SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha: 2721252

Título de La evidencia: Infografía sobre actores de la cadena de distribución según productos o servicios.

Instructor Responsable: **Claudio Fernando Cruz**

Nombres y Apellidos **Julian David Bolivar Zubieta**

CC: 1020742083

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2024

INTRODUCCIÒN

Esta evidencia nos permite explorar todos os actores de distribución que participan en los procesos logísticos, y que a su ves juegan un papel muy importante en toda la operación y gestión de transporte.

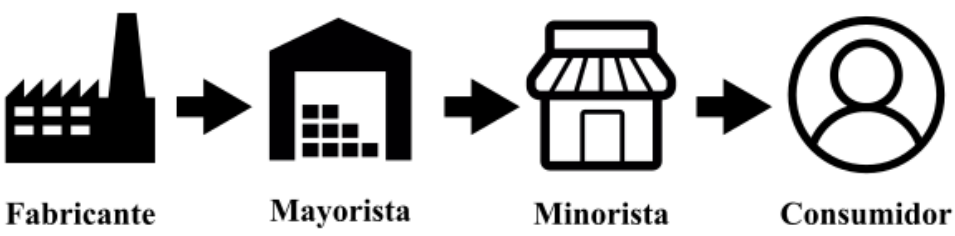
BIBLIOGRAFIA

https://www.canva.com/design/DAGAHIW6Vtw/Qz7x8G_ibCH0oKg99j-GLw/edit

CADENA DE DISTRIBUCIÒN



Es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos des del punto de fabricación hasta el lugar que este disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas y en condiciones optima



Son el medio a través del cual una empresa fabricante elije hacer llegar sus productos al consumidor final

En un canal de distribución participan tres actores importantes:

- **Productores**
- **Mayoristas**
- **minoristas**



Canal directo: son ellos quienes directamente se encargan de hacer llegar la mercancía a sus clientes.



Canal indirecto: este tipo de distribuidores dividen el trabajo en función de los costes, precios, el tipo de mercado y la forma de comercializar el producto.



CANALES DE DISTRIBUCIÒN
MARKETING DIGITAL

- **Páginas blogs**
- **Aplicaciones interactivas**
- **Todas las redes sociales**
- **Promociones y publicidad**



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha: 2721252

Titulo de La evidencia: Aplicar reglas de validación de resultados según métodos estadísticos

Instructor Responsable: Claudio Fernando Cruz

Nombres y Apellidos Aprendiz: Juan Camilo Pulgarin Muñoz

CC: 8.101.608

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2024

INTRODUCCION

Los pronósticos de oferta y demanda son herramientas utilizadas para predecir la cantidad de bienes o servicios que serán demandados y ofrecidos en el mercado en un período de tiempo determinado. Estos pronósticos son importantes para las empresas, ya que les permiten planificar de manera más efectiva y tomar decisiones informadas sobre la producción, el inventario y las estrategias de marketing.

Existen diferentes métodos y técnicas para llevar a cabo pronósticos de oferta y demanda. Algunos de estos métodos incluyen el análisis de datos históricos, el uso de algoritmos y modelos matemáticos, y la realización de estudios de mercado. Estos métodos permiten identificar patrones y tendencias pasadas, así como variables relevantes, como el precio, que pueden influir en la demanda futura.

DOCUMENTO EN EXCEL CON TABLAS DINAMICAS PARA GRAFICAR PRONOSTICOS DE DEMANDA Y OFERTA

PRINCIPIO 1

Principio 1

Si la demanda aumenta (se desplaza hacia la derecha), entonces el precio sube y la cantidad sube.

