

PRUEBA SABER PRO 2012

**DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE
ESTRATEGIAS COMERCIALES Y LOGÍSTICAS**

Bogotá, D.C., octubre 23 de 2012

Contenido

1. ¿Cómo se construyó el módulo?
2. ¿Quiénes participaron en la construcción del módulo?
3. ¿Qué evalúa el módulo?
4. Afirmaciones y evidencias
5. Ejemplos de preguntas

¿Cómo se construyó el módulo?

¿Cómo se construyó el módulo?

- ✓ En coordinación con la Red de Instituciones técnicas y tecnológicas (REDITT), se construyó la propuesta de marco de referencia y especificaciones de prueba de las competencias comunes por áreas de formación del nivel técnico profesional y tecnológico.
- ✓ Se conformó un equipo de tres especialistas que elaboró la propuesta de especificaciones de prueba para el Área de Administración y Turismo, en la que se definieron las competencias y desempeños comunes a evaluar.

¿Cómo se construyó el módulo?

- ✓ Las especificaciones de prueba se validaron con docentes de Instituciones Técnicas Profesionales y Tecnológicas convocados en las ciudades de Barranquilla, Bogotá y Medellín.
- ✓ Se convocó a docentes de diferentes Instituciones Técnicas Profesionales y Tecnológicas para construir las preguntas que conformarían la prueba.

**¿Quiénes participaron
en la construcción
del módulo?**

¿Quiénes participaron en la construcción del modulo?

- ✓ Red de Instituciones técnicas y tecnológicas (REDITT).
- ✓ En la elaboración de las especificaciones de prueba y preguntas, participaron 15 docentes de programas de administración y turismo provenientes de distintas instituciones técnicas y tecnológicas.

**¿ Qué evalúa
el módulo?**

¿ Qué evalúa el módulo?

- ✓ Este módulo evalúa competencias para realizar operaciones comerciales y logísticas de productos y servicios, según los requerimientos legales, de calidad, seguridad y demás establecidos por el contexto mercantil.

Afirmaciones y evidencias

Afirmaciones y evidencias

Afirmación	Evidencia
1. Conocer los requerimientos de calidad, seguridad y normatividad legal y aplicarlos en el diseño y desarrollo de estrategias comerciales y logísticas.	1.1 Define y caracteriza los requerimientos de calidad, seguridad y normatividad legal vigente en las operaciones logísticas comerciales.
	1.2 Establece la logística y distribución física necesaria para la fabricación y comercialización de los productos.
	1.3 Aplica los requerimientos de calidad, seguridad y normatividad legal vigente en las operaciones logísticas comerciales.
	1.4 Integra la logística y distribución física necesaria para la fabricación, y comercialización de los productos.
2. Determinar las actividades que respondan a la mezcla del marketing en función de los objetivos de la empresa y de las condiciones del mercado y la competencia.	2.1 Establece las estrategias y actividades adecuadas para la comercialización de un producto o servicio.

Ejemplos de preguntas

Ejemplos de preguntas

1. Un laboratorio requiere transportar 8.000 galones de plaguicida para aplicar en los cultivos de la zona cafetera por vía terrestre. Atendiendo a las normas de transporte y tránsito de sustancias peligrosas, de las siguientes opciones el laboratorio debería utilizar la que le ofrece el sistema de:

- A. empacado en cajas, container, sistema de granel.
- B. empacado en cajas, remolque carpado, sistema cama de sacos.
- C. empacado en canecas, container, sistema trocado.
- D. empacado en canecas, remolque carpado, sistema de bandas.*

Ejemplos de preguntas

2. La fábrica de Calzado el Canguro, con sede en Bogotá, es una empresa productora de zapatos económicos en cuero y gamuza para personas de género masculino. Su mercado objetivo son los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 de Bogotá y los municipios aledaños. Sin embargo, la alta competencia en esta actividad y fenómenos como el contrabando y la competencia desleal han hecho que la empresa redefina y aplique una nueva estrategia de marketing, si desea mantenerse en el mercado.

Ejemplos de preguntas

La estrategia de marketing más adecuada que le permitiría a la empresa consolidarse en este segmento de mercado objetivo es:

- A. Establecer tarifas de precios diferenciales por volúmenes de compras, zonas geográficas y sistema de pagos.
- B. Diseñar un sistema de costeo por lotes, que le permita disminuir el valor de fabricación del producto.
- C. Ampliar los canales de distribución que conlleve a hacer llegar eficientemente los productos a los clientes.
- D. Implementar mecanismos de fidelización de mercado a corto y mediano plazo, para motivar recompras.*

¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

www.icfes.gov.co