EVALUACIÓN LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LA EMPRESA ALPINA

CARLOS ALBERTO MORENO MORENO

COORDINACION DE PROCESOS LOGISTICOS (3134572)

31/07/2025

1. ¿Qué diferencia existe entre mercado, oferta y demanda?

Mercado: Es el lugar o contexto donde se encuentran compradores y vendedores para intercambiar bienes y servicios.

Oferta: Es la cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a diferentes precios en un mercado especifico y en un periodo de tiempo determinado.

Demanda: es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios en un mercado especifico y en un periodo de tiempo determinado.

En conclusión, el mercado es el contexto, las ofertas lo que los productores están dispuestos a vender, y la demanda es lo que los consumidores están dispuestos a comprar.

2. Analice las estrategias de publicidad y promoción que implementan para impulsar la venta de sus productos o servicios.

Cada empresa debe evaluar que estrategias son mas efectivas para su publico objetivo y presupuesto, y luego ajustar su enfoque en consecuencia. La combinación de varias estrategias **pueden** ser la clave para el éxito sostenido en el mercado.

Publicidad en medios tradicionales: Esto incluye anuncios en televisión, radio, periódicos, revistas y vallas publicitarias. Estos medios son efectivos para llegar a audienc

ias masivas y crear conciencia de marca

Promociones de ventas: Las promociones temporales, como descuentos, cupones, concursos y ventas especiales, pueden incentivar a los consumidores a comprar rápidamente. Estas promociones generan urgencia y pueden aumentar las ventas a corto plazo.

Marketing de boca en boca: Fomentar el boca a boca positivo a través de referidos, testimonios de clientes y experiencias excepcionales pueden ser una forma poderosa y económica de promover los productos o servicios.

Relaciones públicas: Obtener cobertura en medios de comunicación a través de comunicados de prensa, eventos especiales y colaboraciones con otras empresas o figuras púbicas que puedan aumentar la visibilidad de la marca y generar interés en los productos o servicios.

3. Defina el tipo de mercado

Los tipos de mercado se definen según ciertas características, como la competencia, el número de vendedores y compradores, la naturaleza del producto y el control sobre los precios. Aquí hay algunos tipos comunes de mercado:

Competencia perfecta: en este tipo de mercado, hay muchos compradores y vendedores que negocian un producto homogéneo. Los participantes tienen información completa y libre acceso al mercado. Los precios son determinados por la oferta y la demanda, y las empresas individuales no tienen control sobre los precios.

Competencia monopolística: Similar a la competencia perfecta, pero con productos diferenciados, cada empresa tienen control sobre el precio debido a

la diferenciación de su producto, pero aún enfrenta una competencia significativa.

Oligopolio: En un oligopolio, un pequeño número de empresas domina el mercado. Puede haber productos homogéneos o diferenciados. Las decisiones de precios y producción de una empresa afecta a las demas, por lo que suele haber una interdependencia estratégica entre ellas.

Monopolio: En un monopolio, hay un solo vendedor que controla todo el mercado. Este vendedor tiene un control significativo sobre los precios y pueden restringir la entrada de nuevos competidores. Los monopolios pueden surgir debido a barreras legales, tecnológicas o de otro tipo.

Monopsonio: En un monopsio, hay un solo comprador para muchos vendedores. Esto le da al comprador un poder de negociación sobre los precios y condiciones de compra.

4. Identifiquen las variables que posiblemente afectarían la oferta de su producto en el tiempo.

Las variables que pueden afectar la oferta de un producto en el tiempo son numerosas y pueden variar según el producto específico y el contexto del mercado.

Costos de producción: Cambios en los costos de materias primas, mano de obra, energía y otros insumos pueden afectar directamente la oferta. Por ejemplo, si los costos de producción aumentan, es posible que los productores ofrezcan menos cantidad del producto al mismo precio.

Tecnología: Avances tecnológicos que permiten una producción más eficiente pueden aumentar la oferta del producto al reducir los costos de producción.

Por otro lado, la obsolencia tecnológica podría disminuir la oferta si los productores no pueden adaptarse rápidamente.

Tamaño del mercado: El tamaño del mercado y los cambios en la demanda pueden influir en la cantidad que los productores están dispuestos a ofrecer. Un aumento en la demanda pueden incentivar a los productores a aumentar la oferta, mientras que una disminución en la demanda puede reducir la oferta.

Política Gubernamental: Cambios en la política gubernamental, como impuestos, subsidios, regulaciones ambientales o comerciales, pueden afectar los costos de producción y, por lo tanto, la oferta del producto.

Condiciones climáticas: Para ciertos productos, como alimentos agrícolas, las condiciones climáticas pueden tener un impacto significativo en la oferta. Por ejemplo, sequias, heladas u otros desastres naturales pueden reducir la producción y, por lo tanto, la oferta de productos agrícolas.

Disponibilidad de recursos naturales: La disponibilidad de recursos naturales, como tierras cultivables, reservas minerales o recursos hídricos, puede limitar la capacidad de producción y, por lo tanto, la oferta de ciertos productos.

5. Estime, por medio de información primaria y secundaria, a cuánto asciende la producción total del sector (oferta) .

Para estimar la producción total del sector (oferta), seria necesario recopilar información de fuentes primarias como secundarias.

Fuentes primarias: Estas son fuentes de información que provienen directamente del sector en cuestión. Pueden incluir datos proporcionados por empresas dentro del sector, encuestas a productores, registros

gubernamentales, entrevistas con expertos del sector y visitas a instalaciones de producción.

Fuentes secundarias: Estas son fuentes de información que ya han sido recopiladas por otras entidades y están disponibles públicamente. Pueden incluir informes gubernamentales, informes de industrias, estadísticas comerciales, bases de datos económicas y estudio de mercado.

Según datos de Fedegán y el DANE, la producción de leche en Colombia en 2023 fue de aproximadamente 7.000 millones de litros, de los cuales Alpina procesa cerca del 10%, es decir, unos 700 millones de litros al año.

6. Estudiar la demanda de cada producto o servicio: necesidades, comportamientos, deseos y actitudes.

- Necesidades: Nutrición, salud, alimentación diaria.
- Comportamientos: Preferencia por productos saludables, con menos azúcar, funcionales (ej. avena con probióticos).
- Deseos: Alimentos prácticos, sabrosos y que aporten bienestar.
- Actitudes: Mayor conciencia por el origen de los productos, interés por lo natural, local y sostenible.

