**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Logística para la comercialización de productos |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 210101058. Despachar la mercancía según normativa de cargue y solicitud de pedido | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210101058-03. Verificar entrega y control del flujo de bienes y servicios con base a las negociaciones de la empresa.  210101058-04. Generar registros de información y novedades ajustado a la distribución. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF002 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Monitoreo y recolección de información de mercancías |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Este componente permitirá analizar la cadena de suministro a partir del estudio de la forma de su composición  con el ánimo de evaluar el desarrollo, la mejora de su producción y comercialización de productos, lo que permitirá entender el manejo de la cadena de suministro. |
| PALABRAS CLAVE | Distribución, procedimientos, proveedores, programación |

| ÁREA OCUPACIONAL | VENTAS Y SERVICIOS |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

1. **Tabla de contenidos:**

**Introducción**

1. Clasificación de proveedores e información de mercancías

2. Manejo de los recursos y transporte según negociaciones

3. Programación de tiempos en la cadena de suministro

4. Proceso de distribución de mercancías

5. Procedimientos técnicos en la recolección de información

6. Reporte y registro de novedades

1. **Desarrollo de actividades**

**Introducción**

Para el desarrollo de la economía de una zona o territorio, es imprescindible potenciar las actividades de logística y transporte, ya que son componentes claves de la competitividad. Asimismo, para aumentar su competitividad, el sector industrial y productivo, se ven obligados fundamentalmente a minimizar precios de la logística y el transporte que gravan el costo de sus productos. En el siguiente recurso de aprendizaje podrá conocer sobre el transporte y la gestión de logística.

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

**1. Clasificación de proveedores e información de mercancías**

La selección de proveedores es un proceso que está presente en toda organización, ya que la compra de bienes y servicios como maquinaria, materias primas, servicios de limpieza, entre otros, es elemental, por lo que este proceso debe estar enfocado a una investigación de calidad.

Es conocido, en la mayoría de las empresas, que el departamento de compras o abastecimiento se delega en realizar la investigación y selección de los proveedores que mejor se adapten a las necesidades de la organización. La clave en la selección de proveedores de un producto o servicio radica en el valor de saber qué criterios utilizar para seleccionarlos, ya que se debe tener en cuenta qué tipo de efecto tendrán los productos o servicios que proporcionan y si esto tendrá un efecto positivo en la productividad, la calidad y la competitividad de la propia organización.

La búsqueda y selección de proveedores se puede hacer por diferentes motivos, ya sea porque la organización comienza a operar y no tiene proveedores, la organización ya tiene proveedores, pero no satisfacen sus necesidades y necesita mejor calidad, o quiere ampliar la cartera de proveedores para que la organización tenga un parámetro de comparación y ver si quiere mejorar.

| Identificar los proveedores es la primera fase para su selección y su objetivo es implementar un listado de las organizaciones que fabrican los diferentes productos, según las necesidades de las empresas, para solicitarles información sobre estas. | Cadena cliente-proveedor: concepto, proceso y ejemplo |
| --- | --- |

Una vez se tiene la información de los proveedores, se hace la selección de los más adecuados, considerando los criterios seleccionados para minimizar la proporción de proveedores. Un punto aconsejable, es no tener a un solo distribuidor, ya que si este fracasa, la organización no se queda desabastecida.

De acuerdo con la fase o la etapa en la que se encuentra la empresa, se identifican los proveedores acordes a lo siguiente:



Para la selección de un adecuado proveedor, se debe averiguar las diferentes opciones que se tendrán y que estos cumplan con cada uno de los requerimientos que la empresa tiene, para ello, se debe borrar uno a uno acorde a la lista de criterios y distintas consideraciones, hasta minimizar a unos pocos, a los cuales se les solicitará una cotización. De acuerdo a lo anterior, los criterios que se deben tener en cuenta para la selección de proveedores son:

