



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

GUÍA DE APRENDIZAJE N° 13

Programa de Formación: Tecnólogo en Gestión Logística.		Código: 822202		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales.		Código: 1282469		
Fase del proyecto: Fase Ejecución.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo	Consumible
Ejecutar el plan de integración de la cadena logística.	Desarrollar un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta – equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: 210101020-04: Implementar programas para el desarrollo de alianzas estratégicas entre proveedores y clientes mediante asesorías y soportes a proveedores teniendo en cuenta principios éticos las partes y considerando el intercambio de información según necesidades de organización, clientes y proveedores.		Competencia: 210101020: Dar soporte a los procesos según políticas y requerimientos de los clientes.		



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02
Código:
GFPI-F-019

210101031-02: Desarrollar el plan de integración del negocio a partir de la relación entre los eslabones de la cadena de abastecimiento según tecnologías y herramientas de gestión.	210101031: Construir el modelo de integración de la cadena logística según los eslabones.
210101035-01: Estructurar las relaciones entre los actores de la cadena de abastecimiento a través de las tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo de las operaciones logísticas según la caracterización de los clientes.	210101035: Generar valor en la cadena de suministro de acuerdo con los objetivos y estrategias de los diferentes actores.
240201502-02: Comprender las ideas principales de textos complejos en inglés que tratan de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico, siempre que estén dentro de su campo de especialización.	240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	233 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Los nuevos avances tecnológicos en el mundo han llevado a las organizaciones a transformar sus métodos para realizar sus operaciones, esto es debido a la dinámica y a la velocidad de las nuevas tendencias e instrumentos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Es así, que las organizaciones que no estén dispuestas al cambio con el pasar de los días se convertirán en empresas obsoletas, en donde los procesos y procedimientos para realizar un producto o servicio tendrán un mayor costo que el de sus competidores, haciendo que se pierda participación en el mercado, hasta llevarlas a la quiebra.

Entre los cambios necesarios para esta transformación está la implementación del idioma inglés, dado que del servicio ofrecido a los clientes de habla inglesa depende el grado de satisfacción obtenido. Un buen manejo de este idioma permitirá una mejor comunicación entre la empresa y sus clientes extranjeros.

Por otra parte, las empresas que estén dispuestas al cambio tendrán que adoptar y capacitar su recurso humano para implementar dentro de su cadena de abastecimiento nuevas herramientas tecnológicas, que ayuden a la capacidad instalada a optimizar el tiempo y la producción, buscando como meta final la satisfacción de las necesidades del



consumidor final.

Por ende, en esta actividad de aprendizaje se estudiará y se desarrollará un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización integrando las TIC. De esta manera, no solo se aplicarán los conceptos aprendidos en situaciones reales, sino que también se mejorará el desempeño dentro de la práctica cotidiana.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 233 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar los materiales de formación “Plan de integración de la cadena de abastecimiento” y “*Supply chain actors and actions in passive voice*”, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y el material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 13: Desarrollar un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización; allí ingresa al respectivo material, que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: TLC y las TIC**

El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y los Estados Unidos de Norte América firmado en el año 2006 y ejecutado el 15 de Mayo del 2012, trajo consigo una serie de implicaciones en las pequeñas y medianas empresas; ya que ingresaban al país productos a muy bajo precio y de mejor calidad.

Las empresas colombianas no contaban con Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que les ayudarán a competir con las mercancías importadas de otros países y sus productos no cumplían con las normas internacionales para exportar, la razón era que los empresarios desconocían las nuevas TIC.



Estas tecnologías abarcan un amplio espectro de opciones para facilitar e impulsar los procesos logísticos, que incluyen los sistemas para almacenar información y recuperarla después de manera rápida, enviar y recibir información de un sitio a otro o procesarla para obtener unos resultados y generar informes.

En este sentido, en Colombia ocurrió un fuerte choque cultural para que las empresas nacionales aplicaran la reingeniería y adoptaran las TIC dentro de sus procesos productivos y operativos, que ayudaran a las empresa a ser más eficientes y eficaces en la búsqueda de una mejor calidad, a un menor costo, aumentando su músculo financiero y reflejándolo en el aumento de las ventas.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante reflexionar sobre las siguientes preguntas:

- o ¿Cree que los empresarios colombianos dentro de sus empresas están adoptando las TIC?
- o ¿Cómo cree que está Colombia frente a otros países de Sur América en el tema de las TIC?
- o ¿Conoce un organismo estatal que se encargue del tema de las TIC?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Implementación de las TIC**

Las TIC son el eje de las organizaciones, ya que integran a todos los actores de la cadena de abastecimiento dentro de su proceso de generar un producto o prestar un servicio, utilizando diferentes herramientas como programas, sistemas, tablas y gráficas, a través de dispositivos, computadores, tabletas y celulares, los cuales se encuentran conectados a una red mediante internet.

Por ello, se puede decir que internet es sin duda el desarrollo tecnológico más revolucionario de las últimas décadas, que abrió la puerta a una nueva forma de ver el mundo, en el que se puede compartir virtualmente todo lo que se puede hacer en la realidad, y a su vez, se pueden traer al plano real todo lo que se encuentra en esta red.



Lo anterior facilita la comunicación de la información dentro de los diferentes departamentos o áreas de la organización en tiempo real, maximizando los recursos y cumpliendo con los volúmenes de producción, distribución y satisfacción de las necesidades del consumidor.

Para llevar todo esto a cabo, se deben formular diferentes planes y estrategias entre todos los actores de la cadena de abastecimiento logístico que ayuden al buen desempeño de la organización.

Teniendo en cuenta lo anteriormente descrito, se sugiere que analice los siguientes interrogantes:

- o ¿Internet es el medio más utilizado por las empresas para comercializar sus productos y servicios?
- o ¿El manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las empresas es una ventaja competitiva frente a sus competidores?
- o ¿Las TIC tienden a hacer a las organizaciones más eficientes y eficaces?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Artículo “Tecnologías de la Información y la Comunicación”**

Con el trabajo realizado a lo largo de este programa de formación se han fortalecido capacidades y habilidades para el análisis, por lo que en esta evidencia debe realizar un artículo sobre el comportamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) dentro de las operaciones logísticas de las cadenas de abastecimiento utilizadas por las empresas en Colombia en el presente año; partiendo del siguiente interrogante:



¿Cómo está Colombia en el tema de las TIC en los siguientes sectores?

- a. Vehículos.
- b. Seguridad.
- c. Servicios.
- d. Celulares.
- e. Hogar.
- f. Industria.

Para lo anterior, consulte en internet o en otras fuentes confiables artículos o noticias de actualidad sobre el tema.

El artículo no debe tener más de tres (3) páginas de contenido y cumplir con los siguientes aspectos:

- o Introducción: donde se atraiga y motive la curiosidad del lector, ofreciendo un panorama general de la clase de pensamiento u opinión que tiene como escritor.
- o Cuerpo o desarrollo del tema: aquí ya se empieza a desarrollar el análisis y la reflexión a través de argumentos, además se visualiza una posición justificada de las preguntas planteadas.
- o Conclusión: implica, entre otras cosas, darle a conocer al lector el punto cúspide de su reflexión u opinión sobre el comportamiento de las TIC en el desarrollo logístico utilizado por las empresas en Colombia, en cuanto a las cadenas de abastecimiento.
- o Referencias: si se utilizan datos o citas de otros autores, debe mencionar las fuentes de donde fueron obtenidos y referenciarlos aplicando normas APA.

Nota: para cumplir con este propósito debe tomar como referencia las consultas realizadas y leer el material de formación “Plan de integración de la cadena de abastecimiento”, perteneciente a esta actividad de aprendizaje.

Desarrolle al artículo con la herramienta ofimática de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.



Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 13: Desarrollar un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización / Evidencia 1: Artículo “Tecnologías de la Información y la Comunicación”. **Total horas: 32, 8 (D) y 24 (I).**

- **Evidencia 2: Cuadro comparativo “Tecnologías de la Información y la Comunicación”**

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el siglo XXI se convirtieron en una ventaja competitiva en el ámbito empresarial. En la actualidad, las empresas grandes y las Pymes han encontrado en las TIC una herramienta para integrar procesos, transformar la productividad y mejorar las relaciones entre sus colaboradores y su competencia. Esta dinámica hace que sus empresas sean más rentables y tengan mayor porcentaje de participación en el mercado.

De su parte, la cadena de abastecimiento no ha sido ajena al impacto de las TIC, ya que han influido positivamente a todos los actores de la cadena de suministros, debido a que operan en un ambiente globalizado y altamente cambiante, en donde la información oportuna y de calidad engrana todos los procesos productivos de la organización.

Por ende, en esta evidencia se busca que a través de un cuadro comparativo y un mapa mental se identifiquen y analicen las diferentes herramientas TIC utilizadas en los procesos de las logísticas de aprovisionamiento, interna y de salida, teniendo en cuenta las variables de costo, tipo de empresa y de mercancías. Para ello, se debe realizar lo siguiente:

1. Elaborar un cuadro comparativo entre:

- Las TIC en la logística de aprovisionamiento.
- Las TIC en la logística interna.
- Las TIC en la logística de salida / distribución.
- Ventajas.
- Desventajas.

Variables:



- Costos.
- Tipo de empresa.
- Tipo de mercancía.

2. Tomando como referencia la información consignada en el cuadro comparativo anterior, realice un mapa mental donde ilustre a través de imágenes las TIC que utilizó en los procesos de las logísticas:

- De aprovisionamiento.
- Interna.
- De salida / distribución.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Plan de integración de la cadena de abastecimiento” y los materiales complementarios asociados a esta actividad de aprendizaje.

Elabore el cuadro comparativo y el mapa mental en la herramienta de su preferencia y envíe los archivos al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Importante: la plataforma solo le permitirá hacer un envío de las evidencias. Por ello debe asegurarse de adjuntar los dos (2) archivos durante la entrega.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 13: Desarrollar un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización / Evidencia 2: Cuadro comparativo “Tecnologías de la Información y la Comunicación”. **Total horas: 40, 8 (D) y 32 (I).**

• **Evidencia 3: Taller “Plan de integración y TIC”**

En esta evidencia debe realizar un taller donde se busca afianzar los conceptos relacionados con los temas del plan de integración de los actores de la cadena de suministros y las TIC utilizadas en una empresa.

Es así, que es fundamental que como futuro tecnólogo en gestión logística se familiarice con esta forma de pensamiento, la cual favorece el desarrollo de habilidades de liderazgo y toma de decisiones.



Para dicho fin, resuelva los puntos que están descritos en el documento descargable asociado a esta evidencia.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Plan de integración de la cadena de abastecimiento” y los materiales complementarios asociados a esta actividad de aprendizaje.

Realice el taller con la herramienta ofimática de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 13: Desarrollar un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización / Evidencia 3: Taller “Plan de integración y TIC”. **Total horas: 46, 10 (D) y 36 (I).**

- **Evidencia 4: Reading Workshop: Inferring from context**

Explicar una fase de la cadena de abastecimiento en inglés se hace más fácil si se estructura de la manera correcta. Conocer el vocabulario y verbos adecuados y saber aplicarlos de acuerdo a cada contexto, permite presentar las ideas de manera coherente y precisa.

Por ello, para afianzar esta habilidad, el aprendiz deberá realizar un taller en el que apropiará los procesos de inferencia textual respecto a temas que conciernen a la cadena de abastecimiento. El aprendiz evaluará su conocimiento respecto al rol que cumplen los diferentes actores de la cadena y, aún más importante, la tarea que desarrollan cada uno de ellos. Así, teniendo en cuenta que el interés principal será en las tareas, más que en los actores, se evaluarán aspectos gramaticales como el uso de la voz activa y pasiva en inglés.

Para tal fin, debe revisar el material de formación *Supply chain actors and actions in passive voice*, además del material complementario disponible para la presente actividad de aprendizaje: “*Active and passive voice*” y “*Context clues*”, y el documento de la evidencia en su versión descargable para conocer más acerca del desarrollo del taller.

Recuerde que la elaboración del taller se puede realizar en la herramienta de su preferencia y, posteriormente, debe enviar el archivo al instructor en formato .doc o .pdf a través de la plataforma virtual de aprendizaje.



Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 13: Desarrollar un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización / Evidencia 4: *“Reading Workshop: Inferring from context”*. **Total horas: 23, 8 (D) y 15 (I).**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 5: Estudio de casos “Situaciones empresariales”**

Si un empresario o gerente quiere que su empresa sobreviva en el entorno laboral, tiene que seguir aprendiendo constantemente, con el propósito de alcanzar un proceso de adaptación y mantenerse al día para evitar el olvido de sus conocimientos. Un aspecto muy importante de ello es la actualización en cuanto a las TIC, que cada día avanzan y se van globalizando rápidamente. Esto quiere decir que si la empresa no se actualiza a nivel tecnológico estará *“out”* o pasado de moda.

Partiendo de lo anterior, para esta evidencia se plantean 5 casos, sobre cada uno de los cuales debe contestar los interrogantes que se formulan. Para ello, descargue el documento asociado a esta evidencia, lea cada caso y resuelva las preguntas.