Punto de equilibrio Del Mercado

Es el punto en el que la cantidad de productos que Alpina ofrece coincide con la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado.

- Todo lo que se produce se vende.
- Todo lo que se demanda se puede adquirir

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: Coordinación de Procesos Logísticos

Ficha: 3118577

Título de La evidencia: GA3-210101062-AA1-EV02. Taller aplicación de modelos de inventarios.

Instructor Responsable: Claudio Cruz

Nombres y Apellidos: Kevin David Cómbita López

CC: 1´022´373,418

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2025

1. **Introducción:**

Para este trabajo, se nos pide realizar un modelo de inventario de la empresa, en este caso seguiremos usando como ejemplo la empresa FitPlus. Este modelo de inventario nos ayudará a entender como funcionan, se mejoran y se crean las políticas de manejo de inventario, ya que los inventarios son el activo más importante de una empresa, el cual puede tener un impacto significativo en los costos de la empresa.

2. **Desarrollo de la evidencia:**

- **Tipo de inventario propuesto:**

Se recomienda implementar un inventario cíclico o rotativo, el cual consiste en realizar conteos periódicos de grupos específicos de productos. Este tipo de inventario permite mantener la continuidad del negocio mientras se asegura la precisión del registro de existencias, al igual, este nos permite implementar el modelo de inventario ABC para un conteo más preciso de los productos que tienen una mayor y menor rotación.

  - **Ventajas:**
    - No requiere cierre de tiendas ni interrupción de ventas.
    - Permite detectar errores o pérdidas de forma temprana.
    - Mejora la rotación de productos y la toma de decisiones sobre compras.
    - Facilita la capacitación continua del personal en control de inventarios.
  - **Desventajas:**
    - Requiere una planificación rigurosa para evitar omisiones.
    - Puede generar inconsistencias si no se realiza con disciplina.
    - Demanda mayor compromiso del equipo operativo.

- **Paso a paso para la implementación:**

En este punto, para la implementación del modelo cíclico en la empresa, se sugiere:

  - Segmentación del inventario: Dividir el catálogo de productos en grupos por categoría (suplementos, bebidas, cápsulas, etc.).
  - Asignación de ciclos: Establecer un calendario quincenal para contar cada grupo de productos.
  - Designación de responsables: Asignar personal capacitado para realizar los conteos en cada punto de venta. Para ello, se propone que el supervisor del punto junto con un empleado designado aleatoriamente, se encargaran de dicho conteo.
  - Uso de formatos estandarizados: Implementar hojas de conteo físicas tipo Kardex o digitales con códigos, descripciones y cantidades esperadas.
  - Registro en sistema: Ingresar los datos recolectados en el software de gestión (ERP o Excel).
  - Cotejo con inventario teórico: Comparar los datos reales con los registros del sistema.
  - Análisis de discrepancias: Identificar diferencias, causas y tomar medidas correctivas.
  - Retroalimentación y ajustes: Comunicar los hallazgos al equipo y ajustar procesos si es necesario.

- **Tiempo estimado de realización:**

La implementación inicial del modelo puede realizarse en un plazo de 2 semanas, incluyendo la capacitación del personal, diseño de formatos y planificación de ciclos. Una vez en marcha, los conteos cíclicos pueden realizarse de forma continua, con una frecuencia de 1 a 2 veces por semana, dependiendo del volumen de productos y rotación.

- **Forma de recolección de la información**

La información se recolectará mediante conteo físico directo, utilizando formatos impresos o digitales que incluyan:

  - Código del producto
  - Descripción
  - Cantidad contada
  - Fecha y hora del conteo
  - Firma del responsable

Se recomienda el uso de dispositivos móviles o tabletas con hojas de cálculo compartidas para agilizar el proceso y reducir errores de transcripción.

- **Forma de cotejo de la información**

Una vez recolectada, la información será comparada con el inventario registrado en el sistema contable o de gestión. El cotejo se realizará mediante:

  - Reportes de diferencias por producto
  - Alertas de sobre stock o faltantes
  - Análisis de rotación y obsolescencia

Las discrepancias serán documentadas y analizadas por el área administrativa y el área contable, con el fin de identificar causas (errores de registro, pérdidas, robos, etc.) y tomar decisiones correctivas.

3. **Conclusiones**:

Como conclusión, el modelo de inventario juega un papel importante ya que ayuda a plantear los parámetros, quien y que hace los respectivos inventarios; y a su vez, delimita las políticas de inventarios con base a los trabajos e información previamente vistos.

A nivel personal, esto me ha ayudado a comprender y ampliar mis conocimientos en el área de inventarios de una empresa.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: COORDINACION DE PROCESOS LOGISTICOS

Ficha: 3118361

- Título de La evidencia: Taller aplicación de modelos de inventarios. GA3-210101062-AA1-EV02.

Instructor Responsable: Claudio Cruz

JARRINSON GARCIA OSSA

CC: 98.715.392

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2025

Desarrollo de la evidencia:

1. En la Empresa ARSA, se utilizan dos de los tipos de inventario, así:

- ✓ **Conteo cíclico**: Se realizan conteos físicos de algunas referencias mensualmente, hasta darle la vuelta a todas las referencias.
- ✓ **Inventario paralelo**: Se realiza un conteo físico de forma anual, este conteo se hace en un fin de semana, no se para la operación, pero si es casi nula ya que en la operación normal de la empresa no se laboran ni sábado ni domingo.

2. Paso a paso (procedimiento operativo)

1. **Planificación:**
    - Mapear ubicación física por ubicación, cada bodega cuenta con un mapa expuesto donde se muestra la ubicación de la mercancía, definida por letras y números y estanterías.
    - Definir responsables y equipos (Administradores de tienda, mensajeros, auxiliares de bodega, etc.). Al final se definen por los conteos por parejas.
    - Preparar plantillas físicas en las cuales manualmente se registran los datos
2. **Capacitación y pilotaje**
    - Entrenar al personal en uso de plantillas y el mapa de las bodegas.
    - Hacer un piloto en 1 tienda con dos o tres referencias de forma aleatoria, dando entender la dinámica.
3. **Ejecución de conteo paralelo**
    - El equipo cuenta físicamente por ubicaciones y registra en las planillas las cantidades encontradas, una persona cuenta y la otra registra en planilla.
4. **Cotejo y reconciliación**
    - Se digitalizan las plantillas en un drive.
    - Comparar saldo esperado vs físico contado; investigar y ajustar según umbrales.
5. **Ajustes y reporte**
    - Ajustar inventario en el sistema sólo después de validación.
    - Generar informe de variaciones, causas y plan de acción, este se presenta y a Gerencia quien con su equipo genera los planes de mejora.