PRECIO	DEMANDA	OFERTA
0	100,00	- 50,00
10	120,00	- 20,00
20	140,00	10,00
30	160,00	40,00
40	180,00	70,00
50	200,00	100,00
60	220,00	130,00
70	240,00	160,00
80	260,00	190,00
90	280,00	220,00
100	300,00	250,00

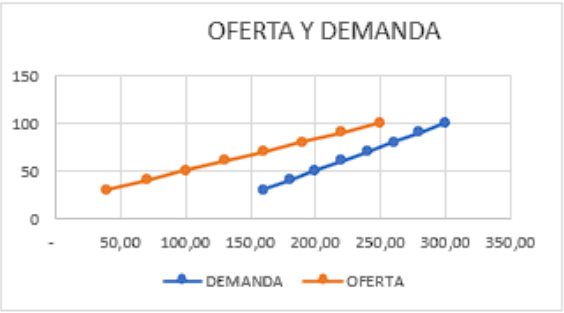


PRINCIPIO 2

Principio 2

Si la demanda disminuye (se desplaza hacia la izquierda), el precio baja y la cantidad baja.

PRECIO	DEMANDA	OFERTA
100	300,00	250,00
90	280,00	220,00
80	260,00	190,00
70	240,00	160,00
60	220,00	130,00
50	200,00	100,00
40	180,00	70,00
30	160,00	40,00
20	140,00	10,00
10	120,00	- 20,00
0	100,00	- 50,00



PRINCIPIO 3

Principio 3

Si la oferta disminuye (se desplaza hacia la izquierda), el precio sube y la cantidad baja.

PRECIO	DEMANDA	OFERTA
0	300,00	250,00
10	280,00	220,00
20	260,00	190,00
30	240,00	160,00
40	220,00	130,00
50	200,00	100,00
60	180,00	70,00
70	160,00	40,00
80	140,00	10,00
90	120,00	- 20,00
100	100,00	- 50,00



PRINCIPIO 4

Principio 4

Si la oferta aumenta (se desplaza hacia la derecha), el precio baja, la cantidad sube.

PRECIO	DEMANDA	OFERTA
100	100,00	- 50,00
90	120,00	- 20,00
80	140,00	10,00
70	160,00	40,00
60	180,00	70,00
50	200,00	100,00
40	220,00	130,00
30	240,00	160,00
20	260,00	190,00
10	280,00	220,00
0	300,00	250,00



PRINCIPIO 5

Principio 5

Si la demanda aumenta, la oferta disminuye, el precio sube, el cambio en la cantidad es indeterminado.

PRECIO	DEMANDA	OFERTA
0	100,00	250,00
10	120,00	220,00
20	140,00	190,00
30	160,00	160,00
40	180,00	130,00
50	200,00	100,00
60	220,00	70,00
70	240,00	40,00
80	260,00	10,00
90	280,00	- 20,00
100	300,00	- 50,00



PRINCIPIO 6

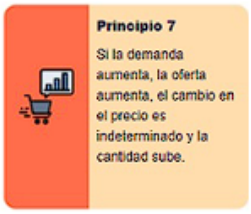
Principio 6

Si la demanda disminuye, la oferta aumenta, el precio baja y el cambio en la cantidad es indeterminado.

PRECIO	DEMANDA	OFERTA
0	300,00	- 50,00
10	280,00	- 20,00
20	260,00	10,00
30	240,00	40,00
40	220,00	70,00
50	200,00	100,00
60	180,00	130,00
70	160,00	160,00
80	140,00	190,00
90	120,00	220,00
100	100,00	250,00



PRINCIPIO 7



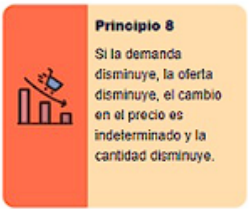
Principio 7

Si la demanda aumenta, la oferta aumenta, el cambio en el precio es indeterminado y la cantidad sube.

PRECIO	DEMANDA	OFERTA
0	100,00	- 50,00
10	120,00	- 20,00
20	140,00	10,00
30	160,00	40,00
40	180,00	70,00
50	200,00	100,00
60	220,00	130,00
70	240,00	160,00
80	260,00	190,00
90	280,00	220,00
100	300,00	250,00



PRINCIPIO 8



Principio 8

Si la demanda disminuye, la oferta disminuye, el cambio en el precio es indeterminado y la cantidad disminuye.

