SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.



Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha: 2758140

Título de La evidencia: pronóstico de necesidades

Instructor Responsable:

Nombres y Apellidos Oscar Daniel Medina

CC: 1016091567

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2023

Desarrollo de la evidencia

- Pronostico de necesidades.

Este implica determinar el numero y tipo de empleados o indumentarias necesarias para garantizar un producto u servicio de calidad para la fidelización del cliente.

a. ¿Si en la relación entre precios y cantidades se incrementa la cantidad considerablemente, como es el caso de productos agrícolas con mucha producción, ¿qué sucede con los precios y la demanda?

Según la ley de oferta y demanda, la demanda disminuirá ya que en nuestro modelo social y al ser un país emergente las personas buscaran hacer lo mayor posible con una cantidad mínima de dinero, aunque para el oferente es al contrario entre más oferta tengas más subirá los precios, debido a que ofertaría un producto más especializado según la solicitud del cliente, y por lo general sobrepasa el punto de equilibrio ya que en esta ley es donde debería mantenerse el precio para tener un equilibrio favorable para ambas partes.

b. ¿Cómo puede explicar que ante un aumento de la producción los precios disminuyan, y por consiguiente la relación entre precios y cantidades, no se cumple?

En este caso no se cumple por que ya esta a disposición del productor debido a que el buscara no tener perdidas en su producción y más con productos agrícolas ya que son productos perecederos, aunque con los productos procesados también se perdería mano de obra aplicada a la producción

c. ¿Explique por qué se menciona que la curva de la oferta tiene una pendiente positiva y la curva de la demanda ofrece una pendiente negativa?

En este caso entre mayor sea el precio del bien menor será la cantidad que el consumidor deseara comprar, al contrario de que si el precio es menor mayor será la cantidad demandada por el cliente.

d. Proporcione un ejemplo de pendiente positiva y otro de pendiente negativa

en el caso de pendiente positiva veremos un ejemplo de semana santa en el que la iglesia debido a que es una fecha que acoge a muchos feligreses decidirá subir los precios ya que es una fecha especial para los feligreses, y al contrario ya seria después de la semana mayor ya que la demanda de productos relacionados con las festividades de la semana mayor será menos demandadas por ende el oferente se vera obligado a reducir sus precios para seguir manteniendo el flujo de caja.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.



Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha: 2758142

Título de La evidencia: Políticas de la organización sobre demanda de productos o servicios

Instructor Responsable: Hector Muñoz

Nombres y Apellidos: **Luz Nhey Guerrero Flórez C.C.: 1081833542**

Marcela Esperanza Chudt Colmenares CC: 52185251

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2023

DESARROLLO

Se le solicita realizar en un documento de texto la consulta anterior y resolver los siguientes interrogantes:

a. ¿Si en la relación entre precios y cantidades se incrementa la cantidad considerablemente, como es el caso de productos agrícolas con mucha producción, ¿qué sucede con los precios y la demanda?

Con los precios si hay una gran cantidad de productos agrícolas en el mercado los precios se caen y en este caso la oferta puede superar la demanda para que los productores vendan a bajo costo sin perder producción.

b. ¿Cómo puede explicar que ante un aumento de la producción los precios disminuyan, y por consiguiente la relación entre precios y cantidades, no se cumple?

Cuando hay demasiada oferta puede que la demanda disminuya por lo tanto los que ofertan deben disminuir los precios para mover mercancías sin perder muchas ganancias, no necesariamente se puede perder, siempre y cuando se tengan en cuanta otros factores como por ejemplo que los que ofertan sean un grupo reducido que pueda mantener cantidades teniendo la posibilidad de bajar precios sin afectar sus ganancias entre otros factores.

c. ¿Explique por qué se menciona que la curva de la oferta tiene una pendiente positiva y la curva de la demanda ofrece una pendiente negativa?

