de **actividad de aprendizaje,** se proporciona en plataforma LMS una serie de objetos de aprendizaje (OA), que el aprendiz debe leer, comprender y asimilar, toda vez, que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para la caracterización de las pruebas de mercadeo.

Ahora proceda con la lectura y análisis de los siguientes materiales de estudio:

Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 18

- OA Pruebas de Mercadeo
- OA Evaluación de la exhibición comercial
- OA Pruebas de mercadeo en la practica
- OA Motricidad
- OA Pausas activas para vivir bien

En cada objeto de aprendizaje (OA), usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de

retroalimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, podrá descargar el PDF general y el Objeto de Aprendizaje a su computador, de esta forma usted tiene la posibilidad de revisar el material de estudio cuantas veces desee sin necesidad de estar conectado a internet.

A continuación se presenta de forma general los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA18) denominada: "***Aplicar pruebas de mercadeo al producto o servicio ofertado y su punto de venta, con el fin de determinar el nivel de satisfacción y la respuesta alcanzada frente a las políticas de la empresa".*** Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **OA pruebas de mercadeo.** Las pruebas de mercado, generalmente, se aplican antes del lanzamiento de un nuevo producto para establecer su aceptación o acogida en el mercado; sin embargo, muchas empresas deciden aplicar estas pruebas a productos o servicios que ya están posicionados en el mercado, para determinar que modificaciones o estrategias se pueden implementar para mantener o aumentar las ventas.

  A la hora de preparar la prueba de mercado se debe tener en cuenta aspectos como las características del producto o servicio, la etapa del ciclo de vida donde se encuentra, el segmento de la población a la cual se dirige, y el tamaño de la muestra, para poder definir los objetivos y recursos que se necesitaran para aplicar satisfactoriamente la prueba. Los objetivos constituyen los lineamientos que guiarán el proceso y los criterios sobre los cuales se determina el éxito o el fracaso de este ejercicio.

  - Objetivos de las pruebas de mercado
  - Tipos de pruebas de mercado
  - Métodos en las pruebas de mercado
  - Segmentación del mercado
  - Ciclo de vida del producto
  - Prototipos de productos y servicios
  - Técnicas de recolección de información
  - Formas de aplicar las pruebas de mercado
  - Características y usos de productos y servicios
  - Programación de pruebas de mercado
  - Comportamiento del consumidor
  - Elaboración y manejo de test de pruebas de concepto
  - Errores en pruebas de mercado

- **OA Evaluación de la exhibición comercial.** Para las empresas, la exhibición comercial es una herramienta que les ayuda a captar la atención del cliente y a estimular su deseo de compra. La exhibición comercial debe captar la atención del cliente incluso sin la ayuda del personal de ventas, y esto se logra mediante la ubicación estratégica de la exhibición y sus espacios, a través del uso de material publicitario o promocional. Una exhibición comercial programada y evaluada desde su

propuesta le permite a una empresa contactar nuevos clientes, reafirmar la fidelidad de los actuales, provocar la recompra, posicionar la marca y por ende la imagen corporativa.

- Propósitos de la exhibición comercial
- Niveles y tipos de exhibición
- Análisis de las características del producto o servicio
- Estrategias de Exhibición y el merchandising
- Estrategias de servicio al cliente
- Evaluación del impacto de la exhibición

- **OA Pruebas de mercadeo en la práctica.** El estudio de caso es muy completo y conlleva a una enseñanza muy importante: a pesar de que una prueba de mercado nos indique que un producto o servicio será todo un éxito en el mercado, el resultado puede ser adverso cuando se realice el lanzamiento del producto o de los servicios. Esto se debe a muchos factores, como por ejemplo las acciones de la competencia, cambios en las condiciones específicas del mercado, a una mala aplicación de la prueba, entre otros.

  Estudios e casos

  - A “M&M, Taco Bell y Tropicana products”
  - BASE 2.3. Lange Uhren
  - ¡WOW!

- **OA Motricidad.** Este material de estudio trata temáticas relacionadas con motricidad fina y gruesa que una persona debe desarrollar desde su crecimiento, y que en actividades de mercado es fundamental en la medida que debe tener claridad de su aplicación en determinadas tareas en el contexto de su desempeño laboral al participar en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa de forma individual y grupal.

- **OA Pausas activas para vivir bien.** Las pausas activas corresponden con acciones de prevención durante el desarrollo de actividades propias del trabajo, donde las actividades cotidianas requieren en determinados casos mayores esfuerzos físicos como mentales, es por ello que se insiste en la importancia de aplicar técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral, para su beneficio y bienestar laboral.