3. Tiempo de realización.

El tiempo de realización de estos inventarios en ARSA, son:

Para el conteo cíclico (Mensual); 3 hora, mientras se imprimen planillas y se asigna el personal para que cuente y entregue planillas.

Para el conteo paralelo (Anual); Se requiere de 2 días (sábado y Domingo), en los cuales se distribuyen las tareas antes indicadas)

4. Forma de recolección de la información

- ✓ **Herramientas recomendadas**
  - Plantilla Excel como respaldo en drive
- ✓ **Qué registrar (plantilla mínima)**
  - Fecha y hora del conteo
  - Nombres de los empleados/pareja que realiza el conteo
  - Código
  - Descripción
  - Ubicación física
  - Cantidad contada
  - Observaciones

Conclusiones:

- ✓ La combinación de **conteo cíclico mensual** y **conteo paralelo anual** permite a ARSA mantener un control constante de sus existencias, minimizando el riesgo de faltantes o excesos.

- ✓ El uso de **mapas de ubicación en bodegas** y la asignación de conteos por parejas mejora la organización, reduce errores y agiliza la toma de datos.

- ✓ La recolección de información en **plantillas físicas** y su posterior digitalización en un drive proporciona un respaldo seguro y facilita el cotejo con el sistema.

- ✓ La planificación previa, la capacitación del personal y la ejecución de pilotos garantizan que el procedimiento se realice de forma estandarizada y con un bajo margen de error.

- ✓ El hecho de que el conteo paralelo se realice en fines de semana, cuando la operación es mínima, permite llevarlo a cabo sin afectar de forma significativa las actividades comerciales.

- ✓ El cotejo sistemático entre inventario físico y saldo en sistema, junto con la validación antes de hacer ajustes, fortalece la **exactitud de inventario** y favorece la toma de decisiones gerenciales.

- ✓ El proceso actual de ARSA demuestra que es posible mantener la operación activa mientras se realizan inventarios, siempre que exista una planificación detallada, asignación de roles claros y métodos de verificación confiables.

Bibliografía:

https://zajuna.sena.edu.co/Repositorio/Titulada/institution/SENA/Procesamiento/121523/Contenido/OVA/CF4/index.html#/

https://zajuna.sena.edu.co/Repositorio/Titulada/institution/SENA/Procesamiento/121523/Contenido/OVA/CF5/index.html#/

https://arsacol.sharepoint.com/sites/isomejor/Documentos%20compartidos/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2Fisomejor%2FDocumentos%20compartidos%2FCALIDAD%20ARSA%2F9%2E1%20%28V%29%20INDICADORES%2FINDICADORES%202025%2F2025%20INFORME%20INVENTARIO%20GENERAL%2Epdf&parent=%2Fsites%2Fisomejor%2FDocumentos%20compartidos%2FCALIDAD%20ARSA%2F9%2E1%20%28V%29%20INDICADORES%2FINDICADORES%202025

INFORME DE APLICACIÓN SOBRE LOS PRONOSTICOS CUANTITATIVOS

PRESENTADO POR:

THALIA MARIA DIAZ FARFAN

PRESENTADO A:

LUIS EDUARDO MUÑOZ

TECNOLOGO COORDINACION DE PROCESOS LOGISTICOS

FICHA: 3134572

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

2025

1. **Análisis de la Oferta y la Demanda**

La empresa Cosechas del Cielo ofrece servicios de despulpado de frutas con una capacidad mensual de 10,000 kg.

La demanda promedio mensual varía entre 9,000 y 11,000 kg, con un comportamiento relativamente estable, influenciado por factores como temporada, festividades, clima y consumo saludable.

El precio promedio del servicio es de $800 COP/kg, lo cual coincide con el punto de equilibrio entre la oferta y la demanda.

2. **Método Cuantitativo Seleccionado**

Se seleccionó el método de Promedio Móvil Simple, ya que:

- La empresa cuenta con registros mensuales de producción y ventas.
- No hay fluctuaciones bruscas o estacionales extremas.
- Es un método fácil de aplicar, económico y práctico para una empresa en crecimiento.
- Permite hacer proyecciones con un bajo margen de error.

3. Aplicación del Método y Beneficios

Datos de los últimos 3 meses:

- **Mayo:** 9,800 kg
- **Junio:** 10,400 kg
- **Julio:** 10,200 kg

Cálculo del Promedio Móvil:

$$\text{Pronóstico Agosto} = \frac{9{,}800 + 10{,}400 + 10{,}200}{3} = \frac{30{,}400}{3} = 10{,}133 \text{ kg.}$$

Pronóstico de demanda para agosto: 10,133 kg

Beneficios del Método Aplicado:

✔ Fácil de implementar sin necesidad de software especializado

✔ Bajo costo operativo

✔ Decisiones basadas en datos reales

✔ Ayuda a planificar compras, producción y recursos humanos

CONCLUSION

El uso de un método cuantitativo como el promedio móvil permite a Cosechas del Cielo planificar con anticipación su producción y satisfacer adecuadamente la demanda de sus clientes.

Esta herramienta mejora la toma de decisiones estratégicas en compras, ventas y marketing, al basarse en un análisis realista y adaptado a sus condiciones operativas actuales.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Coordinación De Procesos Logísticos

Ficha: 3118577

Claudio Fernando Cruz

Informe De Criterios Para Categorizar Un Inventario.

Alejandro Ramirez Londoño

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2025

Introducción

En el siguiente informe se aborda la importancia de una buena gestión de inventarios, adicionalmente se dará uso al inventario ABC, definiendo criterios y su categorización, se tomará como referencia la empresa **SOLLA**, el análisis se centrará en la rotación de productos como criterio principal, justificando la ubicación de los productos en la categoría A, B, C, adicionalmente se abordará la importancia y ventajas de la implementación adecuada en la empresa.

Desarrollo de la evidencia

Análisis profundo del criterio de clasificación para inter rapidísimo

La selección del criterio para clasificar el inventario es el paso más crítico, ya que ayuda a definir estrategias posteriores. El realizar análisis de criterios de forma aislada puede llevar a conclusiones erróneas.

