



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

GUÍA DE APRENDIZAJE N° 6

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: Planeación				
Actividad de Proyecto: Establecer el sistema de distribución y ventas	Actividad (es) de Aprendizaje: AA11. Establecer sistema de distribución y ventas para el posicionamiento del producto o servicio, atendiendo requerimientos y necesidades del entorno productivo y social.	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: 26010100401. Elegir los canales de distribución de acuerdo con la naturaleza del producto y el segmento de mercado.	Competencia: 260101004. Desarrollar los canales de distribución a partir del mercado, idiosincrasia, cultura y necesidad de los clientes.	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS).	N/A	N/A
Resultados de Aprendizaje: 26010100404. Elegir el sistema de distribución y venta aplicando técnicas de evaluación de acuerdo con el mercado meta.	Competencia: 260101004. Desarrollar los canales de distribución a partir del mercado, idiosincrasia, cultura y necesidad de los clientes.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150202. Identificar formas gramaticales básicas en textos y documentos elementales escritos en inglés.	Competencia: 240201502. Producir textos en inglés en forma escrita y oral.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150005. Desarrollar procesos comunicativos eficaces	Competencia: 240201500. Promover la interacción idónea consigo			



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

GUÍA DE APRENDIZAJE

SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

y asertivos dentro de criterios de racionalidad que posibiliten la convivencia, el establecimiento de acuerdos, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas de carácter productivo y social.

mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.

Duración de la guía: 110 horas

2. INTRODUCCIÓN

En la Actividad de Proyecto 6: ***“Establecer el sistema de distribución y ventas”***, el aprendiz de Tecnología en Gestión de Mercados estudiará técnicas y estrategias de distribución aplicando elementos de comunicación enfocados hacia la eficiencia y eficacia empresarial teniendo en cuenta que la globalización genera condiciones de competitividad especiales en el entorno de la empresa.

El tiempo requerido para desarrollar esta actividad de proyecto es de 110 horas, período en el cual se desarrollará la actividad de aprendizaje denominada: ***“Establecer sistema de distribución y ventas para el posicionamiento del producto o servicio, atendiendo requerimientos y necesidades del entorno productivo y social”***; se revisarán los elementos que componen el **sistema de distribución** y su implicación dentro del proceso de ventas, la importancia del análisis logístico de abastecimiento, la distribución logística, análisis externo e interno, definición de políticas, objetivos y estrategias, todo lo anterior aplicado a las necesidades actuales del mercado.

Como elemento estratégico para la empresa la **comunicación en la distribución** es un elemento clave de cooperación de los intermediarios hacia el cliente y en la implementación de los canales de marketing, cuenta con dos estrategias de comunicación fundamentales, una conocida como estrategia push la cual trata sobre las relaciones públicas, promoción en ventas y merchandising y la otra denominada estrategia pull enfocada en conceptos como el trade marketing, comunicación y publicidad.

En su visión integradora la Actividad de Proyecto seis aborda contenidos referidos a la comprensión de textos en idioma inglés sobre plan estratégico de distribución (**Estrategic plan of distribution**) en forma escrita y auditiva, y tiene en cuenta la generación de hábitos comunicativos eficaces y asertivos dentro de criterios de racionalidad que posibiliten la convivencia, el establecimiento de acuerdos, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas de carácter productivo y social.

Con el desarrollo de la presente actividad de proyecto el aprendiz contará con los conocimientos necesarios para establecer un sistema de distribución y ventas acorde con los objetivos organizacionales.

¡Bienvenido!

**3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE****3.1 Actividades de Reflexión inicial.**

Desde el punto de vista organizacional establecer un sistema de distribución y ventas, teniendo en cuenta una comunicación dentro de las mismas que integre la empresa, es necesaria para relacionarlas y enfocarlas desde los diferentes aspectos que intervienen y estos son definidos en la presente guía de aprendizaje:

1. Definir los sistemas de distribución, dentro de los elementos que lo componen como lo son el sistema de venta y la distribución física, donde se genera de una manera pertinente orientación e identificación, hacia el estudio pertinente y la aplicación de estos como elemento estratégico para la empresa.
2. Que la empresa debe contar con elementos estratégicos de integración, y estas se ven reflejadas en la participación del cliente y el proveedor alrededor de un mix de comunicación organizacional.