Interfaz de usuario gráfica, Texto

Descripción generada automáticamente

Una vez definidos y ordenados jerárquicamente los criterios de selección, el siguiente paso es seleccionar a los proveedores, aplicando un determinado método, el cual debe ser coherente con el análisis del contexto, las realidades de la cadena de suministro y los criterios seleccionados por cada una de las organizaciones, según De Boer Weger y Telgen indican que el método elegido puede aumentar la eficiencia de la decisión de compra a partir de:

1. Permitir un procesamiento más rápido y automatizado de los datos, así como el análisis de toda la información relevante para tomar una decisión.
2. Permitir un almacenamiento más eficiente de todos los procesos de decisión para permitir el acceso a la información para casos futuros.
3. Eliminar criterios y alternativas redundantes en los procesos de decisión
4. Facilitar una comunicación más eficiente y justificar los resultados de los procesos de decisión.

Una tendencia detectada en la mayoría de los autores consultados es que primero aplican un método de precalificación o aproximación que luego se complementa con un método de selección y optimización final, para apoyar una decisión más adecuada, por lo que proponen la solución del problema de selección de proveedores a partir de la integración de métodos complementarios. De acuerdo con esto, es necesario dividir los métodos de selección en dos grupos: métodos de precalificación y métodos de selección final.

Interfaz de usuario gráfica, Texto

Descripción generada automáticamente

**2. Manejo de los recursos y transporte según negociaciones**

El despacho de mercancías o la salida de productos terminados hacia los consumidores, se constituye como el último proceso ejecutado en el centro de repartición, esto en términos del flujo de materiales. Este proceso tiene como cliente a los consumidores, por lo cual es importante que se desarrolle con la mayor eficiencia viable y con las condiciones de entrega pactadas con tales consumidores.

Cualquier equivocación o problema que se presente al instante de despachar un producto, afectará de manera directa en la calidad del servicio prestado por la compañía y puede poner en peligro la continuidad de un comprador, así como el equilibrio económico de la organización. El proceso de despacho tiene un efecto fundamental en la administración de los inventarios de una compañía, debido a que es el último control para garantizar que no se presenten diferencias en medio de las existencias físicas y los registros del programa de administración de inventarios, es decir, es donde se valida que todos los procesos anteriores, en el interior de la repartición, han estado ejecutados con base a unas buenas prácticas y según los métodos de la compañía.

Hoy en día, el proceso de planificar, realizar y mantener el control del flujo y almacenamiento eficiente y eficaz de bienes o servicios e información, desde el origen hasta el destino, se conoce como logística. Es fundamental entender que estos procesos deben desarrollarse en función de las necesidades del comprador; es decir, la tarea de la logística es disponer de los bienes o servicios necesarios en el lugar, el momento y las condiciones deseadas.

Una cadena logística, entendida como el conjunto de eslabones necesarios para satisfacer el posicionamiento de los bienes o servicios bajo las propiedades indicadas, presenta 3 elementos estructurales, a saber:

Interfaz de usuario gráfica, Texto

Descripción generada automáticamente

El aprovisionamiento es la fuente de suministro de los bienes de producción que se integran en el proceso de elaboración o formulación del bien o servicio, que depende intrínsecamente de las propiedades del bien a crear. La producción es el conjunto de procesos a través de los cuales se logra la finalidad del bien o servicio. La distribución comprende el grupo estructural al constituir los mecanismos de enlace entre la recogida y la producción; es decir, los procesos logísticos estructurales son cíclicos e interdependientes.

| El transporte es la columna vertebral de la distribución en las cadenas logísticas, por lo que es importante conocer las distintas posibilidades existentes y decidir mediante los recursos, técnica y legalmente establecidos, cuál de ellas se va a utilizar. En este sentido, la competitividad de los productos a comercializar depende en gran medida del transporte y, especialmente, de su precio; del tiempo de tránsito necesario para trasladar la mercancía desde su origen hasta su destino; de la viabilidad de la entrega; y de la estabilidad de los medios utilizados para ello. | El Taller de Arkhanis: Me Mudo. |
| --- | --- |

