



Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

RESOLUCIÓN N° 0473/2026

POR LA CUAL SE APRUEBA EL PROGRAMA DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA “DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA”, DE LA CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING – PLAN 2026 DE LA FP-UNA, CON CARGO DE DAR CUENTA AL CONSEJO DIRECTIVO.

06 de mayo del 2026

VISTO Y CONSIDERANDO: El Memorando DA/0704/2026 del Director Académico de la FP-UNA, Prof. MSc. Felipe Santiago Uzabal Ecurra, con el cual remite el Memorando CCPTCC/022/2026 de la Comisión Coordinadora del Proyecto de Transformación Curricular de las Carreras de la FP-UNA, en el que presenta los programas de estudio de la Carrera Ingeniería en Marketing correspondientes al proyecto académico 2026.

Que los programas de estudios son equivalentes para las ofertas académicas de Ingeniería en Marketing en la sede San Lorenzo, y las filiales de Coronel Oviedo y Villarrica.

Que la Comisión Coordinadora del Proyecto de Transformación Curricular de Carreras de Grado, solicita la aprobación del Programa de Estudio de la asignatura “**Distribución y Logística**”, de la carrera Ingeniería en Marketing – Plan 2026.

Que los programas fueron elaborados conforme a las disposiciones establecidas por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONES) en materia de **créditos académicos**, según lo dispuesto en la Resolución CONES N.° 221/2024, que regula el *Sistema de Créditos Académicos – Paraguay* y los criterios para su aplicación en las carreras de grado.

La Ley N° 4995/2013 de Educación Superior.

El Estatuto de la Universidad Nacional de Asunción, Art. 84, inc. “f”.

POR TANTO: en uso de sus facultades y atribuciones legales,

LA DECANA DE LA FACULTAD POLITÉCNICA RESUELVE:

Art. 1° Aprobar el Programa de Estudio de la Asignatura “**Distribución y Logística**”, de la carrera Ingeniería en Marketing – Plan 2026 de la FP-UNA, detallado en el ANEXO de la presente Resolución, con cargo de dar cuenta al Consejo Directivo.

Art. 2° Comunicar, copiar y archivar.

Prof. Abg. Joel Aisenio Benítez Santacruz
Secretario de la Facultad

Prof. Ing. Silvia Teresa Leiva León, MSc.
Decana





Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

RESOLUCIÓN N° 0473/2026

POR LA CUAL SE APRUEBA EL PROGRAMA DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA “DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA”, DE LA CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING – PLAN 2026 DE LA FP-UNA, CON CARGO DE DAR CUENTA AL CONSEJO DIRECTIVO.

06 de mayo del 2026

VISTO Y CONSIDERANDO: El Memorando DA/0704/2026 del Director Académico de la FP-UNA, Prof. MSc. Felipe Santiago Uzabal Ecurra, con el cual remite el Memorando CCPTCC/022/2026 de la Comisión Coordinadora del Proyecto de Transformación Curricular de las Carreras de la FP-UNA, en el que presenta los programas de estudio de la Carrera Ingeniería en Marketing correspondientes al proyecto académico 2026.

Que los programas de estudios son equivalentes para las ofertas académicas de Ingeniería en Marketing en la sede San Lorenzo, y las filiales de Coronel Oviedo y Villarrica.

Que la Comisión Coordinadora del Proyecto de Transformación Curricular de Carreras de Grado, solicita la aprobación del Programa de Estudio de la asignatura “**Distribución y Logística**”, de la carrera Ingeniería en Marketing – Plan 2026.

Que los programas fueron elaborados conforme a las disposiciones establecidas por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONES) en materia de **créditos académicos**, según lo dispuesto en la Resolución CONES N.° 221/2024, que regula el *Sistema de Créditos Académicos* – Paraguay y los criterios para su aplicación en las carreras de grado.

La Ley N° 4995/2013 de Educación Superior.

El Estatuto de la Universidad Nacional de Asunción, Art. 84, inc. “f”.

