



Canales de Distribución

Modalidad Connect

Clave LTNI1801



Índice

Información general del curso	1
Introducción al curso	2
Metodología	2
Bibliografía.....	3
Evaluación.....	4
Estructura de las sesiones.....	4
Actividades.....	5
Sesiones virtuales	6
Evaluación.....	7
Calendario.....	8
Bibliografía y recursos especiales	9
Contenido del curso	9
Herramientas	10
Preguntas frecuentes	10
Guía para las sesiones	11
Semana 1	11
Semana 2	16
Semana 3	21
Semana 4	27
Anexo 1. Rúbrica de evidencia 1	31
Anexo 2. Rúbrica de evidencia 2	32



Información general del curso

- Clave del curso: LTNI1801
- Modalidad: Connect

Competencia del curso

Propone el canal de distribución adecuado para la comercialización de un producto como un elemento de diferenciación y ventaja competitiva.





Introducción al curso

Bienvenido al curso de Canales de distribución, en el cual estudiarás la distribución de productos, su evolución, administración, estrategias y nuevas prácticas.

Seguramente te has preguntado cómo llega una barra de pan a un supermercado, a una tienda de conveniencia, o a una tienda de abarrotes en un lugar remoto y por qué tienen el mismo precio. Tal vez te has preguntado cuáles fueron todos los procesos necesarios para que un auto último modelo de BMW se exhiba en una concesionaria y por qué no hay muchas concesionarias de BMW.

Estos dos ejemplos son una parte de los temas que vas a aprender para entender por qué los canales y la logística de distribución se han convertido en elementos clave de competitividad de las empresas y los países. En este curso, aplicarás tus conocimientos previos y propondrás el canal de distribución adecuado para la comercialización de un producto, como un elemento de diferenciación y ventaja competitiva.

¡Manos a la obra con este interesante y cambiante tema!



Metodología

Se ha diseñado un curso Connect con la finalidad de ser impartido por un docente líder con experiencia en el ámbito laboral, quien compartirá su conocimiento, experiencia y las mejores prácticas que realiza en su labor profesional.

La experiencia de cursos Connect promueve la interacción virtual entre estudiantes localizados en diferentes campus de la Universidad Tecmilenio, como una forma de enriquecer su formación, contrastando la realidad de su ciudad o región con la de otros compañeros.

Durante cada sesión virtual, el docente transmite su experiencia y actúa como guía en el proceso de aprendizaje durante la realización de las actividades.

El curso es tetramestral y tiene una distribución semanal; en cada semana se lleva a cabo una sesión virtual sincrónica de tres horas a través de una herramienta tecnológica de videoconferencia. La asistencia del participante a estas sesiones de videoconferencia es muy importante, pero no obligatoria, ya que tiene la posibilidad de revisar la sesión grabada en caso de no poder asistir en el horario establecido.



Bibliografía

Cada curso requiere un material bibliográfico disponible para su compra. Para conocer cuál es el libro que el alumno debe adquirir, revisa la sección Bibliografía del curso.





Evaluación

En la sección Evaluación el alumno puede consultar cómo se integrará la calificación final del curso. Dependiendo del curso, la evaluación puede variar con una combinación de los siguientes elementos:

- Exámenes aplicados en plataforma en las semanas 1 y 3.
- Dos evidencias para acreditar el avance en el nivel de competencia adquirido por el alumno.
- Actividades que retomen el contenido conceptual de los temas de la semana.
- Evaluación final estandarizada compuesta por instrumentos tales como mini casos, exámenes de opción múltiple, ensayos, proyectos, entre otros.



Estructura de las sesiones

Bloque 1	Bloque 2	Bloque 3
<ul style="list-style-type: none"> ● Bienvenida y presentación de agenda. ● Actividad de bienestar-mindfulness. ● Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. ● Cierre del bloque mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o <i>quiz</i>. <p>Receso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Actividad de reconexión. ● Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. ● Cierre del bloque mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o <i>quiz</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Actividad de reconexión. ● Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. <p>Cierre de la sesión mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o <i>quiz</i>.</p>

Antes de acudir a una sesión, es necesario que el alumno realice las lecturas de las explicaciones y del libro de texto, ya que le proporcionarán los fundamentos teóricos de los temas del curso. De igual manera, se requiere que revise el material adicional como videos y lecturas.

Durante las sesiones sincrónicas el docente da una breve explicación del tema, resuelve dudas, comparte las instrucciones de las actividades y te acompaña durante la realización de estas.