El transporte especializa la logística de la distribución y crea economías internas en sectores específicos, lo que generalmente promueve las economías externas en los sectores. El transporte ayuda a distribuir la población, las industrias y los ingresos a nivel regional. Las decisiones en materia de transporte requieren la comprensión y el estudio de los elementos del sistema de transporte, como el modo, los medios y la infraestructura. Del mismo modo, será necesario un estudio de la naturaleza del tráfico (características físicas y económicas de las mercancías, afinidad con los métodos de transporte, volumen a mover, distancia de viaje origen-destino). Para ello, habrá que tener en cuenta los siguientes 5 recursos:

* + - 1. Entender y el costo del tráfico según su operatividad unimodal e intermodal.
      2. Entender y estudiar el tipo de empresa y sus tácticas comerciales, instalaciones, inventarios, sistemas de comunicación, etcétera.
      3. Estudio de las posibilidades que ofrecen los medios de transporte susceptibles de ser utilizados.
      4. Estudio de los tiempos, precios y otros recursos que garanticen una entrega óptima.
      5. Comparación del precio del transporte y de los servicios complementarios y conexos de las distintas alternativas que se formulen con la táctica empresarial.

El propósito de lo anterior es integrar, examinar y evaluar los precios logísticos derivados de la realización del transporte y los totales, según las distintas alternativas y elegir la mejor en funcionalidad a la táctica empresarial. Es fundamental implementar que quien realice el transporte (interno o externo) establecerá las condiciones de calidad con las que se caracterizará el proceso de entrega; por lo tanto, aunque los transportistas vean la elección del transporte como un compromiso entre los requisitos de calidad, precio y tiempo, y no como una elección de servicio, con la conjunción óptima, se minimizará el error en el proceso de entrega y así se aumentará la eficiencia y la productividad, reduciendo los precios logísticos.

Para la movilización de las mercancías en todo el mundo y con el objetivo de acelerar y agilizar el comercio, existen redes de transporte universales que movilizan o apoyan en gran medida todo el negocio global. Como la geografía económica se beneficia no solo de saber dónde están las cosas, sino por qué están ubicadas donde están, y la naturaleza de los procesos que afectan a la ubicación, la logística busca y elige las rutas para la movilización de las mercancías. En un mundo globalizado, la demanda y la oferta se reflejan en los costes. Sin embargo, si introducimos la variable espacial, debemos considerar también el precio del movimiento tanto de los productos como de los individuos, que se mide en dinero y en el tiempo empleado para trasladarlos. Es así como el ser humano, a través de los siglos y con base al incremento de los negocios universales, buscó y construyó las rutas más adecuadas para la movilización de los productos, desde sus diferentes centros de producción, utilizando los múltiples modos y medios de transporte que existen. A continuación, se podrá conocer las rutas y terminales a las cuales se le atribuye diferentes tipos de transporte.

****

En muchas empresas existe un puesto para la persona a la que se le delega el transporte y es llamado “gestor de transporte”. Una explicación de este cargo nos da una iniciativa de lo que es el enfoque de transporte. El enfoque de transporte significa la selección del modo a utilizar, bajo el entendimiento de 3 principios claves:

**Velocidad**

Es la capacidad de ir de los principios al destino tan rápido como se logre.

**Consistencia**

Es la capacidad de hacer que los envíos lleguen constantemente en paralelo. Un efecto fundamental de la consistencia es la necesidad de inventario; cuanto más consistente sea el envío, menos *stock* se necesitará.

**Control**

Es la capacidad de realizar cambios con antelación y a lo largo del transporte. Las telecomunicaciones han revolucionado el transporte; ahora se puede comunicar con el conductor y modificar la ruta si es necesario.