Realice la evidencia con la herramienta ofimática de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 13: Desarrollar un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización / Evidencia 5: Estudio de casos “Situaciones empresariales”. **Total horas: 42, 8 (D) y 34 (I).**

- **Evidencia 6: Ejercicio práctico “Empresa San Lucas”**

Como es sabido, un plan de mercadeo es la orientación por la cual las empresas promueven sus productos y servicios, con el fin de que éstos lleguen a sus clientes potenciales. Se debe tener en cuenta que dicho plan ha de esforzarse al máximo para dar a conocer la empresa a través de diferentes medios, lo cual va desde la parte



gráfica hasta lo documentado. De igual manera, hay que considerar que para que un plan de mercadeo logre el objetivo propuesto es vital que se creen alianzas estratégicas que le ayuden a la empresa a sobrevivir en el amplio mundo de los negocios.

Por consiguiente, esta evidencia se divide en 2 partes; la primera, donde se debe realizar un plan de mercadeo de la empresa de camisas y pantalones San Lucas, mediante un ejercicio práctico. Para la segunda parte, la empresa San Lucas decide expandir su mercado a nivel nacional e internacional y comienza a realizar alianzas estratégicas entre los proveedores y sus clientes, en donde se debe analizar qué tipo de alianzas serían las que más beneficios proporcionarían a la empresa y justificar su respuesta.

Se sugiere descargar el documento asociado a esta evidencia, para conocer en detalle lo que se debe realizar para la empresa San Lucas.

Desarrolle la evidencia en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 13: Desarrollar un plan que integre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta principios, políticas y requerimientos de la organización / Evidencia 6: Ejercicio práctico "Empresa San Lucas". **Total horas: 50, 10 (D) y 40 (I).**

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 1: Artículo "Tecnologías de la Información y la Comunicación".	Establece la interacción entre los diferentes actores de la cadena de abastecimiento según la caracterización de los clientes y define el modo de contacto entre las partes controlando y centralizando la información acorde con las condiciones tecnológicas	Lista de verificación: Artículo.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

	de los actores de la cadena.	
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Cuadro comparativo “Tecnologías de la Información y la Comunicación”.	Identifica las relaciones entre los actores de la cadena de abastecimiento mediante la evaluación de las tecnologías y la capacidad de desarrollo de las operaciones logísticas.	Lista de verificación: Cuadro comparativo.
Evidencia de conocimiento: Evidencia 3: Taller “Plan de integración y TIC”.	<ul style="list-style-type: none">• Integra los procesos de la cadena de abastecimiento mediante herramientas de gestión teniendo en cuenta el plan maestro de la organización, los tipos de tecnologías entre clientes y proveedores y la estructuración del flujo de materiales, energía e información según las necesidades de los clientes.• Evalúa el diseño de la integración de la cadena de abastecimiento teniendo en cuenta las relaciones entre los procesos de aprovisionamiento, producción, distribución y el nivel de servicio de los clientes.	Lista de verificación: Taller.
Evidencia de	Puede inferir el significado	Lista de chequeo:



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

conocimiento: Evidencia 4: <i>Reading workshop: Inferring from context.</i>	de una palabra u oración dentro de un texto en inglés, así éste no esté explícito.	Taller.
Evidencia de conocimiento: Evidencia 5: Estudio de casos "Situaciones empresariales".	<ul style="list-style-type: none">• Identifica los clientes según los resultados de la segmentación del mercado, necesidades, expectativas y las interrelaciones comerciales de acuerdo con las estrategias de negocios y procesos para ofrecerle el bien o servicio acorde con sus necesidades y expectativas.• Define las relaciones entre los eslabones y socios de acuerdo al nivel de integración de la cadena, sus fortalezas y debilidades a partir de los beneficios mutuos entre clientes según estrategias de gestión y políticas empresariales.	Lista de verificación: Estudio de caso.
Evidencia de producto: Evidencia 6: Ejercicio práctico "Empresa San Lucas".	<ul style="list-style-type: none">• Acuerda de manera ética las estrategias entre proveedores y clientes para el desarrollo de alianzas definiendo el apoyo económico y de equipos, el costo	Lista de verificación: Ejercicio práctico.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

	<p>integral de abastecimiento, la logística de reversa, las asesorías y soportes entre clientes y proveedores mediante el proceso de intercambio de información entre las partes para desarrollar los negocios en las cadenas de abastecimiento según el plan estratégico del negocio y objetivos de las organizaciones.</p> <ul style="list-style-type: none">• Define de manera metódica todo tipo de entregas certificadas entre los proveedores, clientes atender oportunamente las solicitudes y requisiciones de los clientes son atendidas.	
--	--	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Estructurar procesos integrados dentro del Plan Maestro de Logística Comercial .	348 horas.					Profesional en Ingeniería o Administración, que acredite formación en logística y/o con especialización de logística y áreas afines. Profesional en Idiomas (Nivel B2 certificado).	2	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Agent: agente. Es el enlace entre el proveedor y sus clientes.

Distribution: en esta fase, los productos terminados se entregan a las tiendas y puntos de venta con el fin de ser comprado por el consumidor final.

Factoring: préstamo de recursos para el pago de obligaciones con el compromiso de entrega de la empresa al prestamista si no se cumple con la obligación.

Franquicias: una empresa le paga los derechos a otra por la utilización de marca, esos derechos pueden ser pactados en términos de tiempo, la empresa de la franquicia le provee asesoría y entrenamiento.

Grandes superficies (almacenes de cadena): son establecimientos de grandes dimensiones que ofrecen una variedad de productos encaminados a cubrir una amplia gama de necesidades.

Joint venture: asociación de dos o más empresas para generar una tercera, teniendo en cuenta el riesgo compartido.

Licencia: derechos sobre marcas, productos, procesos, procedimientos, patentes, entre otros.

Logística inversa o reversa: la organización que identifica los procesos y actividades necesarias para gestionar el retorno y reciclaje de las mercancías en la cadena de suministro. La logística inversa engloba operaciones de distribución, recuperación y reciclaje de los productos.

Manufacturer: fabricante. Es quien se encarga de convertir la materia prima en producto.

Manufacturing: durante esta fase, la materia prima es convertida en productos terminados.

Maquila o contrato de manufactura: una empresa manufactura o produce para otra con la marca propia de la que le paga dicha producción.

Provider or supplier: proveedor. Quien se encarga de proveer lo necesario para la elaboración o fabricación de un producto.

Retailer: minorista. Son los puntos de venta al detal, cuyo objetivo es el consumidor final.



Supply: abastecimiento. Es cuando se adquieren todos los materiales necesarios para ser transformados en un producto terminado.

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC): se definir como el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro.

Wholesaler: mayorista. Es quien establece la intermediación entre el fabricante y los detallistas.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Balli, B. (s.f.). *La logística reversa o inversa: aporte al control de devoluciones y residuos en la gestión de la cadena de abastecimiento*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <http://www.legiscomex.com>
- Belloch, C. (s.f.). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación (T.I.C.)*. Consultado el 20 de julio de 2016, en <https://www.uv.es>
- Cancino, L. (2013). *Oportunidades de mercado para los productos de valor agregado*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <http://usapeec.org.mx>
- Cano, J., Correa, A. y Gómez, R. (2010). Gestión de almacenes y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). *Estudios Gerenciales*, 26(117), 145-171.
- Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia (Bic Galicia). (s.f.). *Cómo elaborar un plan de marketing*. Consultado el 20 de julio de 2016, en <http://www.bicgalicia.es>
- Chopra, S. y Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministros. Administración de la relación con los clientes*. (3ª ed.). México: Pearson Educación.
- Correa, A. y Gómez, R. (2009). Tecnologías de la información en la cadena de suministro. *Revista DYNA*, 76(157).
- Crecenegocios.com. (s.f.). *Qué es y cómo aplicar el benchmarking*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <http://www.crecenegocios.com>
- Escuela de Organización Industrial (EOI). *Las nuevas tecnologías asociadas a la logística empresarial. Repercusiones sobre el empleo*. Consultado el 20 de julio de



2016, en <https://www.eoi.es>

- Fotolia. (s.f.). *Calendar pages and clock*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <https://co.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Flat design vector illustration concepts icons set*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <https://co.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Global financial business meeting and planning*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <https://co.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Segmentation*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <https://co.fotolia.com>
- Freeman, D. and Murcia, M. (1999). *The grammar book: An ESL/EFL Teacher's Course*. (2nd ed.). Boston, MA: Heinle & Heinle.
- García, O. (2008). *Alianzas Estratégicas*: FIEC.
- Jareño, O. (2009). *Estrategias para mejorar su servicio de atención al cliente*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <http://www.capsulasdemarketing.com>
- Ochoa, A. (s.f.). *El plan de mercadeo*. Consultado el 20 de julio de 2016, en <http://www.camaramedellin.com.co>
- Pearson. (s.f.). *Active and passive voice*. Consultado el 20 de julio de 2016, en <http://www.pfst.unist.hr>
- Pixabay. (2010). *Competidores*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2010). *Computadora portátil, New York*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2010). *Lector de código de barras*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2016). *Apretón de manos*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2016). *Empresarios*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>



- Pixabay. (2016). *Estadísticas*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- ProMéxico. (s.f.). *Alianzas estratégicas, una herramienta de competitividad internacional*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <http://www.promexico.gob.mx>
- Salazar, B. (2016). *Cross docking*. Consultado el 18 de octubre de 2016, en <http://www.ingenieriaindustrialonline.com>
- Schaan, J., Kelly, M. y Tanganelli, D. (2012). *Gestión de alianzas estratégicas: Pirámide*.
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (s.f.). *Actores de la cadena de suministro*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Shur, R. (s.f.). *Passive Voice*. Consultado el 20 de julio de 2016, en <http://www.eslprof.com>
- Universidad de Antioquia. (2015). *Las TIC como apoyo a la educación. Definición del concepto de TIC*. Consultado el 20 de octubre de 2016, en <http://aprendeonlinea.udea.edu.co>
- Web Services - Interoperability Organization. (2002). *Supply Chain Management. Use Case Model*. Consultado el 20 de julio de 2016, en <http://www.ws-i.org>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos

Diego Fernando Echeverry Quintero
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital
Julio de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

Karen Yolima Torres Tafur
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital
Octubre de 2017

Asesores pedagógicos

Andrés Felipe Vargas Correa
Centro Agroindustrial Regional Quindío
Octubre de 2016.

Juliana García Cardona
Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial
Octubre de 2017.

Guionista

Luz Clarena Arias González
Centro Agroindustrial Regional Quindío
Octubre de 2016.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

GUÍA DE APRENDIZAJE N° 14

Programa de Formación: Tecnólogo en Gestión Logística.		Código: 822202		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales.		Código: 1282469		
Fase del proyecto: Fase Ejecución.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo	Consumible
Ejecutar el plan de integración de la cadena logística.	Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta – equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: 210101020-01: Aplicar técnicas de contacto con el cliente teniendo en cuenta el nivel de satisfacción, inquietudes y solicitudes según políticas de servicio al cliente. 210101020-02: Verificar la satisfacción del cliente aplicando los indicadores de gestión según solicitudes, requisiciones y		Competencia: 210101020: Dar soporte a los procesos según políticas y requerimientos de los clientes.		



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

estrategias apoyado en medios electrónicos de acuerdo con las políticas de la organización y la trazabilidad del servicio.	
240201502-01: Comprender una amplia variedad de frases y vocabulario en inglés sobre temas de interés personal y temas técnicos.	240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	115 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Todo proceso dentro de las organizaciones debe orientar sus esfuerzos a la satisfacción de los clientes internos y externos, de esto depende en gran parte el posicionamiento dentro mercados nacionales e internacionales. Lograr ser competitivo dentro de un mundo cambiante y que evoluciona a pasos agigantados por la alta competencia, la economía mundial y la globalización de los mercados, depende en gran porcentaje de dar al cliente lo que necesita, cuando lo necesita y en el lugar que lo necesita.

Estar en constante comunicación con el cliente, implica que se está en el momento justo que se demanda, resolviendo inquietudes y solicitudes que se van presentando en el proceso, para lo cual se deben fijar estrategias que contribuyan a dar una respuesta inmediata y, porque no, a ajustar los procesos de manera rápida a medida que se van presentando anomalías. La respuesta inmediata y oportuna atraerá muchos más clientes.

Por consiguiente, durante el desarrollo de la presente actividad de aprendizaje, se estudiará la manera de utilizar los índices de gestión y su interpretación, de manera que permitan llegar al objetivo principal, que es la satisfacción del cliente externo, por medio de técnicas de contacto asertivas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la realización del diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales puede estar determinada por la calidad de servicio que se ofrezca a los clientes durante todo el proceso de la cadena de abastecimiento.