Actividades

Algunas actividades han sido diseñadas para realizarse de manera individual y otras de manera colaborativa. Para las actividades colaborativas, tú como profesor deberás integrar equipos con alumnos de diferentes campus, lo cual te permite obtener experiencias de aprendizaje más enriquecedoras.

Para mayor efectividad del trabajo colaborativo se utilizan las funcionalidades de la herramienta de colaboración que permiten la creación de salas virtuales interactivas, donde puedes compartir pantallas, documentos, videos y audios.

Como una forma de promover el dinamismo y la interacción de los alumnos en distintos formatos, durante las sesiones puedes alternar intervenciones individuales, plenarios y grupales que enriquecen sus puntos de vista y al mismo tiempo les dan la oportunidad de presentar sus ideas y posturas en torno a los temas de clase.

El resultado de todas las actividades y tareas realizadas durante la semana deberá concentrarse en un solo documento, el cual el alumno lo entregará a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente.

Es muy importante que el alumno revise el esquema de evaluación y los criterios que utilizarás para otorgarle una calificación. Lo anterior con la intención de que desde el inicio de la semana tenga claro el nivel de complejidad y esfuerzo que se requiere para realizar las entregas semanales y garantizar el éxito dentro del curso.

En caso de tener dudas sobre algún ejercicio o sobre el contenido del curso, el alumno puede contactarte a través de los medios que le indiques.



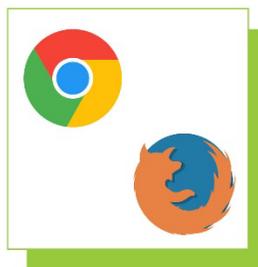
Sesiones virtuales



Es muy importante que cuentes con los siguientes **requerimientos tecnológicos** para llevar a cabo y con éxito las sesiones.



Red con conexión ancha para tener una excelente comunicación, mínimo con **6 MB** de ancho de banda.



Uso de los navegadores Chrome o Firefox



Computadora



Durante la sesión se recomienda no tener otras aplicaciones abiertas (ejemplo: Facebook, Netflix, YouTube, etc.)



Cámara



Micrófono o bocinas





Evaluación

Números	Evaluable	Ponderación
1	Entregable semana 1	10
2	Entregable semana 2	30
3	Entregable semana 3	10
4	Entregable semana 4	30
5	Examen final	20
		<i>Total</i> 100



Calendario

Semana	Temas	Actividades	Evidencia	Examen
1	<ol style="list-style-type: none">1. Canales de distribución: evolución, funciones y participantes2. Canales tradicionales3. Distribución múltiple4. Selección de canales de distribución	✓		
2	<ol style="list-style-type: none">5. Logística de distribución6. Medios de transporte7. Empaque y embalaje		✓	
3	<ol style="list-style-type: none">8. Surtimiento de órdenes9. Costos10. Indicadores de eficiencia11. Transporte: tercerización, tarifas y utilidades	✓		
4	<ol style="list-style-type: none">8. Administración logística9. Medición de la productividad de los canales de distribución10. Distribución en un mundo globalizado11. Creación de valor en los canales de distribución		✓	
5	Examen final		✓	



Bibliografía y recursos especiales

Libro de texto

- ➔ Mercado, S. (2010). *Canales de distribución y logística*. México: Macchi. ISBN 96851800302

Libros de apoyo

- ➔ Equipo Vértice. (2012). *Distribución Comercial*. España. ISBN 9788499318370



Contenido del curso

Tema 1	Canales de distribución: evolución, funciones y participantes
Tema 2	Canales tradicionales
Tema 3	Distribución múltiple
Tema 4	Selección de canales de distribución
Tema 5	Logística de distribución
Tema 6	Medios de transporte
Tema 7	Empaque y embalaje
Tema 8	Surtimiento de órdenes
Tema 9	Costos
Tema 10	Indicadores de eficiencia
Tema 11	Transporte: tercerización, tarifas y utilidades
Tema 12	Administración logística

Tema 13	Medición de la productividad de los canales de distribución
Tema 14	Distribución en un mundo globalizado
Tema 15	Creación de valor en los canales de distribución



Herramientas

Para asegurar que el alumno aproveche al máximo su experiencia educativa en esta modalidad de cursos, recomendamos que revise estos [tutoriales](#).



Preguntas frecuentes

¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido del curso?

Lo puedes reportar a la cuenta atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx, también puedes compartir sugerencias para el contenido y actividades del curso.

¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada una en las

El coordinador docente te debe de proporcionar esta información.

¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo con la modalidad de impartición.

¿Tengo que capturar las calificaciones en banner y en la plataforma educativa?

Sí, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.



Guía para las sesiones

Semana 1

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso. El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	10 <i>minutos</i>
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=C2JoldXHrwg&feature=youtu.be	5 <i>minutos</i>
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: <ol style="list-style-type: none">1. Canales de distribución: evolución, funciones y participantes2. Canales tradicionales	20 <i>minutos</i>
Actividad del tema	Realizar parte 1 de la Actividad de la semana.	15 <i>minutos</i>
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	10 <i>minutos</i>

Actividad 1**Parte 1**

1. Lee el siguiente caso.

La empresa de escaleras "LA MÁS ALTA", desde sus inicios en 1940, se ha mantenido como líder de mercado en la producción y distribución de escaleras de aluminio y acero en México. La empresa se ha fortalecido en la última década y un 20% de su producción está dedicada al mercado de la exportación principalmente a Estados Unidos.

La empresa tiene en su portafolio de productos diversas opciones de escaleras de acuerdo a diferentes mercados y capacidades. Los productos que manufactura son escaleras de plataforma, tijera, tijera doble, andamios, multipropósitos y con extensión. En cuanto a la capacidad, pueden soportar 90,100, 110, 140 y hasta 165 kg.

LA MÁS ALTA, a lo largo de su historia en el mercado nacional, ha vendido sus productos directamente a otros negocios, como ferreterías, supermercados, constructoras y minoristas como Home Depot y Lowes.

Actualmente, está analizando lanzar una página de Internet para promover y vender sus productos al mayoreo y menudeo a cualquier interesado. Asimismo, ha decidido que parte de su estrategia en los siguientes cinco años es tener tiendas propias en diversos puntos de México, ya que ha visto una oportunidad de negocio si amplía puntos de venta en zonas que piensa no están del todo cubiertas por sus clientes. Esta estrategia ha llegado a los oídos de algunos de sus clientes quienes piensan que les va a afectar en sus ventas y lo han comentado al director de la empresa.

2. Responde las siguientes preguntas.
 - a. ¿Qué tipo de clientes tiene actualmente LA MÁS ALTA? Justifiquen su respuesta.
 - b. ¿A qué otro tipo de mercado o segmentos de mercado desea atender? ¿Por qué?
 - c. ¿Qué implicaciones se tienen al querer alcanzar a otro segmento?
 - d. ¿Cuáles son los riesgos y beneficios para LA MÁS ALTA si desea implementar una estrategia multicanal?

 **Entregable**

Documento electrónico con la información solicitada.

Semana 1

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad de preferencia física para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo, sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 3. Distribución múltiple	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 2 de la Actividad de la semana.	20 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	10 minutos

Actividad 1

Parte 2

3. Para las siguientes situaciones, ¿qué conflicto podría presentarse? ¿Cómo se resolvería? ¿Qué tipo de cambios tendría que realizar la empresa para que la estrategia sea efectiva?
 - a. Apertura de página de Internet para vender directamente.
 - b. Apertura de tiendas físicas propias.
4. ¿Cómo podría implementarse una estrategia omnicanal? ¿Qué beneficios obtendría cada participante del canal? ¿Cuál sería el valor agregado para los consumidores?

 **Entregable**

Documento electrónico con la información solicitada.

Semana 1**Bloque 3**

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 4. Selección de canales de distribución	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 3 de la Actividad de la semana.	30 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos

Actividad 1**Parte 3**

5. Para que LA MÁS ALTA mejore su relación con los miembros del canal con respecto a las nuevas estrategias, ¿qué recomendación propones?, ¿por qué?, ¿Cuál es la intensidad de distribución sugerida para LA MÁS ALTA?

**Entregable**

Documento electrónico con la información solicitada.

Criterios de evaluación de la semana

Actividad 1	Criterios de evaluación	Ponderación	Puntos sobre evaluación final
Criterio 1	Muestra adecuadamente la situación actual de la empresa, sus clientes actuales, los segmentos de mercado a los que desea atender.	30%	3 puntos
Criterio 2	Identifica los conflictos que podrían presentarse en la implementación de la estrategia multicanal.	30%	3 puntos
Criterio 3	Comprende los conceptos de una estrategia omnicanal y propone una implementación factible y con valor agregado para los consumidores.	40%	4 puntos
	Totales	100%	10 puntos

Semana 2**Bloque 1**

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso. El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	<i>10 minutos</i>
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=hSq87FzolY	<i>5 minutos</i>
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: 5. Logística de distribución	<i>20 minutos</i>
Actividad del tema	Realizar parte 1 de la Evidencia 1.	<i>10 minutos</i>
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	<i>15 minutos</i>

Evidencia 1**Parte 1**

Yves Potvin ha soñado desde hace más de 20 años con hacer del mundo un lugar mejor y, como todo buen emprendedor, ha trabajado arduamente para materializar ese sueño.