Teniendo en cuenta esta serie de supuestos, alrededor de establecer un sistema de distribución y ventas, que a su vez fundamente al aprendiz en la realización reflexiva en torno a los siguientes cuestionamientos:

Para la generación de un sistema de distribución y ventas en la empresa, se hace preciso involucrar dos actividades fundamentales, ¿podemos definir estas actividades más allá de abastecimiento en una distribución comercial y la logística de distribución de la empresa como elemento para afianzarse dentro de las necesidades del mercado?

- ¿Exige construir una estructura corporativa sólida con recursos y tiempos con un enfoque estratégico para solidificar el sistema de distribución y ventas?
- ¿El análisis de factores internos y externos de la empresa junto con el acompañamiento de su plataforma estratégica tiene relación con la definición de políticas de distribución y su impacto en la empresa?
- ¿La comunicación como instrumento para el desarrollo del marketing empresarial teniendo en cuenta las estrategias Pull y Push, son elementos que propician la efectividad en ventas con el uso de los canales de distribución?

Dentro del mercado mundial se hace de mayor importancia la concentración de esfuerzos alrededor de la satisfacción del cliente, este desea tener el producto a la hora indicada en el lugar indicado, es por ello que el sistema de distribución para las ventas, debe articular con la plataforma estratégica de la empresa, para que así, se contemple desde la misión, la visión y los objetivos organizacionales las estrategias de comunicación, distribución y abastecimiento, para la satisfacción de los clientes o usuario final; teniendo en cuenta lo anterior realice un análisis exploratorio, autoevaluándose y respondiendo las preguntas planteadas, para determinar las fortalezas y aptitudes frente a los temas a tratar, y poder lograr las competencias requeridas durante su proceso de aprendizaje.

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



El ejercicio de reflexión inicial seguramente genera inquietudes, y expectativas para la generación de sistemas de distribución en ventas y la comunicación efectiva de las mismas en bienestar del cliente o usuario final, para esto se requiere de los conceptos que componen el sistema de distribución comercial y distribución física o logística integral, la recolección y clasificación de información genera elementos específicos que generan un camino hacia la contextualización de los saberes del aprendiz, que se fortalecen a lo largo del análisis de sus entorno laboral y sus vivencias diarias.

Los objetivos perseguidos en esta fase de planeación del Proyecto Formativo, hace necesario trabajar sobre los elementos de conocimiento, que para el caso de la actividad de aprendizaje (AA11): ***“Establecer sistema de distribución y ventas para el posicionamiento del producto o servicio, atendiendo requerimientos y necesidades del entorno productivo y social”*** son los siguientes:

- Identificar los elementos que componen el sistema de venta o distribución comercial.
- Manejar los elementos de la logística integral, dentro del sistema de distribución.
- Analizar la plataforma estratégica de las empresas para la aplicación del modelo de distribución según las necesidades de la misma.
- Identificar las políticas, objetivos y estrategias de distribución.
- Diseñar los canales de distribución y su respectiva logística para definir los componentes de eficiencia y eficacia dentro de las organizaciones
- Las estrategias Pull como elemento estratégico de integración de clientes potenciales.
- Las estrategias Push como impulso de los mayoristas y minoristas para la cooperación hacia la empresa en la consecución de sus objetivos en ventas.

Los conocimientos de integralidad y transversalidad que cobijan las anteriores actividades de aprendizaje, son los siguientes:

- Se comunica con respeto hacia la comunidad educativa según normas y protocolos de convivencia.

Considerando que el aprendiz cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su Fase 2 “de planeación”, correspondiente a la Actividad de Proyecto 6: ***“Establecer el sistema de distribución y ventas”***; 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.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