Acorde a lo anterior, existen los modos de transportes, que son combinaciones de redes, vehículos y operaciones, los cuales integran, además de la marcha, el sistema de carreteras, los trenes, el transporte marítimo (barcos, canales y puertos) y el transporte aéreo (aviones, aeropuertos y control del tráfico aéreo). Los factores para determinar el modo de transporte más favorable son los siguientes:



Los diferentes modos de transporte tienen la posibilidad de representar durante un tiempo, en el que la carga más barata y de mayor tamaño suele transportarse por barco o tren, y la carga más cara y ligera tiende a enviarse por aire.

| Interfaz de usuario gráfica  Descripción generada automáticamente con confianza media | Las cargas grandes pueden trasladarse por barco si van por el mar, o por ferrocarril si van por tierra. |
| --- | --- |

**3. Programación de tiempos en la cadena de suministro**

El plazo de entrega o período de entrega, se refiere al tiempo que transcurre desde que se hace un pedido a un proveedor, hasta que la mercancía se entrega desde el distribuidor al comprador. El funcionamiento de este criterio es necesario para la organización de todos los procesos a lo largo de la cadena de suministro. Desde un punto de vista teórico, el tiempo de ciclo de los pedidos se refiere al tiempo que transcurre desde que se realiza un pedido a un proveedor hasta que se entrega al cliente.

| ***Lead Time*** | Lo que compra: desde que el cliente hace el pedido hasta que el producto llega al almacén.  Lo que vende: desde que el cliente hace el pedido hasta que el producto llega al almacén del cliente. |
| --- | --- |

El *lead time*, aplica para los departamentos de ventas, compras, producción y distribución y es uno de los indicadores clave o críticos para poder hacer esas actividades correctamente. A continuación, se podrá conocer el *lead time* del departamento de producción.

Texto

Descripción generada automáticamente con confianza media

Para calcular el *lead time*, se debe tener en cuenta, si se tiene un número de pedidos, pueden ser productos o mercancías con diferentes fechas de entrega, lo único que se obtiene son los días transcurridos para la entrega y se contabilizan según el calendario. Es decir:

| ***Lead Time* = fecha de entrega – fecha de pedido**   | Pedido | Fecha  Pedido | Fecha entrega | Días transcurridos | | --- | --- | --- | --- | | 1 | 1 nov | 4 nov | 3 | | 2 | 1 nov | 1 dic | 30 | | 3 | 1 nov | 15 nov | 14 | | 4 | 1 nov | 28 nov | 27 | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

En la programación de los tiempos de la cadena de suministros, se debe tener en cuenta la correcta distribución que depende de una red de abastecimiento, donde se observan los diferentes pedidos del cliente con todos los tiempos de ciclo de los productos, teniendo en cuenta los materiales que se utilizan de las partes de producción, los tiempos de ciclo de compras; es por ello, que aunque el cálculo del indicador es muy sencillo, para la planeación es fundamental conocer todos los *lead time* y de esta forma saber exactamente fechas de entrega. A continuación, podrá conocer el diagrama de *lead time* a lo largo de la cadena de suministro.

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Tomando el ejemplo del diagrama mostrado, para un cliente de la cadena de suministro, el *lead time* será el acumulado del resto: el de los proveedores de materias primas, el de la fábrica que tiene que producirlo y el del centro de distribución que lo enviará. Por eso, aunque el cálculo del *lead time* sea sencillo, es importante conocer su desglose en profundidad para una correcta organización de las operaciones. Además, hay que tener en cuenta otros cambios adicionales, como que el proveedor solo reconozca las demandas en un día concreto de la semana (si solo acepta pedidos los martes y los jueves, el retraso para un pedido realizado el lunes será de un día).

Los tiempos de aprovisionamiento se miden con mayor precisión en función del historial de demanda y entregas de la organización. Se trata de un punto de partida más fiable que las promesas oficiales de los proveedores, porque en la realidad suele haber variaciones.

| El *lead time* es un componente fundamental gracias a la probabilidad de obtener una mayor flexibilidad y capacidad de contestación, en el caso en el que se logre disminuir correctamente y se tenga una idónea administración de la cadena de abastecimiento logístico. Es decir, al tener entendimiento de todos los lapsos que se generan en los procesos productivos y de repartición de la organización, se podrán optimizar los mismos, de forma fácil y planear el inventario con los menores errores posibles. |  |
| --- | --- |

