EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

DGETI

Dirección General de Educación Tecnológica Industrial y de Servicios

Dirección Académica e Innovación Educativa

Subdirección de Innovación Académica

Departamento de Planes, Programas y Superación Académica

Cuadernillo de Aprendizajes Esenciales

Anexos del Módulo I

Logística

México 2021 Año de la Independencia

Submódulo **1**

1.1. HISTORIA Y ORIGEN DE LA LOGÍSTICA.

Los orígenes de la logística provienen del campo militar, relacionado con la adquisición y suministro de materiales requeridos, implicaba la organización del movimiento de las tropas en campaña, su alojamiento, transporte y avituallamiento. El teórico militar Baron de Jomini elevó la logística al rango de las tres ramas principales del Arte de Guerra, para él la logística es el arte de práctica de mover los ejércitos, los pormenores materiales de las marchas y formaciones y el establecimiento de los campamentos y acantonamiento sin atrincherar, en una palabra, la ejecución de las combinaciones de la estrategia y la táctica sublime. En sucesivas guerras como las de mediados y finales del siglo XIX en que las tropas en campaña alcanzaban efectivos inmensos, como resultado de la perfecta ejecución logística y sobre todo a partir de la I y más tarde II Guerra Mundial, se puso ya en absoluta evidencia la necesidad de una discurrida y trabajada disposición logística de los ejércitos de las diversas naciones para que el plan estratégico pueda recoger en el campo de la táctica la victoria deseada. Tras la Segunda Guerra Mundial, los profesionales que habían gestionado la logística militar se incorporaron al mundo empresarial y las técnicas logísticas evolucionaron rápidamente.

A pesar de que la logística siempre es una parte esencial en cualquier actividad económica, solo hasta estas dos últimas dos décadas se ha sentido un vivo interés por el desarrollo de la misma, al punto de que un NÚMero creciente de empresas la están adoptando como herramienta gerencial en vista de los resultados positivos que arroja la aplicación.

La logística anteriormente se conocía como distribución, es decir, el proceso de entrega del producto final desde el momento en que sale de la producción hasta que llega al cliente final, pues los productos que la gente desea no se producen en el lugar donde se requieren consumir o no están disponibles cuando se desea consumirlos, por eso, la importancia de la distribución con el fin de acercar el producto del punto de producción al punto de consumo. Sin embargo, la logística en sus orígenes dejaba de lado la relación con los proveedores, el traslado interno del producto y almacenamiento.

En sus inicios la logística era vista como la distribución física de los productos. Con el aumento de productos, los departamentos de ventas, optaron por vender cualquier artículo en cualquier lugar posible, y los canales de distribución comenzaron a ser obsoletos. Por tanto, la alta gerencia se da cuenta que la distribución física tenía que ser eficiente y representar rentabilidad en lugar de gastos, comenzó a probar cambios importantes en los sistemas de distribución y esta comenzó a tener identidad propia dentro de la estructura de la organización. Así se dan los orígenes de la logística en los que el departamento de distribución controlaba el almacenamiento, el transporte y en parte el manejo de pedidos; ya no solo se encargaba de que los productos terminados llegaran al cliente, sino de todo el proceso desde la materia prima hasta la entrega del producto terminado al cliente final

Con el tiempo la logística se convirtió en centro de utilidad, por su impacto positivo y favorable en los ingresos de las empresas, pues de la efectividad y satisfacción de las demandas de los clientes se evidencia un impacto positivo de los ingresos, acompañado de un manejo equitativo de los costos de inventarios y de almacenamiento se mantendrán niveles de utilidades satisfactorios.

Hoy en día ha ganado terreno en el campo de la formación, con el surgimiento y desarrollo de programas académicos enfocados a aspectos y temas de administración logística, preparando profesionales que tengan conocimientos y aptitudes en áreas valiosas para el mundo de los negocios hasta llegar a la profesionalización de la función logística en las empresas y en sostener esa posición para obtener mayores ventajas competitivas.

La logística ya no es vista como una función individual para cada empresa, sino que esta la tendencia a la conformación de alianzas estratégicas, que genere sistemas integrales logísticos y especializados con las necesidades de cada cliente. Adicional, la habilidad para integrar los conceptos de tiempo y espacio en conjunto y no por separado.

Con la globalización, el desarrollo de la logística en el contexto internacional es cada día más urgente. Mientras que el mercadeo internacional puede verse como algo opcional, la BÚSqueda a nivel internacional de proveedores y fuentes de abastecimiento de materias primas podrá, en muchos casos, ser considerada como un asunto de necesidad económica. Conforme muchas empresas en varios ramos industriales amplían su capacidad para obtener materias primas, componentes y mercancías, las empresas competidoras se ven presionadas para al menos investigar la forma de adquirir una capacidad similar. No responde a este tipo de retos puede significar el suicidio económico de la empresa que se rehúsa a cambiar sus formas ancestrales de comercio.

Hoy en día abarca desde la administración de las relaciones con los proveedores hasta la administración de la demanda a través de intermediarios y del cliente final.

DEFINICIONES DE LOGÍSTICA

"La logística es el proceso de manejar estratégicamente la adquisición, el movimiento y el almacenamiento de materiales, partes e inventario acabado (y el flujo de información correspondiente) a través de la organización y sus canales de marketing, de forma **que la rentabilidad actual y la futura sean maximizadas** a través de un procesamiento de pedidos eficiente en costos" Así la define Martin Christopher, en su libro **Logistics and Supply Chain Management.**

"**La logística trata de conseguir el producto correcto**, para el cliente correcto, en la cantidad correcta, en la condición correcta, en el lugar correcto, en el tiempo correcto y al coste correcto", según la define John J. Coyle, profesor y autor de libros sobre logística.

Según Council of Supply Chain of Management Professionals, CSCMP (anteriormente conocido como Council of Logistics Management, CLM)1 «la Logística es aquella parte de la gestión de la Cadena de Abastecimientos que planifica, implementa y controla el flujo -hacia atrás y adelante- y el almacenamiento eficaz y eficiente de los bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen al punto de consumo con el objetivo de satisfacer los requerimientos de los consumidores».

Según Gambino (2005)2 se entiende como "logística al conjunto de conocimientos, acciones y medios destinados a prever y proveer los recursos necesarios que posibiliten realizar una actividad principal en tiempo, forma y al costo más oportuno en un marco de productividad y calidad".

Del libto: Marketing. De Lamb Charles, Hair Joseph y McDAniel Carl, la **logística** es "el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de la materia prima, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo."