PRECIO	DEMANDA	OFERTA
0	300,00	250,00
10	280,00	220,00
20	260,00	190,00
30	240,00	160,00
40	220,00	130,00
50	200,00	100,00
60	180,00	70,00
70	160,00	40,00
80	140,00	10,00
90	120,00	- 20,00
100	100,00	- 50,00



CONCLUSIÓN

Los pronósticos de oferta y demanda son herramientas fundamentales para las empresas, ya que les permiten planificar y tomar decisiones informadas sobre la producción, el inventario y las estrategias de marketing.

1. La falta de pronósticos precisos puede tener consecuencias negativas para las empresas. Por ejemplo, puede llevarse a la contratación o despido de personal sin previo aviso, lo que afecta la capacidad de la empresa y la satisfacción del cliente. Además, no pronosticar la demanda puede ocasionar problemas en la cadena de suministro y aumentar los costos de materiales e insumos.

2. Los pronósticos de oferta y demanda son especialmente importantes para anticiparse a cambios en el mercado y tomar decisiones estratégicas. Por ejemplo, pueden ayudar a determinar la cantidad de productos a producir, la cantidad de inventario a mantener y las estrategias de precios y promoción a implementar.

3. Existen diferentes métodos y técnicas para llevar a cabo pronósticos de oferta y demanda, como el análisis de series de tiempo, el uso de modelos de regresión y el enfoque Delphi. Cada método tiene sus ventajas y limitaciones, y la elección del método adecuado depende del contexto y los datos disponibles.

BIBLIOGRAFIA

https://generacionproyectos.wordpress.com/2011/11/30/3-3-pronosticos-de-oferta-y-demanda/

https://comerciointernacionalylogistica.blogspot.com/2008/03/proyecciones-de-oferta-y-demanda.html

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha: 2721253

Título de La evidencia: Bitácora de visita virtual a cadena de suministros.

Instructor Responsable: Claudio Cruz

Nombres y Apellidos: Madeleine Triana cuadrado

CC: 1082415431

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca

.2024

BITACORA DE VISITA VIRTUAL A UNA CADENA DE SUMINISTRO

FECHA: 28/03/2024 LUGAR: MERCADO LIBRE

DESCRIPCION GENERAL: Se realiza seguimiento al proceso de recibo y despacho de productos, así analizaremos todo el proceso que se le da al artículo dentro de una cadena logística.

En la siguiente bitácora se plasman novedades que se presentan en el desarrollo de las actividades de una operación de recibo y despacho donde iremos consignando todo aquello que puede afectar los resultados finales de un proceso, consignaremos datos de toda la operación desde la asistencia del personal en adelante.

---

1. RECEPCION DEL PRODUCTO

Este es el inicio de la cadena de distribución. Se recibe la mercancía enviada por el vendedor también conocido como Sellers, en los muelles de la sede y es puesta en estibadores y remitida a la siguiente sección.

- **Actividad:** ingreso de mercancía
- **Función :** se recibe mercancía, se revisa, se ingresa al sistema y se rotula de acuerdo a clasificación interna.

2. INSPECCION

En esta área la mercancía es puesta sobre pallets y es verificada, que cumpla con las condiciones y características de acuerdo con la guía; cantidad, peso, referencia y que este en buenas condiciones, en caso de no cumplir será devuelto al vendedor. Esta operación es manual.

- **Actividad:** recepción , clasificación , y almacenamiento de los productos
- **Función :** operadores llevan a cabo inspección visual del producto para evitar que existan defectos.

3. INGRESO A SISTEMA DE INVENTARIOS

En esta sección después de verificados se pasa por un escáner manual, el cual lo registrará y le asignará un código de barras, de esta manera se ingresa al sistema de inventario y con el cual se puede realizar el seguimiento y control de las entradas de mercancía que van llegando a las bodegas. En esta operación se apoyan de escáner y computador para el registro.