A continuación se describen las evidencias que el aprendiz debe desarrollar :

Evidencia 1 (De Desempeño)
AP10-EV01- Foro "Desarrollo de nuevos productos - Ciclo de vida". Para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes a las pruebas de Mercadeo, La evaluación de la exhibición comercial y las pruebas de mercadeo en la práctica, donde se abordan los temas para la

identificación y diseño de estos procesos. Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, ingresar al

Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, ingresar al Foro temático y dará respuesta a los siguientes interrogantes con sus propias palabras:

- De acuerdo con lo desarrollado en lo que lleva de su proyecto formativo, a manera de análisis indique y explique los procesos del ciclo vital de su producto o servicio, la línea y la mezcla de producto que podría llegar a darse.
- ¿Qué aspectos han de tenerse en cuenta para lograr un proceso integral de desarrollo de nuevos productos o servicios?
- Para su producto o servicio, describa qué pruebas de mercadeo son necesarias realizar antes de iniciar actividades de comercialización.
- ¿Cuáles son los principales elementos para abordar en las pruebas de Mercadeo?,
- ¿Cuáles son los puntos básicos en la evaluación de la exhibición en comercial?

Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe apoyarse en investigaciones para profundizar sobre los temas propuestos, la participación deberá contener un texto de un párrafo como mínimo de 30 líneas, así mimos se pide justificar la respuesta y realizar un comentario a la participación de otro aprendiz, se evaluara análisis, interpretación.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP10-EV01**"
- Instrumento de evaluación: "**TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion**"

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic en el enlace: **AP10-EV01- Foro "Desarrollo de nuevos productos - Ciclo de vida".**, para participar en el foro también puede ir directamente al link de "foros" desde el menú principal.

Evidencia 2 (De Conocimiento)

AP10-EV02- Cuestionario AP10. "Realizar pruebas del producto y/o servicio". Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Objetos de Aprendizaje dispuestos en plataforma, para la Actividad de Aprendizaje 18; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos relacionados con aplicar pruebas de mercadeo al producto o servicio ofertado y su punto de venta, con el fin de determinar

el nivel de satisfacción y la respuesta alcanzada frente a las políticas de la empresa.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP10-EV02"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "Actividades" e ingrese al enlace "Fase Ejecución", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP10-EV02- Cuestionario AP10. "Realizar pruebas del producto y/o servicio".**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Para el desarrollo de esta actividad, se enfoca a que el aprendiz aplique los conocimientos y métodos para la realización de pruebas de mercado a productos, servicios y punta de venta, teniendo en cuenta la evaluación a realizarse respecto de los propósitos de la exhibición comercial, niveles y tipos de exhibición, análisis de las características del producto o servicio, estrategias de exhibición y el merchandising, estrategias de servicio al cliente y evaluación del impacto de la exhibición.

A continuación se describen las evidencias que el aprendiz debe desarrollar :

Evidencia 3 (De Producto)

AP10-EV03 "Proceso Integral Desarrollo de Nuevos Productos". De acuerdo a las indicaciones del instructor y una vez estudiado el material de estudio correspondiente a la Actividad de Proyecto 10 ***"Realizar pruebas del producto y/o servicio"*** y los temas de estudio propuestos para la Actividad de Aprendizaje AA18. Aplicar pruebas de mercadeo al producto o servicio ofertado y su punto de venta, con el fin de determinar el nivel de satisfacción y la respuesta alcanzada frente a las políticas de la empresa; según criterios de bienestar, mejoramiento personal y social, el aprendiz deberá elaborar un documento Informe donde relacione el proceso integral para el desarrollo de nuevos productos. El aprendiz elaborará un informe donde relacione el proceso integral para el desarrollo de nuevos productos, aplicando cada uno de los pasos vistos.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que usted haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar a la plataforma LMS y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP10-EV03**"
- Instrumento de evaluación: "**TGM-IE-AP10-EV03**"
- Rubrica Sustentación de Actividades "**TGM-IE-RS-Evidencias**"

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP10-EV03 "Proceso Integral Desarrollo de Nuevos Productos".**

Evidencia 4 (De producto)