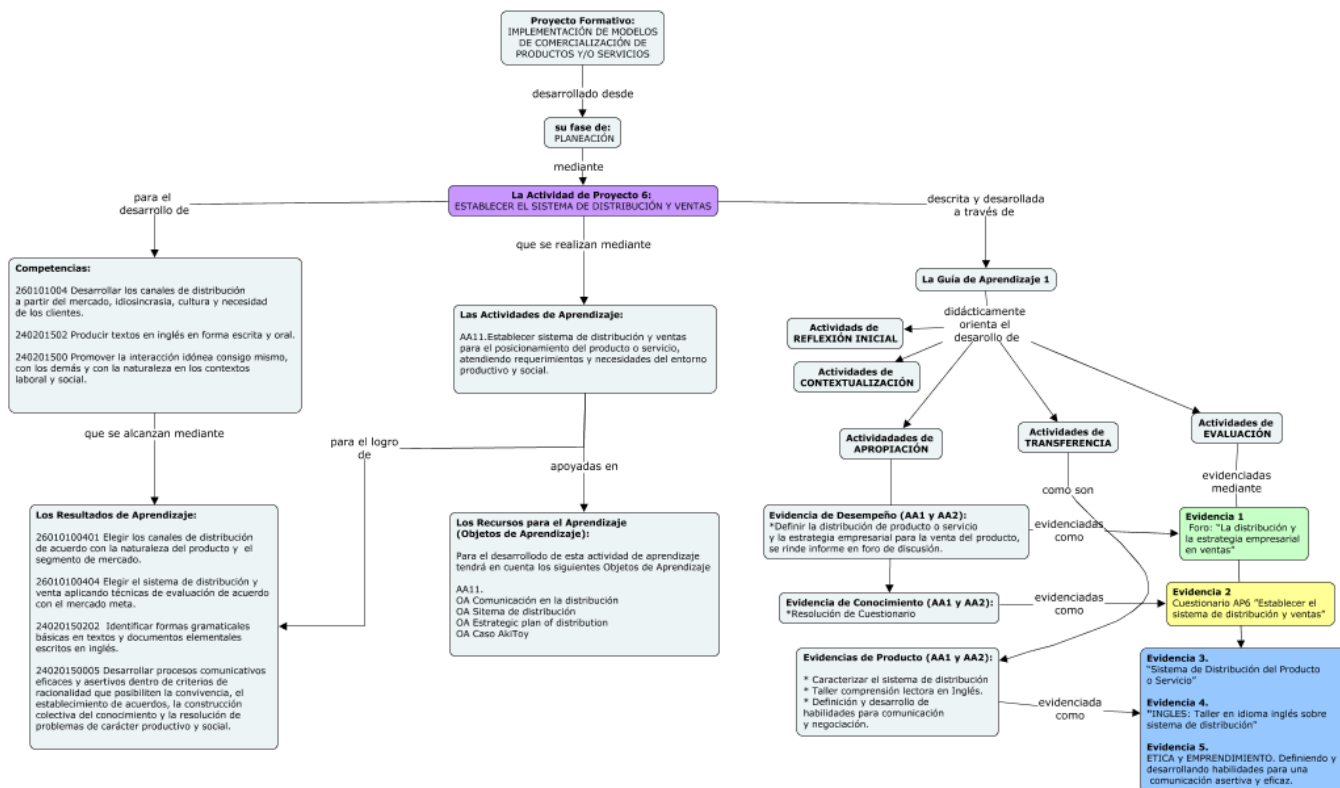
GUÍA DE APRENDIZAJE

SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **110 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%	88	17,6	13,2	30,8	26,4	88
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	22	4,4	3,3	7,7	6,6	22
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	100%	110	22	16,5	38,5	33	110



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.

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA****GUÍA DE APRENDIZAJE****SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Foro) AP06-EV01- Foro: "La distribución y la estrategia empresarial en ventas".	Evidencia 2 (Cuestionario) AP06-EV02- Cuestionario AP06. "Establecer el sistema de distribución y ventas"	Evidencia 3 (Producto) AP06-EV03- "Sistema de Distribución del Producto o Servicio"	Evidencia 4 (Producto) AP06-EV04- INGLES: "Taller en idioma inglés sobre sistema de distribución".	Evidencia 5 (Producto) AP06-EV05- ÉTICA y EMPRENDIMIENTO . "Definiendo y desarrollando habilidades para una comunicación asertiva y eficaz".
AA11. Establecer sistema de distribución y ventas para el posicionamiento del producto o servicio, atendiendo requerimientos y necesidades del entorno productivo y social.	26010100401 Elegir los canales de distribución de acuerdo con la naturaleza del producto y el segmento de mercado.	X	X	X		
	26010100404 Elegir el sistema de distribución y venta aplicando técnicas de evaluación de acuerdo con el mercado meta.	X		X		
	24020150202 Identificar formas gramaticales básicas en textos y documentos elementales escritos en inglés.				X	
	24020150005 Desarrollar procesos comunicativos eficaces y asertivos dentro de criterios de racionalidad que posibiliten la convivencia, el establecimiento de acuerdos, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas de carácter productivo y social.					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 pieza clave para la implementación de modelos de comercialización tanto de productos como de servicios, por tanto, le invitamos a avanzar en el proceso, teniendo en cuenta que cada elemento estudiado es requerimiento en el alcance completo de las competencias que propone el programa 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.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

GUÍA DE APRENDIZAJE

SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

- 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 **la actividad de aprendizaje 11**, se proporcionan 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 del comportamiento de un mercado.