- **Actividad:** inbout

- **Función :** Utilizan tecnología actualizada para registrar e inventariar la mercancía. Uso adecuado de los elementos de protección por parte de todo el personal

4. UBICACIÓN EN BODEGA

Después de inventario la mercancía pasa a unas estanterías donde son guardados ya sea por categorías o por rotación, lo que no va en estanterías son la mercancía sobre dimensionada. Aunque las estanterías no estén estandarizadas y los artículos no tengan un orden, con los códigos de barras ya asignados en el registro agilizan la operación; ya que el sistema los tiene identificados y su ubicación.
En los corredores se puede almacenar hasta 800 mil productos.

•**Actividad:** ubicación de mercancías

•**Función:** estanterías demarcadas, fácil acceso al producto por su decodificación electrónica

5.RECOLECCION DE MERCANCIA

Cuando la compra ya es realizada, hay un operario encargado por zonas o áreas de la bodega para seleccionar toda la mercancía solicitada en unos carros con canastas azules, las cuales ya están identificadas a la zona de empaque.

•**Actividad: almacenamiento**

•**Función:** utilizan bolsas, sobres o cajas de acuerdo al tamaño de la mercancía.
Están bien etiquetados y sellados.

6.EMPAQUE DE MERCANCIA

En esta sección la mercancía es escaneada de nuevo para darle salida de inventario y es empacada ya sea en bolsa, sobre o caja. Cuando esta empacada se imprime la etiqueta con la información del comprador y se pega en el paquete, al estar lista se monta sobre una banda donde se clasifica por destino.

•**Actividad**: alistamiento de mercancía

•**Función:** Ubican las mercancías en estibas. Se actualiza el inventario por medios electrónicos.

7.DESPACHO DE MERCANCIA

En esta zona se clasifica los paquetes por destinos de envío en estibas plásticas y también se paletiza en caso de ser requerido.

8.SALIDA DE MERCANCIA

Esta zona es los muelles donde se montan los paquetes a los camiones que se llevaran la mercancía para entregarla al comprador.

•**Actividad:** distribución

•**Función**: Las estibas que se utilizan para la ubicación de la mercancía están demarcadas por regiones. La mercancía va paletizada y asegurada**.**

Observaciones

Utilizan dos sistemas llamados

WMS (Warehouse Management System) es utilizado al interior de la bodega, para tener un control sobre el inventario existente.

TMS (Transportation Management System) es utilizado para hacer seguimiento y control de la mercancia hasta la llegada a su destino final

Conclusiones:

Para concluir , Mercado Libre ha desarrollado un sistema de distribución y logística altamente eficiente, permitiendo que el 80% de los paquetes sean entregados en menos de 48 horas en Colombia. Esto demuestra un compromiso con la satisfacción del cliente y una capacidad logística sólida.

En conjunto, estas conclusiones resaltan la eficacia y la atención al detalle en la operación del centro de distribución de Mercado Libre, lo que contribuye al éxito continuo de la empresa en el mercado latinoamericano de comercio electrónico.

Gestión integral del transporte
Ficha:2721253

Nombre: Diego Andres Perez Ibarra

Cc:1143409923

Nombre de la evidencia:
Historieta sobre variables de mercado. GA4-210101051-AA2-EV04.