POR TANTO: en uso de sus facultades y atribuciones legales,

LA DECANA DE LA FACULTAD POLITÉCNICA RESUELVE:

Art. 1° Aprobar el Programa de Estudio de la Asignatura “**Distribución y Logística**”, de la carrera Ingeniería en Marketing – Plan 2026 de la FP-UNA, detallado en el ANEXO de la presente Resolución, con cargo de dar cuenta al Consejo Directivo.

Art. 2° Comunicar, copiar y archivar.

Prof. Abg. Joel Arsenio Benítez Santacruz
Secretario de la Facultad

Prof. Ing. Silvia Teresa Leiva León, MSc.
Decana





UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA

ANEXO RESOLUCIÓN N° 0473/2026

DEPARTAMENTO DE ENSEÑANZA DE GESTIÓN
PROGRAMA DE ESTUDIO

I. IDENTIFICACIÓN

Nivel					Grado.									
Asignatura					Distribución y Logística.									
Carrera					Plan		Sede/Filial		Carácter		Semestre		Prerrequisitos	
Ingeniería en Marketing					2026		Sede San Lorenzo/Filial Villarrica/Filial Coronel Oviedo		Obligatoria		Octavo		Gerencia de Producto	
Semanal							Periodo							
HT		HP		HTD	HTI	HS	PA	THTD		THTI	THA		CA-PY	
2		2		4	4	8	18	72		72	144		5	

- Siglas:
- *HT: Horas Teóricas semanales.
 - *HP: Horas Prácticas semanales.
 - *HTD: Horas semanales de Trabajo académico con acompañamiento Docente.
 - *HTI: Horas semanales de Trabajo académico Independiente del estudiante.
 - *HS: Horas Semanales (HTD+HTI).
 - *PA: Periodo Académico en semanas.
 - *THTD: Total de Horas de Trabajo académico con acompañamiento Docente (HTD*PA).
 - *THTI: Total de Horas de Trabajo académico Independiente del estudiante (HTI*PA).
 - *THA: Total de Horas de trabajo Académico (THTD+THTI).
 - *CA-PY: Créditos académicos de la asignatura.

II. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura Distribución y Logística se integra al eje de conocimientos profesionales de la carrera de Ingeniería en Marketing con el objetivo de proporcionar al estudiante los fundamentos, estrategias y herramientas necesarias para gestionar eficientemente los procesos logísticos y de distribución dentro de una cadena de suministro. En un contexto empresarial altamente competitivo, globalizado y digitalizado, la logística se convierte en una función clave para garantizar la disponibilidad de productos, la reducción de costos operativos y la mejora del servicio al cliente.

Este espacio académico permite al estudiante comprender la lógica sistémica que rige la gestión de inventarios, el almacenamiento, el transporte, la distribución física y la planificación de operaciones, así como su interacción con los canales de distribución, los operadores logísticos y los flujos de información. Además, incorpora el análisis de los desafíos de la logística internacional, los requisitos legales para la exportación y la aplicación de los Incoterms, contribuyendo a una visión global del comercio y la competitividad.

El futuro Ingeniero en Marketing no solo debe comprender la logística como una función operativa, sino también como una fuente de valor estratégico que impacta directamente en la experiencia del cliente y en la sostenibilidad del negocio. Por tanto, esta asignatura promueve el desarrollo de competencias para diseñar e implementar soluciones logísticas innovadoras, sostenibles y alineadas a los objetivos comerciales, integrando tecnologías emergentes, métricas de desempeño (KPI) y buenas prácticas sectoriales.

Con ello, el estudiante afianza una perspectiva integral, capaz de conectar decisiones logísticas con la estrategia de marketing y los resultados organizacionales, desarrollando habilidades para liderar equipos, optimizar procesos, interactuar con actores del canal y adaptarse a escenarios cambiantes del entorno nacional e internacional.