Enrique B. Franklin, define la **logística** como es "*el movimiento de los bienes correctos en la cantidad adecuada hacia el lugar correcto en el momento apropiado*" en su libro Organización de Empresas

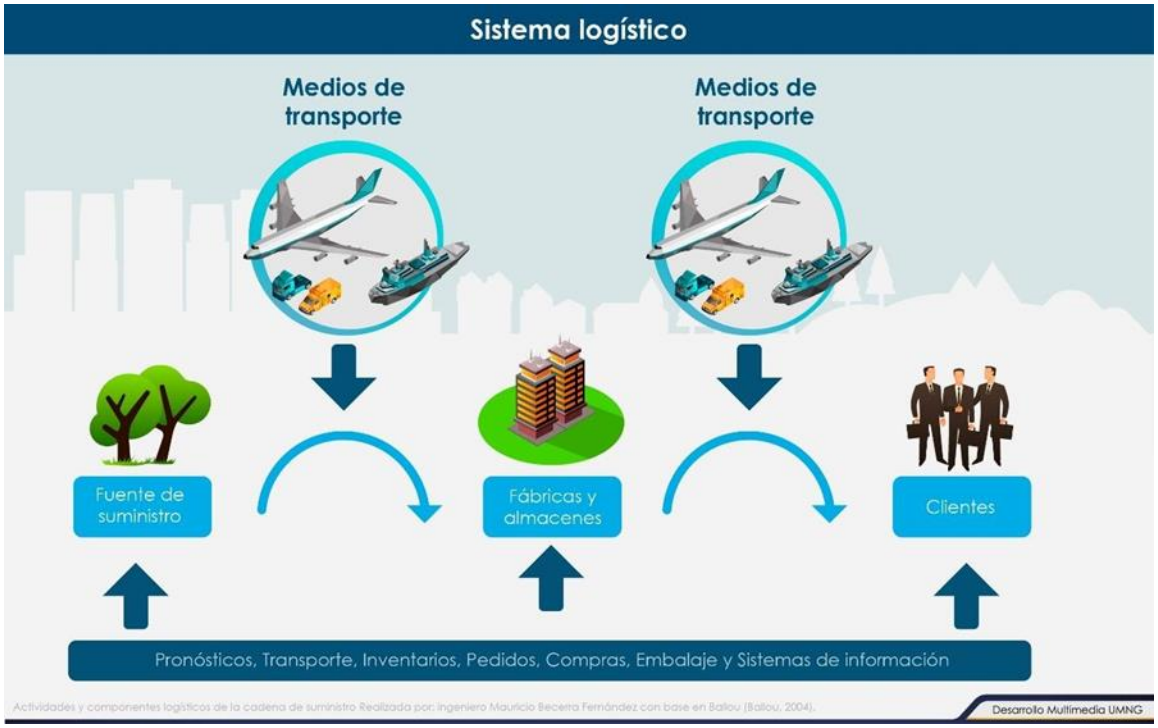
Ballou, definimos la **logística** como todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos, des del punto de compra de los materiales hasta el punto final de consumo, así como los flujos de información que se ponen el movimiento y en marcha, con el objetivo de dar los niveles adecuados de servicio al cliente

1.2. DEFINICIÓN DEL SISTEMA LOGÍSTICO

Partiendo del hecho que un sistema es un conjunto de partes que interactúan a partir de un proceso dinámico para alcanzar un objetivo señalado, y cuyas partes se ven influenciadas por factores internos y externos, el sistema logístico se puede definir como *el conjunto interrelacionar de estructuras orgánicas, medios, recursos, procesos y métodos que permitan desarrollar la función logística.*

El sistema logístico es una poderosa herramienta que les brinda a las empresas desarrollar ventajas competitivas sobre las demás. Aunque las empresas cuenten con productos de calidad y altamente competitivos, muchas no cuentan con la capacidad necesaria para ofertarlos en el tiempo y en lugar que el mercado lo exige o no se cuenta con un adecuado diseño del proceso de creación de los productos y servicios, dentro de la cual el sistema logístico desempeña un papel decisivo.

Es claro que el logro de la competitividad se convierte en una necesidad para las organizaciones, debido a la existencia de un entono con un alto grado de dinamismo y al crecimiento continuo de las exigencias del mercado. El mercado exige de empresas que logren la satisfacción de las necesidades de sus clientes y logren la eficacia, eficiencia y competitividad requerida para mantener su posición en el mercado.



1.3 DEFINICIÓN DE EMPRESA

Es aquella entidad que mediante la organización de sus elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos prefijados

1.3.1 Tipos de empresas

Las empresas se clasifican de acuerdo a su giro o actividad en:

- Empresas Extractivas.- Son las que extraen sus recursos de la naturaleza como la agricultura, ganadería y minería.
- Empresas Industriales.- Son empresas dedicadas a preparación y transformación de la materia prima en productos terminado, mediante procesos de producción o fabricación.
- Empresas Comerciales.- se dedican a comprar y vender productos sin llevar a cabo ninguna transformación.

- ❖ Empresas de Servicio.- Denominado también como el sector servicio, consiste en las actividades en las que no se produce un bien físico o material

Las empresas también se clasifican según la procedencia de su capital en:

Las empresas también se clasifican por su ámbito de actuación en:

- Local: Solo llevan a cabo actividades en el lugar donde están establecida
- Regional: Solo llevan a cabo sus actividades en localidades cercanas a su lugar de establecimiento
- Nacional: Son empresas que operan en todo el país donde están establecidas
- Internacional: Son empresas que operan no únicamente en su país de origen
- Multinacionales: Son empresas que desarrollan sus actividades en varios países, es decir que tienen centros de distribución y producción repartidos por el mundo.

1.3.2 AREAS FUNCIONALES DE UNA EMPRESA

También conocidos como departamentos, es donde se realizan o llevan a cabo una serie de funciones, actividades y responsabilidades, en un área determinada de la empresa u organización. Los departamentos de las empresas pueden variar o recibir un nombre diferente pero de forma genérica mencionaremos los más relevantes,
El departamento de personal se encarga de:

1. Reclutar a los trabajadores, es decir de su contratación
2. Capacitarlos para el buen desarrollo de sus actividades
3. Prestaciones se encarga de la nomina El departamento de finanzas se encarga de:

1.la administración del dinero,
2.pagos de impuestos,
3.cobros,

4. lleva la contabilidad de la empresa
5. se encarga de las inversiones.

El departamento de Administración de Materiales o compras se encarga de:

1. gestionar la compra de los materiales,
2. vigilar la calidad de éstos y
3. del su almacenamiento.

El departamento de producción se encarga de:

1. la elaboración del producto,
2. del diseño,
3. de la calidad y
4. del mantenimiento del equipo.

El departamento de Mercadotecnia se encarga de:

1. Ventas
2. Promociones
3. Publicidad
4. Investigación de mercado
5. Precio

El departamento de sistemas se encarga de:

1. De la información interna entre los departamentos y externa con clientes y proveedores
2. De la seguridad informática
3. De las telecomunicaciones

1.3.3 UBICACIÓN DE LA LOGÍSTICA DENTRO DE LA EMPRESA

El sistema logístico está ubicado entre la producción y el marketing, debido a la estrecha relación de actividades que suelen tener entre estas 2 áreas. La logística debe responder con eficacia y eficiencia a las necesidades de operaciones y estratégicas de estas funciones. La planeación y ejecución del sistema logístico dependerá en gran parte de la información derivada de las ventas y al uso del producto.

El área de mercadotecnia es la encargada de diseñar y planificar los productos que el mercado requiere y que garanticen una oferta exitosa para la empresa,

para que el área de producción los elabore con las características y calidad que dé respuesta a las expectativas del mercado. Nuevamente el área de mercadeo retoma el producto y lo hace llegar al mercado a través de un sistema de distribución y mediante el empleo de medios de transporte. Significa mantener en almacenamiento una variedad de artículos disponibles, que inciden en el espacio para los almacenes y distribución.