Limitaciones de los criterios simples:

Costo unitario:
el usar solo el precio puede ser un error normal, los bloques de sal puede costar poco, pero el uso y su ausencia durante una venta puede generar pérdidas altísimas diarias.

Rotación o frecuencia de uso:
Centrarse en la rotación nos haría priorizar el chanchitos, si bien la disponibilidad es importante, pero un campeón dorado caballos que no se le da un reemplazo adecuado, puede requerir una atención estratégica mayor.

Criticidad operativa:
este criterio cualitativo es vital, pero llega a ser insuficiente por sí solo, si definimos críticos a todos los productos que se comercializan, puede haber cientos de artículos.

Criterio seleccionado y su justificación:

El valor de consumo anual(VCA) como eje central:
para obtener una visión que integre la importancia financiera y la relevancia operativa, el criterio más acertado para este análisis que fue seleccionado es el **valor de consumo anual (VCA)**

VCA= (costo por unidad) X (demanda anual de unidades)

justificación profunda: el VCA es el indicados más apto para nuestra operación ya que no mide una variable, sino el flujo de valor. Nos dice exactamente cuánto dinero de la empresa fluye a través de cada tipo de repuesto a lo largo de un año. Esto hace que se convierta en el reflejo del peso económico de un artículo en el presupuesto de mantenimiento. Esto permite comparar de manera clara el repuesto de altísimo costo y baja rotación, con un consumible bajo costo y altísima rotación y poder entender cuál tiene un mayor impacto financiero anual.

Identificación y estrategia de gestión por categoría

Basado en el análisis de VCA de nuestro inventario de productos, se establece la siguiente clasificación estratégica:

Categoría A: campeón dorado caballos (20% de la referencia, 80% del valor)
Perfil financiero y operativo: artículos de muy alto costo, baja frecuencia de reemplazo y un impacto catastrófico en la operación si no están disponibles.

Ejemplos concretos: campeón dorado caballos, pre iniciador cerditos, sollasal cálcica vacas.

Impacto de un faltante (stockout): el faltante indefinido de un producto, puede traducirse en pérdidas de ingresos diarias, posibles penalizaciones por incumplimientos en acuerdos comerciales, costos de reprogramación logística, además de daños en la reputación de la empresa SOLLA.

Estrategia de gestión propuesta:

- **Control unitario y nominal:** seguimiento individual por número de serie.
- **Seguridad máxima:** almacenamiento en zonas seguras y de acceso restringido.
- **Stock de seguridad y estratégico:** mantener unidad mínima en stock o un acuerdo con el proveedor que garantice el abastecimiento en menos de 24 horas.
- **Negociación de alto nivel:** acuerdos directos con fabricante o distribuidores para asegurar una cadena de suministros óptima.

Categoría B: Solla conejos (30% de las referencias, 15-20% del valor)
Perfil financiero y operativo: artículos de costo moderado con una frecuencia de reemplazo regular, ligado a ventas no diarias pero sustanciosas.

Ejemplos concretos: Solla conejos, codornices, Solla peces.

Impacto de un faltante (stockout): retraso en el abastecimiento periódico del producto puede convertir una perdida mínima de un día, en una pérdida significativa de días afectado las ganancias mensuales.

Estrategia de gestión propuesta:

- **Control automatizado:** implementación de puntos de reorden (ROP) y cantidades económicas de pedido (EOQ) en el sistema de inventarios.
- **Conteos cíclicos periódicos:** verificaciones físicas mensuales para garantizar la exactitud de los datos.
- **Proveedores homologados:** contar con al menos dos proveedores confiables por cada tipo de producto.

Categoría C: el flujo sanguíneo de la operación (50% de las referencias, 5% del valor)
perfil financiero y operativo: artículos de muy bajo costo unitario, pero de consumo masivo y constante, su valor financiero puede ser bajo, pero la importancia en la operación es altísima.

ejemplos concretos: Q-ida can, nutre can, nutrecat, nutrecat arena.

impacto de un faltante (stockout): es el riesgo más paradójico, un pedido de más de 20 bultos de q-cuidacan, cada uno a 90 mil, puede generar una pérdida de una venta por un valor demasiado alto, generando además una mala satisfacción del cliente.

Estrategia de gestión propuesta:

- **Gestión visual y simplificada:** la opción no es que se minimice el stock, sino tener el 100% de la capacidad y disponibilidad de producto.
- **Compras por lotes grandes:** minimizar el costo de operación de fabricación y obtener mejor precios y ganancias por volumen.

Ventajas estratégicas y justificación de la categorización

la implementación del sistema de clasificación ABC transforma la gestión de inventarios de un centro de costos a un centro con ventaja competitiva.

Transformación financiera: optimización del capital de trabajo; la justificación principal que se plantea es que se deja de retener dinero innecesariamente. Al reducir el sobre stock de artículos B Y C, realizando compras de forma más inteligente, además de controlar el stock de los A, se puede lograr una liberación de flujo de caja que puede servir en la inversión de mejorar operativas.

Blindaje operacional: maximización de uptime de la cadena de suministros; está justificado porque se alinea directamente el esfuerzo logístico con el principal indicador de rendimiento de la empresa. Al asegurar disponibilidad en el producto de A y B, se puede reducir drásticamente las faltas de productos no planificadas, al garantizar el producto de C, se eliminará los retrasos de operación. El resultado es una operación más fluida, confiable, cumpliendo en todo momento con los itinerarios planeados, generando ingresos constantes.

Eficiencia táctica en almacén y producción: está justificado porque se optimiza el recurso más valioso; el tiempo del personal, el equipo de almacén puede enfocar sus conteos y controles en los artículos A, mientras que se tiene acceso rápido y sin tropiezo a los productos de C. así logrando que los gestores logren negociar los productos de A, en lugar de pasar el día gestionando cientos de pedidos de bajo valor.

Conclusiones

En conclusión, la implementación de una clasificación de inventarios ABC, centrada en el valor del consumo anual, no es solo el ejercicio de una organización de producto, es estrategia logística que **Solla** toma para mantener el objetivo de la satisfacción del cliente, cumpliendo con la promesa de la empresa, logrando la rentabilidad en todo momento, se sugiere la asignación del recurso adecuado para lograr la implementación del sistema en su máxima capacidad y optimización, para así lograr una estrategia de excelencia operacional.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: COORDINACION DE PROCESOS LOGISTICOS

Ficha: 3118361

Titulo de La evidencia:

Informe de criterios para categorizar un inventario.