Después de negocios emprendidos y finalizados por diversas cuestiones, en el año 2003, funda Gardein Protein International y, tras dos años de investigación, con la inversión de tiempo y capital, se crea "gardein", un ingrediente hecho con base de verduras y granos que imita el sabor, la textura y la nutrición de la carne magra o pescado, sin colesterol, menos grasa y calorías.

Con este ingrediente, se preparan diversos productos, los cuales son completamente veganos, hechos de soya y trigo no transgénicos, granos y verduras.

La palabra gardein proviene de *garden + protein* (jardín + proteína, en español). Sus productos se venden principalmente en Estados Unidos y Canadá.

Su estrategia está basada en tres pilares: marca privada, servicio de comida y su propia marca comercial (al detalle). Su visión es estar en el menú y los platos de comida a nivel nacional como una opción deliciosa, conveniente y versátil que, al mismo tiempo, es una versión saludable de la comida que la gente más disfruta comer y que es buena para el planeta también.

En un video en el que describe su historia, Potvin señala: *¡I love what I do! ¡Right food at the right time!* (¡Amo lo que hago! ¡Alimento adecuado en el momento adecuado!). Esta expresión deja ver ese sueño de este gran emprendedor preocupado por un estilo de vida más saludable sostenible con el medio ambiente.

Sus productos de marca comercial (al detalle) se engloban en las siguientes categorías:

- Chick'n (imitación pollo)
- Beefless (imitación carne de res)
- Fishless (imitación pescado)
- Gluten free (libre de gluten)
- Holiday (ocasiones especiales)

Además, ofrece servicio de comida, es decir, productos dirigidos a compañías y organizaciones en las siguientes categorías:

- Beefless (imitación carne de res)
- Breaded (empanizados)
- Burgers (hamburguesas)
- Chick'n (imitación pollo)

Gardein ha visto un potencial de mercado en México, por lo que ha decidido incursionar con sus productos a nivel nacional. Principalmente, con hamburguesas, nuggets, tiras y alitas vegetarianas en el sector detallista, que se pueden encontrar en el área de congelados.

El mercado puede contemplarse desde uno muy especializado para veganos y vegetarianos hasta aquellas personas que solamente buscan reducir su consumo de carne o tener opciones más saludables de comida rápida.

Las oficinas centrales se encuentran ubicadas en Vancouver, BC, Canadá y en México cuentan con oficinas en la Torre WTC en la Ciudad de México.



Para esta expansión, se te ha contratado como consultor experto en el área de distribución comercial y se te pide desarrollar lo siguiente:

1. Realiza un sondeo acerca de este tipo de productos en México, principales competidores, mercado, precio, promoción, tendencias de consumo, entre otras características importantes de la empresa, los clientes e intermediarios, para definir la estrategia de distribución.
2. Describe al menos dos segmentos de mercado a los que se puede dirigir Gardein en México.
3. Define el posicionamiento y diferenciación de la marca en el mercado mexicano.
4. Con base en el sondeo anterior, elabora la propuesta del tipo de canal más adecuado. Justifica con el mayor detalle tu propuesta.
5. Describe cómo podría implementarse un canal directo y de qué forma dicha estrategia agregaría valor al cliente.
6. Menciona cómo podría implementarse un canal indirecto. Incluye lo siguiente:
 - a. Niveles intermediarios involucrados
 - b. Tipo de mayoristas o minoristas más adecuados
 - c. Intensidad de la distribución
 - d. Valor de cada uno de los participantes en el canal propuesto
 - e. Esquema del canal

Entregable

Documento electrónico que contenga los requisitos del proyecto.