La logística está más relacionada con el área de producción y su objetivo es lograr niveles de stock de materiales de acuerdo al requerimiento del proceso productivo, manteniendo la visión de minimización de los costos. Durante el proceso productivo se evidencian actividades específicas de planta, el manejo de materiales involucrados en el proceso productivo, así como las cargas de trabajo para la maquinaria, manteniendo la mayor productividad posible.

De esta forma la logística tiene una doble relación con la producción y con el marketing. Ya que los productos ofrecidos tiene una gran influencia sobre los costos de producción, la planificación del aprovisionamiento, el proceso productivo y la programación de producción, y por otra parte, influye en el almacenamiento, la selección del medio de transporta y en las estrategias de distribución a emplear. La distribución física constituye una parte del marketing, ya que en su BÚSqueda de satisfacer las necesidades del mercado, la logística de distribución ayuda a poner a disposición el producto en el momento, cantidad y calidad requerida por el mercado. Si se incumple con el cliente y con sus preferencias podría ocasionar para la empresa pérdida de clientes, participación en el mercado y en los ingresos de las empresas.

Para los clientes no les interesa cómo se mueve un producto, o se almacena, o cuáles son las políticas de aprovisionamiento, de almacenamiento o de transporte, ni lo que el intermediario tuvo que hacer para poner a disposición el producto, al cliente solo mide los resultados reflejados en el nivel de servicio, en la rapidez y confiablidad que pueden ofrecerle. Por consiguiente, la logística y el marketing van de la mano para entender todo el concepto y el punto de vista del cliente y la forma cómo va a cumplir con los requerimientos exigidos por el mercado.
A mayor tamaño de la empresa o la importancia estratégica del servicio al cliente, mayor será la importancia dada a la gestión logística y su ubicación dentro de la estructura de la organización hasta estar a la par de otras áreas funcionales. Por ende, de acuerdo con el enfoque de las actividades logísticas, las estructuras organizativas de las diferentes empresas pueden ser muy diversas. Hay que tener presente que el sistema logístico pretende alcanzar un nivel de servicio óptimo con el costo total menor posible, por ende, a mayor autonomía mayores resultados.

Algunas empresas optan por mantener dispersas las actividades logísticas y no cuenta con una posición especifica dentro del organigrama, sino que se evidencia puestos funcionales teles como aprovisionamiento o de almacenamiento de

aprovisionamiento, se conoce con el nombre de organización tradicional. Para otras, conocida como organizaciones funcionales, las responsabilidades logísticas aparecen consolidadas en una unidad específica.

1.4 COMPONENTES DEL SISTEMA LOGÍSTICO

La logística como función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración del flujo y almacenamiento de la materia prima y los productos (semi-terminados y terminados), desde el proveedor hasta el consumo final, de tal manera que éstos lleguen en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y el momento apropiado, está compuesto por cinco

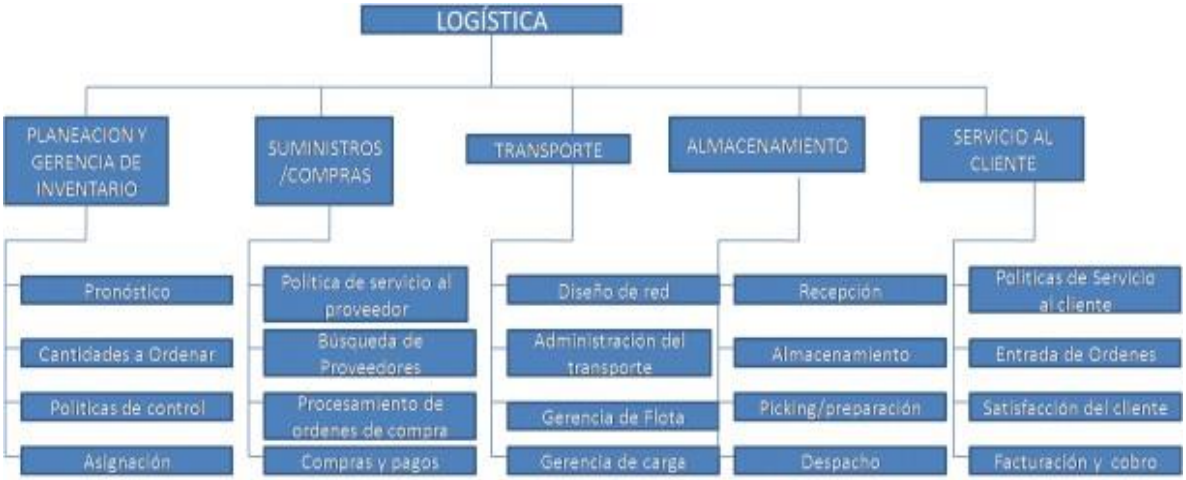


Figura 1: Componentes de la logística

componentes o subprocesos (ver figura 1). Estos son: las compras y los suministros, la producción, el transporte y la distribución, el almacenamiento y el servicio al cliente. Cada uno de ellos está interrelacionados hasta tal punto que cada uno de ellos es, en ciertos aspectos, causa y consecuencia de los otros. Todos constituyen la administración logística.

De la eficiencia de cada uno de ellos dependerá la competitiva de la empresa frente a la oferta de los productos. A continuación, se analizará cada una de ellas.

- ✓ **Las Compras y los suministros**

Abarca a todos los proveedores y comprende los procesos necesarios para poner materias primas, piezas y partes adquiridas al servicio del subsistema de producción y están estrechamente relacionados con las necesidades de los clientes. Las compras determinan el cómo, dónde cuándo se consiguen y suministran las materias primas y los insumos necesarios para el proceso productivo. Se convierten en la fuente de abastecimiento que alimenta y soporta el engranaje competitivo de los diferentes productos que serán ofertados en el mercado. Su objetivo es suministrar de manera ininterrumpida materiales, bienes y/o servicios para incluirlos de manera directa o indirecta a la cadena de producción. La importancia de la función de compras, dentro de la cadena logística, se puede plantear según las 7 metas globales de las compras definidas por el Doctor Joseph R. Carter, en 1994. Estas son:

1. Proveer el flujo ininterrumpido de materiales y servicios al sistema de operación
2. Mantener la inversión en inventarios al mínimo
3. Maximizar la calidad
4. Encontrar y desarrollar fuentes competitivas de suministros
5. Estandarizar materiales disponibles a bajo costo
6. Comprar materiales al más bajo costo total de adquisición
7. Fomentar las relaciones inter funcionales

La determinación de las necesidades de compras dependerá de las políticas y de la administración de los inventarios, al igual que la programación de producción. Otra de las actividades que implica este subproceso logístico esta la selección de los proveedores. Una inadecuada selección puede traducirse en el incremento de los costos, poca calidad del producto final e insatisfacción del cliente final.

- ✓ **El proceso productivo**

En esta etapa se convierte las materias primas en productos terminados. Se encarga de gestionar los procesos mediante los cuales una serie de elementos

(entradas) se transforman en productos que tienen un valor para los clientes. Implica la producción de los bienes y servicios ofertados por las empresas para satisfacer las necesidades del mercado. Implica que se analice aspectos como la distribución en planta, la eficiencia y efectividad y la productividad.