1. **Proceso de distribución de mercancías**

El proceso de distribución de la planta es un criterio relacionado con la disposición de las máquinas, las áreas, los centros de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios habituales en una planta de producción propuesta o existente. El objetivo principal es acomodar estos recursos de manera que se garantice la fluidez del trabajo, los materiales, las personas y la información en el sistema de producción, por supuesto, la distribución de la planta busca intereses económicos y sociales. **Los económicos** para aumentar la producción, minimizar los precios, satisfacer al comprador mejorando el servicio y mejorar el rendimiento de las empresas. Y **los sociales** para ofrecer estabilidad al trabajador y satisfacción al comprador**.**

Desde este punto de vista, la distribución de mercancías tiene como objetivo encontrar la solución más acertada para llevar la porción de producto adecuada, desde su origen hasta el lugar apropiado, en el tiempo oportuno y al menor precio alcanzable, compatible con la táctica de servicio solicitada. La gestión logística de la distribución física de mercancías se ocupa de todo lo relacionado con el movimiento del producto, desde el productor hasta el cliente final, incluyendo los períodos que corresponden a los almacenes regionales o terminales y/o canales indirectos utilizados, es decir, cumple con la capacidad de mantener la igualdad que debe existir entre los términos contractuales y su cumplimiento en la funcionalidad de los canales de distribución, los costos, los tiempos y la gestión operativa, y su proyección en el mediano plazo de acuerdo con la política de negocios de la empresa. La distribución física de mercancías se extiende sobre un campo bastante extenso, que incluye no solo el transporte, sino también cada una de las ocupaciones que se deben desarrollar sobre la forma de moverse, la tecnología de ésta y las rutas a cubrir, a las cuales se deben añadir otros componentes. A continuación, se relacionan los factores relevantes en el proceso de distribución de mercancías:

1. Acondicionamiento
2. Embalaje
3. Transporte complementario
4. Manipulación de mercancías
5. Formalidades de despacho
6. Seguro de transporte
7. Modalidad de entrega
8. Selección del personal durante el desplazamiento de mercancías
9. Seguro de pagos

Teniendo como base el proceso de distribución de mercancías, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos para desarrollar una buena gestión logística:



Otro aspecto para tener en cuenta dentro de este proceso es la construcción de la matriz de costos y tiempos de la cadena logística. A través de ella se identifican los costos directos e indirectos que hacen parte de la cadena de procesos para la movilización de mercancías; los tiempos de movilización de los productos a través de sus interfaces, así como los servicios prestados durante el desarrollo de la operación y sus tiempos de tránsito, para poder determinar los tiempos de entrega. Para todo esto, se debe tener en cuenta tendencias en las políticas de distribución:

* **Negociar con el área comercial los niveles de servicio**

Es importante determinar la relación entre el nivel de servicio prestado y el nivel de servicio esperado con los medios técnicos y organizativos de los que dispone la empresa, calculando los costes asociados a las alternativas a analizar.

* **Establecer los compromisos de entrega negociados con el área comercial**

Se tendrán en cuenta de forma objetiva las posibles fechas y plazos de entrega de los productos a los clientes.

* **Establecer y mejorar el sistema de previsión**

Se realizará un estudio de las demandas actuales y futuras para prever con relativa exactitud, con el fin de poder planificar y organizar las actividades de distribución física.

* **Gestionar el *stock* de productos terminados**

Para esta actividad, se apoyará en el ordenador, gestionando y vigilando los niveles de existencia de las mercancías.

* **Negociar con el área de producción el plan de producción**

Identificar una relación entre los proyectos de producción y de distribución, visualizando que lo que se produce es lo que se distribuye, teniendo en cuenta las peticiones realizadas por los clientes.

* **Contratar servicios de distribución física**

En la actualidad existe una tendencia a externalizar los servicios de distribución con empresas especializadas en este campo, con el fin de minimizar los costos y mejorar el servicio al cliente. Quienes adoptan estos servicios convierten los costos fijos en costos variables.