Semana 2

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad de preferencia física para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo, sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos

Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 6. Medios de transporte	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 2 de la Evidencia 1.	15 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

Evidencia 1**Parte 2**

7. Determina todos los canales posibles para Gardein (b2c y b2b).
8. Menciona de qué manera satisface cada uno de esos canales las diferentes necesidades de los clientes.
9. Define si se recomienda seguir la estrategia de un solo canal o una estrategia multicanal. Justifica tu respuesta.
10. Si se decide implementar una estrategia multicanal (canal directo e indirecto), describe los conflictos que podrían presentarse y cómo se resolverían.
11. Suponiendo que se requiere construir un centro de distribución para recibir la mercancía procedente de Vancouver, BC, Canadá y distribuirlo a nivel nacional, ¿cuál sería su ubicación y por qué?
12. Concluye sobre tus hallazgos en esta primera etapa de consultoría.

**Entregable**

Documento electrónico que contenga la información solicitada.

Semana 2

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 7. Empaque y embalaje	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 3 de la Evidencia 1	25 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	10 minutos

Evidencia 1

Parte 3

13. Retoma el trabajo inicial de la consultoría que llevaste a cabo en el módulo anterior.
14. Con base en la ubicación del centro de distribución que definiste y tu estrategia de un solo canal o multicanal, el equipo de Gardein desea conocer los detalles de los medios de transporte que utilizarías. Debes tener en cuenta que la planta se encuentra en 12751 Vulcan Way Unit 200, Richmond V6V 3C8 BC, Canadá. Es muy importante que ubiques esta dirección en un mapa (puedes usar Google Maps, Google Earth u otra aplicación) para que comprendas mejor dónde está el origen y las opciones que podrías tener para transportar el producto.
15. Una vez realizado lo anterior, elabora una propuesta respecto al tema de transportación. Especifica lo siguiente:
 - a. Medio de transporte seleccionados entre Canadá y México.
 - Requerimientos
 - Restricciones
 - Logística entre Canadá y México
 - b. Medio de transporte seleccionado en México (planta- CEDIS, CEDIS-cliente; no olvides tener en mente tus recomendaciones de transporte a tus segmentos de mercado meta).



- Requerimientos
 - Restricciones
 - Logística en México (planta –CEDIS, CEDIS-cliente)
- c. Plan de emergencia
- Transporte (Canadá – México, planta –CEDIS, CEDIS-cliente)
 - Requerimientos
 - Restricciones
 - Logística

16. Presenta una propuesta innovadora del empaque que sugieres aplicar para contribuir al éxito del producto. Considera las características del producto y del mercado.



Entregable

Documento electrónico que contenga el desarrollo de la evidencia.

Semana 3

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso. El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	10 <i>minutos</i>
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=IU6cDVjjqqc&feature=youtu.b	5 <i>minutos</i>
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: 8. Surtimiento de órdenes 9. Costos	20 <i>minutos</i>

**Actividad del tema**

Realizar parte 1 de la Actividad de la semana.

10
minutos

Receso

Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.

15
minutos

Actividad 2**Parte 1**

1. Elabora el balance general de la empresa Panificadora La Galleta con la siguiente información:
 - a. Efectivo: 5,000
 - b. Cuentas por pagar a corto plazo: 50,000
 - c. Activo fijo: 5,000,000
 - d. Documentos por pagar en 20 días: 300,000
 - e. Otros créditos a corto plazo: 1,380,000
 - f. Total de inventarios: 700,000
 - g. Cuentas por cobrar: 150,000
 - h. Capital contable: 995,000
 - i. Inversiones a corto plazo: 35,000
 - j. Cuentas por pagar a proveedores: 865,000
 - k. Pasivo a largo plazo: 2,300,000
2. Una vez terminado el balance general, obtén los siguientes indicadores:
 - a. Razón corriente
 - b. Prueba ácida
 - c. Nivel de dependencia de inventarios (NDI)
 - d. Endeudamiento del activo
 - e. Endeudamiento de capital
 - f. Endeudamiento de activo fijo
 - g. Apalancamiento

**Entregable**

Documento electrónico con la información solicitada.

**Semana 3****Bloque 2**

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad de preferencia física para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo, sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 10. Indicadores de eficiencia	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 2 de la Actividad de la semana.	15 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

Actividad 2**Parte 2**

3. Con los resultados obtenidos, desarrolla un perfil de la compañía. ¿Cómo se encuentra en cuanto a su posición financiera?
4. El lote que se produce diariamente es de dos toneladas. Todo el lote se vende a un supermercado y se hace un viaje diario a cada uno de sus centros de distribución, el primero, está localizado a 20 kilómetros y, el segundo, a 120 km. Los costos del proveedor de transporte se presentan a continuación.