A un que las empresas industriales se diferencian de las empresas de servicios es evidente que en el contexto actual, las empresas necesitan combinar aspectos tangibles con intangibles, no solo deben ofrecer un producto físico de excelente calidad, sino que también necesitan actuar con servicio para lograr diferencias competitivas en el mercado. Por ejemplo, una empresa que ofrece los servicios odontológicos especializados, como empresa de servicios puede contar con elementos tangibles que generan ventajas sobre sus competidos y niveles de aceptación de sus usuarios. Tales elementos tangibles pueden ser la ubicación de la empresa, las instalaciones y la limpieza del lugar; de igual forma, una empresa industrial que elabora muebles en madera puede contar con servicios de mantenimiento, reparación y transporte que pueden hacer que sea más exitosa en el mercado.

- ✓ **La distribución y el transporte**

La distribución asegura que los productos finales lleguen al consumidor final a través de una red de distribuidores, almacenes y el comercio minorista. Es el ciclo final de la cadena logística, ya que implica el flujo final del producto hasta llegar al cliente final. El efectivo funcionamiento de la distribución física puede ser un factor esencial para mantener una ventaja competitiva, sobre todo para las empresas que llevan a cabo una distribución intensiva y que el mercado exige velocidad en la entrega de los productos.

El transporte se origina con la preparación del pedido hasta el retorno del servicio. Implica actividades relacionadas con la selección de los medios de transporte acorde con la demanda y el producto, y la planificación de rutas óptimas de reparto con el fin de lograr la mejor movilidad, seguridad y productividad del transporte y optimizar la utilización de la infraestructura existente para cubrir las necesidades de demanda de los clientes de la empresa.

La selección de los medios de transporte dependerá de los objetivos planteados por la empresa y de las características de las mercancías. Hay que tener presente que los problemas de distribución ocasionan incrementos de los volúmenes de mercancías almacenadas o ruptura en el inventario.

- ✓ **El almacenamiento**

Es el subsistema encargado de controlar físicamente y mantiene todos los artículos inventariados. Implica acciones para definir de manera coordinada el sistema de gestión del almacén y el modelo de almacenamiento. La gestión de almacén busca optimizar los flujos físicos de los productos y reabastecimiento en las zonas de preparación a partir de stock.

Su importancia dentro del proceso logístico se debe a que constituye decisiones claves que definen en gran medida la estructura de los costos – servicios del sistema logístico de una empresa. Cualquier reducción en el costo de almacenamiento incidirá a la hora de definir el costo final del producto y por ende en el precio final del mismo. Existen razones básicas por las cuales el almacenamiento es fundamental dentro del proceso logístico, alguna de ellas son:

a. La reducción de los costos de producción – transporte
b. Coordinación de la demanda y el suministro
c. El apoyo al proceso de producción
d. Apoyar el proceso de comercialización

La gestión del almacén busca mejorar la densidad de almacenamiento, el manejo de las existencias y el control de la rotación de los artículos. Los almacenes son vitales dentro de la cadena logística, pues son los encargados de la manipulación de las mercancías y de los encargados de procesar, recibir y despechar los productos. Implica acciones de recepción, pre-empaque, acomodo, almacenamiento, preparación de pedidos, empaque y/o marcado de precios, clasificación y/o recolección, embalaje y despacho.

- ✓ **El servicio al cliente**

Dentro del proceso logístico el servicio al cliente implica dar cumplimiento a las demandas de los clientes y esto implica el manejo de aspectos tales como la certeza, la confiabilidad, la flexibilidad, aspectos cuantitativos y la mejora continua. Los productos no tienen valor hasta que están en las manos del cliente en el tiempo y en los lugares requeridos por ellos. Por consiguiente la rapidez de entrega, la confiabilidad, la flexibilidad y la mejora continua son algunas formas de servicio.

El servicio al cliente tiene como finalidad mantener, iniciar y aumentar los pedidos de los productos reduciendo los costos económicos y administrativos por unidad de producto. Ser eficiente y eficaz contribuiría con la satisfacción del cliente, considerando aspectos tales como atender justo, en la hora y en el lugar preciso. Esto exige mayor velocidad de inventario y una mayor competitividad en el almacenamiento y transporte. En resumen, el servicio al cliente debe velar por el cumplimiento de:

- Cuando los clientes pidan, haya , lo que implica procesamiento de pedidos, gerencia de inventarios y gestión de aprovisionamiento

- Que lo que los clientes pidieron, llegue a tiempo, lo que exige transporte, distribución y almacenamiento.

UNIDAD II
ORDEN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

2.1 CADENA DE SUMINISTRO

El término **"Cadena de Suministro",** también conocido como **"Cadena de Abasto"** (**Supply Chain**) entró al dominio público cuando Keith Oliver, un consultor en Booz Allen Hamilton, lo uso en una entrevista para el Financial Times en 1982.

Los términos Logística, Cadena de Suministro y Administración de cadena de suministro con frecuencia son confundidos o utilizados como sinónimos, a continuación los explicamos.

Logística: Es el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa. Es la que gestiona, planea, implementa, controla y verifica el flujo eficiente de los procesos, es decir: que integra cada uno de los procesos de la cadena de suministro.

Propósito de la logística es de asegurar la disponibilidad del producto o servicio:

- ✓ En buenas condiciones.
- ✓ Al momento preciso.
- ✓ En el lugar adecuado.
- ✓ Al cliente deseado.
- ✓ A un costo competitivo.

Cadena de Suministro: Son todas aquellas partes involucradas de manera directa o indirecta en la satisfacción de la solicitud de un cliente, desde los proveedores hasta el cliente final en el tiempo, forma y calidad requerida. Busca conseguir

- ✓ Lealtad de los clientes.
- ✓ Entrada a nuevos mercados.
- ✓ Liderazgo de mercado.
- ✓ Nuevas relaciones comerciales y competitivas.

La cadena de suministro ésta integrada por 5 elementos que son:

1. Proveedores que son quienes se encargan se surtir la materia prima necesaria para la elaboración del producto o proporcionar un servicio
2. Fabricantes quienes se encargan de transformar la materia prima en un producto terminado
3. Distribuidores llevan el producto terminado a puntos de venta en gran escala
4. Minoristas ofrecen el producto al consumidor final
5. Cliente es quien compra el producto para su uso

Administración de la Cadena de Suministros Es el proceso de planificación, ejecución y control de las operaciones de la cadena de suministro con el propósito de satisfacer una necesidad del cliente.

Tiene el propósito de sincronizar las funciones de una empresa con las de sus proveedores, a fin de acoplar el flujo de materiales, servicios e información, con la demanda del cliente. Tiene consecuencias **estratégicas.**

Llevar una correcta SCM, (administración de la cadena de suministros por sus siglas en inglés *Supply chain management, SCM*) permitirá responder claramente, las siguientes preguntas:

¿Cómo saber qué material se necesita?
¿Cuánto y dónde es requerido?
¿Qué porcentaje de la capacidad instalada se está aprovechando?
¿Nuestros productos o servicios satisfacen la necesidad del cliente?

Los objetivos de la cadena de suministros son:

- ✓ Satisfacer las necesidades de los clientes.
- ✓ Mejorar la rentabilidad de la organización (Reducir costos).