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

Objeto de Aprendizaje de Actividad de Aprendizaje 11

- OA Comunicación en la distribución
- OA Sistema de distribución
- OA Estrategic plan of distribution
- OA Caso AkiToy

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 (AA11) denominada: ***“Establecer sistema de distribución y ventas para el posicionamiento del producto o servicio, atendiendo requerimientos y necesidades del entorno productivo y social”***. Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **OA. COMUNICACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN:** La estrategia en la comunicación en la distribución es un elemento estratégico de cooperación de los intermediarios hacia los clientes, que fortalece los canales de marketing, es por ello que las empresas pueden optar por dos tipos de comunicación que el objeto de aprendizaje contempla en temas directamente relacionados con:
 - **Estrategia Push:** Es una estrategia de comunicación de presión, la mayor parte del esfuerzo de marketing se concentra en las iniciativas dirigidas a los mayoristas y los minoristas para inducirlos a cooperar con la empresa, a referenciar la marca, a mantener un nivel mínimo de existencias, a mostrar los productos y darles suficiente visibilidad en sus anaqueles.



- **Estrategia de aspiración Pull:** Cuando se adopta una estrategia de aspiración, el fabricante enfoca sus esfuerzos de comunicación en el usuario final, evadiendo a los intermediarios e intentando construir una demanda directamente entre los clientes potenciales del segmento objetivo. El objetivo de comunicación es crear una demanda de cliente y una lealtad de marca fuerte entre los consumidores para poder arrastrar la marca a través del canal de distribución, forzando a los intermediarios a comercializarla para satisfacer la demanda de los consumidores.
- **OA. SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN:** Un sistema de distribución es un sistema interorganizacional que comprende una serie de instituciones interdependientes y agencias involucradas en la tarea de mover cualquier cosa de valor, desde su punto de concepción, extracción o producción hasta el punto de consumo. Los temas relacionales para la aplicación de los sistemas de distribución involucrados en la empresa son:
 - **El sistema de venta o de distribución comercial:** Es el conjunto de relaciones que debe construir y sostener una empresa con una serie de actores o intermediarios, para hacer llegar su producto hasta el consumidor final.
 - **La distribución física o logística integral:** La logística es el proceso de planear, implementar y controlar procedimientos para transportar y almacenar bienes y servicios de manera eficiente y efectiva, además de información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de cumplir con los requerimientos del consumidor.
 - **Análisis de la plataforma o direccionamiento estratégico de la empresa:** La plataforma o direccionamiento estratégico de la empresa está integrada por los elementos que se citan a continuación: Misión, Visión, Valores y principios corporativos, Metas y objetivos corporativos, Políticas corporativas
 - **Análisis externo:** Todos los agentes económicos están expuestos a la influencia que ejercen las fuerzas del entorno o ambiente. Estas fuerzas, además de escapar del control de las organizaciones, cambian continuamente en cuanto a su accionar y su influencia.
 - **Análisis interno:** Características del producto que deben ser tenidas en cuenta para la función de distribución (necesidad de conservación a través de cadenas de frío, envase y embalaje, necesidades de almacenamiento, requerimientos especiales para la manipulación)
 - **Definición de políticas de distribución:** La administración de todas las áreas funcionales, y, dentro de ellas, la de mercadeo, deben estar regidas por unas políticas congruentes con la plataforma estratégica corporativa y, por lo tanto, deben orientar la fijación de objetivos y el diseño de estrategias y tácticas.
 - **Definición de objetivos de distribución:** Los objetivos de distribución también deben ir en conformidad con los objetivos corporativos y más específicamente, deben estar fundamentados en los objetivos de mercadeo.
 - **Definición de estrategias de distribución:** Las estrategias de distribución deben tener en cuenta las estrategias corporativas y las de mercadeo. En cuanto a estas últimas, es preciso acotar que pueden determinarse estrategias de distribución con respecto a las diferentes variables que componen la mezcla de mercadeo.
 - **Selección de canales de distribución:** Los canales de distribución crean utilidades a través de la prestación de diferentes servicios tanto a los productores como a los consumidores y, por prestar



estos servicios, “cobran” un porcentaje denominado margen de comercialización.