III. COMPETENCIAS DEL PERFIL DE EGRESO ASOCIADAS

- 1. Liderar, emprender y trabajar en equipo con eficacia y responsabilidad tomando decisiones basadas en evidencias.
- 2. Aplicar en la práctica profesional los valores humanos, la ética y los mecanismos de seguridad laboral.
- 3. Actuar proactivamente frente a los problemas sociales y ambientales.
- 4. Adaptarse respetuosamente a contextos nuevos o adversos, así como a diversidades personales, disciplinares y culturales.
- 5. Actualizarse permanentemente mediante la obtención y gestión autónoma de información de calidad, utilizando tecnología de la información y comunicación.
- 6. Evaluar el comportamiento de diversos fenómenos disciplinares e interdisciplinares relacionados con el área de marketing con una visión de sistema, mediante modelos teóricos validados y actualizados, capaces de abarcarlos integralmente, en un contexto de incertidumbre.
- 7. Seleccionar, construir y utilizar herramientas innovadoras vinculadas al ejercicio de la ingeniería en marketing.
- 8. Producir, aplicar y difundir conocimientos técnicos y científicos en el área de la ingeniería en marketing.
- 9. Planificar, diseñar y ejecutar proyectos sostenibles e integrales para la resolución de problemas, la mejora y la innovación en el área de la ingeniería en marketing.
- 10. Interpretar, modelar y comunicar información referida a la ingeniería en marketing en forma gráfica.

IV. ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

Unidad	Contenidos	Resultados de Aprendizaje
1. Fundamentos de Logística y Cadena de Suministro.	1.1 Concepto y funciones de la logística. 1.2 Logística en la cadena de suministro. 1.3 Logística integral y valor para el cliente.	1. Explica el rol de la logística en la cadena de suministro. 2. Identifica los componentes claves de la logística integral.
2. Tipologías de Logística y Operadores.	2.1 Logística interna, externa, inversa, verde. 2.2 Logística urbana y de última milla. 2.3 Funciones y tipos de operadores logísticos (3PL, 4PL, etc.)	1. Clasifica los diferentes tipos de logística según su función. 2. Describe el papel de los operadores logísticos en la cadena de valor.
3. Gestión de Inventarios y Abastecimiento.	3.1 Tipos de inventarios. 3.2 Costos asociados al stock. 3.3 Objetivos y rotación. 3.4 Lote económico de compra. 3.5 MRP, plan maestro,	1. Analiza los tipos de inventarios y su impacto en la eficiencia. 2. Aplica modelos de abastecimiento y programación de compras.



	calendario inverso. 3.6 Tecnologías de aprovisionamiento.	3. Valora el uso de nuevas tecnologías en aprovisionamiento.
4. Técnicas de Previsión y Planeamiento Logístico.	4.1 Métodos de previsión. 4.2 Media móvil y alisado exponencial. 4.3 Lote económico	1. Aplica técnicas de previsión de demanda. 2. Determina cantidades óptimas de pedido.
5. Gestión de Almacenes y Producción Ajustada.	5.1 Sistemas de stock: punto de pedido. 5.2 SMED, Kanban, Células "U". 5.3 Mejora de rotación.	1. Diseña estrategias para optimizar la gestión de almacenes. 2. Implementa herramientas de producción ajustada.
6. Principios y Tecnologías de Almacenaje.	6.1 Tipos y zonas de almacén. 6.2 Unidad de manipulación. 6.3 Códigos de barras y RFID. 6.4 Estanterías, organización, ABC. 6.5 Elementos de manipulación. 6.6 Ubicación y clasificación.	1. Describe los componentes físicos y tecnológicos de un almacén. 2. Selecciona herramientas de identificación automática. 3. Utiliza criterios de clasificación ABC para la organización.
7. Picking y Optimización de Operaciones.	7.1 Objetivos del Picking. 7.2 Sistemas tradicionales y automatizados. 7.3 Tecnologías aplicadas	1. Evalúa diferentes métodos de picking. 2. Aplica buenas prácticas y tecnologías para su optimización.
8. Diseño de Distribución y Transporte.	8.1 Diseño de modelos de distribución. 8.2 Subcontratación y localización. 8.3 Transporte multimodal.	1. Compara modalidades de transporte. 2. Propone modelos de distribución según necesidades logísticas.
9. Canales de Distribución y Comercialización.	9.1 Conceptos, funciones, flujos. 9.2 Niveles, sistemas, estructuras. 9.3 Influencia del servicio en el canal. 9.4 Intermediación comercial. 9.5 Canales detallistas y mayoristas. 9.6 Relación con el consumidor final.	1. Explica el funcionamiento de los canales de distribución. 2. Diferencia tipos de intermediarios. 3. Evalúa su rol en la estrategia de distribución.
10. Trade Marketing y Punto de Venta.	10.1 Concepto y objetivos del trade marketing. 10.2 Herramientas y acciones en el punto de venta. 10.3 Relación proveedor-retail.	1. Explica el rol del trade marketing en la logística comercial. Aplica estrategias colaborativas entre fabricantes y minoristas.
11. Logística Internacional	11.1 Comercio exterior, requisitos y permisos.	1. Identifica los componentes logísticos de una operación.