Costos variables		
Consumo de combustibles	\$ 1.500	por kilómetro
Consumo de lubricantes	\$ 0.025	por kilómetro
Consumo de llantas	\$ 0.010	por kilómetro
Tiempo de los tripulantes	\$ 0.100	por kilómetro
Refacciones	\$ 0.035	por kilómetro
Gastos de camino	\$ 554	por viaje
Viáticos	\$ 1,500	por viaje
Comisiones	\$ -	por kilómetro
Maniobras	\$ 0.010	por kilómetro
Incentivos	\$ -	por kilómetro
Costos fijos	\$ 2,500	por viaje (de 0 a 200 km)

Notas

- El mes contable tiene 30 días.
- Se trabajan 24 días al mes.
- Los viajes se calculan solamente de ida.
- Los viáticos aplican solo a viajes de 100 a 200 km.
- Los costos variables bajan un 5% en viajes con distancias mayores a 100 km, a excepción de los gastos de camino y viáticos.



Entregable

Documento electrónico con la información solicitada.

Semana 3

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 11. Transporte: tercerización, tarifas y utilidades	30 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 3 de la Actividad de la semana.	15 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	10 minutos

Actividad 2

Parte 3

6. Con base en la información anterior, calcula lo siguiente para el proveedor de transporte.
 - a. La tarifa por viaje para una distancia de 20 km.
 - b. El precio por viaje que se debería cargar para obtener un 10% de utilidad para cada caso.
 - c. La utilidad anual generada con los precios del inciso b si se tiene en cuenta que, para la distancia de 20 km, se realiza el 50% de los viajes, y para 120 km, el otro 50%.
 - d. La rentabilidad de 120 km con un precio por viaje de 6,500 pesos.
7. La utilidad total con los resultados del punto anterior y analicen por qué subió tanto versus el cálculo realizado en el punto c.

**Entregable**

Documento electrónico con la información solicitada.



Criterios de evaluación de la semana

	<i>Criterios de evaluación</i>	<i>Ponderación</i>	<i>Puntos sobre evaluación final</i>
<i>Criterio 1</i>	Verifica que todos los cálculos estén realizados correctamente y que los resultados sean coherentes con la información proporcionada.	30%	3 puntos
<i>Criterio 2</i>	Aplica correctamente los conceptos y técnicas necesarias para desarrollar la actividad.	30%	3 puntos
<i>Criterio 3</i>	Interpreta los resultados y desarrollar un perfil financiero de la empresa.	20%	2 puntos
<i>Criterio 4</i>	Presenta los resultados de forma clara, organiza los cálculos y resultados, así como la claridad y coherencia del perfil financiero de la empresa.	20%	2 puntos
	Totales	100%	10 puntos

Semana 4**Bloque 1**

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso. El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	<i>10 minutos</i>
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=r-ctqMZnCd8&feature=youtu.be	<i>5 minutos</i>
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: 12. Administración logística 13. Medición de la productividad de los canales de distribución	<i>20 minutos</i>
Actividad del tema	Realizar parte 1 de la Evidencia 2.	<i>10 minutos</i>
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	<i>15 minutos</i>

Evidencia 2**Parte 1**

1. Elabora un análisis que incluyan las ventajas y desventajas de emplear la subcontratación en el procesamiento de pedidos.
2. Con base en tu análisis, determina cuál es la mejor decisión sobre la subcontratación en el procesamiento de pedidos. Justifica con base en los siguientes aspectos:
 - a. Nivel de experiencia en el procesamiento de pedidos
 - b. Planes de crecimiento
 - c. Volumen de órdenes esperadas
 - d. Errores de envío al mínimo



- e. Tipo de producto
 - f. Tipo de cliente
 - g. Complejidad del inventario (variedad de productos)
 - h. Servicio al cliente requerido
 - i. Automatización y notificaciones sobre el estado del pedido
 - j. Envíos internacionales e impuestos
3. Define la estrategia para asegurar la satisfacción del cliente en el surtimiento de pedidos. Para esto, detalla lo siguiente:
 - a. Acciones claras y específicas
 - b. Indicadores de servicio (al menos tres)
 - c. Tecnología que apoya la estrategia
 - d. Otros aspectos importantes como políticas de entrega y devolución, entre otros.
 4. Con base en el análisis de los posibles canales de distribución elaborado en la primera evidencia, define la estrategia final de canales (canal o multicanal), seleccionando la mejor opción de canal que proporcione mayor valor al cliente o consumidor.



Entregable

Documento electrónico que contenga la información solicitada.