La conceptualización temática requerida como elementos de integralidad fundamentales para vivir en sociedad, desenvolverse en el ámbito laboral de la gestión de mercados y el análisis comprensivo para la solución de problemas de la vida cotidiana, es aportado por los siguientes objetos de transversalidad.

- **OA Strategic plan of distribution.** El objeto de aprendizaje ha sido diseñado con representaciones (audio, escucha, escritura y comprensión lectora) en las que se incluyen diversas posibilidades y situaciones en el mundo del mercadeo. El objeto de aprendizaje está construido en idioma inglés referido sobre términos y vocabulario en relación con el diseño de un sistema de distribución y las comunicaciones en las ventas, destacando y apropiando para la comprensión del idioma y la producción de textos base sobre el mismo.
- **OA Caso AkiToy.** Este material de estudio aborda los parámetros a tener en cuenta durante el proceso comunicativo empresa-cliente, se basa en una situación problema con diversas posibilidades de atención y respuesta.

Evidencia 1 (De Desempeño)

AP06-EV01- Foro: “La distribución y la estrategia empresarial en ventas”. Como evidencia el aprendiz debe participar en un foro temático con base en las indicaciones del instructor asignado y después de haber revisado con atención los materiales de estudio y la guía de aprendizaje 6, es importante que participe en el foro de discusión.

Para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes a la comunicación en la distribución y sistema de distribución. Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, ingresar al Foro temático y dará respuesta a los siguientes interrogantes con sus propias palabras:

- ¿Cuál de las características de un sistema de distribución se relaciona más con su producto o servicio en el proceso de comercialización? ¿Porque?
- Describa qué factores negativos y positivos pueden influir en el sistema de distribución de su producto o servicio?, presente ejemplo de la situación.
- Determine y describa los canales de distribución apropiados para desarrollar actividades de comercialización de sus productos o servicio, justifique su respuesta.

Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe apoyarse en investigaciones para profundizar sobre los temas propuestos, se pide justificar la respuesta y realizar comentarios y aportes a la participación de otros aprendices en formación, se evaluará análisis e interpretación. (ver documento: TGM-RubricaTIGREForosDiscusion) para evaluación de participaciones en foros temáticos.

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-AP06-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 Planeación”*, posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic en el enlace: **AP06-EV01- Foro: “La distribución y la estrategia empresarial en ventas”**, para participar en el foro también puede ir directamente al link de *“foros”* desde el menú principal.

Evidencia 2 (De Conocimiento)

AP06-EV02- Cuestionario AP06. “Establecer el sistema de distribución y ventas”. 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 11; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos relacionados con establecer un sistema de distribución y ventas para el posicionamiento del producto o servicio, atendiendo requerimientos y necesidades del entorno productivo y social.

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-AP06-EV02”**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de *“Actividades”* e ingrese al enlace *“Fase Planeación”*, posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP06-EV02- Cuestionario AP06. “Establecer el sistema de distribución y ventas”**.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Al iniciar las actividades que permiten la transferencia del conocimiento en relación con la definición e identificación de los elementos para la distribución y ventas de productos, se propone la realización de la misma teniendo en cuenta las estrategias de comunicación en la distribución. Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe analizar los diferentes elementos que interviene en los sistemas de distribución y ventas, teniendo identificado la plataforma estratégica de la empresa para así contextualizarlo desde su diseño y condición para un acertado análisis interno y externo de la empresa. Teniendo en cuenta esta condición, generar estrategias de comunicación para la distribución, que permita una integración de la empresa en ventas.



A continuación se describen las evidencias a realizar en este momento de transferencia, es decir, momento de aplicación de lo aprendido hasta ahora.

Evidencia 3 (De Producto)

AP06-EV03- “Sistema de Distribución del Producto o Servicio”. Para cumplir con esta evidencia, se debe leer el Caso AkiToy ubicado en el material de formación e identificar 10 habilidades que se deben tener para establecer una comunicación efectiva, igualmente en el sistema de distribución a diseñar se deben contemplar aspectos tales como los elementos que lo componen, el proceso del sistema de distribución y la comunicación estratégica dentro del sistema. Estos objetivos son necesarios para completar actividades futuras relacionadas con el pronóstico y el presupuesto de ventas, y la elaboración del plan de mercadeo. 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-AP06-EV03”**
- Instrumento de evaluación: **“TGM-IE-AP06-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 Planeación”*, posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP06-EV03- “Sistema de Distribución del Producto o Servicio”.**

Evidencia 4 (De producto)

AP06-EV04- INGLES: “Taller en idioma inglés sobre sistema de distribución”. El aprendiz desarrollará un Taller sobre vocabulario y términos técnicos referentes al sistema de distribución. Con el desarrollo del taller se busca afianzar los conocimientos sobre Sistema de distribución, a través del inglés.