La pendiente de la curva de la oferta y la curva de la demanda se refiere a cómo cambian las cantidades ofrecidas y demandadas en respuesta a cambios en el precio, y se relaciona directamente con la ley de la oferta y la demanda en economía.

Curva de la oferta con pendiente positiva: la ley de la oferta establece qué a medida que aumenta el precio de un bien o servicio, los productores están dispuestos a ofrecer más de ese bien o servicio en el mercado. Esto se debe a que, a precios más altos, los productores pueden obtener mayores márgenes de ganancia o cubrir los costos de producción adicionales. Entonces, a curva de oferta generalmente tiene una pendiente positiva: a medida que el precio aumenta en eje vertical, la cantidad ofrecida aumenta en el eje horizontal.

Curva de la demanda con pendiente negativa: la ley de la demanda establece que, a medida que aumenta el precio de un bien o servicio, la cantidad demandada d ese bien o servicio disminuye. Esto se debe a que a precios más altos, los consumidores tienden a comprar menos de ese bien o servicio, ya sea porque se vuelven más selectivos en sus compras o porque buscan alternativas

más baratas. Por lo tanto, la curva de la demanda generalmente una pendiente negativa: a medida que el precio aumenta en el eje, la cantidad demandada disminuye en el eje horizontal.

Estas pendientes reflejan las relaciones fundamentales entre precios y cantidades en los mercados y son vitales para comprender cómo se comportan los agentes económicos ante cambios en las condiciones del mercado.

d. Proporcione un ejemplo de pendiente positiva y otro de pendiente negativa.

Pendiente positiva (Curva de la oferta): Supongamos que estamos analizando el mercado de manzanas. Si el precio de las manzanas aumenta, los productores de manzanas estarán más dispuestos a dedicar recursos a la producción de manzanas, como tierras, mano de obra y fertilizantes. Por lo tanto, a medida que aumenta el precio de las manzanas en el mercado, la cantidad de manzanas ofrecidas también aumentará. Esto se refleja en una curva de oferta con pendiente positiva: a precios más altos, los productores están dispuestos a ofrecer más manzanas en el mercado.

Pendiente negativa (Curva de la demanda): Continuando con el ejemplo de las manzanas, si el precio de las manzanas aumenta considerablemente, los consumidores podrían optar por comprar menos manzanas y buscar alternativas más baratas o sustitutos. Esto significa que, a medida que aumenta el precio de las manzanas en el mercado, la cantidad demandada de manzanas disminuirá. Por ejemplo, si el precio de las manzanas se duplica, es probable que algunos consumidores reduzcan la cantidad que compran o incluso opten por comprar otras frutas. Esto se representa en una curva de demanda con pendiente negativa: a medida que el precio aumenta, la cantidad demandada disminuye.

CONCLUSIONES

Con la elaboración de este trabajo podemos entender la diferencia entre oferta y demanda y como estas dinámicas influyen en el mercado, por supuesto se deben realizar estudios mas profundos del movimiento del mercado para determinar el movimiento de las mercancías teniendo en cuenta que hay productos que son mas vulnerables a los cambios de merado de oferta y demanda por tal razón esto influirá en los precios de mercado.

Al tomar decisiones teniendo en cuenta varios factores se pueden evitar situaciones que pueden ser decisivas en el buen funcionamiento de una empresa, en su eficacia y su rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

https://www.netlogistik.com/es/blog/como-llevar-a-cabo-un-pronostico-de-la-demanda#:~:text=El%20pron%C3%B3stico%20de%20la%20demanda%20es%20el%20proceso%20de%20predecir,abastecer%20las%20necesidades%20del%20mercado.

https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf

https://inomics.com/es/blog/demand-curve-1420115

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha: 2758141

Título de La evidencia:

Participación en foro de políticas de la organización sobre demanda de productos o servicios.

Instructor Responsable:

HECTOR MUÑOZ

Nombres y Apellidos

YEISON DAVID FRANCO RUA

CC: 1035860901

CRISTIAN CAMILO GÓMEZ GÓMEZ

CC: 1036650142

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2024

Desarrollo de la evidencia:

¿Qué es el mercadeo?