* **Reducir el número de almacenes**

Existe una tendencia a reducir el número de almacenes regionales sin afectar al servicio al cliente. A ello contribuyen los avances en comunicaciones y tecnologías de la información.

* **Aumentar el número de envíos directos**

Si se reducen los almacenes de distribución, aumenta la entrega directa de productos al cliente, lo que reduce los costos de manipulación, almacenamiento y de transporte.

* **Aumentar el tamaño mínimo de las entregas**

Es importante aumentar el tamaño de los envíos directos para reducir los costes de transporte y aumentar así la utilización de las capacidades de los vehículos de transporte.

* **Sistematizar la transmisión y el tratamiento de los pedidos**

Con el uso cada vez mayor de las tecnologías de la información y la comunicación, la transmisión y el procesamiento de los pedidos pueden ser más eficientes sin deteriorar el servicio al cliente.

* **Sistematizar y automatizar la manipulación**

Este punto es muy similar al anterior, pero está relacionado con la manipulación de las mercancías en los almacenes. El uso de códigos de barras en las unidades de envío a lo largo de la cadena logística cobra importancia.

* **Sistematizar el diseño de las rutas de distribución**

Al informatizar el diseño de las rutas de distribución, se podrá evaluar rápidamente la mejor alternativa que minimice los costes y mejore el servicio al cliente.

* **Protección del medio ambiente**

Renovación, reciclaje y recogida. Se estudiarán aquellas alternativas que aporten la menor contaminación al medio ambiente durante el transporte y el almacenamiento. La renovación, el reciclaje y la recogida de la mercancía se llevarán a cabo sin afectar al medio ambiente.

De acuerdo con lo anterior, es importante tener en cuenta los siguientes factores en el proceso de distribución de mercancías.

Interfaz de usuario gráfica

Descripción generada automáticamente con confianza media

1. **Procedimientos técnicos en la recolección de información**

Un procedimiento de recogida de datos es, en principio, cualquier recurso utilizado por el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer información de ellos. Dentro de cada instrumento concreto, se pueden distinguir dos aspectos diferentes: la forma y el contenido.

| **La forma** del instrumento se refiere al tipo de aproximación que establecemos con lo empírico, a las técnicas que utilizamos para esta tarea; una exposición más detallada de las principales se ofrece al lector en este mismo capítulo. | El **contenido** se expresa en la especificación de los datos que necesitamos obtener; se concreta, por tanto, en una serie de ítems que no son más que los mismos ítems sin dictar que nos permiten medir las variables, pero que ahora toman la forma de preguntas, puntos a observar, elementos a registrar, etc. |
| --- | --- |

Es a través de una adecuada construcción de los instrumentos de recogida como la investigación consigue entonces la necesaria correspondencia entre teoría y hechos. Es más, podríamos decir que es gracias a ellos que ambos términos quedan efectivamente vinculados. Si los instrumentos son defectuosos en un proyecto de investigación, inevitablemente surgirán algunas de las siguientes dificultades: o bien los datos recogidos no satisfacen las preguntas iniciales, o bien los datos obtenidos están distorsionados y desvirtuados porque el instrumento elegido no se adapta al tipo de hechos estudiados. En ambos casos, seguramente se habrán producido uno o varios errores en las fases anteriores del proceso de investigación.

Será entonces necesario volver atrás (lo que es mucho más frecuente de lo que el lector puede imaginar) y revisar las diferentes tareas realizadas, hasta llegar a una mejor resolución del problema. Así, situados en su perspectiva, se pasa a estudiar las principales técnicas de recogida de datos que se suelen utilizar, no sin antes hacer algunas aclaraciones sobre los tipos de datos que se presentan al investigador.