- ✓ Reducir Niveles de Stock en toda la cadena.
- ✓ fortalecer la competitividad.
- ✓ Implementación de acciones que conllevan a una mejor administración de las operaciones.

Algunos indicadores que nos pueden advertir si una Cadena de Suministro está operando adecuadamente son:

- ✓ Inventario excesivo.
- ✓ Altos costos.
- ✓ Mal servicio a clientes.
- ✓ Pérdida de utilidades.
- ✓ Bajo rendimiento del personal.

Podemos concluir diciendo que Las cadenas de suministro efectivas, permiten competir con éxito en los mercados actuales, gracias al resultado que produce la unión de los objetivos y la implantación de mejores prácticas en áreas como la planificación del suministro, la demanda, la producción, el transporte, el almacenaje, las compras y el servicio al cliente.

2.2 DOCUMENTACIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE BIENES

Hasta aquí hemos visto que una empresa para funcionar adecuadamente debe contar con una buena comunicación y coordinación entre sus departamentos y es necesario la adquisición de materias prima y otros insumos para poder elaborar los productos o servicios que vende; toda actividad que se realiza en una empresa debe quedar documentada o registrada y AÚN más las que involucra dinero

En este apartado veremos cuáles son los documentos que utiliza una empresa, así como los procedimientos para la compra de los materiales.

Los documentos mercantiles o comerciales es donde se registran las operaciones o actividades que se llevan a cabo en una empresa y su función es:

Contable.- Es decir registrar las entradas y salidas de dinero por cuestiones de pago de impuestos (fiscales) y análisis de costos, ganancias, etc.

Control.- Analizar si se ésta siendo eficiente en los procesos productivos y administración de recursos.

Jurídicas.-Cumplir con las obligaciones que marca la ley

CONFECCIONES TELY, S.A.
Ruc. 129391-9283

REQUISICIÓN DE COMPRA **No: 0001**

DEPTO QUE SOLICITA: PRODUCCCIÓN

FECHA DEL PEDIDO: 05/01/2004 **FECHA DE ENTREGA:** 28/01/2004

CANTIDAD	UNIDAD	ARTÍCULOS
1,500	yardas	Tela blanca 60% algodón y 40% poliester
300	yardas	Tela amarilla 60% algodón y 40% poliester
10	rollos	Hilo blanco core 40 kobav 40
2	rollos	Hilo amarillo core 40 kobav 40
7000	Unidad	Botones blancos N° 18
1,400	unidad	Botones amarillos N° 18
1,200	unidad	Etiquetas

Elaborado Por: Helmut Marrero Autorizado Por: _____ Recibido Por: _____

Orden de Compra.- Es una solicitud escrita a un proveedor, por determinados artículos a un precio convenido. La solicitud también especifica los términos de pago y de entrega. La orden de compra es una autorización al proveedor para entregar los artículos y presentar una factura. Todos los artículos comprados por una compañía deben acompañarse de las órdenes de compra, que se enumeran en serie con el fin de suministrar control sobre su uso.

Elementos de la orden de compra.- Antes de conocer cómo hacer una orden de compra es importante que sepas cuáles son los cinco elementos básicos que debe tener.

1. **Información del vendedor y comprador.** Esta información es importante ya que ayudará a las partes interesadas a conocer detalles sobre el nombre y la dirección en el que se entregará el producto o servicio.
2. **Datos de entrega y facturación.** Uno de los objetivos de contar con órdenes de compra es señalar detalladamente en dónde queremos que se nos envíe los bienes o servicios que estamos comprando, además de la dirección de facturación ya que en ocasiones suele no ser la misma.
3. **Fecha y Número de orden de compra.** Este es un elemento importante en las órdenes de compra. Permite identificar la solicitud realizada y podemos darle seguimiento de una forma más eficaz.
4. **Notas y observaciones.** Aquí se incluye la descripción y detalles de los artículos proporcionados, cantidades y precios definidos para cada uno.
5. **Firma o autorización.** Este elemento es muy importante ya que señala quién autoriza la orden de compra. Esta firma ayuda a que todos los

departamentos involucrados en la compra puedan llevar a cabo la petición sin ninguN inconveniente.

A continuación te presentamos un ejemplo de una orden de compra, obsérvala analízala y responde las siguientes preguntas:

ORDEN DE COMPRA

Nombre de la empresa: Servicios Editoriales SA
Domicilio: Av. de la Unión #4
Ciudad, Estado, Código Postal: enito Juárez, 03340 Ciudad de Méxic

Fecha: 09-09-20
No. de orden: 45

Vendedor

Compañía: PAPELERA UNIVERSAL
Contacto: JOSÉ LÓPEZ
Domicilio: República de El Salvador 68, Centro
Cuauhtémoc, 06000 Ciudad de México
Teléfono: 5578654435

Enviar a

Compañía: Servicios Editoriales SA
Departamento: Recursos Humanos
Domicilio: Av. de la Unión #4, Benito Juárez, 03340 Ciudad de Méxi
Teléfono: 5578903336

ARTÍCULO #	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
78908	PAQUETE DE HOJAS BLANCAS PARA IMPRESIÓN	8	$80,00	$640,00
9876	CARTUCHOS DE TINTA PARA IMPRESORA HP MODELO 2500	3	$550,00	$1.650,00
5463	CAJA DE SOBRES AMARILLO TAMAÑO CARTA	12	$45,00	$540,00

Notas / Observaciones

SUBTOTAL $2.830,00
DESCUENTO (%)
SUBTOTAL MENOS DESCUENTO $2.830,00
TASA DE IMPUESTOS 16%
TOTAL IMPUESTOS $452,00
ENVÍO / ALMACENAJE
TOTAL $3.282,00

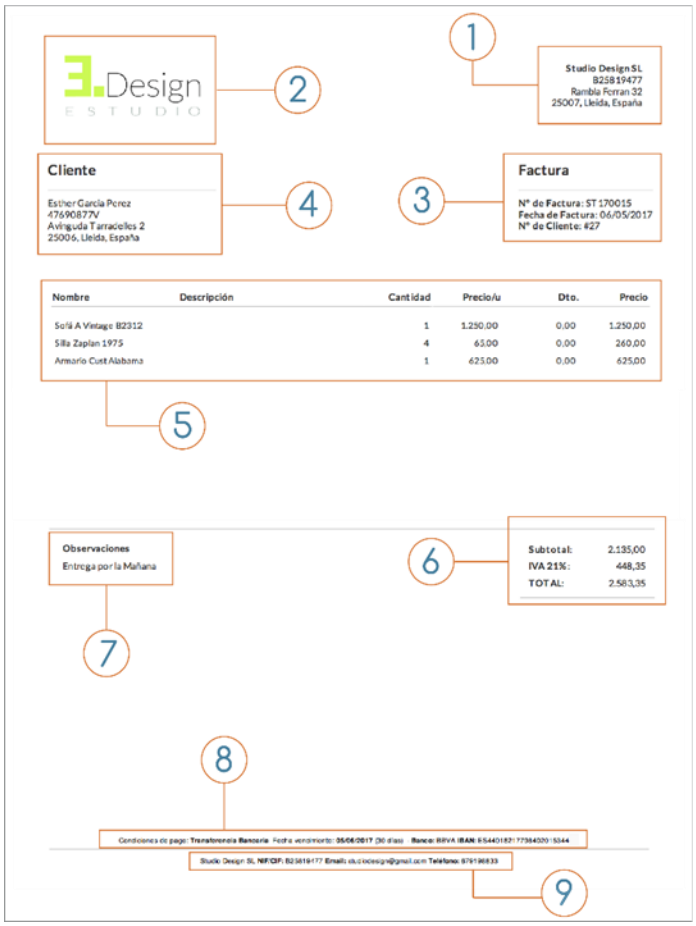
Firma: MARTHA SÁNCHEZ, GERENTE DE COMPRAS