El mercadeo es aquel proceso que se realiza para promover un producto o actividad. Este se comprende desde el momento en que una idea es planteada, hasta cuando son elaborados los planes y estrategias, luego ejecutados, y finalmente cuando se ven los resultados de productividad, es decir cuando ha llegado a manos del consumidor.

El objetivo del mercadeo consiste en fidelizar a los clientes a través del uso y empleo de diversas estrategias y herramientas.

La palabra mercado deriva del latín mercatus, que significa comprar. A este término se le suma la orientación al estudio de mercado, que da como resultado la palabra mercadeo.

Funciones del mercadeo

Las funciones esenciales en las que se concentra el mercadeo son las siguientes:

Ejecutar el mercado tomando en cuenta al consumidor.

Investigar permanentemente al consumidor, considerar la competencia, los productos más vendidos y los diferentes mercados.

Seleccionar los clientes importantes y buscar fidelizarlos.

Explorar los mercados innovadores.

Acoplarse y responder rápido a la innovación.

Proteger el producto de diversas amenazas de mercado.

Realzar y promocionar la marca.

Buscar liderar el mercado.

Objetivo del mercadeo

El principal objetivo del mercadeo consiste en detectar las mejores oportunidades de mercado, identificar aquellas más rentables y factibles, tener una participación destacada en el mercado y beneficiar a la empresa cumpliendo sus objetivos.

Además, es responsable de contar con una información fidedigna e importante sobre el mercado, lograr productos y servicios satisfactorios, distribuirlos de manera óptima, fijar un precio ideal, promocionar, persuadir y entrar de forma exitosa en los mercados.

Tipos de mercadeo

Podemos clasificar el mercadeo en 9 tipos diferentes:

Mercadeo analítico

Este se basa en analizar todos los componentes externos e internos del producto o mercado a impulsar, y además realizar un análisis para evaluar las mejores estrategias.

Una de las herramientas más utilizadas en esta clasificación, para analizar y elaborar estrategias, es el uso de la matriz FODA.

Mercadeo estratégico

Este tipo de mercadeo, que se relaciona con el analítico, busca detectar las mejores estrategias para satisfacer las necesidades del mercado.

Mercadeo operacional

Este se puede considerar como una última etapa de los mencionados anteriormente (analítico y estratégico), ya que busca que la estrategia planteada se lleve a cabo mediante diferentes acciones.

Mercadeo emocional

El mercadeo emocional trabaja para aquellos consumidores que compran un producto o servicio por impulso emocional.

Como está ligado a las emociones, busca potenciar una marca o producto a través de las emociones de las personas, no mediante la racionalidad, para que estos realicen compras de manera compulsiva.

Mercadeo viral

Es reconocido por su uso de las redes sociales. Se da cuando un producto o marca comienza a circular rápidamente a través de medios electrónicos tales como redes sociales, correo, etc.

Mercadeo relacional

Este tipo de mercado se centra en fomentar las buenas relaciones entre el cliente y las empresas, para atraer la atención de los consumidores.

Mercadeo rentable

Tipo de mercadeo que busca producir más ganancias a través de la disminución de diversos costos.

Mercadeo global

Este se encarga de realizar funciones en el mercado internacional, aplicando técnicas para la logística de distribución en diversos países y el lanzamiento de nuevos productos y marcas.

Mercadeo social

Este mercadeo busca satisfacer al mercado a través de acciones sociales, realizando un análisis del funcionamiento de la sociedad.

¿Qué es pronóstico de necesidades?

El pronóstico de necesidades se refiere a la estimación o predicción de la cantidad de bienes o servicios que los clientes requerirán en un período de tiempo determinado en el futuro.

El pronóstico es una herramienta que tiene como principal función reducir los riesgos en la toma de decisiones referente a distintos aspectos de una empresa.