| Los datos primarios y secundarios no son dos tipos de información esencialmente diferentes, sino partes de una misma secuencia:  todos los datos secundarios han sido primarios en sus orígenes y todos los datos primarios, desde el momento en que el investigador concluye su trabajo, se convierten en datos secundarios para otros. En la experiencia cotidiana, también recurrimos constantemente a ambos tipos de fuentes. | Imagine que ha llegado por primera vez a una ciudad y quiere ir a determinados lugares. Para lograr su objetivo puede tomar nota de las calles que va transitando, la ubicación de los monumentos, las plazas y las principales tiendas, y de esta manera formarse una idea que le sirva de referencia para ubicarse. También puede preguntar a los habitantes sobre sus puntos de interés, dirigiéndose a los que considere pueden estar mejor informados. Al utilizar ambos recursos estaría recogiendo datos primarios, en el primer caso, mediante la técnica de observación y en el segundo con la ayuda de entrevistas. Además, puede recurrir a la información proporcionada por planos, mapas o guías turísticas. En este último caso, las fuentes de sus datos serán materiales previamente recopilados y organizados por otras personas, por lo que serán datos secundarios. |
| --- | --- |

Para conocer un poco más sobre las diferentes técnicas de recolección de información, tendrá la posibilidad de visualizar el siguiente recurso en el cual se abordan algunos referentes importantes y su forma de utilización.

| **Recolección de datos**  Conoce sobre las diferentes técnicas de recolección de datos y su importancia en la logística de comercialización de productos. |
| --- |

**6. Reporte y registro de novedades**

En la cadena de suministro, la trazabilidad puede ser una cuestión tanto reglamentaria como ética o medioambiental. La trazabilidad se está convirtiendo cada vez más en un criterio fundamental para los esfuerzos de sostenibilidad, relacionados con las cadenas de suministro, en las que conocer al productor, a los trabajadores y a otros eslabones, se erige como un factor necesario que subyace a las afirmaciones acertadas sobre el impacto social, económico o medioambiental. Los minoristas respetuosos con el medio ambiente pueden optar por poner a disposición de los clientes la información relativa a su cadena de suministro, ilustrando el hecho de que los productos que venden se elaboran en fábricas con condiciones laborales seguras, por trabajadores que ganan un salario justo y con métodos que no dañan el medio ambiente.

La trazabilidad total ofrece ventajas para múltiples acciones a lo largo de la cadena de suministro, más allá de los sistemas de información, entre ellas se resaltan:

* Mecanismo para cumplir con las políticas y normativas locales e internacionales.
* Reducción del riesgo de que entren materiales ilegales o no conformes en las cadenas de suministro.
* Facilitar la coordinación entre las autoridades y los organismos pertinentes.
* Permitir la conciliación automática de lotes y volúmenes disponibles.
* Ofrecer un método de control y seguimiento de las existencias.
* Activar las alertas de incumplimiento en tiempo real.
* Reducir la probabilidad de errores de registro.
* Mejorar la eficacia y la eficiencia.
* Aumentar la transparencia.
* Promover la integridad de la empresa.

En logística, la trazabilidad se refiere a la capacidad de rastrear las mercancías a lo largo de la cadena de distribución sobre la base de un número de lote o de serie.

Un aspecto fundamental en el reporte y registro de novedad es la definición de los objetivos estratégicos, las metas, los proyectos y los indicadores es un factor determinante para establecer el calendario y el flujo de las cadenas de suministro. Siempre es necesario tener un plan B y C en caso de que la alternativa falle y ofrecer un buen servicio. Para estar informado sobre el inventario de mercancías en almacén, es necesario implementar un sistema de información debido a que ofrecen en tiempo real un estado de entradas y salidas de los productos.