1.- Cual es la empresa compradora?	R=
2.- Cual es la empresa vendedora?	R=
3.- Quien genera la orden?	R=
4.- Cual es el número de identificación?	R=
5.- Quien autoriza la orden?	R=

Factura.- Es un **documento comercial que registra la información de una venta o la prestación de un servicio, con** validez legal y fiscal. Debe incluir toda la información de la operación así como los datos del comprador y vendedor

Una factura debe contener la siguiente información:

1. Los datos de quien la emite
2. Logotipo de la empresa emisora
3. Leyenda de que es una factura y el número de ésta
4. Datos del comprador
5. Descripción del producto o servicio
6. Totales de la factura e impuesto
7. Observaciones
8. Forma de pago
9. información de contacto



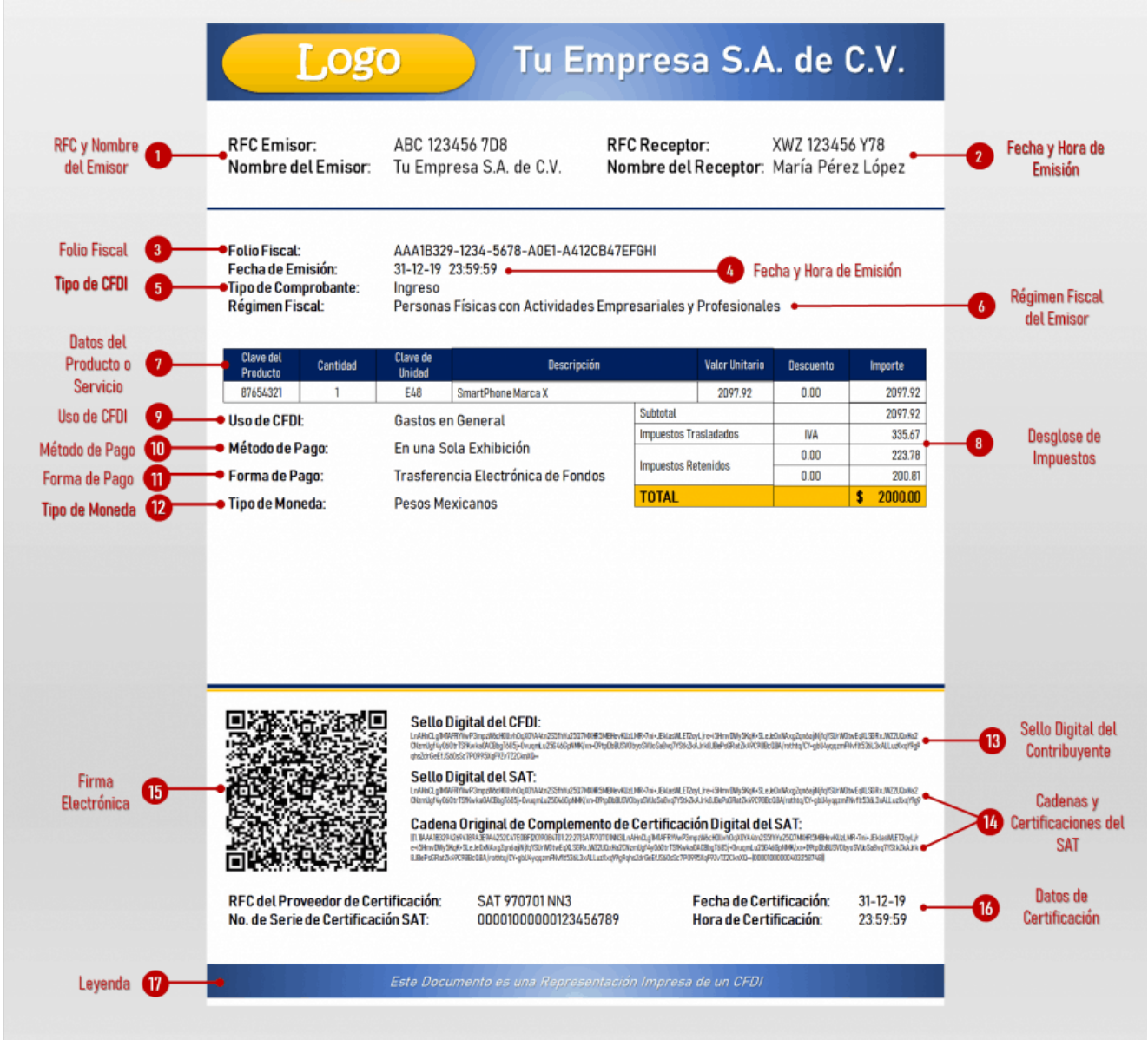
CFDI son las siglas de Comprobante Fiscal Digital por Internet o, dicho en español, de la factura electrónica. Hace años, cuando el uso de las computadoras no estaba tan extendido como en la actualidad, la facturación se hacía con recibos de tinta y

Las facturas electrónicas son archivos informáticos escritos en formato XML, para ser válidos estos deben ser *timbrados* a través de la aplicación del SAT o por un proveedor autorizado de certificación (PAC). Los PAC son empresas que cuentan con la autorización del SAT para la generación de facturas.

Al timbrar una factura electrónica se generan dos archivos, XML y PDF. El PDF es la presentación física del XML y se usa como respaldo de la transacción tanto para el vendedor y el comprador, aunque el archivo realmente importante es el XML. Al ser delicada la información que contiene una factura y que en realidad solo compete a sus actores estos se encuentran encriptados con estándares de seguridad bastante sofisticados.

Algunos de los datos con los que debe contar son el RFC del emisor y el receptor, domicilio fiscal del emisor, el número de folio asignado por el SAT y su sello digital. Asimismo, en tanto que un CFDI ampara la existencia de una transacción comercial, debe tener inscrito las características de la misma, como unidad de medida y la descripción y código del bien o servicio vendido, entre otros

Ejemplo de un CFDI



COMPROBANTE DE DEPÓSITO Y TRANSFERENCIA BANCARIA

Documento que emite la entidad financiera después de un depósito bancario o una transferencia electrónica. Se utiliza para concluir una operación con el pago al proveedor de un material entregado. Actualmente la mayoría de los pagos se realizan mediante transferencia bancaria,
pues cuenta con ventajas como la trazabilidad que permite rastrear el pago, no manejar dinero en efectivo por los riesgos que esto implica

UNIDAD III

DEFINICIÓN DEL PROCESO EN LA CADENA DE SUMINISTRO

3.1 Elaborando estrategias SEGÚN las características y necesidades de la empresa

Toda organización pretende alcanzar objetivos. Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado.