En la planificación de los recursos humanos, la determinación de las necesidades de recursos humanos de una organización consiste en identificar los puestos de trabajo, las habilidades y el conocimiento requerido por los puestos de trabajo y el nivel de desempeño de la fuerza laboral actual.

¿Qué es el pronóstico de demanda en logística?

El pronóstico de la demanda en logística se refiere a la estimación o predicción de la cantidad de bienes o servicios que los clientes requerirán en un período de tiempo determinado en el futuro.

El objetivo del pronóstico de la demanda es planificar y ajustar la oferta de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes de manera eficiente y efectiva.

Los pronósticos de demanda pueden basarse en una variedad de factores, como el historial de ventas, las tendencias del mercado, los patrones de compra de los clientes, las condiciones económicas y la competencia.

Estos pronósticos son fundamentales para la planificación de la cadena de suministro, la gestión de inventarios, la programación de la producción y la optimización de la capacidad de transporte y almacenamiento.

¿Qué es un pronóstico en logística del transporte?

En logística del transporte, un pronóstico se refiere a la estimación o predicción de la demanda futura de servicios de transporte. Aquí están algunas claves relacionadas con el pronóstico en este contexto:

Pronóstico de Demanda en Logística:

El objetivo principal es anticipar cuántos productos o bienes necesitarán ser transportados en un período específico.

Se basa en factores como el historial de envíos, las tendencias del mercado, los patrones de consumo y las condiciones económicas.

Ayuda a planificar la capacidad de transporte, asignar recursos y optimizar rutas.

Importancia:

Permite a las empresas planificar de manera eficiente y efectiva la asignación de vehículos, la programación de entregas y la gestión de flotas.

Evita la escasez o el exceso de capacidad de transporte, lo que afecta los costos y la satisfacción del cliente.

Tendencias Futuras:

Según expertos, se espera que el sector de transporte y logística crezca aproximadamente un 3% en 2024, lo que indica una desaceleración en comparación con el crecimiento del año anterior.

La colaboración y la precisión en los pronósticos seguirán siendo claves para el éxito en la logística comercial.

En resumen, el pronóstico en logística del transporte es fundamental para tomar decisiones informadas y garantizar una cadena de suministro eficiente y efectiva.

Pronostico logístico en Colombia y el mundo.

En la actualidad, el movimiento de mercancías en Colombia y el mundo se distribuye de la siguiente manera:

Colombia:

Transporte Terrestre: Representa el 73.5% del total de carga movilizada. Este modo de transporte es el más significativo en el país.

Transporte Férreo: Contribuye con el 23.6%.

Transporte Fluvial: Aporta el 1.5%.

Cabotaje: Representa el 1.3%.

Transporte Aéreo: Tiene una participación mínima, con solo el 0.1%.

Comercio Marítimo Internacional:

En Colombia, el 98% de las toneladas de carga exportada e importada se realiza por vía marítima. Esto resalta la importancia de esta actividad para la economía del país.

Exportaciones Colombianas:

Las ventas al exterior representan el 11.47% del Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia. Aunque este porcentaje es bajo en comparación con otros países, las exportaciones colombianas alcanzan 27,147.2 millones de euros (31,007.6 millones de dólares), ubicando al país en el puesto número 60 en el ranking mundial según el valor de sus exportaciones.

En resumen, el transporte terrestre es crucial en Colombia, mientras que el comercio marítimo internacional desempeña un papel fundamental en el movimiento de mercancías a nivel global.

Cuestionario de preguntas.

a. ¿Si en la relación entre precios y cantidades se incrementa la cantidad considerablemente, como es el caso de productos agrícolas con mucha producción, ¿qué sucede con los precios y la demanda?

La ley de oferta establece una relación directa entre el precio de un bien o servicio y la cantidad que los productores están dispuestos a ofrecer. Cuanto mayor sea el precio, mayor cantidad del bien o servicios estarán dispuestos a ofrecer los productores.