En este sentido, en ocasiones se hace necesario comunicarse con clientes de habla inglesa para resolver sus inquietudes, a través de herramientas y uso adecuado de los verbos en inglés que permitan entablar un canal de comunicación eficiente, por lo cual también se tratarán temas referentes a los verbos regulares e irregulares en presente y



pasado simple, y algunas herramientas que permiten medir los niveles de satisfacción de los clientes.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 115 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar los materiales de formación “Importancia del servicio al cliente” y “*Using regular and irregular verbs*”, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y el material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto; allí ingresa al respectivo material, que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Importancia de los clientes en las organizaciones**

La importancia de los clientes en las organizaciones juega uno de los papeles más representativos, debido a que son ellos los que determinan la continuidad y el posicionamiento en los mercados tanto nacionales como internacionales, por tal motivo nace la necesidad de crear estrategias y elementos de medición del servicio que contribuyan a optimizar los procesos que generen la satisfacción total del cliente.

Ahora bien, reflexione sobre la siguiente frase, muy conocida de Peter Drucker, considerado el mayor filósofo de la administración:

“Recuerde que lo más importante respecto a cualquier empresa, es que los resultados no están en el interior de sus paredes. El resultado de un buen negocio es un cliente satisfecho”.

Basado en lo anterior, desde su punto de vista, responda los siguientes interrogantes:

o ¿Los indicadores de gestión del servicio son una oportunidad para satisfacer al



cliente o son una herramienta para identificar las debilidades en el servicio?

- o ¿Qué papel juega el servicio en la gestión logística?
- o ¿Cuál o cuáles técnica (s) de contacto conoce que puedan ser aplicadas durante el proceso de la cadena de abastecimiento?
- o ¿Qué papel juega la trazabilidad en la gestión logística?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Políticas organizacionales y técnicas de contacto**

Durante las relaciones comerciales se hace necesario fijar un sinnúmero de estrategias de contacto para establecer una comunicación continua con los clientes, dichas estrategias dependen en gran parte de las políticas organizacionales existentes, el uso de herramientas tecnológicas para la comunicación, la medición del desempeño y la asertividad en la trazabilidad, tanto de productos como de procesos.

Teniendo en cuenta lo anteriormente descrito, se sugiere que analice los siguientes interrogantes:

- o ¿Qué tipos de políticas organizacionales conoce o ha aplicado en su ámbito laboral?
- o Al momento de establecer estrategias de contacto para determinar una adecuada comunicación continua, ¿qué herramientas tecnológicas cree son las más convenientes para utilizar?
- o ¿Qué tan conveniente cree que es aplicar la trazabilidad como estrategia de comunicación?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.



3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Actividad interactiva “Acuerdo comercial y satisfacción del cliente”**

Juan es un asistente de gerencia y se le acaba de asignar la tarea de despachar una mercancía, producto de un acuerdo comercial establecido recientemente entre la empresa donde labora y un cliente residente en Canadá. Para esto, él debe realizar un seguimiento al proceso de envío de la mercancía, desde el alistamiento hasta su llegada al destino escogido por el cliente.

Ayude a Juan a entregar la mercancía correctamente, respondiendo de manera acertada cada una de las preguntas que se realizarán durante el proceso de despacho.

La actividad interactiva se gana acertando a un total de cuatro (4) preguntas.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se debe tener en cuenta el material de formación “Importancia del servicio al cliente” y los materiales complementarios asociados a esta actividad de aprendizaje.

Para acceder a la actividad interactiva, remítase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 1: Actividad interactiva “Acuerdo comercial y satisfacción del cliente”. **Total horas: 5, 1 (D) y 4 (I).**

- **Evidencia 2: Infografía “Índices de gestión de servicio”**

Los índices de gestión de servicio deben aplicarse a cualquier tipo de organización, ya que permiten medir los resultados obtenidos de un servicio prestado. En este tema, se debe recordar que lo que no se mide no se controla, lo cual hace que hoy en día los indicadores jueguen un papel muy importante dentro de la gestión de las compañías.

Basado en lo anterior, elabore una infografía donde se evidencien las diferentes aplicaciones de los indicadores de gestión de servicio al cliente en una organización.



Para esto realice los siguientes pasos:

1. Seleccione una empresa de servicios intangibles (seguros, servicios públicos, consultoría, o la de su preferencia).
2. Elija una empresa de producción.
3. Seleccione una empresa de transporte de mercancía.
4. Una vez haya escogido las empresas, identifique los índices de gestión de servicio al cliente presentes en cada una de ellas. No olvide relacionar lo concerniente a los medios electrónicos o digitales empleados en cada empresa para dicho proceso.
5. Después de realizados los anteriores puntos, proceda con la elaboración de la infografía incluyendo cada uno de los hallazgos realizados.
6. Para finalizar indique en la infografía:
 - o ¿Cuáles Indicadores de gestión son utilizados en cada tipo de empresa?
 - o ¿Qué desea controlar y cómo interpreta el resultado?
 - o ¿Cómo se define cuál es el indicador a utilizar para hacer la medición de un servicio?
 - o ¿Para qué sirven los indicadores de servicio al cliente?
 - o ¿Quiénes son los responsables de interpretar el resultado de los indicadores?
 - o ¿Cuál es el objetivo de utilizar los indicadores de gestión?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Importancia del servicio al cliente” y los materiales complementarios asociados a esta actividad de aprendizaje.

Desarrolle la infografía con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 2:



Infografía “Índices de gestión de servicio”. **Total horas: 20, 4 (D) y 16 (I).**

- **Evidencia 3: Workshop “Customer satisfaction tools”**

Expresar una idea en inglés de manera oral o escrita, requiere de un uso adecuado de los verbos y su correcta conjugación, ya sea en pasado o presente. Por eso, es necesario apropiarse el uso de los verbos en este idioma que pueden usarse para la elaboración de documentos que midan la satisfacción de un cliente de habla inglesa que consuma los productos de una empresa.

Partiendo de lo anterior, se sugiere que descargue y desarrolle los puntos planteados en el documento que se encuentra asociado a esta evidencia.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia debe tener en cuenta el material de formación “Using regular and irregular verbs” y los materiales de apoyo.

Realice el taller con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo en formato .doc o .pdf a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 3: Workshop “Customer satisfaction tools”. **Total horas: 12, 2 (D) y 10 (I).**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 4: Video “Servicio al cliente”**

Teniendo en cuenta los conceptos adquiridos en las evidencias de contextualización y apropiación, realice un video con una propuesta de servicio al cliente, donde su rol es el de Coordinador de gestión logística de un Centro de Distribución (CEDI) y tenga en cuenta las siguientes condiciones:

- o Defina el tamaño de la organización, la política organizacional de la empresa y el sistema de información.



- o Simule un proceso de negociación; puede basarse en la empresa donde usted trabaja o alguna que conozca. La condición es que la negociación debe basarse en transportar una cantidad amplia de productos (toneladas, miles de unidades o alguna máquina), el transporte del producto debe ejecutarse en dos frentes, un traslado a nivel nacional y otro a nivel internacional.
- o Establezca las técnicas de contacto que utilizará desde el proceso de negociación hasta que se culmina el proceso logístico, incluyendo el flujo transaccional.
- o Formule los índices de gestión que serán utilizados y realice una simulación donde se evidencie la utilización de los mismos y la toma de decisiones de acuerdo a los resultados, tanto positivos como negativos.
- o Defina el sistema de trazabilidad a utilizar, para cada uno de los traslados.
- o Acuerde las técnicas de comunicación a utilizar entre la organización y el cliente y defina las estrategias para asegurar la negociación, es decir, proponga algún tipo de promoción que le permita cumplir con los objetivos de mercadeo y ventas.
- o Aplique el proceso de servucción durante la negociación.
- o Simule que ocurren las siguientes situaciones:
 - Para la entrega nacional, hay un derrumbe en la vía, generado por las malas condiciones climáticas lo que ocasiona un posible retraso de 20 horas.
 - Para la entrega internacional, se presentan demoras en la aduana y error en el diligenciamiento de los documentos internacionales, ocasionando un retraso de 2 días.
- o Una vez realizada la propuesta, elabore un video no mayor a 10 minutos donde usted sea uno de los actores y haga la presentación.

Elabore la propuesta y el video en las herramientas de su preferencia y envíe los archivos al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Importante: la plataforma solo le permitirá hacer un envío de las evidencias. Por ello debe asegurarse de adjuntar los dos (2) archivos durante la entrega.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición



de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 4: Video “Servicio al cliente”. **Total horas: 47, 10 (D) y 37 (I).**

- **Evidencia 5: Workshop “Using verbs to build customer satisfaction tools”**

En la interacción con una segunda lengua, no se puede obviar un tema de tanta importancia como lo es el manejo de los verbos. Si un profesional no posee un léxico enriquecido por el manejo de los verbos en inglés, sería casi imposible que pueda expresarse de forma clara en este idioma.

Para afianzar el tema mencionado, lleve a cabo la evidencia *Workshop “Using verbs to build customer satisfaction tools”* estudiando el material de formación “*Using regular and irregular verbs*”, los materiales de apoyo y analizar el siguiente caso:

La empresa “*My sweet candy*” produce caramelos y chicles y necesita conocer la opinión de los clientes, para esto, elaboraron una encuesta para medir el grado de satisfacción y quisieran conocer los resultados a partir de un informe donde se evidencie y analice la situación.

Este taller cuenta con dos momentos: uno escrito y otro oral. Durante el momento inicial, el aprendiz deberá a partir del caso anterior, lo siguiente:

Momento de producción escrita:

- o Leer y analizar la encuesta de medición del grado de satisfacción del cliente, la cual se encuentra en el documento descargable asociado a esta evidencia.
- o Realizar un informe utilizando verbos regulares e irregulares en pasado y presente con un mínimo de 150 palabras y máximo 300 palabras que explique el resultado de la encuesta y si la herramienta usada para medir el grado de satisfacción de los clientes fue el adecuado y porqué. Para el desarrollo de este informe puede usar la herramienta ofimática de su preferencia.
- o Enviar el archivo en formato .doc o .pdf. mediante el enlace dispuesto en la plataforma de aprendizaje.

Momento de producción oral:

En este momento, el aprendiz deberá:

- o Participar en una sesión en línea (previamente definida por el instructor) donde el aprendiz y otros 3 compañeros expondrán su informe de análisis de la encuesta



de satisfacción del cliente indicando si el tipo de herramienta utilizada para medir el grado de satisfacción de los clientes fue el adecuado y el porqué.

El instructor programará la sesión virtual y definirá los grupos de aprendices, el aprendiz deberá revisar constantemente los anuncios en la página principal del programa de formación y los demás canales de comunicación, allí se especificará la fecha y la hora del encuentro.

Recuerde revisar el documento de la evidencia en su versión descargable y conocer más acerca del desarrollo de la evidencia Workshop: *“Using verbs to build customer satisfaction tools”*.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 5: Workshop *“Using verbs to build customer satisfaction tools”*. **Total horas: 13, 2 (D) y 11 (I).**

- **Evidencia 6: Propuesta “Comercio electrónico”**

Teniendo en cuenta la **Evidencia 4: Video “Servicio al cliente”**, perteneciente a esta guía de aprendizaje, realice una propuesta que permita hacer una negociación por medios virtuales. Para la evidencia debe tener en cuenta lo siguiente:

- o Presentación del portafolio de servicios que se ofrece, simulando el proceso desde el punto de vista de un centro de soluciones logísticas o Centro de Distribución (CEDI). Tenga presente incluir en el servicio la utilización de medios electrónicos para la comunicación constante.
- o Estrategia a utilizar para asegurar el negocio de manera virtual.
- o Consideraciones que se tendrían para elegir con quién realizar la negociación.
- o Tipo de negociación que escogería.
- o Elabore todo el ciclo comercial virtual, teniendo en cuenta el proceso de principio a fin, es decir, desde la negociación hasta la entrega del producto al cliente.
- o Especifique el proceso con el cual que realizaría el intercambio electrónico de datos.