Los objetivos no son estáticos, pues están en continua evolución, modificando la relación de la empresa con su medio ambiente. Por ello, es necesario revisar continuamente la estructura de los objetivos frente a las alteraciones del medio ambiente y de la organización.

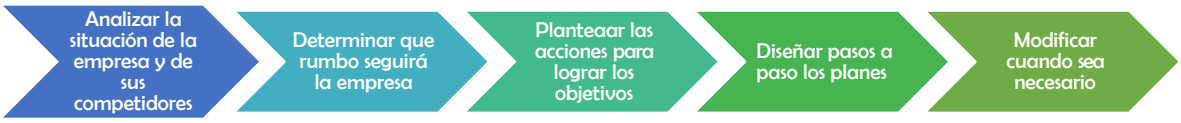
Objetivos organizacionales.

- ✓ Alcanzar y mantener los más altos estándares de satisfacción al cliente en nuestra industria, a través de productos y servicios innovadores.
- ✓ Alineamiento con los mejores proveedores del mundo, entregando valor agregado tanto para el Grupo así como para nuestros clientes.
- ✓ Ser reconocidos como empleadores de primer nivel.

Los objetivos estratégicos son los fines o metas desarrollados a nivel estratégico que una organización pretende alcanzar a largo plazo. Algunas posturas identifican los objetivos estratégicos con los objetivos generales. Están basados en la visión, la misión y los valores de una organización y condicionan las acciones que se llevarán a cabo.

La elección de la estrategia depende del objetivo y tipo de empresa y su misión, después de esto se decide el plan o estrategia a seguir y posteriormente se evalúan los resultados para determinar si hubo éxito

Pasos para elaborar una estrategia efectiva:



3.2 Ventajas competitivas de Servicio al Cliente

Podemos definir el servicio al cliente como el conjunto de acciones mediante las cuales una empresa establece las relaciones con sus clientes actuales y futuros, antes durante y después de una compra con la finalidad de lograr un alto grado de satisfacción.

Las empresas que brindan servido al cliente suelen tener un departamento dedicado a ello llamado generalmente "Atención al Cliente" cuyo principal objetivo es resolver cualquier incidencia o duda que tenga el cliente como:

- Atender y solucionar las solicitudes, sugerencias o reclamos de los clientes
- Obtener y generar información de los clientes para ventas futuras
- Atención post venta en reclamos, devoluciones, reparaciones y garantías

Es muy importante que en las empresas exista una buna comunicación entre sus diferentes departamentos, ésta debe ser los más fluida y eficaz posible para conseguir que los procesos de lleven de forma adecuada. Los factores que condicionan las relaciones entre los distintos departamentos son:

a) Definir la responsabilidad.- Cada departamento debe conocer cuál es su ámbito de acción
b) Nivel de Interdependencia.- Las buenas relaciones entre los departamentos contribuyen a mejorar las relaciones jerárquicas
c) Armonización de los objetivos.- La coincidencia de los objetivos de cada departamento

La buena atención al cliente le genera una buena imagen a la empresa y son ellos, los clientes los que se convierten en nuestro mejor publicista, de ahí la importancia de contar con clientes satisfechos.

Una ventaja competitiva constituye un factor diferencial sostenible en las características de una empresa que los clientes perciben como ÚNICO y determinante, lo que la coloca en una posición de privilegio a los ojos del mercado.

En la definición anterior aparecen cinco palabras que son claves para lograr la integración de una ventaja competitiva.

1. Percibida: No se trata de que exista una diferencia objetivamente cuantificada o medible; basta con que los consumidores o clientes la perciban así. Es decir, puede ser una diferencia real o imaginada; lo importante es el que el factor diferencial sea claramente percibido por el mercado; es decir, que no se trate de un elemento que permanece oculto a los ojos del consumidor o cliente.
2. Única: El factor diferencial debe ser percibido como propio de esa ÚNICA empresa, producto o servicio; si uno o varios de los competidores lo tienen, deja de ser ÚNICO y, en consecuencia, deja de constituir una ventaja competitiva.
3. Determinante: El factor diferencial debe constituir un elemento determinante en el proceso de decisión de compra de los consumidores o clientes. Una agencia de seguros puede tener sus oficinas de un color ÚNICO y claramente percibido, pero una persona no decide si contrata el seguro por el color de la pared.
4. Sostenible: El factor diferencial debe poseer características tales que sea difícil que la competencia las copie a corto plazo.
5. Posición privilegiada: Los competidores poseen ALGÚN recurso o capacidad que genere una ventaja superior.

3.3 Aprendiendo a las noemas de calidad

La calidad es una propiedad que los productos tienen desde su origen y es valorada cuando un producto es comparado con otro similar, se relaciona con las expectativas que el cliente tiene del producto y determina la preferencia del cliente.

Es por eso que es importante tener presente la calidad a lo largo de toda la cadena de suministro, siguiendo las estrategias y directrices de la alta gerencia.

Partes de la cadena de suministro dónde se pueden aplicar las normas de calidad

1. Materia Prima.- Los estándares que se tengan establecidos en los materiales empleados en la elaboración del producto final
2. Producción.- La calidad aplicada en la elaboración del producto para que este no tenga defectos
3. Transporte.- la selección y manejo adecuado para evitar pérdidas y daños durante su traslado
4. Almacenaje.- Resguardo apropiado de los materiales y productos perite la conservación y localización correcta para llegar al cliente en excelentes condiciones
5. Servicio al cliente.- La atención que recibe el cliente, ya que un cliente satisfecho traerá a nuevos clientes.

Las **normas oficiales mexicanas (NOMs)** son disposiciones generales de tipo técnico expedidas por dependencias de la **administración pública federal**.

Tienen como finalidad establecer las características que deben reunir los procesos o servicios cuando estos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana; así como aquellas relativas a terminología y las que se refieran a su cumplimiento y aplicación.

Las NOM regulan los sectores: Salud y Seguridad, Cuidado del ambiente, Vías generales de comunicación, Información al Consumidor, Denominación de Origen, entre otros.

¿En qué me benefician?

Basta con voltear a ver a nuestro alrededor para entender la importancia de las NOM. Si estamos, por ejemplo, en casa, podemos ver que hay una instalación eléctrica la cual provee de electricidad a todo el complejo, que está hecha bajo estándares de calidad que evitarán un corto circuito, al mismo tiempo que regula el voltaje. Gracias a esto hay muy pocas posibilidades de sufrir una descarga que dañe nuestros aparatos electrónicos…o a nosotros Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) tienen una validez de cinco años y velan por la calidad de todos los productos y servicios que los usuarios consumimos a diario.

La Organización Internacional de Estandarización, ISO, es una organización sin ánimo de lucro de carácter no gubernamental creada el 23 de Febrero de 1947 que promueve el desarrollo y la implementación de normas a nivel internacional, tanto de fabricación como de servicios. El objetivo de esta organización es brindar herramientas para facilitar las transacciones a nivel internacional tanto de objetos, bienes y servicios como de desarrollos científicos, actividades intelectuales, tecnológicas y económicas. La organización está constituida por 180 Comités Técnicos y las actividades técnicas se encuentran

ISO International Organization for Standardization

descentralizada en unos 2700 Comités, subcomité y grupo de trabajo. Los aspectos que abarcan son de lo más diversos, desde el tamaño de las hojas de papel hasta lo último en telecomunicaciones.