GA3-210101062-AA1-EV01.

Instructor Responsable: Claudio Cruz

Nombres y Apellidos

Andres Felipe Varela Duque

CC: 1017257051

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2025

Informe de Categorización de Inventario para Procolmat

1. Criterios de Categorización Importantes

En Procolmat, la clasificación de productos en categorías A, B y C se realiza considerando varios criterios fundamentales que afectan la gestión del inventario:

Rotación:

- Descripción: Se refiere a la velocidad con la que un producto se vende y se reemplaza en el inventario. Este criterio es crucial porque los productos de alta rotación generan un flujo de caja continuo y ayudan a minimizar costos operativos, como almacenamiento y obsolescencia.

- Implicaciones: Un alto índice de rotación indica que la demanda es fuerte, lo cual es vital para la rentabilidad.

Ventas:

- Descripción: Este criterio se basa en la cantidad de ingresos generados por un producto en un período determinado. Análisis históricos de ventas permiten identificar tendencias y patrones de consumo.

- Implicaciones: Los productos con altas ventas no solo ayudan a mantener la liquidez, sino que también justifican la inversión en inventario.

Precios:

- Descripción: Los precios establecidos para los productos influyen directamente en las ganancias. Un buen precio debe atraer a los clientes y, a la vez, ofrecer márgenes adecuados.

- Implicaciones: Productos con precios altos pueden ser menos vendidos, pero pueden contribuir de manera significativa a la rentabilidad de la empresa.

Vida Útil:

- Descripción: Este criterio considera la duración de la viabilidad de los productos antes de que pierdan su efectividad o caducan. Es especialmente relevante para productos químicos o materiales de construcción que pueden verse afectados por condiciones de almacenamiento.

- Implicaciones: Mantener en inventario productos con buena vida útil reduce el riesgo de pérdidas y maximiza el retorno sobre la inversión.

2. Clasificación de Productos en Categorías A, B y C

Con base en los análisis realizados y de acuerdo con el sistema ABC, los productos de Procolmat se clasifican como sigue:

Categoría A

(20% de los productos que generan el 80% de las utilidades):

- PEGANTE CERÁMICO: Este producto es fundamental debido a su alta demanda en la construcción de cerámicas, representando una parte significativa de las ganancias.

- PEGANTE PORCELÁNICO: Atractivo para proyectos de calidad, es utilizado frecuentemente en acabados, lo que lo convierte en un producto de alta rotación.

- PEGANTE FLEX SUPER PORCELANATO: Este pegante es esencial en áreas de alta exigencia, garantizando durabilidad y resistencia, lo que lo hace muy valorado en el mercado.

Categoría B

(30% del total de productos, generan no más del 20% de las ganancias):

- LECHADA BOLSA PEGACOLOR BLANCO 1KG: Aunque es un producto relativamente popular, no tiene la misma rentabilidad que los de categoría A, representando una participación menor en las ganancias.

- LECHADA BOLSA PEGACOLOR BEIGE 1KG: Similar a la anterior, tiene una rotación moderada y contribuye de manera significativa a las métricas de inventario, pero no a los márgenes de utilidad.

Categoría C

(más del 50% de las referencias, pero generan los menores ingresos):

- DICOLORE ANTICORROSIVO BLANCO 1/4: Este producto tiene una baja rotación y suele ser utilizado en proyectos específicos, lo que limita su demanda general.

- KITS DE APLICACIÓN: Aunque útiles, la rotación es baja y los márgenes de precios son limitados, clasificándose así en la categoría C.

3. Ventajas del Control de Existencias Según la Importancia

El establecimiento de categorías en la gestión de inventarios permite a Procolmat disfrutar de varias ventajas:

Optimización de Recursos

- Descripción: Al identificar qué productos son críticos para las utilidades (categoría A), la empresa puede canalizar sus recursos hacia la compra y mantenimiento de estos productos clave.

- Implicaciones: Esto ayuda a evitar el capital inmovilizado en productos de baja rotación, optimizando el flujo de caja.

Reducción de Costos

- Descripción: Un control riguroso permite a Procolmat reducir costos asociados con el almacenamiento y la gestión de productos que no tienen un desempeño fuerte.

- Implicaciones: Menos productos C significa menos espacio de almacenamiento, reduciendo así costos operativos.

Mejor Toma de Decisiones en Compras

- Descripción: Una categorización clara permite a los gerentes planificar compras de manera más efectiva, asegurando que los artículos de alta venta estén siempre disponibles.

- Implicaciones: Esto contribuye a elevar la satisfacción del cliente y a la optimización de la oferta en función de la demanda del mercado.

Aumento en la Satisfacción del Cliente

- Descripción: Al mantener un inventario alineado con las preferencias y necesidades de los clientes, Procolmat puede satisfacer la demanda de manera más efectiva.

- Implicaciones: Esto se traduce en la fidelización del cliente y en un aumento de la repetición de compras, fundamental para la sostenibilidad del negocio.

4. Conclusiones

La categorización de inventarios en Procolmat, utilizando el sistema ABC, capacita a la empresa para concentrar sus esfuerzos en los productos que generan las mayores utilidades, optimizando sus procesos de compras y almacenamiento. Esta estrategia no solo mejora la gestión del inventario, sino que también eleva la satisfacción del cliente, impulsando la sostenibilidad del negocio en el competitivo mercado de la construcción.

Bibliografía: Director comercial procolmat

INFORME DE CRITERIOS PARA CATEGORIZAR UN INVENTARIO

Aprendiz

Faiver Leandro Manquillo M

Ficha(3118577)

Coordinación de Procesos Logísticos

Tecnología

Servicio de Aprendizaje Sena

Instructor

Claudio Fernando Cruz

07/08/25

INTRODUCCIÓN

En el contexto operativo de Entrega Max, empresa especializada en logística y transporte de entregas a nivel urbano e intermunicipal, el manejo eficiente del inventario se convierte en un factor clave para garantizar la continuidad del servicio. Por ello, se implementa la clasificación ABC, una herramienta que permite identificar y priorizar los productos o insumos con mayor impacto en la operación y rentabilidad. Esta actividad tiene como objetivo analizar los criterios más relevantes para la empresa y categorizar sus productos de acuerdo con su rotación, utilidad y frecuencia de uso, permitiendo así una gestión más estratégica y optimizando el inventario.