Realice la propuesta en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al



instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 6: Propuesta “Comercio electrónico”. **Total horas: 18, 4 (D) y 14 (I).**

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 1: Actividad interactiva “Acuerdo comercial y satisfacción del cliente”.	<ul style="list-style-type: none">• Comprueba el cumplimiento de los procesos requeridos por los clientes teniendo en cuenta las políticas de la organización y la trazabilidad del servicio según los indicadores de desempeño de la organización en los servicios prestados a los clientes.• Analiza el volumen y tamaño de la organización mediante el procesamiento de la información obtenida de proveedores y clientes informando los cambios presentados en los procesos, o unidades de negocio para elaborar debidamente el flujo de transacciones de la organización y el plan de estrategias corporativas.• Maneja con honestidad	Cuestionario: Actividad interactiva.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

	<p>las formas de entregas y pedidos aplica de forma dinámica todo tipo de promociones, publicidad entre los proveedores y empresas según objetivos de mercadeo según clientes estrategias de distribución teniendo en cuenta los acuerdos establecidos entre las partes, de acuerdo a la naturaleza del producto y requisiciones de los procesos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Atiende los clientes externos como proveedores y consumidores personalmente o por medios electrónicos en un período determinado teniendo en cuenta el requerimiento de acuerdo con las solicitudes y estrategias establecidas según políticas de trazabilidad de servicio al cliente.	
<p>Evidencia de desempeño:</p> <p>Evidencia 4: Video “Servicio al cliente”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza el volumen y tamaño de la organización mediante el procesamiento de la información obtenida de proveedores y clientes informando los cambios presentados en los	<p>Lista de chequeo:</p> <p>Video.</p>



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

	<p>procesos, o unidades de negocio para elaborar debidamente el flujo de transacciones de la organización y el plan de estrategias corporativas.</p> <ul style="list-style-type: none">• Maneja con honestidad las formas de entregas y pedidos aplica de forma dinámica todo tipo de promociones, publicidad entre los proveedores y empresas según objetivos de mercadeo según clientes estrategias de distribución teniendo en cuenta los acuerdos establecidos entre las partes, de acuerdo a la naturaleza del producto y requisiciones de los procesos.• Atiende los clientes externos como proveedores y consumidores personalmente o por medios electrónicos en un período determinado teniendo en cuenta el requerimiento de acuerdo con las solicitudes y estrategias establecidas según políticas de trazabilidad de servicio al cliente.	
--	---	--



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

Evidencia de desempeño: Evidencia 5: <i>Workshop</i> <i>"Using verbs to build customer satisfaction tools"</i> .	Explica y defiende sus opiniones técnicas en un debate, utilizando expresiones en inglés.	Lista de chequeo: Taller.
Evidencia de producto: Evidencia 2: Infografía <i>"Índices de gestión de servicio"</i> .	<ul style="list-style-type: none">• Comprueba el cumplimiento de los procesos requeridos por los clientes teniendo en cuenta las políticas de la organización y la trazabilidad del servicio según los indicadores de desempeño de la organización en los servicios prestados a los clientes.• Analiza el volumen y tamaño de la organización mediante el procesamiento de la información obtenida de proveedores y clientes informando los cambios presentados en los procesos, o unidades de negocio para elaborar debidamente el flujo de transacciones de la organización y el plan de estrategias corporativas.	Lista de verificación: Infografía.
Evidencia de producto: Evidencia 3: <i>Workshop</i> <i>"Customer satisfaction tools"</i> .	<ul style="list-style-type: none">• Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una	Lista de verificación: <i>Workshop.</i>



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

	<p>conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.</p> <ul style="list-style-type: none">• Proporciona explicaciones, argumentos y explicaciones lógicas sobre aspectos técnicos de su profesión en un debate.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 6: Propuesta “Comercio electrónico”.</p>	<p>Atiende los clientes externos como proveedores y consumidores personalmente o por medios electrónicos en un período determinado teniendo en cuenta el requerimiento de acuerdo con las solicitudes y estrategias establecidas según políticas de trazabilidad de servicio al cliente.</p>	<p>Lista de verificación:</p> <p>Propuesta.</p>



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Ejecutar el plan de integración de la cadena logística.	348 horas.					Profesional en Ingeniería o Administración, que acredite formación en logística y/o con especialización de logística y áreas afines. Profesional en Idiomas (Nivel B2 certificado).	2	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Atención al cliente: los ofrecidos por las organizaciones que prestan servicio o comercializan productos a sus clientes.

Cliente: persona natural o jurídica que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que los presta por ese concepto.

Comment: comentario.

Complain: queja.

Consumidor: individuo u organización que demanda bienes y/o servicios que ofrece un proveedor.

CRM: *Customer Relationship Management*. Administración Basada en la Relación con los Clientes. Es una estrategia de negocio enfocada al cliente, en la que el objetivo es reunir la mayor cantidad posible de información sobre los clientes para generar relaciones a largo plazo y aumentar así el grado de satisfacción.

Cumplimiento: hacer aquello que se convino en cuanto a tiempo y forma.

Customer: cliente.

ECR: *Efficient Consumer Response*. Respuesta Eficiente al Consumidor, modelo estratégico en el cual proveedores, distribuidores y detallistas trabajan juntos para agregar valor al consumidor y optimizar los procesos comerciales u operacionales de la cadena logística.

Estrategia: conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

Focus group: grupo de enfoque.

Intercambio Electrónico de Datos (EDI): transmisión estructurada de datos entre organizaciones por medios electrónicos. Utilizado para transferir documentos electrónicos o datos de negocio de un sistema computacional a otro.

Mailbox: buzón.

Measure: medir.



Negociación: proceso por el cual dos o más personas naturales y/o jurídicas llegan a un acuerdo sobre un aspecto determinado.

Organización: conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros con el fin de alcanzar los objetivos.

Proveedor: ente que se encarga del abastecimiento de un bien y/o servicio a otra empresa o comunidad.

Suggestion: sugerencia.

Survey: encuesta.

Tecnología: la utilización de equipos y aplicaciones tecnológicas, han permitido competitividad en términos logísticos y especialmente, en el servicio al cliente. Sistemas de trazabilidad, código de barras, radiofrecuencias, GPS, Intercambio Electrónico de Datos (EDI), son algunos ejemplos.

Transacción: operaciones de tipo económico que implican uso de capital o dinero para pagar el costo del bien y/o servicio adquirido.

Trazabilidad: método por el cual se conoce toda la información de los productos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Barberis, P. (2012). *Estrategia colaborativa de trabajo en la cadena de suministro*. ECR. Consultado el 30 de octubre de 2016, en <http://www.emb.cl>
- Barrera, G. (2006). *¿Cómo sistematizar? Una apuesta metodológica para el aprendizaje en las organizaciones*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <http://www.infodesarrollo.ec>
- Bonmati, J. y Vilallonga, M. (1997). Respuesta eficiente al consumidor. *Distribución y consumo*, (33).
- Briceño, M y García, O. (2008). *La servucción y la calidad en la fabricación del servicio*. Consultado el 28 de octubre de 2016 en <http://www.saber.ula.ve>
- Calderón, J. (2010). *Intercambio electrónico de datos EDI (I)*. Consultado el 28 de



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

octubre de 2016 en <https://logistweb.wordpress.com>

- Claver, E. (1998). El intercambio electrónico de datos: pautas para su implantación y factores críticos. *Boletín de estudios económicos*, 53(163), 67-82.
- Cochran, C. (2003). *Customer Satisfaction: Tools, Techniques, and Formulas for Success*. Chico, California: Paton Professional.
- Collado, J. (2002). *Concepto de sistema de información en la organización*: UOC-La universidad virtual.
- College Writing Center. (2005). *Regular / irregular verbs*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en <http://www.stlcc.edu>
- Dinero. (2009). *Indicadores de clientes: ¿Cuáles son?* Consultado el 30 de octubre de 2016, en <http://www.dinero.com>
- E-business Global Coference. (2004). *Casos prácticos de e-business para ser competitivos*. Bilbao, España: Autor.
- ESL Prof. (s.f.). *List of irregular verbs*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <http://www.eslprof.com>
- Fayet, M. y Commeignes, J. (2006). *Redacte informes profesionales*. Barcelona, España: Ediciones Robinbook.
- Ferraro, G. (2004). *La servucción: una herramienta para la gestión*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en <http://eco.unne.edu.ar>
- FMK foromarketing.com. (s.f.). *El primer contacto con el cliente*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en <http://www.foromarketing.com>
- Fotolia. (s.f.). *B2B concept*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *B2C. 3d illustration*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *B2G concept*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Businesspeople in video Conference At Business Meeting*. Consultado el



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>

- Fotolia. (s.f.). *C2C 3d illustration of c2c client to client button*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Callcenter employee with headset*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *CMR Concept*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Customer satisfaction concept with business*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Customer satisfaction concept with business*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Import and export arrow around earth for business*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Management of money*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Woman receiving package from delivery man*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://www.fotolia.com>
- García, F. y Ruiz, A. (2004). *Análisis y propuesta de un modelo logístico para la empresa Productos Agropecuarios Santa Cecilia S. A. de C. V.* Tesis de grado obtenido no publicada. Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.
- GS1 Argentina. (2003). *Implementación de la trazabilidad EAN.UCC. Proyecto TRACE 1*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <http://www.gs1.org.ar>
- Inés CRM. (s.f.). *¿Por qué contar con un CRM en una empresa?* Consultado el 30 de octubre de 2016, en www.inescrm.es
- Instituto Datakey. (s.f.). *La gestión de la satisfacción de los clientes*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en <http://es.slideshare.net>
- King County Executive's Office. (s.f.). *Measuring Customer Satisfaction*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <http://www.kingcounty.gov>



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

- Koontz, H, y O'Donnell, C. (1972). *Principles of Management: And Analysis of Managerial Functions*. McGraw Hill.
- Laudon, K. y Guercio, C. (2009). *E-Commerce, negocios, tecnología, sociedad*. (4ª ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Mora, L. (s.f.). *Indicadores de gestión logísticos*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <https://www.unad.edu.co/>
- Padilla, D. y Quijano, I. (2004). *Diseño de una estrategia tecnológica de Customer Relationship Management (CRM) para la empresa BPM de México*. Tesis de grado obtenido no publicada. Universidad de las Américas Puebla, México.
- Pixabay. (2013). *Estadísticas*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2013). *Trabajadores*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- PricewaterhouseCoopers. (s.f.). *Pilot. Manual de consulta servicio al cliente*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en <https://www.unad.edu.co/>
- Rubio, A. (1989). Políticas en la organización. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 7,15-16.
- Salazar, B. (s.f.). *Respuesta eficiente al consumidor (ECR)*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <http://ingenierosindustriales.jimdo.com>
- Schneider, G. (2004). *Comercio Electrónico*. México: Cengage Learning Editores.
- Serna, G. (2000). *Gerencia estratégica, Planeación y Gestión, Teoría y Metodología*. (3ª ed.). Colombia: Ram Editores.
- SurveyMonkey. (2016). *Customer Satisfaction Survey Template*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en <https://es.surveymonkey.com>
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (s.f.). *Lección 1. Qué es una política empresarial*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <https://www.unad.edu.co/>
- Villar, S. (s.f.). *Tablero de control aplicado a la gestión logística*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en <http://www.ucema.edu.ar>



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

- Wikitel. (s.f.). *Intercambio electrónico de datos*. Consultado el 28 de 2016, en <https://www.wikitel.org/>
- Zandvoort, R. (1976). *A Handbook of English Grammar. Chapter 1*. (7^a ed.). London: Longman Group Ltd.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos

Ingrid Criollo García
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital
Julio de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Julián David Mejía Vargas
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital.
Septiembre 2017

Asesores pedagógicos

Andrés Felipe Vargas Correa
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Junio de 2016.

Juliana García Cardona
Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial
Regional Risaralda
Septiembre de 2017.

Guionista

Luz Clarena Arias González
Centro Agroindustrial Regional Quindío



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

Octubre de 2016.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

GUÍA DE APRENDIZAJE N° 3

Programa de Formación: Tecnólogo en Gestión Logística.		Código: 822202		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales.		Código: 1282469		
Fase del proyecto: Fase Análisis.				
Actividad (es) del proyecto: Realizar un diagnóstico sobre el sector de la logística comercial a nivel internacional y nacional que le permitan reflexionar y visualizar sobre su proyecto de vida.	Actividad (es) de aprendizaje: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización.	Ambiente de formación escenario LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	Materiales de formación	
			Devolutivo (Herramienta - equipo).	Consumible (Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: 210101007-01: Diagnosticar las necesidades de los clientes en los distintos eslabones de la cadena de suministros considerando la relación de la empresa y el sector externo apoyado en las Tecnologías de Información y Comunicación para comparar sus resultados con los objetivos propuestos.		Competencia: 210101007: Formular el plan estratégico de logística, de acuerdo con los objetivos corporativos de la empresa y requerimientos del mercado.		



210101001-01: Interpretar los diferentes tipos de proyecciones en la determinación de los pronósticos mediante la aplicación de simuladores para determinar la oferta y la demanda del mercado de bienes y servicios según los objetivos de la organización.

210101001-02: Analizar la relación entre las políticas de producción y las proyecciones de la oferta y la demanda del mercado potencial, real, los inventarios, tipos de *stock*, ciclos de pedidos y la capacidad de producción de la empresa.

210101001: Proyectar las necesidades y requerimientos según el proceso o unidades de negocio.

Duración de la guía (en horas):

112 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Toda empresa debe contar con una cadena de abastecimiento eficaz y eficiente, que incluye a los proveedores, al fabricante, al distribuidor y al cliente. Dicha cadena debe ayudar para que el producto se comercialice y cumpla con la normativa de calidad, pues los clientes demandan una serie de necesidades, que deben estar contenidas en el producto o en el servicio que está dentro de la cadena de abastecimiento.

Por otra parte, la oferta y la demanda también cumplen un papel relevante dentro de dicha cadena, al entender la demanda como la cantidad de un bien, o de un servicio, que las personas desean adquirir; y la oferta, como la cantidad de un bien o un servicio, que el vendedor pone a la venta. Es de aclarar, que estas dos variables económicas determinan las diferentes necesidades de los clientes dentro de la cadena de abastecimiento.

Por tal motivo, en esta actividad de aprendizaje se busca identificar las diferentes necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento, y cuáles son las nuevas tendencias tecnológicas de comunicación entre áreas y empresas, que finalmente intervienen en la cadena de abastecimiento de un producto y de un servicio, de acuerdo a la oferta y la demanda.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 112 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.



Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje es necesario que revise el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, que explore los materiales complementarios y realice consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y el material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización; allí ingresa al respectivo material, que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Actores de una cadena de abastecimiento**

A manera de reflexión personal y con el fin de conocer su manejo sobre el tema, se le sugiere analizar los siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son los principales actores de una cadena de abastecimiento?
- ¿Qué entiende por oferta y por demanda?
- ¿Qué conoce por inventario de mercancías?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: La cadena de abastecimiento**

Una cadena de abastecimiento es una red de instalaciones y distribuciones que tiene como función la obtención, la transformación y la distribución de materias primas, en productos terminados, para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Es importante reconocer las características de la cadena de abastecimiento; en primer lugar, ella debe ser dinámica, al integrar y engranar factores internos y externos, en las



diferentes áreas de la empresa. Además, la cadena de abastecimiento debe contar con un efectivo flujo de información y comunicación, entre todos los actores que intervienen en ella; y finalmente, los clientes tienen que ser parte esencial de la cadena, pues siempre el propósito es satisfacer sus necesidades.

Teniendo en cuenta lo anterior y basado en sus conocimientos previos sobre el tema, se le invita a analizar las siguientes preguntas:

- ¿Considera que cuando hay mal servicio en los almacenes de cadena se debe a falla de alguno de los actores de la cadena de abastecimiento?
- ¿Cree que el gobierno tiene injerencia en el servicio que se ofrece durante el proceso logístico?

Recuerde que también puede realizar consultas en la web y en otros medios, con el fin de fortalecer sus conocimientos acerca de esta temática.

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

• Evidencia 1: Actores de la cadena de abastecimiento

Para que una empresa sea competitiva dentro de un mercado local, nacional o internacional, se deben aplicar estrategias que tengan como prioridad lograr la excelencia de todos los actores de la cadena de abastecimiento, y alcanzar la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Por ende, la efectividad de la información suministrada acerca de un producto, hace que la demanda de los clientes sea atendida en el menor tiempo posible. En este orden de ideas, es pertinente desarrollar estrategias, que articulen de manera exitosa, los principales actores de la cadena de abastecimiento, que son los proveedores, el fabricante, el distribuidor y el cliente.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, para esta evidencia debe identificar los principales actores que intervienen en una cadena de abastecimiento y detallar el



proceso de cada uno de dichos actores dentro de una empresa. Para lograrlo, realice lo siguiente:

Primero escoja una empresa, puede ser una que posea o la de su preferencia y especifique lo siguiente:

- El tipo de actividad de la empresa.
- Los productos que elabora.
- Segmento del mercado o cliente final.
- Estrategias de Tecnología de la Información y la Comunicación para el servicio al cliente.

Después, identifique los actores de la cadena de suministro, y describa sus respectivas funciones dentro de la empresa.

Posteriormente, elabore un diagrama de flujo del proceso de la cadena de abastecimiento de la empresa elegida.

Una vez haya realizado lo anterior, para finalizar responda:

- ¿Cuál es la importancia de cada uno de los actores de la cadena de abastecimiento en la empresa que eligió?
- ¿Cuál cree que es el aporte de cada uno de los actores de la cadena de abastecimiento frente a las necesidades de los clientes que consumen los productos?
- ¿Con qué canales cuenta la empresa seleccionada?
- ¿Qué recursos usaría para diagnosticar situaciones objeto de mejora, que ayuden a dinamizar la cadena de abastecimiento de la empresa?

En un documento consigne la respuesta a cada uno de los puntos solicitados anteriormente, y al final indique qué recursos de apoyo basados en las TIC, se pueden emplear para conocer las necesidades de los clientes y poder mejorar los procesos de la cadena de abastecimiento.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje, el video denominado



“Video 3. Cadena de Abastecimiento” y otros recursos que pueda consultar en la web.

Desarrolle esta evidencia en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 1: Actores de la cadena de abastecimiento.
Total horas: 38, 5 (D) y 33 (I).

- **Evidencia 2: Evaluación “La oferta y la demanda”**

La evaluación correspondiente a esta actividad de aprendizaje, busca verificar el conocimiento adquirido y validar su competencia en las distintas temáticas tratadas. Esta evaluación consta de 10 preguntas y su duración es de 1 hora.

Recuerde que tiene habilitado un único intento, así que una vez empiece la prueba debe terminarla.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 2: Evaluación “La oferta y la demanda”.
Total horas: 8, 1 (D) y 7 (I).

- **Evidencia 3: Análisis de caso “Generalidades de la oferta y la demanda”**

Para el desarrollo de esta evidencia primero debe leer el caso que se plantea en el documento descargable que hace parte de ésta.

Seguidamente, después de conocer las fallas presentes en la cadena de producción de la empresa que se describe en el caso, y teniendo en cuenta su rol como experto asesor, responda las preguntas que vienen a continuación y plantee posibles soluciones para cada una de ellas. Como mínimo haga dos planteamientos por cada pregunta:

- Conociendo la situación actual de LPQ Shoes S.A. ¿Cree que la empresa está preparada para cumplir con un pedido de 500 cajas diarias para un cliente nuevo?
- ¿Qué mejoras plantearía para lograr una mayor eficiencia y eficacia de los procesos realizados dentro de la cadena de abastecimiento de la empresa?



- Si la empresa decidiera exportar sus productos a Chile, ¿qué nuevos actores de la cadena de abastecimiento se verían involucrados en dicha situación?
- ¿Cómo se debería manejar el *stock* de la empresa en caso de exportación?
- ¿Cuáles serían los efectos en los procesos de producción de la empresa al atender nuevas ofertas y demandas del producto a exportar?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, y los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

Desarrolle el análisis de caso en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 3: Análisis de caso “Generalidades de la oferta y la demanda”. **Total horas: 30, 5 (D) y 25 (I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 4: Diagnóstico de necesidades de los clientes**

Para esta evidencia debe realizar una actividad de diagnóstico que permita determinar las necesidades que puede presentar un cliente frente a determinado producto o servicio. Para el desarrollo de la misma, debe realizar una encuesta y utilizar los resultados en una matriz DOFA, siguiendo los siguientes pasos:

Primero, identifique un establecimiento donde se vendan productos, bien sea una tienda, un supermercado o el sitio de su preferencia.

Después, hágale una encuesta a mínimo 10 clientes del establecimiento, en dicho instrumento debe incluir las siguientes preguntas:



- ¿Con qué frecuencia visita este establecimiento?
- ¿Qué productos compra con mayor frecuencia en este lugar?
- ¿Qué busca en estos sitios, ¿buenos productos o una buena atención?
- ¿Encuentra todo lo que necesita en este establecimiento?
- ¿Este establecimiento tiene elementos tecnológicos que le faciliten la ubicación o el acceso a información sobre los productos que ofrece?

Una vez que haya aplicado la encuesta, analice la información e identifique las posibles necesidades de los clientes. Lo debe realizar, asignando una escala que vaya de 1 a 5, donde 1 represente la necesidad de menor importancia y 5 la más relevante.

Luego, realice una matriz DOFA con la información obtenida y determine las debilidades, las oportunidades, las fortalezas y las amenazas presentes en el establecimiento elegido para desarrollar esta evidencia.

Finalmente indique: ¿Cómo utilizaría los resultados del diagnóstico para ayudar en el mejoramiento de los procesos de cada uno de los eslabones de la cadena de suministro para satisfacer a dichos clientes?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia debe tener en cuenta el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, el “Instructivo técnico matriz DOFA”, que está disponible en los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje y de igual manera se sugiere tener en cuenta los demás materiales.

Desarrolle el diagnóstico en la herramienta de su preferencia, envíe las encuestas y el documento con el desarrollo de cada uno de los puntos de esta evidencia al instructor, en un archivo comprimido, a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 4: Diagnóstico de necesidades de los clientes. **Total horas: 25, 5 (D) y 20 (I).**

- **Evidencia 5: Ejercicio práctico “Proyección de la oferta y la demanda”**

Proyectar la posible oferta y la demanda de un producto o servicio, puede convertirse



en un factor determinante para definir el éxito en el mercado. En este orden ideas, para este ejercicio práctico, debe proyectar la posible oferta y demanda para una nueva línea de productos.

Para el desarrollo de esta evidencia, inicialmente debe realizar consultas en la web o en otros medios académicos, acerca de los siguientes temas: intercepto, cantidad de equilibrio, precio de equilibrio, excedente del consumidor y excedente del productor.

Una vez cuente con dicha información, realice lo siguiente:

- Identifique una línea de productos a utilizar y defina tres referencias para dicho producto.
- Establezca las variables de demanda, de oferta y de intercepto para cada una de las referencias. Este es un ejemplo:

Referencia A	
Demanda Intercepto: 160 Pendiente: -3	Oferta Intercepto: 40 Pendiente: 1

- Una vez cuente con la información anterior, úsela en el documento “Simulador de oferta y demanda”, que está adjunto a esta evidencia y que de igual manera puede encontrar en los materiales complementarios de esta actividad de aprendizaje. Posteriormente, halle los siguientes datos: cantidad de equilibrio, precio de equilibrio, excedente del consumidor y excedente del productor.

Después de contar con los datos obtenidos en el simulador, para cada una de las referencias del producto, debe interpretar la información y proyectar la oferta y la demanda que puede tener la línea de productos que escogió para esta evidencia.

Nota: para el desarrollo de este ejercicio práctico debe tener en cuenta el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, el “Simulador de oferta y demanda” y los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

Desarrolle esta evidencia en la herramienta de su preferencia, envíe al instructor el simulador y el archivo con cada uno de los puntos solicitados para esta evidencia, en un archivo comprimido, a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes



en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 5: Ejercicio Práctico “Proyección de la oferta y la demanda”. **Total horas: 11, 3 (D) y 8 (I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Evaluación “La oferta y la demanda”.	Analiza los efectos de la oferta y la demanda que condicionan los procesos de producción y los niveles de inventarios según capacidad y políticas de producción definidas por la organización.	Cuestionario: Evaluación.
Evidencia de producto: Evidencia 1: Actores de la cadena de abastecimiento.	Relaciona los resultados de los diagnósticos con las políticas de planeación de las estrategias logísticas para la determinación las políticas de gestión de <i>stocks</i> , políticas de distribución de acuerdo con los modos de transporte, almacenamiento e inventarios teniendo en cuenta el comportamiento de los indicadores de gestión logística y el interés de la organización.	Lista de verificación: Documento escrito.
Evidencia de producto: Evidencia 3: Análisis de caso “Generalidades de la oferta y la demanda”.	<ul style="list-style-type: none">Determina el comportamiento de la oferta y la demanda de los productos comercializados por la empresa mediante el análisis de los datos	Lista de verificación: Análisis de caso.



	<p>históricos de los productos que afecten los niveles de producción y venta de la compañía.</p> <ul style="list-style-type: none">• Estima la oferta y demanda en unidades físicas mediante la aplicación de diferentes técnicas de proyección de las variables relacionadas con el comportamiento del mercado.• Analiza la tendencia del entorno económico de acuerdo con el comportamiento del mercado y el perfil del consumidor para determinar la oferta y la demanda del mercado de bienes y servicios.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 4: Diagnóstico de necesidades de los clientes.</p>	<p>Aplica herramientas de diagnóstico para determinar las amenazas y oportunidades estratégicas de la empresa frente a las políticas, estrategias de gestión y mercadeo de la organización.</p>	<p>Lista de verificación:</p> <p>Matriz.</p>
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 5: Ejercicio práctico “Proyección de la oferta y la demanda”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza la tendencia del entorno económico de acuerdo con el comportamiento del mercado y el perfil del consumidor para determinar la oferta y la	<p>Lista de verificación:</p> <p>Ejercicio práctico.</p>



	<p>demanda del mercado de bienes y servicios.</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplica herramientas de diagnóstico para determinar las amenazas y oportunidades estratégicas de la empresa frente a las políticas, estrategias de gestión y mercadeo de la organización.	
--	--	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (equipos / herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Realizar un diagnóstico sobre el sector de la logística comercial a nivel internacional y nacional que le permitan reflexionar y visualizar su proyecto de vida.	550					Profesional en Ingeniería o Administración, que acredite formación en logística y/o con especialización de logística y áreas afines.	1	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Abastecimiento: actividad que se lleva a cabo para satisfacer las necesidades de consumo de una estructura económica.

Actuar: tomar acciones para mejorar continuamente el desarrollo de los procesos.

Cliente: persona o empresa que utiliza los bienes y los servicios de un profesional o de una empresa.

Demanda: es la cantidad de un bien o de un servicio, que las personas desean adquirir.

Distribuidor: es la persona o la empresa que se encarga de vender un producto o un servicio. Como norma general, aquel actúa entre el productor y el consumidor.

Fabricante: es la persona o la empresa que se dedica a la fabricación o elaboración de un producto.

Hacer: acción e implementación de los procesos dentro de una organización.

Internet: es la infraestructura de la tecnología de la información para la empresa digital.

Intranet: red interna basada en tecnologías, en estándares de internet y de la World Wide Web.

Oferta: es la cantidad de un bien o de servicio, que el vendedor pone a la venta.

Planear: fijación de misiones y de objetivos dentro de una organización, en búsqueda de un resultado a corto, mediano o largo plazo.

Proveedor: es la persona o la empresa que abastece y suministra un producto o un servicio.