Semana 4

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 14. Distribución en un mundo globalizado	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 2 de la Evidencia 2.	15 minutos

Cierre de bloque

El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, *quiz* o foro plenario.

5 minutos

Receso

Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.

15 minutos

Evidencia 2**Parte 2**

8. Elabora un análisis sobre la importancia de conocer la situación financiera de las empresas con las que se trabajará en el canal de distribución, ya sea proveedor de servicios de logística como *transportación*, *minorista* o *mayorista*, entre otros. Justifica con base en los conceptos de *capital de trabajo*, *liquidez* y *solvencia*.
9. Elabora tu propuesta para el manejo de inventarios en el centro de distribución de México, suponiendo que este último compra el producto a la planta localizada en Vancouver, BC, Canadá para abastecer al mercado mexicano. Se estima que el producto en México debería tener un precio de venta al público de 6.99 dólares. El precio unitario de los productos en la planta es de 3.5 dólares y por cada orden mayor a 20,000 dólares, se obtiene un 5% de descuento. Además, productos *Gardein* tienen una vida útil de 12 meses a partir de la fecha de fabricación. Con base en la información anterior, define la estrategia más adecuada para inventarios (altos o bajos). Justifica tu respuesta.
10. Utilizando el esquema de Coyle, Edward y John (2003), desarrolla un prototipo de sistema de información logística para *Gardein Protein International* que apoye la productividad.
11. Para cada uno de los cuatro módulos del esquema anterior, detalla al menos dos objetivos para cada uno y describe cómo se interrelacionarán.

**Entregable**

Documento electrónico que contenga la información solicitada.

Semana 4**Bloque 3**



Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 15. Creación de valor en los canales de distribución	20 minutos
Actividad del tema	Realizar la parte 3 de la Evidencia 2.	20 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	10 minutos

Evidencia 2**Parte 3**

9. Selecciona cinco métricas de la tabla de [benchmarks de WERC 2014](#) (*Warehousing Education and Research Council*) para evaluar los resultados de los centros de distribución (CEDIS).
10. Elabora un reporte en donde expliques por qué elegiste esas métricas, qué significa cada métrica y cómo pueden ayudar a mejorar la administración del CEDIS.
11. Evalúa si en un futuro cercano podría utilizarse la estrategia de *nearshoring* para el mercado de México y Estados Unidos. Justifica.
12. Define qué tipo de contrato utilizarías en caso de emplearse un intermediario mayorista en el canal de distribución. Considera las características del producto y del mercado. Justifica tu respuesta.
13. Para finalizar con el proyecto, se te solicita pensar con un horizonte de 10 años y definir cómo esperarías que fueran los canales de distribución para la compañía. ¿Cuáles son los cambios más importantes que vislumbras? ¿Qué tendencias detonarán esos cambios? En ese horizonte de 10 años, desarrolla una estrategia de diferenciación y creación de valor al cliente de Gardein Protein International.

**Entregable**

Documento que contenga el desarrollo de la actividad.



Anexo 1. Rúbrica de evidencia 1

Competencia: Propone el canal de distribución adecuado para la comercialización de un producto, como un elemento de diferenciación y ventaja competitiva.

Nivel taxonómico: Utilización.

Instrucciones: Cada unidad de competencia tiene un valor. Si el participante cumple con un criterio, deberá colocar la palabra “sí” en la columna “¿Cumple?”, y escribir el mismo valor en la columna “Puntaje”. Por el contrario, si el participante no cumple con el criterio, deberá escribir la palabra “no” en la columna “¿Cumple?”, y un puntaje de 0 en la columna de la derecha.