Criterios de Mayor importancia para Entrega Max.

En Entrega Max, empresa dedicada a la logística de entregas urbanas e intermunicipales, el control eficiente del inventario es fundamental para garantizar tiempos óptimos de respuesta para las entregas y la reducción de costos operativos.

Los criterios más relevantes para clasificar los productos en el inventario son:

- **Rotación**: La velocidad con la que se utilizan los insumos o repuestos es crucial, especialmente en temporadas de alta demanda.

- **Costo unitario**: Algunos repuestos o herramientas tienen un valor elevado para su entrega.

- **Frecuencia de uso en operaciones**: Se priorizan los artículos que son indispensables para mantener las rutas activas.

- **Impacto en la continuidad del servicio**: Elementos que se genere retraso de entrega puede detener operaciones.

Clasificación ABC de los Productos.

A continuación, se presenta la categorización de los productos de inventario para sus respectivas entregas siendo estos los más representativos de Entrega Max:

Producto	Rotación / mensual	Costo unitario de envío	Costo mensual de envíos estimado	Categoría
Neumáticos para motocicleta	Alta	$ 30.000	$ 6.000.000	A
Aceite para moto	Alta	$ 26.000	$ 4.680.000	A
Pastillas para freno	Media	$15.000	$ 1.500.00	B
Chalecos reflectivos	Media	$ 7.000	$560.000	B
Gorras	Baja	$ 7.000	$280.000	C
Portadocumentos para guías	Baja	$7.000	$ 175.000	C
Linternas recargables	Baja	$7.000	$ 105.000	C

Justificación:

- Los productos categoría A (20% del inventario) representan los envíos de alto costo y uso constante, generando más del 80% del impacto operativo.

- Los productos categoría B que son enviados tienen un nivel intermedio de rotación y valor; son importantes, pero no imprescindibles a diario.

- Los productos categoría C representan más del 50% de las referencias, pero sus envíos son ocasionales y su impacto económico es bajo.

Ventajas de Controlar el Inventario con el Sistema ABC.

Aplicar la clasificación ABC en Entrega Max permite:

Priorizar el control de stock para entregas de productos (A), evitando retrasos que paralicen las operaciones.

Reducir costos de almacenamiento, al limitar la acumulación de artículos de baja rotación.

Mejorar la planificación de envíos , despachando productos más frecuentes de productos A y programar entregas de productos B y C.

Tomar decisiones informadas, según el criterio e impacto de cada artículo.

La categorización realizada permite garantizar una operación fluida, rentable y eficiente, que es esencial en una empresa logística como Entrega Max.

CONCLUSIÓN

Al realizar esta actividad me permitió comprender que la gestión de inventarios no es solo un proceso administrativo, sino una estrategia fundamental que garantiza el éxito y la sostenibilidad de una empresa como Entrega Max. Al aplicar este modelo de clasificación me ayudó a identificar qué productos son realmente prioritarios para la operación y cuáles pueden manejarse con menor prioridad, lo que facilita la toma de decisiones y optimizar los recursos.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Tecnólogo: COORDINACION DE PROCESOS LOGISTICOS

Ficha: 3118361

Titulo de La evidencia:

Informe de criterios para categorizar un inventario.

GA3-210101062-AA1-EV01.

Instructor Responsable: Claudio Cruz

Nombres y Apellidos

Andres Felipe Varela Duque

CC: 1017257051

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA.

Centro de Comercio y Servicio Regional Cauca.

2025

Informe de Categorización de Inventario para Procolmat

1. Criterios de Categorización Importantes

En Procolmat, la clasificación de productos en categorías A, B y C se realiza considerando varios criterios fundamentales que afectan la gestión del inventario:

Rotación:

- Descripción: Se refiere a la velocidad con la que un producto se vende y se reemplaza en el inventario. Este criterio es crucial porque los productos de alta rotación generan un flujo de caja continuo y ayudan a minimizar costos operativos, como almacenamiento y obsolescencia.

- Implicaciones: Un alto índice de rotación indica que la demanda es fuerte, lo cual es vital para la rentabilidad.

Ventas:

- Descripción: Este criterio se basa en la cantidad de ingresos generados por un producto en un período determinado. Análisis históricos de ventas permiten identificar tendencias y patrones de consumo.

- Implicaciones: Los productos con altas ventas no solo ayudan a mantener la liquidez, sino que también justifican la inversión en inventario.

Precios:

- Descripción: Los precios establecidos para los productos influyen directamente en las ganancias. Un buen precio debe atraer a los clientes y, a la vez, ofrecer márgenes adecuados.

- Implicaciones: Productos con precios altos pueden ser menos vendidos, pero pueden contribuir de manera significativa a la rentabilidad de la empresa.

Vida Útil:

- Descripción: Este criterio considera la duración de la viabilidad de los productos antes de que pierdan su efectividad o caducan. Es especialmente relevante para productos químicos o materiales de construcción que pueden verse afectados por condiciones de almacenamiento.

- Implicaciones: Mantener en inventario productos con buena vida útil reduce el riesgo de pérdidas y maximiza el retorno sobre la inversión.

2. Clasificación de Productos en Categorías A, B y C

Con base en los análisis realizados y de acuerdo con el sistema ABC, los productos de Procolmat se clasifican como sigue:

Categoría A

(20% de los productos que generan el 80% de las utilidades):

- PEGANTE CERÁMICO: Este producto es fundamental debido a su alta demanda en la construcción de cerámicas, representando una parte significativa de las ganancias.

- PEGANTE PORCELÁNICO: Atractivo para proyectos de calidad, es utilizado frecuentemente en acabados, lo que lo convierte en un producto de alta rotación.

- PEGANTE FLEX SUPER PORCELANATO: Este pegante es esencial en áreas de alta exigencia, garantizando durabilidad y resistencia, lo que lo hace muy valorado en el mercado.

Categoría B

(30% del total de productos, generan no más del 20% de las ganancias):

- LECHADA BOLSA PEGACOLOR BLANCO 1KG: Aunque es un producto relativamente popular, no tiene la misma rentabilidad que los de categoría A, representando una participación menor en las ganancias.

- LECHADA BOLSA PEGACOLOR BEIGE 1KG: Similar a la anterior, tiene una rotación moderada y contribuye de manera significativa a las métricas de inventario, pero no a los márgenes de utilidad.