Suministro: es el acto y la consecuencia de suministrar, es decir, proveer a un sujeto de algo que requiere.

Verificar: medir y realizar seguimiento a los procesos y a los productos.



6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Ballesteros, D. y Ballesteros, P. (2004). *La logística competitiva y la administración de la cadena de suministros*. Pereira, Colombia: Scientia et technica.
- Ballou, R. (2004). *Logística, administración de la cadena de suministro*. (5ª ed.). Naucalpan de Juárez, México: Prentice hall.
- Blacutt, M. (2005). *Principios de economía vital*. La Paz, Bolivia.
- Calva, J. (2009). *Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Chopra, S. y Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministro, estrategia, planeación y operación*. (3ª ed.). Naucalpan de Juárez, México: Prentice hall.
- Coyle, J., Langley, C., Novack, R. y Gibson, B. (2013). *Administración de la cadena de suministros. Una perspectiva logística*. (9ª ed.). Ciudad de México, México: Cengage learning.
- Crum, C. y Palmatier, G. (2003). *Las mejores prácticas para administrar la demanda*. J. Ross publishing.
- Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales. (2014). *Control y manejo de inventario y almacén*. Consultado el 22 de julio de 2016, en <http://www.fiaep.org>
- Grant, D., Trautrim, A. y Yew, C. (2015). *Logística sostenible y gestión de la cadena de suministro*. Kogan page.
- Guerrero, H. (2010). *Inventarios, manejo y control*. Starbook.
- Guzmán, R. (2008). *Oferta y demanda de capacitación en República Dominicana*. Santo Domingo, República Dominicana: Consejo Nacional de Competitividad.
- Kash, R. (2003). *La nueva ley de la demanda y la oferta*. Barcelona, España: Empresa activa.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica*. México: Pearson educación.
- Logistec. (2012). *Cadena de suministro de reserva: completando el circuito de la*



cadena de suministro.

- Meza, J. (2015). *El efecto del marketing entre oferta y demanda*. Consultado el 22 de julio de 2016, en <http://revistaconsultoria.com.mx>
- Milán, F. (s.f.). *La cadena de suministro del mañana*. Consultado el 22 de julio de 2016, en <http://www.adl-logistica.org>
- Muñiz, R. (s.f.). *Marketing en el siglo XXI*. Consultado el 22 de julio de 2016, en <http://www.marketing-xxi.com>
- Pixabay. (2015). *Almacén, máquina y trabajador*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2015). *Atención al cliente*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (s.f.). *Empresarios en reunión*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <https://pixabay.com>
- Thomas, A. (2010). *Seguridad en la cadena de suministro*. Estados Unidos: Praeger.
- Yepes, V. (2010). *Los clientes, determinación de sus necesidades*. Universidad Politécnica de Valencia.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Experto técnico

Diego Fernando Echeverry Quintero
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la información
Regional Distrito Capital
Mayo de 2016.

Asesor pedagógico

Andrés Felipe Vargas Correa
Centro Agroindustrial Regional Quindío
Julio de 2016.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

Líder de Planificación y Adecuación Didáctica

Martha Lucía Giraldo Ramírez
Centro Agroindustrial Regional Quindío
Julio de 2016.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02
Código:
GFPI-F-019

GUÍA DE APRENDIZAJE N° 3

Programa de Formación: Tecnólogo en Gestión Logística.		Código: 822202		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales.		Código: 1282469		
Fase del proyecto: Fase Análisis.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo	Consumible
Realizar un diagnóstico sobre el sector de la logística comercial a nivel internacional y nacional que le permitan reflexionar y visualizar sobre su proyecto de vida.	Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta - equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: 210101007-01: Diagnosticar las necesidades de los clientes en los distintos eslabones de la cadena de suministros considerando la relación de la empresa y el sector externo apoyado en las Tecnologías de Información y Comunicación para comparar sus resultados con los objetivos propuestos.		Competencia: 210101007: Formular el plan estratégico de logística, de acuerdo con los objetivos corporativos de la empresa y requerimientos del mercado.		



210101001-01: Interpretar los diferentes tipos de proyecciones en la determinación de los pronósticos mediante la aplicación de simuladores para determinar la oferta y la demanda del mercado de bienes y servicios según los objetivos de la organización.

210101001-02: Analizar la relación entre las políticas de producción y las proyecciones de la oferta y la demanda del mercado potencial, real, los inventarios, tipos de *stock*, ciclos de pedidos y la capacidad de producción de la empresa.

210101001: Proyectar las necesidades y requerimientos según el proceso o unidades de negocio.

Duración de la guía (en horas):

112 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Toda empresa debe contar con una cadena de abastecimiento eficaz y eficiente, que incluye a los proveedores, al fabricante, al distribuidor y al cliente. Dicha cadena debe ayudar para que el producto se comercialice y cumpla con la normativa de calidad, pues los clientes demandan una serie de necesidades, que deben estar contenidas en el producto o en el servicio que está dentro de la cadena de abastecimiento.

Por otra parte, la oferta y la demanda también cumplen un papel relevante dentro de dicha cadena, al entender la demanda como la cantidad de un bien, o de un servicio, que las personas desean adquirir; y la oferta, como la cantidad de un bien o un servicio, que el vendedor pone a la venta. Es de aclarar, que estas dos variables económicas determinan las diferentes necesidades de los clientes dentro de la cadena de abastecimiento.

Por tal motivo, en esta actividad de aprendizaje se busca identificar las diferentes necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento, y cuáles son las nuevas tendencias tecnológicas de comunicación entre áreas y empresas, que finalmente intervienen en la cadena de abastecimiento de un producto y de un servicio, de acuerdo a la oferta y la demanda.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 112 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.



Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje es necesario que revise el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, que explore los materiales complementarios y realice consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y el material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización; allí ingresa al respectivo material, que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Actores de una cadena de abastecimiento**

A manera de reflexión personal y con el fin de conocer su manejo sobre el tema, se le sugiere analizar los siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son los principales actores de una cadena de abastecimiento?
- ¿Qué entiende por oferta y por demanda?
- ¿Qué conoce por inventario de mercancías?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: La cadena de abastecimiento**

Una cadena de abastecimiento es una red de instalaciones y distribuciones que tiene como función la obtención, la transformación y la distribución de materias primas, en productos terminados, para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Es importante reconocer las características de la cadena de abastecimiento; en primer lugar, ella debe ser dinámica, al integrar y engranar factores internos y externos, en las



diferentes áreas de la empresa. Además, la cadena de abastecimiento debe contar con un efectivo flujo de información y comunicación, entre todos los actores que intervienen en ella; y finalmente, los clientes tienen que ser parte esencial de la cadena, pues siempre el propósito es satisfacer sus necesidades.

Teniendo en cuenta lo anterior y basado en sus conocimientos previos sobre el tema, se le invita a analizar las siguientes preguntas:

- ¿Considera que cuando hay mal servicio en los almacenes de cadena se debe a falla de alguno de los actores de la cadena de abastecimiento?
- ¿Cree que el gobierno tiene injerencia en el servicio que se ofrece durante el proceso logístico?

Recuerde que también puede realizar consultas en la web y en otros medios, con el fin de fortalecer sus conocimientos acerca de esta temática.

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

• Evidencia 1: Actores de la cadena de abastecimiento

Para que una empresa sea competitiva dentro de un mercado local, nacional o internacional, se deben aplicar estrategias que tengan como prioridad lograr la excelencia de todos los actores de la cadena de abastecimiento, y alcanzar la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Por ende, la efectividad de la información suministrada acerca de un producto, hace que la demanda de los clientes sea atendida en el menor tiempo posible. En este orden de ideas, es pertinente desarrollar estrategias, que articulen de manera exitosa, los principales actores de la cadena de abastecimiento, que son los proveedores, el fabricante, el distribuidor y el cliente.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, para esta evidencia debe identificar los principales actores que intervienen en una cadena de abastecimiento y detallar el



proceso de cada uno de dichos actores dentro de una empresa. Para lograrlo, realice lo siguiente:

Primero escoja una empresa, puede ser una que posea o la de su preferencia y especifique lo siguiente:

- El tipo de actividad de la empresa.
- Los productos que elabora.
- Segmento del mercado o cliente final.
- Estrategias de Tecnología de la Información y la Comunicación para el servicio al cliente.

Después, identifique los actores de la cadena de suministro, y describa sus respectivas funciones dentro de la empresa.

Posteriormente, elabore un diagrama de flujo del proceso de la cadena de abastecimiento de la empresa elegida.

Una vez haya realizado lo anterior, para finalizar responda:

- ¿Cuál es la importancia de cada uno de los actores de la cadena de abastecimiento en la empresa que eligió?
- ¿Cuál cree que es el aporte de cada uno de los actores de la cadena de abastecimiento frente a las necesidades de los clientes que consumen los productos?
- ¿Con qué canales cuenta la empresa seleccionada?
- ¿Qué recursos usaría para diagnosticar situaciones objeto de mejora, que ayuden a dinamizar la cadena de abastecimiento de la empresa?

En un documento consigne la respuesta a cada uno de los puntos solicitados anteriormente, y al final indique qué recursos de apoyo basados en las TIC, se pueden emplear para conocer las necesidades de los clientes y poder mejorar los procesos de la cadena de abastecimiento.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje, el video denominado



“Video 3. Cadena de Abastecimiento” y otros recursos que pueda consultar en la web.

Desarrolle esta evidencia en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 1: Actores de la cadena de abastecimiento.
Total horas: 38, 5 (D) y 33 (I).

- **Evidencia 2: Evaluación “La oferta y la demanda”**

La evaluación correspondiente a esta actividad de aprendizaje, busca verificar el conocimiento adquirido y validar su competencia en las distintas temáticas tratadas. Esta evaluación consta de 10 preguntas y su duración es de 1 hora.

Recuerde que tiene habilitado un único intento, así que una vez empiece la prueba debe terminarla.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 2: Evaluación “La oferta y la demanda”.
Total horas: 8, 1 (D) y 7 (I).

- **Evidencia 3: Análisis de caso “Generalidades de la oferta y la demanda”**

Para el desarrollo de esta evidencia primero debe leer el caso que se plantea en el documento descargable que hace parte de ésta.

Seguidamente, después de conocer las fallas presentes en la cadena de producción de la empresa que se describe en el caso, y teniendo en cuenta su rol como experto asesor, responda las preguntas que vienen a continuación y plantee posibles soluciones para cada una de ellas. Como mínimo haga dos planteamientos por cada pregunta:

- Conociendo la situación actual de LPQ Shoes S.A. ¿Cree que la empresa está preparada para cumplir con un pedido de 500 cajas diarias para un cliente nuevo?
- ¿Qué mejoras plantearía para lograr una mayor eficiencia y eficacia de los procesos realizados dentro de la cadena de abastecimiento de la empresa?



- Si la empresa decidiera exportar sus productos a Chile, ¿qué nuevos actores de la cadena de abastecimiento se verían involucrados en dicha situación?
- ¿Cómo se debería manejar el *stock* de la empresa en caso de exportación?
- ¿Cuáles serían los efectos en los procesos de producción de la empresa al atender nuevas ofertas y demandas del producto a exportar?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, y los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

Desarrolle el análisis de caso en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 3: Análisis de caso “Generalidades de la oferta y la demanda”. **Total horas: 30, 5 (D) y 25 (I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 4: Diagnóstico de necesidades de los clientes**

Para esta evidencia debe realizar una actividad de diagnóstico que permita determinar las necesidades que puede presentar un cliente frente a determinado producto o servicio. Para el desarrollo de la misma, debe realizar una encuesta y utilizar los resultados en una matriz DOFA, siguiendo los siguientes pasos:

Primero, identifique un establecimiento donde se vendan productos, bien sea una tienda, un supermercado o el sitio de su preferencia.

Después, hágale una encuesta a mínimo 10 clientes del establecimiento, en dicho instrumento debe incluir las siguientes preguntas:



- ¿Con qué frecuencia visita este establecimiento?
- ¿Qué productos compra con mayor frecuencia en este lugar?
- Qué busca en estos sitios, ¿buenos productos o una buena atención?
- ¿Encuentra todo lo que necesita en este establecimiento?
- ¿Este establecimiento tiene elementos tecnológicos que le faciliten la ubicación o el acceso a información sobre los productos que ofrece?

Una vez que haya aplicado la encuesta, analice la información e identifique las posibles necesidades de los clientes. Lo debe realizar, asignando una escala que vaya de 1 a 5, donde 1 represente la necesidad de menor importancia y 5 la más relevante.

Luego, realice una matriz DOFA con la información obtenida y determine las debilidades, las oportunidades, las fortalezas y las amenazas presentes en el establecimiento elegido para desarrollar esta evidencia.

Finalmente indique: ¿Cómo utilizaría los resultados del diagnóstico para ayudar en el mejoramiento de los procesos de cada uno de los eslabones de la cadena de suministro para satisfacer a dichos clientes?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia debe tener en cuenta el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, el “Instructivo técnico matriz DOFA”, que está disponible en los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje y de igual manera se sugiere tener en cuenta los demás materiales.