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-AP06-EV04”**



- Instrumento de evaluación: **“TGM-IE-AP06-EV04”**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de *“Actividades”* e ingrese al enlace *“Fase Planeación”*, posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP06-EV04- INGLES: “Taller en idioma inglés sobre sistema de distribución”**.

Evidencia 5 (De producto)

AP06-EV05- ÉTICA y EMPRENDIMIENTO. “Definiendo y desarrollando habilidades para una comunicación asertiva y eficaz”. De acuerdo con el caso Aky Toy (dispuesto en objeto de aprendizaje denominado con el mismo nombre en la sección de material de formación) el aprendiz debe identificar la situación del problema, las dificultades y causas, con base en ello identificar las habilidades para una comunicación asertiva y eficaz.

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-AP06-EV05”**
- Instrumento de evaluación: **“TGM-IE-AP06-EV05”**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de *“Actividades”* e ingrese al enlace *“Fase Planeación”*, posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP06-EV05- ÉTICA y EMPRENDIMIENTO. “Definiendo y desarrollando habilidades para una comunicación asertiva y eficaz”**.

NOTA. Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia 4 y 5: Para la elaboración de las evidencias 4 y 5 es necesario que los instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico en conjunto con los aprendices específicamente para describir las evidencias, 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
---------------------------	-------------------------	---------------------------------------

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA****GUÍA DE APRENDIZAJE****SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

Evidencias de Conocimiento : AP06-EV02- Cuestionario AP06. "Establecer el sistema de distribución y ventas"	<p>Establece el sistema de distribución considerando los sistemas de producción y marketing y los factores de entrega y costo de los productos o servicios, de acuerdo con el mercado objetivo, los canales, el ciclo de vida del producto y la estrategia promocional de la organización.</p> <p>Determina el sistema de distribución teniendo en cuenta los niveles de distribución y al tamaño del mercado, mediante la aplicación de técnicas y métodos de evaluación de los factores ambientales, las condiciones económicas, comerciales y legales de los productos y servicios a distribuir.</p> <p>Elige el sistema de distribución para introducirse en los mercados a partir del análisis de riesgo económico y la posibilidad de éxito en relación con su tamaño, volumen de ventas, comportamiento de la demanda, nivel de servicio, esfuerzo profesional y desarrollo técnico.</p>	<p>Enlace LMS – Prueba de Conocimiento.</p> <p>Formato para desarrollo de evidencia: "TGM-AP06-EV02"</p>
Evidencias de Desempeño: AP06-EV01- Foro: "La distribución y la estrategia empresarial en ventas".	<p>Determina el sistema de distribución teniendo en cuenta los niveles de distribución y al tamaño del mercado, mediante la aplicación de técnicas y métodos de evaluación de los factores ambientales, las condiciones económicas, comerciales y legales de los productos y servicios a distribuir.</p>	<p>Formato para desarrollo de evidencia: "TGM-AP06-EV01"</p> <p>Instrumento de evaluación: "TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"</p>

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA****GUÍA DE APRENDIZAJE****SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

Evidencias de Producto: AP06-EV03- “Sistema de Distribución del Producto o Servicio”	<p>Establece el sistema de distribución considerando los sistemas de producción y marketing y los factores de entrega y costo de los productos o servicios, de acuerdo con el mercado objetivo, los canales, el ciclo de vida del producto y la estrategia promocional de la organización.</p> <p>Determina el sistema de distribución teniendo en cuenta los niveles de distribución y al tamaño del mercado, mediante la aplicación de técnicas y métodos de evaluación de los factores ambientales, las condiciones económicas, comerciales y legales de los productos y servicios a distribuir.</p> <p>Elige el sistema de distribución para introducirse en los mercados a partir del análisis de riesgo económico y la posibilidad de éxito en relación con su tamaño, volumen de ventas, comportamiento de la demanda, nivel de servicio, esfuerzo profesional y desarrollo técnico.</p>	<p>Formato para desarrollo de evidencia: “TGM-AP06-EV03”</p> <p>Instrumento de evaluación: “TGM-IE-AP06-EV03”</p> <p>Rubrica Sustentación de Actividades “TGM-IE-RS-Evidencias”</p>
Evidencia de producto AP06-EV04- INGLES: “Taller en idioma inglés sobre sistema de distribución”.	<p>Puede extraer información adecuada y precisa y tomar nota de una conversación, programa, clase, etc.; referido a su profesión.</p> <p>Puede completar frases basado en información leída previamente en un texto.</p> <p>Traduce del inglés documentos técnicos sencillos en tiempo presente y pasado.</p>	<p>Formato para desarrollo de evidencia: “TGM-AP06-EV04”</p> <p>Instrumento de evaluación: “TGM-IE-AP06-EV04”</p>
Evidencia de producto	Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la	Formato para desarrollo de evidencia:

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA****GUÍA DE APRENDIZAJE****SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

AP06-EV05- ÉTICA y EMPRENDIMIENTO. “Definiendo y desarrollando habilidades para una comunicación asertiva y eficaz”.	convivencia en los contextos social y productivo de acuerdo con las competencias ciudadanas. Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas según normas y protocolos institucionales.	“TGM-AP06-EV05” Instrumento de evaluación: “TGM-IE-AP06-EV05”
---	--	--



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

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
Caracterizar el Comportamiento del Mercado.	110	NA	NA	Objetos de Aprendizaje – AA11: <ul style="list-style-type: none">• OA. COMUNICACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN• OA. SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN• OA Estrategic plan of distribution• OA Caso AkiToy	4	Mercados Idiomas Ética y Emprendimiento	3	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

Comunicación: El origen del vocablo comunicación es latino, y proviene de “communicare” que significa compartir alguna cosa. Se entiende por comunicación a la relación existente entre un emisor y un receptor, que se transmiten señales a través de un código común.

Receptor: En el ámbito de las comunicaciones, receptor es el dispositivo o el individuo que recibe una señal o un mensaje, enviado por un transmisor o un emisor. Los signos que acarrea el mensaje deben ser decodificados e interpretados por el receptor para su comprensión. Si nos centramos en lo tecnológico, el receptor es el aparato que posibilita la captación y decodificación de señales.

Emisor: (Del latín emissor) es un término que puede hacer referencia a diferentes tipos de palabras. Como adjetivo y sustantivo (de acuerdo a cómo se utilice el término), sirve para acompañar a referirse a aquel o aquellas entidades que se encargan de conectarse con otro punto para emitir una señal. Como verbo, significa manifestar una opinión o noticia, producir y poner en circulación billetes, valores o títulos y lanzar ondas hercianas para hacer oír noticias, música o señales.

Estrategia: El concepto también se utiliza para referirse al plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. En otras palabras, una estrategia es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.

Consumidor: El concepto de consumidor dispone de un uso muy extendido en nuestro idioma y especialmente es empleado a instancias del ámbito de la economía para denominar a aquel individuo u organización que demanda bienes o servicios que ofrece, ya sea un productor o quien provee los mencionados bienes y servicios.

Distribución: Conjunto de operaciones dirigidas a situar los productos al alcance de los consumidores. En estadística, conjunto de los valores que puede tomar una variable aleatoria y de la probabilidad de que tome cada uno de ellos.

Cliente: Del latín cliens, el término cliente es un término que puede tener diferentes significados, de acuerdo a la perspectiva en la que se lo analice.

En economía el concepto permite referirse a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual.

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA****GUÍA DE APRENDIZAJE****SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico D.F: PEARSON EDUCACIÓN.

Lambin, J., Galluci, C., & Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing Gestión estratégica y operativa del mercado*. Mexico DF: McGraw-Hill.

Lobo, M. a., & Pino, M. D. (2009). *Manual de Publicidad*. Madrid: ESIC.

Muñoz, M. A. (2004). *Merchandising como mejorar la imagen de un establecimiento comercial*. Madrid: ESIC.

Tilve, M. V. (2010). *Introducción al Marketing Estratégico*. San Francisco: Creative Commons Attribution.

www.liderazgoymercadeo.com. (s.f.). *Promoción de Ventas*. Recuperado el 13 de Abril de 2016, de http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=156#

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.	Junio 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.	

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA****GUÍA DE APRENDIZAJE****SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**

Proceso Gestión de la Formación Profesional Integral

Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

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.	