Si las cantidades de un bien o servicio aumentan el precio se mantendrá estable incluso podrían bajar, pero si la demanda es baja ya que en el caso de los productos agrícolas la producción debe ser constante y el producto debe salir al mercado para evitar pérdidas, pero si la demanda es alta el precio puede mantenerse estable o incrementar ya que el

producto tomara un valor adquisitivo superior ya que tendrá muchos compradores que requieren este producto o servicio.

b. ¿Cómo puede explicar que ante un aumento de la producción los precios disminuyan, y por consiguiente la relación entre precios y cantidades, no se cumple?

El fenómeno de que los precios disminuyan cuando aumenta la producción se debe a la ley de la oferta y la demanda. Cuando la producción de un bien o servicio aumenta significativamente, la oferta se vuelve más abundante. Si la demanda se mantiene constante o no aumenta al mismo ritmo que la producción, la abundancia de productos puede hacer que los precios bajen. Esto se debe a que los vendedores compiten entre sí para atraer a los compradores, lo que a menudo lleva a reducciones en los precios.

Sin embargo, la relación entre precios y cantidades no siempre se cumple debido a una serie de factores. Por ejemplo, en mercados altamente regulados o monopolísticos, la competencia puede no ser tan fuerte, lo que significa que los precios pueden no disminuir significativamente con un aumento en la producción. Además, factores como los costos de producción, la calidad del producto y las preferencias de los consumidores también pueden influir en la relación entre precios y cantidades.

c. ¿Explique por qué se menciona que la curva de la oferta tiene una pendiente positiva y la curva de la demanda ofrece una pendiente negativa?

Curva de Oferta:

Pendiente positiva: La curva de oferta muestra cómo varía la cantidad ofrecida de un bien a medida que cambia su precio. Manteniendo todo lo demás constante, cuando el precio aumenta, los productores están dispuestos a ofrecer más de ese bien. Esto se debe a que precios más altos les brindan una mayor rentabilidad y, por lo tanto, incentivan la producción.

Punto de equilibrio: En el mercado, el punto de equilibrio se alcanza cuando la cantidad ofrecida de un bien es igual a la cantidad demandada a un precio específico.

Curva de Demanda:

Pendiente negativa: La curva de demanda muestra cómo varía la cantidad demandada de un bien según su precio. Manteniendo todo lo demás constante, cuando el precio aumenta, menos consumidores están dispuestos a comprarlo. Por ejemplo, si el precio de un zumo de naranja es muy alto, es probable que menos personas lo compren. La ley de la demanda establece que, en general, la cantidad demandada disminuye cuando el precio aumenta.

Punto de equilibrio: El equilibrio se logra cuando la cantidad ofrecida y la cantidad demandada coinciden a un precio específico.

En resumen, la pendiente positiva de la curva de oferta refleja cómo los productores responden al aumento de precios, mientras que la pendiente negativa de la curva de demanda muestra cómo los consumidores reaccionan ante cambios en el precio. Ambas curvas son esenciales para comprender cómo se establecen los precios y cómo se equilibra el mercado.

d. Proporcione un ejemplo de pendiente positiva y otro de pendiente negativa.

Pendiente positiva:

Cuando subimos una montaña se le puede denominar pendiente positiva ya que al experimentar la subida se determina un avance hacia arriba mientras se realiza un desplazamiento hacia adelante.

Pendiente negativa:

Cuando bajamos la montaña experimentamos una pendiente negativa ya que se está descendiendo hacia abajo y se disminuye el avance lo que causa un retroceso.

Conclusión:

Los sistemas de mercadeo y el análisis del mercado en logística es la clave de los avances que este servicio pueda prestar, es importante tener en cuenta los recursos los precios, la mano de obra que puede generar un bien o servicio.