AP10-EV04- SALUD OCUPACIONAL. "Paralelo entre coordinación fina y gruesa". Para desarrollar la siguiente actividad es importante que revise el siguiente material de estudio: Multimedia "Pausas Activas para vivir bien" Y Documento "Motricidad". De acuerdo con lo comprendido en la lectura realice un paralelo donde relacione actividades que desarrolla a diario en su trabajo que requieran coordinación fina y gruesa, y planee dos rutinas de pausas activas para cada una de ellas.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP10-EV04**"
- Instrumento de evaluación: "**TGM-IE-AP10-EV04**"

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP10-EV04- SALUD OCUPACIONAL. "Paralelo entre coordinación fina y gruesa".**

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento **AP10-EV02-** Cuestionario AP10. "Realizar pruebas del producto y/o servicio".	Monitorea los procesos para la elaboración de un producto o servicio vs. técnicas a seguir según protocolo de diseño.	Enlace LMS – Prueba de Conocimiento. Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP10-EV02"**
Evidencias de Desempeño **AP10-EV01- Foro "**Desarrollo de nuevos productos - Ciclo de vida"	Monitorea los procesos para la elaboración de un producto o servicio vs. técnicas a seguir según protocolo de diseño.	Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP10-EV01**" Instrumento de evaluación: "**TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion**"
Evidencias de Producto **AP10-EV03** "Proceso Integral Desarrollo de Nuevos Productos".	Realiza el seguimiento al proceso de validación de la prueba de un producto o servicio. Verifica las pruebas de producto versus los resultados del producto en el mercado. Realiza pruebas de mercado a un servicio específico según estrategias de mercadeo.	Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP10-EV03**" Instrumento de evaluación: "**TGM-IE-AP10-EV03**" Rubrica Sustentación de Actividades "**TGM-IE-RS-Evidencias**"
Evidencias de Producto **AP10-EV04- SALUD OCUPACIONAL.** "Paralelo entre coordinación fina y gruesa"	Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral. Participa en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa de forma individual y grupal teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral.	Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP10-EV04**" Instrumento de evaluación: "**TGM-IE-AP10-EV04**"

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Realizar pruebas del producto y/o servicio.	130	NA	NA	**Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 18** • OA Pruebas de Mercadeo • OA Evaluación de la exhibición comercial • OA Pruebas de mercadeo en la practica • OA Motricidad • OA Pausas activas para vivir bien	5	Mercados Salud Ocupacional	2	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS) accedido a través de la plataforma SENA SOFIA PLUS.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Actitud: Evaluación que hace una persona de una idea o un objeto.

Análisis de ventas: Estudio de las cifras devenías con objeto de revisar, mejorar o corregir una situación de mercadeo. La información de ventas se disgrega en sus componentes individuales y se examinan en lo tocante a su relación con otros factores que operan dentro de la mezcla de mercadeo.

Aranceles: Publicaciones que indican las tasas de envío de diferentes productos. También se refieren a los impuestos asignados a bienes de importación.

Bienes de consumo: Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo de venta.

Compañía: Empresa o sociedad mercantil: una compañía de seguros; una compañía de productos químicos.

Consumidor: Persona que compra productos de consumo. En mercadeo se aplica a todo comprador.

Demanda total: La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Diseño: Se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

Distribución física: Proceso por el que los bienes se transfieren del fabricante, pasando por varios intermediarios, hasta llegar al cliente, que incluye funciones tales como envíos, control de inventario en almacenes, procesamiento de pedidos y servicio a la clientela.

Distribuidor: Comerciante mayorista que adquiere y se hace cargo de la distribución de productos a los detallistas.

Estímulo: Cualquier acontecimiento que un individuo sea capaz de percibir o sentir.

Estrategia: Arte de dirigir operaciones. Arte, traza para dirigir un asunto.

Exhibidor: Concepto de exhibidor de producto Exhibe productos de marca de cualquier naturaleza Puede o no contener la línea completa de productos de una marca o empresa.

Exposición comercial: Las ferias y exposiciones son eventos de gran magnitud y amplio alcance que, si bien no es su principal meta, potencian el turismo en el lugar en donde se realizan. Tanto las ferias como las exposiciones, son la vidriera de una temática especial de diferentes empresas que, durante una cantidad limitada de tiempo, en un espacio determinado organizado para tal fin, los visitantes recorrerán y conocerán sus productos o servicios

Góndola: Soporte publicitario que consiste en un mueble alargado, de tres o más niveles, muy utilizado en los comercios para la presentación de mercancías. Es una forma atractiva de promocionar productos en los puntos de venta.

Idea: Se denomina idea a una experiencia mental que relaciona elementos, descubre causas de situaciones o crea a una nueva posibilidad de acción. Las ideas son parte de la capacidad de abstracción del hombre, un rasgo de la inteligencia que les separa del resto de los animales **(Definición, 2016)**

Instrumento: Elemento o herramienta de apoyo para una actividad.