En el reporte y registro de novedades, se utiliza la logística inversa, y a esto se le atribuye cualquier proceso o gestión posterior a la venta del producto, por ejemplo, si el producto es defectuoso, el cliente lo devolvería. La empresa fabricante tendría entonces que organizar el envío del producto defectuoso, probar el producto, desmontarlo, repararlo, reciclarlo o eliminarlo.

| La logística se ocupa de los eventos que llevan el producto hacia el cliente. En el caso de la **logística inversa,** el recurso retrocede al menos un paso en la cadena de suministro. Por ejemplo, la mercancía pasa del cliente al distribuidor o al fabricante |  |
| --- | --- |

Un aspecto importante para el éxito de las organizaciones es asegurar que la gestión del proceso logístico esté adecuadamente alineada con la implementación de la dirección estratégica, como requisito previo para obtener resultados en términos de valor añadido, percibido por los clientes internos y externos como condición de eficiencia y competitividad. A continuación, se podrá conocer los 5 principales v: planificar, abastecer, fabricar, entregar y devolver.

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

En resumen, estos son los elementos de la gestión de la cadena de suministro que los líderes tienen en cuenta a la hora de tomar decisiones estratégicas. Por lo tanto, cada componente es vital para tomar cualquier decisión, ya sea en términos de diversificación de productos o vertical en una organización. Con la tendencia actual a la transformación digital, se han tomado muchas iniciativas digitales para la cadena de suministro, lo que puede ser utilizado por la empresa como una ventaja competitiva**.** A continuación, podrás profundizar de manera esquemática, sobre el monitoreo y recolección de información de mercancías.



1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (OPCIONALES SI SON SUGERIDAS)**

| **DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA** | |
| --- | --- |
| **Nombre de la Actividad** | Diagrama para selección de proveedores |
| **Objetivo de la actividad** | Organizar de manera secuencial las actividades que se realizan para seleccionar un proveedor dentro de la organización. |
| **Tipo de actividad sugerida** | Arrastre y organice actividades a manera de diagrama de flujo en orden de realización, según corresponda, para escoger un nuevo proveedor en el área de compras. |
| **Archivo de la actividad**  **(Anexo donde se describe la actividad propuesta)** | Actividad\_Didactica\_1 |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Clasificación de proveedores e información de mercancías | Líder del Emprendimiento. (2019). ¿Qué son los proveedores y cuáles son sus tipos?  <https://www.youtube.com/watch?v=E7uaHYqBgik> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=E7uaHYqBgik> |
| 2. Manejo de los recursos y transporte según negociaciones | Mecalux. (2019). ¿Qué es el *'lead time*' en logística? Cómo optimizarlo. <https://www.mecalux.com.co/blog/lead-time-logistica> | Artículo | <https://www.mecalux.com.co/blog/lead-time-logistica> |
|  |  |  |  |

1. **GLOSARIO:**

| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| --- | --- |
| Entrevista | técnica de recogida directa de datos con un objetivo dado por la investigación. |
| Matriz de costos | cuadro que resume la operación de exportación o importación, especificando los costos incurridos y el tiempo que tardan en producirse dichas operaciones. |
| Transporte | acción y efecto de llevar un producto o mercancía de un destino a otro. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

De Boer, L, Labro, E. and Morlacchi, P. (2001). *A review of methods supporting suplier selection. European Journal of purchasing and Supply Management*

López, Víctor (2008), Gestión eficaz de los procesos productivos. Editorial Especial Directivos. Primera edición.

Ramírez, A. C. (2009). Manual de Gestión Logística del Transporte y Distribución de Mercancías*.* Barranquilla Colombia: Uninorte.

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor (es) | Nelly Parra Guarín | Experta temática | Centro de gestión Industrial  Regional Distrito Capital | Octubre de 2021 |
| Paula Andrea Taborda Ortiz | Diseñadora instruccional | Centro de diseño y metrología  Regional distrito capital | Noviembre de 2021 |
| Rafael Neftalí Lizcano Reyes | Asesor pedagógico | Centro Industrial del Diseño y la Manufactura Regional Santander | Octubre de 2021 |
| Carolina Coca Salazar | Revisora Metodológica y Pedagógica | Centro de Diseño y Metrología  Regional Distrito Capital | Noviembre de 2021 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor (es) | Jhana Johanna Bustillo Ardila | Revisión de estilo | Centro Industrial del Diseño y la Manufactura Regional Santander | Nov 2021 | Revisión de estilo |