Un bien o servicio debe ser analizado desde sus raíces para determinar un valor justo en el mercado, el consumidor final debe saber todo esto y los entes gubernamentales y locales deben dar a conocer al consumidor porque un producto sube y baja, para esto los analistas de mercadeo deben realizar sus argumentos basados en la verdad del porque un bien o servicio bajo o subió repentinamente asi el comprador realizara sus análisis de compra y el mercado se verá en pendientes de subida o de bajada según estas cifras la economía de un país tiende a variar en los hogares.

Bibliografía:

https://enciclopediaeconomica.com/mercadeo/

https://www.shipius.com/blog/que-es-el-pronostico-de-demanda-en-logistica/

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha: 2758141

Título de La evidencia:

Infografía sobre actores de la cadena de distribución según productos o servicios

Instructor Responsable:

HECTOR MUÑOZ

Nombres y Apellidos

YEISON DAVID FRANCO RUA

CC: 1035860901

CRISTIAN CAMILO GÓMEZ GÓMEZ

CC: 1036650142

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2023

https://www.canva.com/design/DAGCaCH6S4s/3RA-OXh4o-zOtzq3AomEgA/edit?utm_content=DAGCaCH6S4s&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Conclusión: Son muy importante los actores de la cadena de distribución ya que son los encargados de coordinar la fabricación y distribución de un producto destinado al intercambio comercial y cuyo fin es la satisfacción del consumidor. los diferentes actores de la cadena logística son aquellos que participan en las distintas etapas del proceso de distribución y transporte de bienes y servicios desde su origen hasta su destino final

También es muy importante repasar estos temas ya que es muy importante y fundamental en la logística, todos estos procesos varían según si es alimentos, producto o servicio

Bibliografía:

file:///C:/Users/cgomezg/Downloads/GA4-210101051-AA2-EV01%20(1).pdf

https://www.canva.com/design/DAGCaCH6S4s/3RA-OXh4o-zOtzq3AomEgA/edit

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.



Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha: 2758140

Evidencia: GA4-210101051-AA1-EV01. Participación en foro de políticas de la organización sobre demanda de productos o servicios.

Instructor Responsable: Hector Muñoz

Martha Edid Patiño León

CC 1127071277

Servicio Nacional De Aprendizaje Sena.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2024

PRONÓSTICO DE NECESIDADES DE MERCADEO

Un pronóstico de mercado es un componente central de un análisis de mercado. Proyecta los números, las características y las tendencias futuras en su mercado objetivo. Un análisis estándar muestra el número proyectado de clientes potenciales dividido en segmentos. Este pronóstico predice o estima qué productos y en qué cantidades serán requeridos por los consumidores en un determinado periodo de tiempo

El pronóstico permite:

- Predecir el comportamiento futuro de un fenómeno o evento.
- En el contexto de las necesidades de mercado, el pronóstico se aplica para anticipar la demanda futura de bienes o servicios.
- Las empresas utilizan métodos como análisis históricos, tendencias, datos de mercado y modelos estadísticos para realizar pronósticos precisos.
- Un pronóstico efectivo ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas sobre producción, inventario y estrategias de marketing.

a. ¿Si en la relación entre precios y cantidades se incrementa la cantidad considerablemente, como es el caso de productos agrícolas con mucha producción, ¿qué sucede con los precios y la demanda?

   Cuando la cantidad de productos agrícolas aumenta considerablemente debido a una gran producción, los precios tienden a disminuir. Esto se debe a la ley de la oferta**,** que establece que a medida que la oferta (cantidad disponible) de un producto aumenta, su precio tiende a bajar. Los productores compiten entre sí para vender sus productos, lo que ejerce presión a la baja sobre los precios.
   Sin embargo, si la demanda también aumenta proporcionalmente, los precios pueden mantenerse estables o incluso aumentar**.** Esto ocurre cuando la cantidad demandada sigue siendo alta y la producción no supera significativamente las necesidades del mercado.