Unidades de competencia y criterios correspondientes		Valor	¿Cumple?	Puntaje
1. Evalúa los segmentos de mercado, el posicionamiento y diferenciación de la marca en el mercado mexicano.				
a.	Elabora un sondeo acerca de este tipo de productos en México, principales competidores, mercado, precio, promoción, tendencias de consumo, entre otras características importantes de la empresa, los clientes e intermediarios, para definir la estrategia de distribución.	5		
b.	Describe dos segmentos de mercado a los que se puede dirigir Gardein en México.	5		
c.	*Determina el posicionamiento y diferenciación de la marca en el mercado mexicano.	8		
2. Propone el tipo de canal y las posibles formas de implementar un canal directo o indirecto				
d.	*Elabora la propuesta del tipo de canal adecuado para incursionar en el mercado mexicano.	10		
e.	Describe la implementación de un canal directo y la estrategia para agregar valor a los clientes.	5		
f.	Determina la implementación de un canal indirecto e incluye niveles intermediarios, tipos de mayoristas o minoristas, intensidad de distribución, valor agregado para el cliente y el esquema de canal.	5		
g.	*Define los canales posibles para Gardein e indica la manera en la que los clientes cubrirán sus diferentes necesidades.	8		
3. Decide la estrategia de un solo canal o una estrategia multicanal				
h.	*Determina la estrategia de un solo canal o multicanal y justifica su respuesta.	10		
i.	Presenta una descripción de los posibles conflictos a los que se enfrentaría la empresa al implementar una estrategia multicanal y su posible solución.	5		
j.	*Define la ubicación del CEDIS de Gardein para su distribución y justifica su respuesta.	8		
k.	Incluye una conclusión sobre sus hallazgos.	5		
4. Define una propuesta para el tipo de transporte a utilizar.				
m.	*Describe el tipo de transporte a utilizar entre Canadá y México, incluyendo los requerimientos, las restricciones y la logística.	8		
n.	*Describe el tipo de transporte a utilizar en México (planta-CEDIS y CEDIS – cliente), incluyendo los requerimientos, las restricciones y la logística.	8		
o.	Presenta el plan de emergencia que incluye tipo de transporte, requerimientos, restricciones y logísticas.	5		
p.	Propone un empaque innovador que contribuye al éxito del producto.	5		

*Los criterios señalados con asterisco son estrictamente indispensables para acreditar la competencia, por lo que debes desarrollarlos obligatoriamente.



Anexo 2. Rúbrica de evidencia 2

Competencia: Propone el canal de distribución adecuado para la comercialización de un producto, como un elemento de diferenciación y ventaja competitiva.

Nivel taxonómico: Utilización

Instrucciones: Cada unidad de competencia tiene un valor. Si el participante cumple con un criterio, deberá colocar la palabra "sí" en la columna "¿Cumple?", y escribir el mismo valor en la columna "Puntaje". Por el contrario, si el participante no cumple con el criterio, deberá escribir la palabra "no" en la columna "¿Cumple?", y un puntaje de 0 en la columna de la derecha.

Unidades de competencia y criterios correspondientes		Valor	¿Cumple?	Puntaje
1. Establece la estrategia para asegurar la satisfacción de los clientes.				
a.	Elabora un análisis que incluye las ventajas y desventajas de la subcontratación en el procesamiento de pedidos.	6		
b.	*Determina cuál es la mejor decisión en la subcontratación en el procesamiento de pedidos y justifica su decisión. considerando el nivel de experiencia, crecimiento, volumen, tipo de producto, tipo de cliente, inventario, servicio al cliente, automatización, envíos internacionales.	9		
c.	*Define la estrategia para asegurar la satisfacción del cliente en el surtimiento de pedidos, estableciendo acciones claras y específicas, indicadores, tecnología, políticas.	9		
2. Elabora la propuesta para el manejo de almacenes.				
d.	*Define la estrategia final de canales, seleccionando la mejor opción de canal que proporcione mayor valor al cliente o consumidor.	8		
e.	Incluye un análisis sobre la importancia de conocer la situación financiera de los participantes del canal.	6		
f.	*Presenta una propuesta sobre el manejo de almacenes, considerando las características de servicios al cliente, costo, pago a proveedores, mermas y riesgos.	9		
3. Desarrolla un prototipo de sistema de información logística que apoye la productividad				
g.	*Desarrolla un prototipo de sistema de información logística utilizando el esquema de Coyle, Edward y John.	8		
h.	Define al menos dos objetivos para cada uno de los módulos y describe cómo se interrelacionan.	6		
i.	*Selecciona cinco métricas de la tabla de benchmarks de WERC 2014.	9		
j.	Elabora un reporte en donde justifica la selección de las métricas y cómo apoyarán al CEDIS a mejorar su administración.	6		
4. Define los canales de distribución para la compañía en 10 años.				
k.	Evalúa si la estrategia de <i>nearshoring</i> puede ser utilizada para el mercado de México y Estados Unidos.	6		
l.	*Determina el tipo de contrato que se utilizaría en caso de utilizar un intermediario mayor, considerando las características del producto y mercado.	9		
m.	*Definir los canales de distribución para la compañía en 10 años a partir de una estrategia de diferenciación y creación de valor que surge de la identificación de tendencias que detonarán cambios.	9		

*Los criterios señalados con asterisco son estrictamente indispensables para acreditar la competencia, por lo que debes desarrollarlos obligatoriamente.