Centro de formación y aprendizaje regional cauca
SENA
AÑO:2023-2024

HISTORIESTA







tipos de cafe

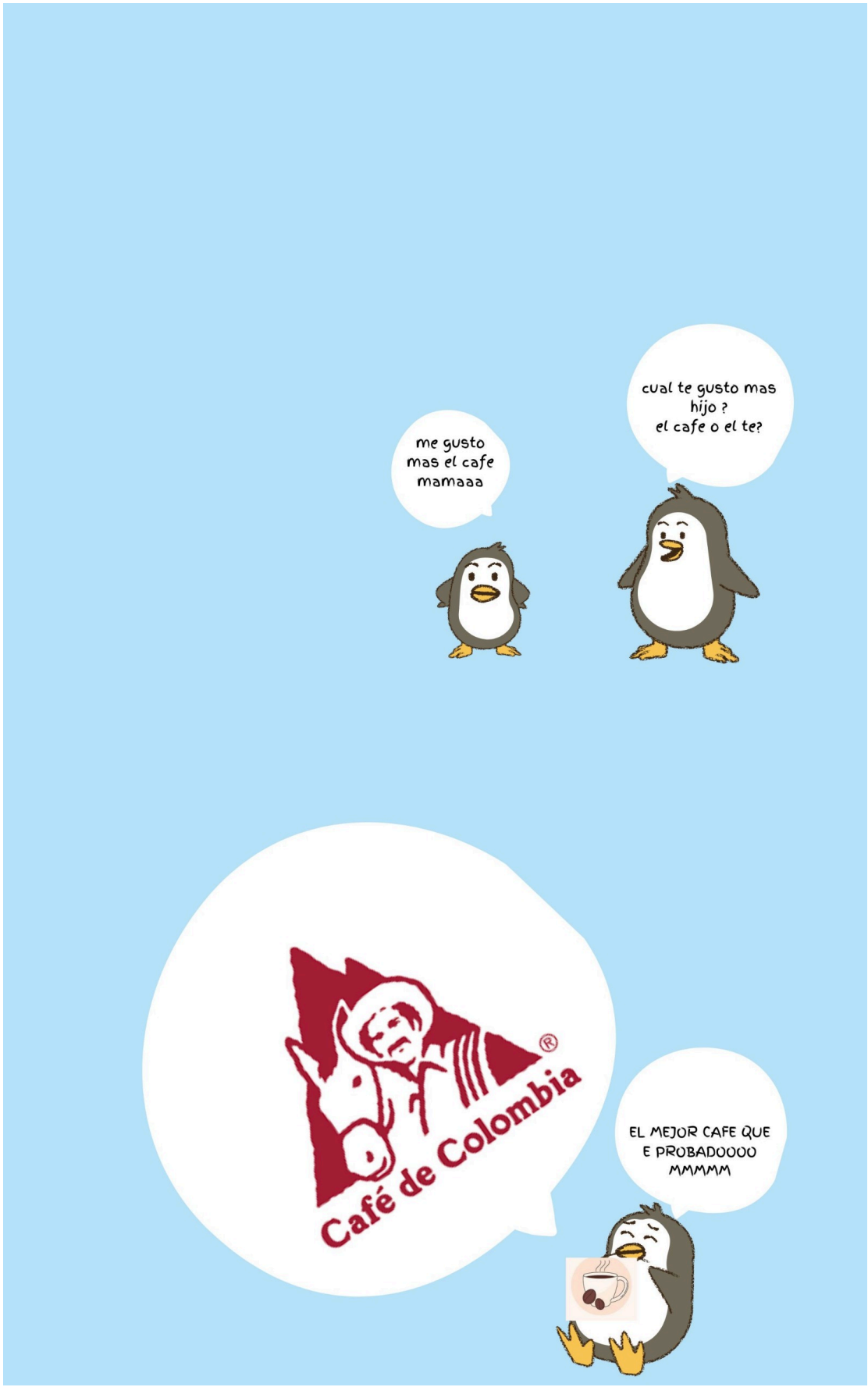




tipos de te






cual te gusto mas
hijo ?
el cafe o el te?
me gusto
mas el cafe
mamaaa
Café de Colombia
EL MEJOR CAFE QUE
E PROBADOOOO
MMMMM

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.



Tecnólogo: Gestión Integral de Transporte

Ficha:

2127253

Título de La evidencia:

Historieta variables de mercado

Instructor Responsable:

Claudio cruz

Nombres y Apellidos

Madeleine Triana Cuadrado

Cc.1082415431

Centro de Comercio y Servicio

Regional Cauca. 2024

variables de mercado presentando el producto



variables de mercado
precio, distribución , comunicación