   La ley de la demanda establece que, en general, cuando los precios suben, la cantidad demandada disminuye, y viceversa. Por lo tanto, si los precios bajan debido a una mayor producción, la demanda podría incrementarse. Los consumidores pueden estar más dispuestos a comprar el producto a precios más bajos, lo que estimula la demanda.
   Sin embargo, si la producción aumenta sin un aumento correspondiente en la demanda, puede haber un desequilibrio. El exceso de oferta puede llevar a una disminución en los precios y, en última instancia, afectar negativamente la demanda.

b. ¿Cómo puede explicar que ante un aumento de la producción los precios disminuyan, y por consiguiente la relación entre precios y cantidades, no se cumple?

   Cuando la oferta supera la demanda, los vendedores compiten entre sí para vender sus productos. Para atraer compradores, ajustan los precios a la baja. Como resultado, los precios disminuyen para equilibrar la oferta y la demanda.

   En resumen, la ley de la oferta y la demanda es un principio clave para entender cómo se establecen los precios en una economía. A veces, incluso cuando se produce más, los precios pueden sorprendentemente disminuir debido a estas fuerzas del mercado. Los factores como costos de producción**,** cambios en la

demanda**,** competencia y políticas gubernamentales también influyen en los precios.

c. ¿Explique por qué se menciona que la curva de la oferta tiene una pendiente positiva y la curva de la demanda ofrece una pendiente negativa?

La pendiente positiva de la curva de oferta refleja cómo los productores responden al aumento de precios, mientras que la pendiente negativa de la curva de demanda muestra cómo los consumidores reaccionan ante cambios en el precio. Ambas curvas son esenciales para comprender cómo se establecen los precios y las cantidades en el mercado.

d. Proporcione un ejemplo de pendiente positiva y otro de pendiente negativa.

Pendiente Positiva:

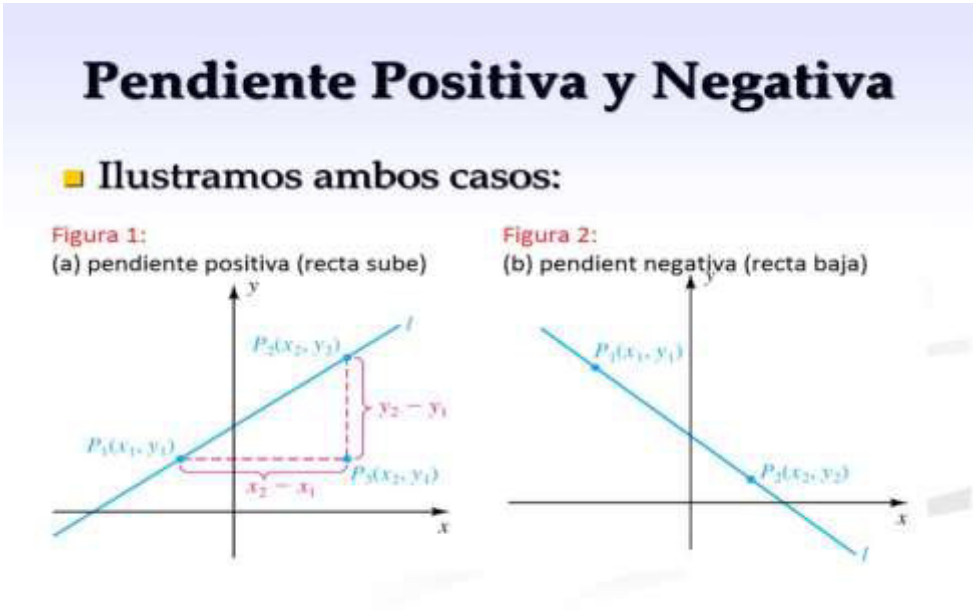
Ejemplo: **Demanda de Café**

Descripción: Si el precio del café disminuye, es probable que más consumidores estén dispuestos a comprarlo. Esto lleva a una mayor cantidad demandada. En este caso, la curva de demanda tendría una pendiente positiva, ya que a medida que disminuye el precio, la cantidad demandada aumenta.