Investigación de Mercados: Proceso para buscar información acerca de consumidores, el entorno de las organizaciones, las necesidades de bienes o servicios para tomar decisiones relacionadas con el mercado.
Investigación: De acuerdo a las definiciones que presenta la Real Academia Española (RAE) sobre la palabra investigar (vocablo que tiene su origen en el latín investigare), este verbo se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.

Investigación: Se hace referencia a la indagación de información para buscar solución a una posible situación problémica.

Logística inversa: Acciones tendientes a proteger el medio ambiente, a través del re uso, re manufacturación o reutilización de productos.

Logística: Concepto amplio aplicado a todas las fases de distribución de los productos, incluyendo todos los eslabones de la cadena distribución, requeridos para hacer llegar el producto hasta el cliente final. La logística (término de origen militar) se encarga de optimizar fletes, asegurarse que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga, manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

Marca: Marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.

Mayoreo: Proceso que consiste en comprar las existencias de un fabricante, almacenarlas, venderlas y enviarlas ya sea a usuarios industriales o a establecimientos al menudeo, dependiendo del tipo de productos.

Medios de difusión: Aquellos elementos que tienen como misión desde la publicidad, hacer llegar los mensajes a los destinatarios objeto de dichas comunicaciones.

Mercadeo: Proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales **(AMERICAN MARKETING ASOCIATION, 2016).**

Mercado: Todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercado: Todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercadotecnia: American Marketing Association (AMA), la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.

Necesidades: Condiciones insatisfechas o de carencias.

Nichos de mercado: En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Prueba de mercado: Proceso por el que se prueba un producto nuevo en una región limitada que se considera representativa del mercado general. La información de cada prueba se extrapola y proyecta al mercado completo para fines de planeación.

Servicio: Cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.

Sistemático: Que sigue o se ajusta a un sistema o conjunto de elementos ordenados: una investigación sistemática es siempre más fiable.

Tendencias: Curso o direccionamiento que toman diferentes mercados

Utilidad: Valor que posee un bien o servicio para la persona que lo compran.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOSA

Amstrong, P. K.-G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: PEARSON.

Benassini, M. (2009*). Introducción a la Investigación de Mercados*. México D.F.: Pearson Educación, Inc.

Business School - OBS. (14 de Febrero de 2014). ¿*Qué es un diagrama de Gantt y para qué sirve*? Recuperado el 13 de 03 de 2016, de www.obs-edu.com: http://goo.gl/nJI2lm

Corrales Pérez, J. (1991). *La Gestión creativa: un Nuevo Método para Desarrollar la Creatividad y Buscar Ventajas Competitivas*. Madrid: Paraninfo S.A.

Chong, J. L. (2007). *Promoción de ventas. Herramienta básica del marketing integral*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.

Domínguez, H. (2006). *El servicio invisible: fundamento de un buen servicio al cliente*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Gates, R., & McDaniel, C. (2005). *Investigación de mercados*. Sexta Edicion. Mexico D.F.: Thompson.

Hoffman, D. (2007). *Principios de Marketing y sus Mejores Prácticas. México DF*.: Internal. Thomson Editores. SA CV.Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). (M. G. Martínez Gay, Trad.) México D.F.: Pearson Education, Inc. Recuperado el Marzo de 2016

Malhotra , N. K. (1997). *Investigación de Mercados. Un Enfoque Práctico*. México DF.: Prentice Hall.

Peter, P., & Donnelly , J. (1999). *Administración de Marketing*. Madrid: McGraw Hill.

Van Den Berghe Romero, E. (1999). *Proyectos Innovadores a Desarrollar En Colombia: Ventajas Competitivas Regionales*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADO POR)

Nombre	Cargo	Centro de Formación	Fecha
Raúl Fabián Cadena Vidal	Líder Expertos Temáticos	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	Julio de 2016
John Ricardo Peñuela Vásquez	Expertos Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Julio César Salgado	Experto Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	

Luz Marina Medina Aguirre	Experta Temática	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Ismari Herrera Jeréz	Experto Competencias de Idioma Inglés	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Jorge Enrique Figueroa Chaparro	Experto Competencia Transversal- Ética y Emprendimiento	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Dary Palomino González	Experto Competencia Transversal- Ambiental	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experto Competencia Transversal- Salud Ocupacional	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	
Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	