y Exportación.	11.2 Aranceles e incoterms. 11.3 Documentación internacional.	2. Aplica correctamente incoterms y requisitos legales.
12. Indicadores de Gestión y Liderazgo Logístico.	12.1 Tipos de KPI logísticos. 12.2 Indicadores de transporte, almacenes y servicio. 12.3 Interpretación de resultados. 12.4 Rol del líder en operaciones logísticas. 12.5 Transformación digital. 12.6 Tendencias tecnológicas en logística.	1. Selecciona indicadores clave para cada función logística. 2. Reconoce el papel del liderazgo en la logística moderna. 3. Incorpora tecnologías emergentes en soluciones logísticas.

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del programa se aplicarán estrategias didácticas conducentes a la apropiación teórica y la ejecución práctica de procesos y procedimientos, a saber:

- **Estudio de casos:** Análisis de situaciones empresariales logísticas y de distribución reales o simuladas.
- **Resolución de problemas y ejercicios:** Aplicación práctica de cálculos de inventarios, optimización de rutas o diseño de almacenes.
- **Simulación de procesos:** Recreación de operaciones logísticas (ej. gestión de stock, flujo de almacén utilizando herramientas o software.
- **Debates dirigidos:** Discusión argumentada sobre decisiones en la cadena de suministro o canales de distribución.
- **Análisis colaborativo de informes:** Trabajo en equipo para interpretar y presentar conclusiones de KPIs logísticos o estados de almacén.
- **Mapas conceptuales:** Representación gráfica de conceptos clave como tipos de logística, elementos del almacén o flujos de la cadena.
- **Talleres prácticos:** Sesiones de aplicación de herramientas como MRP, Kanban o técnicas de picking.
- **Aprendizaje basado en problemas:** Los estudiantes resuelven desafíos complejos relacionados con la logística y distribución.
- **Charla con expertos:** Interacción con profesionales del sector para obtener perspectivas y experiencias reales.



La elección particular de la estrategia didáctica aplicada será explícita en el Planeamiento de la Asignatura, de acuerdo con el perfil de los estudiantes, los recursos disponibles y el contexto educativo.

VI. ESTRATEGIAS EVALUATIVAS

Para conocer el progreso de los estudiantes se aplicarán diversas instancias e instrumentos evaluativos durante y al final del proceso de enseñanza – aprendizaje tales como: pruebas escritas, cuestionarios, listas de cotejo, trabajos prácticos, exposiciones, lista de comprobación de resolución de problemas, interpretación, visita técnica, etc.

Con fines de calificación y promoción se aplicará el Reglamento Académico vigente en la institución que prevé valoraciones de proceso y final.

VII. MEDIOS AUXILIARES

Pizarra, marcadores, proyector y notebook, guías de trabajo material impreso y digitalizado, aula virtual.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- Hernández Barrueco, L. C., Hernández Ramos, E. M., Peña Andrés, C., Rivas Alejandro, B., Socconini Pérez, L., & Tundidor Díaz, A. (2024). Inteligencia artificial y cadena de suministro. Marge Books.
- Mora García, L. A. (2023). Gestión logística integral – 3ra edición: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento. Ecoe Ediciones.
- Silvera Escudero, R. E. (2021). Logística 2100. Gestión y operaciones en la cadena de suministro. Ediciones de la U.
- Romero, A. (2022). Logística 4.0: La transformación digital de la cadena de suministro. Editorial Pirámide.
- Rodríguez, P. (2024). Retail y Distribución Moderna: Estrategias para el Punto de Venta. Ediciones Paraninfo.
- Pérez, C. (2020). Optimización de Inventarios y Almacenes: Guía práctica para la gestión eficiente. Alfaomega Grupo Editor.