Pendiente Negativa:

Ejemplo: **Oferta de Automóviles Estándar**

Descripción: Imaginemos el mercado de automóviles estándar. Si el precio de la gasolina aumenta, los fabricantes podrían reducir la producción de vehículos grandes y con menor eficiencia de combustible, ya que la demanda de estos podría disminuir. En este caso, la curva de oferta tendría una pendiente negativa.



Conclusiones:

- Podemos concluir que la demanda de mercado es crucial para las empresas, ya que les ayuda a determinar las ventas potenciales y los ingresos de tus productos o servicios en un mercado dado. Al comprenderlo, las empresas pueden establecer estrategias de precios adecuadas, identificar oportunidades de crecimiento y adaptar tus esfuerzos de marketing para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores.

- La demanda de mercado desempeña un papel fundamental en la configuración de las estrategias empresariales y las decisiones de desarrollo de productos. Comprender la demanda de productos o servicios es esencial para que las empresas sigan siendo competitivas y satisfagan eficazmente las necesidades de los clientes.

Bibliografía:

- Demanda de mercado: Qué es, importancia y cómo calcularla (questionpro.com)
- Pronóstico de la demanda: tipos, métodos y ejemplos - CeaSeo

WWW.GAMINGTV.SITE.COM

cadena de distribución



Materia prima

Debe suministrar los materiasles para la producción



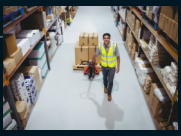
Proceso productivo

Mmento donde se agrega valor a la materia prima, para su distribución

Distribución de existencias



El primer paso para la distribbución de la materia transformada hacia un mayorista



Mayoristas

El primer recptor del material para distribución

Minoristass

Es el receptor final par la distribución con el cliente



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte
Ficha: 2758140
•Evidencia: GA4-210101051-AA2-EV01. Infografía sobre actores de la cadena de distribución según productos o servicios.
•Instructor Responsable: Hector Muñoz

Martha Edid Patiño León
CC 1127071277
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.
Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.
2024

INFOGRAFIA CADENA DE DISTRIBUCION DE ALIMENTOS PERECEDEROS

“LAS MANZANAS”

MATERIA PRIMA

COSECHA DE MANZANA



ACOPIARLOS

REUNIR LOS PRODUCTOS



EMPAQUETARLOS Y EMBALAR

SE PROTEGE CONTRA ORGANISMOS DAÑINOS



TRANSPORTAR

SE TRANSPORTA CON CUIDADO



DESCARGALOS

VEHICULO DESCARGA PRODUCTO N FABRICA



INFOGRAFIA CADENA DE DISTRIBUCION DE ALIMENTOS PERECEDEROS

“LAS MANZANAS”

ALMACENAMIENTO EN FABRICA



ALMACENAR

PERSONAL DE DISTRIBUCION



EMPACADOR Y DISTRIBUIDOR

LLEGA EL PRODUCTO A VARIAS PARTES



COMERCIALIZADOR Y EXPORTACION

SE VENDEN EN LOS DIFERENTES LUGARES



VENTAS

DELEITE DEL PRODUCTO



CLIENTES

CONCLUSION

- La gestión de la cadena de suministro involucra tres fases principales, la de aprovisionamiento, de producción, y la de distribución o comercialización. En la fase de aprovisionamiento permite el abastecimiento de materiales, recursos o insumos requeridos para el inicio de labores productivas. Con relación a la fase de producción, esta permite conocer que el proceso productivo puede presentar particularidades, que hacen de las actividades de producción un proceso relativamente sencillo o complejo dependiendo del área donde se analice. Así, sus diversos elementos permiten detectar alertas en esta fase que, a su vez, tienen una implicación en la productividad y competitividad de la empresa. La fase de distribución / comercialización, permite a las organizaciones un posicionamiento dentro de los mercados, asegurar las ventas y aumentar los ingresos.