Desarrolle el diagnóstico en la herramienta de su preferencia, envíe las encuestas y el documento con el desarrollo de cada uno de los puntos de esta evidencia al instructor, en un archivo comprimido, a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 4: Diagnóstico de necesidades de los clientes. **Total horas: 25, 5 (D) y 20 (I).**

- **Evidencia 5: Ejercicio práctico “Proyección de la oferta y la demanda”**

Proyectar la posible oferta y la demanda de un producto o servicio, puede convertirse



en un factor determinante para definir el éxito en el mercado. En este orden ideas, para este ejercicio práctico, debe proyectar la posible oferta y demanda para una nueva línea de productos.

Para el desarrollo de esta evidencia, inicialmente debe realizar consultas en la web o en otros medios académicos, acerca de los siguientes temas: intercepto, cantidad de equilibrio, precio de equilibrio, excedente del consumidor y excedente del productor.

Una vez cuente con dicha información, realice lo siguiente:

- Identifique una línea de productos a utilizar y defina tres referencias para dicho producto.
- Establezca las variables de demanda, de oferta y de intercepto para cada una de las referencias. Este es un ejemplo:

Referencia A	
Demanda Intercepto: 160 Pendiente: -3	Oferta Intercepto: 40 Pendiente: 1

- Una vez cuente con la información anterior, úsela en el documento “Simulador de oferta y demanda”, que está adjunto a esta evidencia y que de igual manera puede encontrar en los materiales complementarios de esta actividad de aprendizaje. Posteriormente, halle los siguientes datos: cantidad de equilibrio, precio de equilibrio, excedente del consumidor y excedente del productor.

Después de contar con los datos obtenidos en el simulador, para cada una de las referencias del producto, debe interpretar la información y proyectar la oferta y la demanda que puede tener la línea de productos que escogió para esta evidencia.

Nota: para el desarrollo de este ejercicio práctico debe tener en cuenta el material de formación “Cadena de abastecimiento y las necesidades del cliente”, el “Simulador de oferta y demanda” y los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

Desarrolle esta evidencia en la herramienta de su preferencia, envíe al instructor el simulador y el archivo con cada uno de los puntos solicitados para esta evidencia, en un archivo comprimido, a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 3: Realizar un diagnóstico de las necesidades de los clientes



en la cadena de abastecimiento para proyectar la oferta y la demanda, de acuerdo con los objetivos de la organización / Evidencia 5: Ejercicio Práctico “Proyección de la oferta y la demanda”. **Total horas: 11, 3 (D) y 8 (I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Evaluación “La oferta y la demanda”.	Analiza los efectos de la oferta y la demanda que condicionan los procesos de producción y los niveles de inventarios según capacidad y políticas de producción definidas por la organización.	Cuestionario: Evaluación.
Evidencia de producto: Evidencia 1: Actores de la cadena de abastecimiento.	Relaciona los resultados de los diagnósticos con las políticas de planeación de las estrategias logísticas para la determinación las políticas de gestión de <i>stocks</i> , políticas de distribución de acuerdo con los modos de transporte, almacenamiento e inventarios teniendo en cuenta el comportamiento de los indicadores de gestión logística y el interés de la organización.	Lista de verificación: Documento escrito.
Evidencia de producto: Evidencia 3: Análisis de caso “Generalidades de la oferta y la demanda”.	<ul style="list-style-type: none">Determina el comportamiento de la oferta y la demanda de los productos comercializados por la empresa mediante el análisis de los datos	Lista de verificación: Análisis de caso.



	<p>históricos de los productos que afecten los niveles de producción y venta de la compañía.</p> <ul style="list-style-type: none">• Estima la oferta y demanda en unidades físicas mediante la aplicación de diferentes técnicas de proyección de las variables relacionadas con el comportamiento del mercado.• Analiza la tendencia del entorno económico de acuerdo con el comportamiento del mercado y el perfil del consumidor para determinar la oferta y la demanda del mercado de bienes y servicios.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 4: Diagnóstico de necesidades de los clientes.</p>	<p>Aplica herramientas de diagnóstico para determinar las amenazas y oportunidades estratégicas de la empresa frente a las políticas, estrategias de gestión y mercadeo de la organización.</p>	<p>Lista de verificación:</p> <p>Matriz.</p>
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 5: Ejercicio práctico “Proyección de la oferta y la demanda”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza la tendencia del entorno económico de acuerdo con el comportamiento del mercado y el perfil del consumidor para determinar la oferta y la	<p>Lista de verificación:</p> <p>Ejercicio práctico.</p>



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

	<p>demanda del mercado de bienes y servicios.</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplica herramientas de diagnóstico para determinar las amenazas y oportunidades estratégicas de la empresa frente a las políticas, estrategias de gestión y mercadeo de la organización.	
--	--	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (equipos / herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Realizar un diagnóstico sobre el sector de la logística comercial a nivel internacional y nacional que le permitan reflexionar y visualizar su proyecto de vida.	550					Profesional en Ingeniería o Administración, que acredite formación en logística y/o con especialización de logística y áreas afines.	1	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Abastecimiento: actividad que se lleva a cabo para satisfacer las necesidades de consumo de una estructura económica.

Actuar: tomar acciones para mejorar continuamente el desarrollo de los procesos.

Cliente: persona o empresa que utiliza los bienes y los servicios de un profesional o de una empresa.

Demanda: es la cantidad de un bien o de un servicio, que las personas desean adquirir.

Distribuidor: es la persona o la empresa que se encarga de vender un producto o un servicio. Como norma general, aquel actúa entre el productor y el consumidor.

Fabricante: es la persona o la empresa que se dedica a la fabricación o elaboración de un producto.

Hacer: acción e implementación de los procesos dentro de una organización.

Internet: es la infraestructura de la tecnología de la información para la empresa digital.

Intranet: red interna basada en tecnologías, en estándares de internet y de la World Wide Web.

Oferta: es la cantidad de un bien o de servicio, que el vendedor pone a la venta.

Planear: fijación de misiones y de objetivos dentro de una organización, en búsqueda de un resultado a corto, mediano o largo plazo.

Proveedor: es la persona o la empresa que abastece y suministra un producto o un servicio.

Suministro: es el acto y la consecuencia de suministrar, es decir, proveer a un sujeto de algo que requiere.

Verificar: medir y realizar seguimiento a los procesos y a los productos.



6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Ballesteros, D. y Ballesteros, P. (2004). *La logística competitiva y la administración de la cadena de suministros*. Pereira, Colombia: Scientia et technica.
- Ballou, R. (2004). *Logística, administración de la cadena de suministro*. (5ª ed.). Naucalpan de Juárez, México: Prentice hall.
- Blacutt, M. (2005). *Principios de economía vital*. La Paz, Bolivia.
- Calva, J. (2009). *Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Chopra, S. y Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministro, estrategia, planeación y operación*. (3ª ed.). Naucalpan de Juárez, México: Prentice hall.
- Coyle, J., Langley, C., Novack, R. y Gibson, B. (2013). *Administración de la cadena de suministros. Una perspectiva logística*. (9ª ed.). Ciudad de México, México: Cengage learning.
- Crum, C. y Palmatier, G. (2003). *Las mejores prácticas para administrar la demanda*. J. Ross publishing.
- Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales. (2014). *Control y manejo de inventario y almacén*. Consultado el 22 de julio de 2016, en <http://www.fiaep.org>
- Grant, D., Trautrim, A. y Yew, C. (2015). *Logística sostenible y gestión de la cadena de suministro*. Kogan page.
- Guerrero, H. (2010). *Inventarios, manejo y control*. Starbook.
- Guzmán, R. (2008). *Oferta y demanda de capacitación en República Dominicana*. Santo Domingo, República Dominicana: Consejo Nacional de Competitividad.
- Kash, R. (2003). *La nueva ley de la demanda y la oferta*. Barcelona, España: Empresa activa.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica*. México: Pearson educación.
- Logistec. (2012). *Cadena de suministro de reserva: completando el circuito de la*



cadena de suministro.

- Meza, J. (2015). *El efecto del marketing entre oferta y demanda*. Consultado el 22 de julio de 2016, en <http://revistaconsultoria.com.mx>
- Milán, F. (s.f.). *La cadena de suministro del mañana*. Consultado el 22 de julio de 2016, en <http://www.adl-logistica.org>
- Muñiz, R. (s.f.). *Marketing en el siglo XXI*. Consultado el 22 de julio de 2016, en <http://www.marketing-xxi.com>
- Pixabay. (2015). *Almacén, máquina y trabajador*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2015). *Atención al cliente*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (s.f.). *Empresarios en reunión*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <https://pixabay.com>
- Thomas, A. (2010). *Seguridad en la cadena de suministro*. Estados Unidos: Praeger.
- Yepes, V. (2010). *Los clientes, determinación de sus necesidades*. Universidad Politécnica de Valencia.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Experto técnico

Diego Fernando Echeverry Quintero
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la información
Regional Distrito Capital
Mayo de 2016.

Asesor pedagógico

Andrés Felipe Vargas Correa
Centro Agroindustrial Regional Quindío
Julio de 2016.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código:
GFPI-F-019

Líder de Planificación y Adecuación Didáctica

Martha Lucía Giraldo Ramírez
Centro Agroindustrial Regional Quindío
Julio de 2016.



Regresar

Registro de ingresos

Identificación

Search

Nombre

Search

Rango fecha registro

01/08/2020

31/08/2020

Usuarios registrados en ficha

Identificación	Nombre	Correo Electrónico
81720590cc	SERGIO IVAN ORDOÑEZ HERNANDEZ	sergiolvanch@hotmail.com
88199170cc	NORBERTO FUENTES LEON	caro.lay05@hotmail.com
98566669cc	JACK ROBERTO SALEBE PINEDA	jsalebepineda1@hotmail.com
1026268535cc	LEIDY CAROLINA GARZON MANRIQUE	carito.gama@gmail.com
1057578649cc	LUIS REYNEL RAMIREZ CRUZ	jrcruz@gmail.com
1002623044cc	DEISY YULIETH DELGADO RAYO	deisydelgado1991@gmail.com
52849808cc	LIDA NURY URBINA MENDEZ	lnurbina@gmail.com
76326545cc	CLAUDIO FERNANDO CRUZ ROA	claudiofdocruz@gmail.com
1116782018cc	ALEXANDRA PATIÑO ANAVE	alexandra881206@gmail.com
15488798cc	JOSE DARWIN MONTOYA COSSIO	77darwin@hotmail.es
1120870135cc	ANYI KATERINE ZABALA LOZANO	angiezabala93@gmail.com
1024481765cc	JEYSON GERLEY FORERO LOZANO	chewui2@hotmail.com
1070976733cc	SANTIAGO RODRIGUEZ PACHON	santiagopachon190@gmail.com
1098786214cc	DUVAN ENRIQUE RODRIGUEZ COLMENARES	duvan_20c@hotmail.com
25278399cc	DUVAN ROJANO MARTINEZ	duvanrojo21@gmail.com
76326796cc	ADRIANA GUZMAN RESTREPO	adrianagr@misena.edu.co
1052393640cc	LUIS CARLOS MEJIA PERAFAN	luiscaarlosmejia@misena.edu.co
1056075520cc	JESSICA TATIANA FONSECA DIAZ	jfonseca@hotmail.com
1082941870cc	JORGE LUIS BERMUDEZ ROJAS	jorgepunk55@hotmail.com
1024562189cc	LIZETH VERONICA CAMPO RIATIGA	liche11_91@hotmail.com
1035435824cc	DAVID ANDRES CHAGUALA CULMA	davidandreschaguala@gmail.com
1085289573cc	ALEXIS MEJIA MUÑOZ	alexismemu@hotmail.com
1099961447cc	JENNY EMILCE ORDOÑEZ MUÑOZ	jennyardonezmu@gmail.com
17496859cc	JUAN ELIAS CHAVEZ POMBO	juaneliasm19@gmail.com
79760659cc	URIEL ROMERO HOYOS	uriel.romero.h@hotmail.com

58

Total usuarios

50

Total de Aprendizices

8

Total de Instructores

23

Ingresos únicos

35

Sin ingresos únicos

Sin problema: Sin ingreso: En riesgo: Mayoría de días sin ingreso:

31

Rango de días

01/08/2020

Primera fecha de registro

17/08/2020

Última fecha de registro

Distribución de ingresos



Días de ingreso

Usuario	Anuncios	Edición de contenidos	Evidencias	Exámenes	Recursos
1002623044cc DEISY YULIETH DELGADO RAYO	02:09:51				
1016010818cc FRANCY JULIETH AREVALO FLOREZ	00:00:05				
1024481765cc JEYSON GERLEY FORERO LOZANO	02:18:16				
1024562189cc DAVID ANDRES CHAGUALA CULMA	03:07:28				
1026268535cc LEIDY CAROLINA GARZON MANRIQUE	00:20:45				
1035435824cc ALEXIS MEJIA MUÑOZ	06:41:28				
1047470205cc ALDAIR ANDRES BARRIOS MARTINEZ	00:01:32		00:00:47		
1052393640cc JESSICA TATIANA FONSECA DIAZ	05:45:06		00:14:06	00:00:35	00:00:00