Categoría C

(más del 50% de las referencias, pero generan los menores ingresos):

- DICOLORE ANTICORROSIVO BLANCO 1/4: Este producto tiene una baja rotación y suele ser utilizado en proyectos específicos, lo que limita su demanda general.

- KITS DE APLICACIÓN: Aunque útiles, la rotación es baja y los márgenes de precios son limitados, clasificándose así en la categoría C.

3. Ventajas del Control de Existencias Según la Importancia

El establecimiento de categorías en la gestión de inventarios permite a Procolmat disfrutar de varias ventajas:

Optimización de Recursos

- Descripción: Al identificar qué productos son críticos para las utilidades (categoría A), la empresa puede canalizar sus recursos hacia la compra y mantenimiento de estos productos clave.

- Implicaciones: Esto ayuda a evitar el capital inmovilizado en productos de baja rotación, optimizando el flujo de caja.

Reducción de Costos

- Descripción: Un control riguroso permite a Procolmat reducir costos asociados con el almacenamiento y la gestión de productos que no tienen un desempeño fuerte.

- Implicaciones: Menos productos C significa menos espacio de almacenamiento, reduciendo así costos operativos.

Mejor Toma de Decisiones en Compras

- Descripción: Una categorización clara permite a los gerentes planificar compras de manera más efectiva, asegurando que los artículos de alta venta estén siempre disponibles.

- Implicaciones: Esto contribuye a elevar la satisfacción del cliente y a la optimización de la oferta en función de la demanda del mercado.

Aumento en la Satisfacción del Cliente

- Descripción: Al mantener un inventario alineado con las preferencias y necesidades de los clientes, Procolmat puede satisfacer la demanda de manera más efectiva.

- Implicaciones: Esto se traduce en la fidelización del cliente y en un aumento de la repetición de compras, fundamental para la sostenibilidad del negocio.

4. Conclusiones

La categorización de inventarios en Procolmat, utilizando el sistema ABC, capacita a la empresa para concentrar sus esfuerzos en los productos que generan las mayores utilidades, optimizando sus procesos de compras y almacenamiento. Esta estrategia no solo mejora la gestión del inventario, sino que también eleva la satisfacción del cliente, impulsando la sostenibilidad del negocio en el competitivo mercado de la construcción.

Bibliografía: Director comercial procolmat

INFORME DE EVALUACION DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

PRESENTADO POR:

THALIA MARIA DIAZ FARFAN

PRESENTADO A:

LUIS EDUARDO MUÑOZ

TECNOLOGO COORDINACION DE PROCESOS LOGISTICOS

FICHA: 3134572

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

2025

1. Diferencia entre Mercado, Oferta y Demanda

Mercado: Es el espacio físico o virtual donde se encuentran la oferta y la demanda de un bien o servicio. En este caso, el mercado está conformado por los productores de frutas, empresas transformadoras, comercializadoras y consumidores finales interesados en productos procesados como pulpas.

Oferta: Es la cantidad de servicios de despulpado que Cosechas del Cielo y otras empresas están dispuestas a ofrecer a diferentes precios, dependiendo de su capacidad operativa, recursos y maquinaria.

Demanda: Es la cantidad de servicios de despulpado que los clientes (productores agrícolas, microempresas, distribuidores de pulpas) están dispuestos a adquirir a ciertos precios, en un período de tiempo determinado.

2. Estrategias de Publicidad y Promoción

Cosechas del Cielo implementa diversas estrategias para impulsar sus servicios:

- **Redes Sociales:** Publicaciones en Facebook e Instagram que muestran el proceso de despulpado, testimonios de clientes y promociones especiales.

- **Publicidad boca a boca:** Clientes satisfechos recomiendan el servicio a otros productores de frutas o empresas del sector.

- **Ferias agrícolas y agroindustriales:** Participación en eventos donde presentan sus servicios y productos transformados.

- **Alianzas estratégicas:** Con asociaciones campesinas o cooperativas para brindar tarifas preferenciales o servicios personalizados.

- **Volantes y puntos de información en plazas de mercado:** Para llegar directamente a los pequeños productores rurales.

Estas acciones han aumentado el reconocimiento de la empresa y su posicionamiento como un proveedor confiable en el procesamiento de frutas.

3. Tipo de Mercado

La empresa opera dentro de un mercado de competencia monopolística, donde hay varias empresas que ofrecen servicios similares, pero se diferencian por calidad, atención, tecnología y valor agregado.

Otros tipos de mercado:

- **Monopolio:** No aplica, ya que no es la única empresa que presta este servicio.

- **Monopsonio:** Ocurre cuando solo hay un comprador para muchos oferentes, lo cual no se presenta aquí.

- **Competencia monopolística:** Aplica, ya que hay varios oferentes, pero con diferencias en servicio, equipo y reputación.

Cosechas del Cielo compite ofreciendo atención personalizada, cumplimiento y alta higiene en el proceso.

4. Variables que Afectan la Oferta del Servicio

Existen diversos factores que podrían modificar la capacidad de oferta del servicio en el tiempo:

- **Temporadas de cosecha:** El volumen de frutas disponibles varía según la época del año (mango, guanábana, maracuyá, etc.).
- **Precio y disponibilidad de electricidad:** Afecta el funcionamiento de maquinaria.
- **Fallas técnicas en equipos:** Disminuye la capacidad operativa si no se cuenta con repuestos o mantenimiento oportuno.
- **Normas sanitarias:** Cambios en exigencias del INVIMA o entes locales pueden obligar a invertir en adecuaciones.
- **Costo de insumos (empaques, refrigeración, mano de obra):** Aumentos en estos costos afectan la rentabilidad del servicio.

5. Producción Total del Sector (Oferta)

Fuentes Primarias:

- Encuestas a microempresarios del sector agroindustrial local.
- Entrevistas con trabajadores y administradores de Cosechas del Cielo.

Fuentes Secundarias:

- Cifras del Ministerio de Agricultura.
- Registros de la Cámara de Comercio local.
- Informes del DANE sobre transformación de frutas.

Estimación:

En la región (municipios vecinos), se calcula una oferta mensual promedio de 45 toneladas de fruta despulpada, sumando el trabajo de varias despulpadoras pequeñas y medianas.

Cosechas del Cielo cuenta con una capacidad instalada para despulpar alrededor de 10 toneladas mensuales, representando cerca del 22% del total regional.

6. Estudio de la Demanda

Necesidades:

Los pequeños y medianos productores necesitan transformar sus frutas para evitar pérdidas, conservar el valor y acceder a nuevos mercados.

Deseos:

Los clientes desean un servicio ágil, económico, higiénico y con resultados que cumplan estándares de calidad para comercialización.

Comportamiento:

- Frecuencia de uso del servicio: mensual o por temporadas de cosecha.
- Clientes recurrentes por satisfacción previa.
- Algunos clientes requieren también empaque al vacío o congelación.

Actitudes:

- Alta valoración del servicio cuando se garantiza puntualidad y limpieza.
- Preferencia por empresas locales que generen empleo y utilicen fruta regional.
- Disposición a pagar un precio justo si el servicio incluye asesoría y entrega rápida.

Estimación de Demanda:

Se estima que la demanda actual en la región supera las 50 toneladas mensuales, pero no toda se transforma formalmente. Cosechas del Cielo atiende cerca de 8 toneladas mensuales, por lo cual aún tiene margen de crecimiento.

7. Punto de Equilibrio del Mercado

El punto de equilibrio es el precio en el cual la cantidad ofrecida del servicio iguala la cantidad demandada.

TABLA DE EJEMPLO:

Precio por Kg de fruta despulpadora (COP)	Cantidad ofrecida (kg)	Cantidad Demandada (kg)
$600	7,000	11,000
$700	8,000	10,000
$800	10,000	10,000 ← Equilibrio
$900	11,000	9,000

- **Precio de Equilibrio:** $800 COP/kg
- **Cantidad de Equilibrio:** 10,000 kg

Esto significa que al precio de $800 COP por kilo despulpado, Cosechas del Cielo puede vender toda su capacidad sin generar pérdidas ni quedarse sin atender demanda.

CONCLUSIONES

- El análisis realizado sobre el servicio de despulpado de frutas prestado por Cosechas del Cielo demuestra que existe un mercado activo y en crecimiento. La empresa opera en un entorno competitivo, pero se destaca por su calidad y cumplimiento.

- La demanda supera actualmente su capacidad instalada, lo que representa una oportunidad para invertir en mejoras tecnológicas, ampliar horarios de producción o contratar más personal. A su vez, el conocimiento del punto de equilibrio y el comportamiento del consumidor permiten planificar mejor los recursos y proyectar ventas con mayor precisión.

- Este informe es clave para tomar decisiones estratégicas que aseguren la sostenibilidad y expansión del proyecto agroindustrial.

Evidencia GA3-210101051-AA1-EV02. Ejercicio proyección oferta y demanda.

Instructor
HECTOR IVAN MUÑOZ ALVEAR

Aprendiz Sena
Luis Alberto Carvajal

Servicio Nacional de Aprendizaje Sena
Tecnólogo en Coordinación de Procesos Logísticos
2025

Informe de proyección de oferta Y Demanda Detergente liquido Bonaropa 1L

Este informe presenta el análisis de proyección de oferta y demanda para el producto Detergente Líquido Bonaropa de 1 litro, utilizando datos observados y supuestos razonables para estimar las curvas y determinar el punto de equilibrio, así como los excedentes de consumidor y productor.

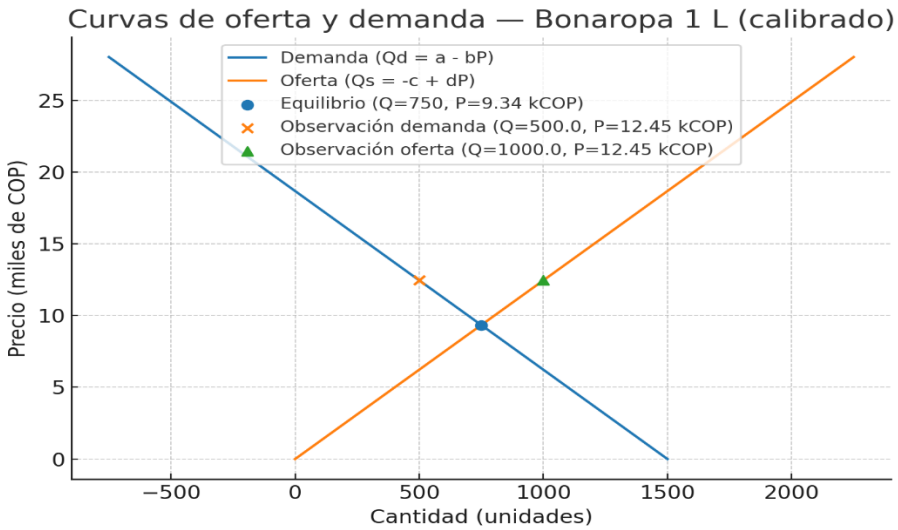
Variables de Demanda y Oferta

Precio observado: $12,450 (equivalente a 12.45).

Cantidad demandada observada: 500.0 unidades.

Cantidad ofrecida observada: 1000.0 unidades.

Supuesto: la demanda máxima a precio cero es de 1.500 unidades, y la oferta parte desde el origen (Qs = d·P).



Resultados del Cálculo

Función de demanda estimada: Qd = 1500.00 - 80.3213·P (P en miles).

Función de oferta estimada: Qs = 80.3213·P (P en miles).

Precio de equilibrio (P*): 9.3375 miles de COP =$9,337.50.

Cantidad de equilibrio (Q*): 750 unidades.

Excedente del consumidor: 3,501.56 miles de (= $3,501,562).

Excedente del productor: 3,501.56 miles de COP (≈ $3,501,562 COP).

Interpretación

A un precio de $12.450 COP, existe un exceso de oferta, ya que la cantidad ofrecida supera a la cantidad demandada. Según el modelo estimado, el precio de equilibrio se ubicaría alrededor de $9.338 COP, donde la cantidad ofrecida y demandada se igualarían en 750 unidades. Esto sugiere que, para optimizar el mercado de este producto, podría ser necesario un ajuste de precios.

Proyección de Oferta y Demanda

Bajo el supuesto de que las condiciones del mercado permanecen estables, se espera que la demanda y la oferta converjan hacia el equilibrio calculado. Sin embargo, factores como cambios en costos de producción, ingreso de competidores, o variaciones en la demanda estacional pueden desplazar estas curvas.