01/08/2020	31/08/2020
------------	------------

Identificación	Nombre	Correo Electrónico
10006553841	LAURA CALE GOMEZ	callegomez0507@gmail.com
100104474730c	KAREN DAYANNA REYES BUSTOS	reyesbustoskar@gmail.com
1001975005430c	DAVID CALET AHUMADA FERIA	davidahumada300@gmail.com
10030894230c	ANGIE PAOLA IBARRA GARAY	anpaiga43@gmail.com
10124088244c	DANIEL FERNANDO MELO LUCUMI	danielfernando9m91@gmail.com
101904961910c	LEONARDO ANDRES CUERVO SALAMANCA	andresleo900813@gmail.com
10230202211c	FERNANDO GUERRA BERNAL	guerra04bernal@hotmail.com
10306209730c	KATHERINE VANEESA MARINO HURLANDA	katherinamarinda93@gmail.com
10324803750c	JOSE ESTEBAN CASTELLANO MURTADO	janesteban7@gmail.com
10337765930c	TATIANA ALEXANDRA RAYO CASTILLA	ta_r_15@hotmail.es
10575924090c	ALONSO FRANCISCO MEDINA CAMARGO	medamcar306@gmail.com
107315771810c	JHON ALEXANDER AMADO CORTES	jamado10.8@gmail.com
11044344740c	SINDI PAOLA MONTIEL AVAL	sindimontiel@gmail.com
11105746030c	WILSON ANDRES AVILEZ FLOREZ	wilsonandresflorez07@gmail.com
11136739630c	JOAN SEBASTIAN JIMENEZ NARVAEZ	sebsa96@hotmail.com
11433563320c	LILIANA MARGARITA AVILA ALVAREZ	lilianamaravila@gmail.com
11433683290c	LIZETH YULIETH MENDO VILLEGAS	lizethvillegas011@hotmail.com
11829127490c	MARCELY ANTONIO IBARRA GONZALEZ	marcelayana@hotmail.com
147029580c	NICOLAS ESTEBAN MENDOZA TABARES	nicol1685@hotmail.com
252783990c	ADRIANA GUZMAN RESTREPO	adrianaguzmanm@misena.edu.co
314373200c	MARLY QUINTERO RAMIREZ	marlyresc@hotmail.com
345376790c	CLECIO PATRICIA GARCES GALLEGO	cipaga@misena.edu.co
345403302c	MARIA ISABEL ALLEGRIA CERON	maliagreceron@misena.edu.co
345633250c	CARMEN ALICIA CAMPO	carmen_a@misena.edu.co
717876650c	LUIS FELPE LOIZA MONSALVE	felpelo23at7@gmail.com
75727140c	YONIS ALFREDO TOVAR GARCIA	yotogar@gmail.com

28
Sin ingresos únicos

17/08/2020
Última fecha de registro

Fecha	Número de usuarios que ingresaron
01 ago	9
02 ago	12
03 ago	10
04 ago	12
05 ago	12
06 ago	12
07 ago	10
08 ago	4
09 ago	5
10 ago	15
11 ago	12
12 ago	9
13 ago	10
14 ago	9
15 ago	12
16 ago	14
17 ago	10

Usuario	Anuncios	Edición de contenidos	Evidencias	Exámenes	Revisión
☐ 1003082845cc DANIEL JOSE VILLADIEGO MONTES	06:22:05		04:07:55	00:04:29	00:00:00
☐ 1012378385cc JOSE ALFREDO MELO ACOSTA	02:46:36				
☐ 1016079502cc YAIRA ALEJANDRA DELGADO GOMEZ	00:04:25				
☐ 1035426934cc TOMAS ANDRES PINEDA SANCHEZ	04:20:21				
☐ 1045689213cc GREY DE JESUS ALVAREZ ALVAREZ	06:11:45				
☐ 1052387483cc JEISSON JOSE VASQUEZ MARTINEZ	02:31:27		01:09:57	00:00:49	
☐ 1075677639cc MARIA JULIANA GOMEZ RODRIGUEZ	02:06:50		00:04:06		
☐ 1075685248cc YEIMI DANIELA TORRES ROMERO	02:56:41				

Regresar

Registro de ingresos

Identificación

Search

Nombre

Search

Rango fecha registro

01/08/202031/08/2022

Usuarios registrados en ficha

Identificación	Nombre	Correo Electrónico
1008455441i	MICHEL DAYANNA BARRERA MURILLO	dayanamichelbarreramu
1007229500cc	CARLOS ANDRES ROMERO MARQUEZ	chimorayo@gmail.com
1015402348cc	JOHANA CATHERINE ROJAS MORENO	Jo_vis87@Hotmail.com
1047371857cc	JOHANA PATRICIA PALACIO MARRUGO	johanapalaciom@gmail.com
1047429841cc	VANESA CAROLINA BALZAN AYOLA	vanjo15@gmail.com
1048217281cc	LEIDY JOHANA BENITEZ VALLEJO	leidy_benitez08@hotmail.com
1152705960cc	CARLOS ALBERTO ZAPATA MARIN	carlitoxmarin1970@hotmail.com
34563325cc	CARMEN ALICIA CAMPO	carmen_a@misena.edu.co
85270491cc	HELIAM ABRAHAM BAYTER CASTRO	habc2015@gmail.com
94266505cc	DIEGO FERNANDO GOMEZ RIOS	dieguisimo9@gmail.com
98715534cc	ROBINSON ACEVEDO BERRIO	robinson_principe@hotmail.com
1090177402cc	JULIAN MAURICIO ESCALANTE BRAND	mariscola0493@hotmail.com
1143137420cc	LUIS ELIECER MIRANDA PEREZ	luemirpe@hotmail.com
1000604050i	MARIA PAULA MEDRANO RESTREPO	paula.restrepo.210802@gmail.com
31432960cc	NATALIA TOBON RESTREPO	natore1983@gmail.com
1020745246cc	SERGIO ALBERTO AREVALO CARDONA	acsergioa@gmail.com
1075297163cc	JHON FERNANDO CAMARGO DIAZ	yoncamargo96@gmail.com
1143969514cc	ANA BEIBA GEMBUEL FERNANDEZ	anita.1994teamo@gmail.com
1012402539cc	JESUS ALBERTO PARADA ASCENCIO	chucho_j18@hotmail.com
1026596424cc	KAREN LORENA MARTINEZ VARGAS	karendi.s.p.16@hotmail.com
1030691619cc	SAIDA JASBLEIDY CASTIBLANCO ROMERO	saidys2010@hotmail.com
1066186150cc	YURANIS ANDREA PEREZ FUENTES	yuranisperez9623f@gmail.com
1081399940cc	ELIANA MERCEDES ALVIRA JORGE	elianalvira@hotmail.es
1098760578cc	JHONNATAN ALEXIS JEREZ SARMIENTO	tokiohod@hotmail.com
12994084cc	JESUS ALVEIRO PINTA PINTA	japinta4@misena.edu.co
76326796cc	LUIS CARLOS MEJIA PERAFAN	luiscarlosmejia@misena.edu.co

55

Total usuarios

51

Total de Aprendices

4

Total de Instructores

44

Ingresos únicos

11

Sin ingresos únicos

761

Rango de días

01/08/2020

Primera fecha de registro

17/08/2020

Última fecha de registro

Distribución de ingresos

Días de ingreso

Usuario	Anuncios	Edición de contenidos	Evidencias	Exámenes	Reactivos
1000604050i MARIA PAULA MEDRANO RESTREPO	03:19:25				
1002735869i ANGIE SALINAS HERNANDEZ	04:11:29		00:00:28	00:02:21	
1003150769i YULIANA SATIZABAL ÑAÑEZ	03:05:41		00:00:05		
1004360889i ANDERSON YESID TORRES VARELA	04:53:06				
1007229500cc CARLOS ANDRES ROMERO MARQUEZ	00:32:40		00:01:51		
1012347365cc FABIAN CAMILO LATORRE PEREZ	02:29:04		01:33:00	00:00:22	
1012402539cc JESUS ALBERTO PARADA ASCENCIO	02:24:36				
1019022170cc DEYSI LORENA MEDINA VELASQUEZ	04:27:02				

https://sena.territorio.la/seguimiento/index.php?idPersona=1552059&idGrupo=329024&relacion=1701&social=2777174

1/1



Registro de ingresos

Identificación

Search

Nombre

Search

Rango fecha registro

01/08/2020

01/08/2022

Usuarios registrados en ficha

Identificación	Nombre	Correo Electrónico
1001185241i	ANDREA KATERIN CRUZ PADILLA	andreakaterincruz@hotmail.com
1001710388cc	ANGELA LOPEZ SANIN	anyelasanin@gmail.com
1012357226cc	ELIANA KATHERINE MONROY SANCHEZ	ekms_15@hotmail.com
1015400968cc	MARGARITA ROSA PONCE RODRIGUEZ	margaritahponce@gmail.com
1015439170cc	LAURA CATHERINE PEDRAZA GONZALEZ	catemot196@gmail.com
1037577432cc	ANDRES URIBE OSSA	andres01011987@gmail.com
1047495002cc	JORGE ENRIQUE TORRES VILLADIEGO	jtortesvilladiego@gmail.com
1069260208cc	BRILLIT KAROLINA VARGAS ALVAREZ	bkarito8812@gmail.com
1073818942cc	YONELIS ESTHER MARTINEZ GARCES	yoemsmaga11@hotmail.com
1098795383cc	JHON FREDY CAICEDO LOZADA	jfcjhoncaicedo@misena.edu.co
34563325cc	CARMEN ALICIA CAMPO	carmen_a@misena.edu.co
4437513cc	DANIEL GRISALES MAHECHA	grisales06@hotmail.com
1019028151cc	LILIANA MARCELA GOMEZ MONTENEGRO	marceg617@gmail.com
52814548cc	JEINY JOHANA PACHON IZQUIERDO	johanajpachoni@hotmail.com
1042093931cc	JUAN PABLO HERNANDEZ ARIAS	juju_elc@hotmail.com
72346979cc	JONATHAN IGNACIO MARTINEZ QUINTERO	jimq09@hotmail.com
76326796cc	LUIS CARLOS MEJIA PERAFAN	luiscarlosmejia@misena.edu.co
1030562842cc	DAVID STEVEN URBANO MOLANO	green.147@hotmail.com
1049930776cc	DIEGO ALFONSO LOBO JULIO	diazdiegojulio15@outlook.com
1069750611cc	CAROLINA ROMERO VARGAS	caro.romerito95@gmail.com
1102871006cc	ANDREA CAROLINA RODRIGUEZ PESTANA	andreasrodriguezpe@holi.com
52990341cc	ANA LUCIA NARANJO INFANTE	analuzia28@gmail.com
77186904cc	EDINSON JOSE PACHECO LOBO	palobo1@hotmail.com
79898669cc	FERNEY CIFUENTES MORALES	ferney2311@hotmail.com
80224039cc	JONATHAN VERGARA RUBIO	jonathanvr83@gmail.com
86044407cc	ALBEIRO CASTILLO BETANCOURT	albeiro.castillo.1974@gmail.com

51

Total usuarios

47

Total de Aprendices

4

Total de Instructores

39

Ingresos únicos

12

Sin ingresos únicos

Sin problema: Sin ingreso: En riesgo: Mayoría de días sin ingreso:

731

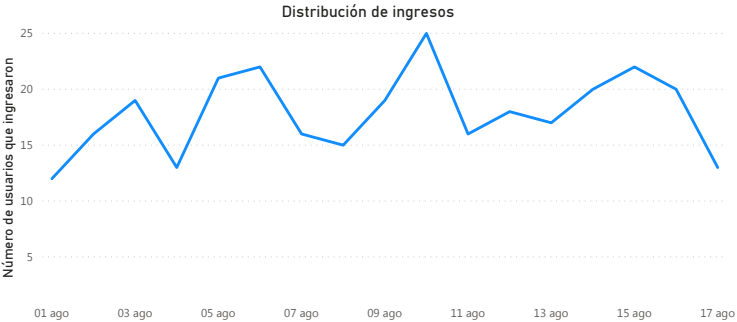
Rango de días

01/08/2020

Primera fecha de registro

17/08/2020

Última fecha de registro



Días de ingreso

Usuario	Anuncios	Edición de contenidos	Evidencias	Exámenes	Reactivos
1000329703cc DANIELA LEYTON RICO	03:47:37		00:15:01	00:02:04	
1000444773cc LAURA SANCHEZ	05:00:55				
1001185241i ANDREA KATERIN CRUZ PADILLA	00:01:05		00:00:05		
1001872291cc ERIKA PATRICIA OROZCO FERNANDEZ	05:54:05		00:02:19		
1012386784cc ANGIE KATHERINE RIVERA CRUZ	01:14:25		00:00:18	00:00:27	00:3
1014194640cc EDUIN ORLANDO BERNAL MORENO	05:16:59		00:32:03	00:00:11	00:0
1014282357cc JESICA DAYANA CHAVARO ZAMBRANO	11:54:11		00:00:07	00:00:34	
1015410407cc JORGE IVAN MORALES CONDE	00:28:51				
1015439170cc LAURA CATHERINE PEDRAZA	01:00:00				