Clasificación:ñ.m

Submódulo **2**

GLOSARIO DE TÉRMINOS LOGÍSTICOS

A

ADMINISTRADOR DE MATERIALES

Administra el inventario de materias primas y/o partes necesario para la producción. Responsable de los niveles del inventario de insumos. Coordinación con compras, producción y proveedores para asegurar la confiabilidad y la eficiencia de la provisión de insumos tal que permita la planificación de la producción. Frecuentemente responsable de la recepción, el depósito, el programa de abastecimiento y los movimientos internos.

AGENTE DE CARGA AÉREA

Cuando el transitario ejerce su actividad en el ámbito del transporte aéreo se denomina "agente de carga aérea". Comercializa las bodegas de las líneas aéreas, constituyendo el sistema de distribución de la carga aérea, y coordina la demanda de transporte aéreo con la oferta de las compañías.

ALMACÉN AUTOMÁTICO

Sistema de almacenamiento de alta densidad en el que los elementos de manutención actúan completamente automatizados, tanto en los movimientos de manipulación de entrada como de salida de las estanterías.

ALMACÉN DE BLOQUE

Sistema de almacenamiento por apilado directo de las cargas, sin soportes o elementos de constitución de cargas unitarias.

ALMACENAJE

Se refiere a la administración del espacio físico necesario para el mantenimiento de las existencias, en definitiva estamos refiriéndonos al diseño y gestión operativa de los almacenes y de las diferentes herramientas y

tecnologías que deben utilizarse para optimizar la operación. Los almacenes juegan, pues, el papel de intermediarios a lo largo de la cadena logística y por tanto su importancia es de auténtico relieve, ya que pueden suponer fuentes de despilfarros, en potencia, a lo largo de toda la cadena.

ALMACENISTA

Empresa cuya actividad consiste, de acuerdo con lo que se establezca en un contrato, en recibir en depósito y en locales adecuados los bienes o mercancías ajenos. Puede efectuar operaciones de ruptura de cargas, almacenamiento, custodia, manipulación, administración, control de , preparación de pedidos y cualquier otra que se haya convenido. Inclusive puede realizar su posterior distribución a quien determine el depositante, en virtud de un contrato de transporte, en la forma, tiempo y lugar que éste determine.

ANÁLISIS ABC

Herramienta de gestión basada en la Ley de Pareto. Consiste en la clasificación, en orden decreciente, de una serie de artículos según su volumen anual de ventas u otro criterio. Tradicionalmente se ha venido clasificando en tres clases llamadas A, B y C. El grupo A representa generalmente de un l0 % a un 20 % de los artículos con los que se obtiene del 50 % al 70 % de las ventas. El segundo grupo, B, suele contener el 20 % de los artículos y suele representar el 20 % de las ventas. El grupo C suele contener del 60% al 70 % de los artículos y sólo suele representar del 10 % al 30 % de las ventas. Si bien en muchas empresas estos tres grupos se subdividen, a su vez, en otros; la tendencia actual es agruparlos en dos tipos: A, cuando nos preocupan económicamente, y C, cuando no nos preocupan económicamente, estando la frontera entre ambos grupos marcada por la rentabilidad del seguimiento que aplicamos a los productos A. El Análisis ABC es aplicado en distintas áreas de la empresa.

ANÁLISIS DE PARETO

Herramienta de gestión basada en la Ley de Pareto. Consiste en la clasificación, en orden decreciente, de una serie de artículos según su volumen anual de ventas u otro criterio. Tradicionalmente se ha venido clasificando en tres clases llamadas A, B y C. El grupo A representa generalmente de un l0 % a un 20 % de los artículos con los que se obtiene del 50 % al 70 % de las ventas. El segundo grupo, B, suele contener el 20 % de los artículos y suele representar el 20 % de las ventas. El grupo C suele contener del 60 % al 70 % de los artículos y sólo suele representar del 10 % al 30 % de las ventas. Si bien en muchas empresas estos tres grupos se subdividen, a su vez, en otros; la tendencia actual es agruparlos en dos tipos: A, cuando nos preocupan económicamente, y C, cuando no nos preocupan económicamente, estando la
frontera entre ambos grupos marcada por la rentabilidad del seguimiento que aplicamos a los productos A. El Análisis ABC es aplicado en distintas áreas de la empresa.

ANALÍSTA LÓGISTICO

Usa métodos analíticos y cuantitativos para comprender, predecir y perfeccionar los procesos logísticos. Se responsabiliza de compilar datos, analizar resultados, identificar problemas, y producir recomendaciones de soporte al gerenciamiento logístico. Su labor se focaliza en una determinada actividad logística, para la cual es requerido por transportistas, operadores logísticos, fabricantes o productores, u otros miembros de la cadena de abastecimiento.

APILADO EN BLOQUE

Modo de almacenamiento consistente en apilar unas sobre otras las unidades de carga. La capacidad de carga en altura está limitada por la resistencia de soportar cargas de la unidad inferior.

APILADOR

Máquina de manutención utilizada para el apilado de cargas, de accionamiento manual o eléctrico, alimentado por baterías recargables. En las de

accionamiento eléctrico, existen modelos en los que el conductor puede ir montado sobre una plataforma o bien sentado sobre la máquina. En las apiladoras, el centro de gravedad de la carga queda situado dentro de su base de sustentación. Suelen utilizarse en instalaciones con pocos movimientos o bien como máquinas de apoyo para grandes instalaciones.

APROVISIONAMIENTO

Considerando realmente esta función con una prolongación de la función de compras, siendo ésta la responsable de la selección de proveedores y las relaciones con los mismos, lo que repercutirá de forma importante sobre la función de aprovisionamiento, la cual es en definitiva responsable de los flujos de entrada de mercancías.

B

BENCHMARKING

Se define como copia inteligente; es decir, copiar lo mejor para superarlo, y entonces, convertirlo en lo mejor de lo mejor. Es un método avanzado para impulsar principalmente, dentro de la organización, un proceso de mejoramiento de la calidad. Cuyo objetivo es el de aprender de otras organizaciones o áreas operativas internas, la aplicación de las mejores prácticas para elevar sensiblemente el rendimiento de los procesos de trabajo estratégicos.

Se encarga de identificar, analizar, comprender, comparar, adaptar y superar los procesos de trabajo, similares en organizaciones de alto rendimiento comprobado, para mejorar sistemáticamente y significativamente los indicadores de desempeño de la empresa.

BOLETÍN DE PREPARACIÓN

Listado de los materiales y de las cantidades que deben recogerse en la preparación de un pedido, ordenados de manera que se realicen los mínimos recorridos posibles.

B2B

Business to Business. El comercio empresa-empresa, también llamado "Business to Business" o "B2B" representa la integración de los procesos de negocio internos de una empresa a través de la red. Se trata de gestionar la compra-venta de material entre distribuidores y proveedores

B2C

Business to Consumer. Los cientos de sitios de e-comercio que venden género directamente a los consumidores son considerados B2B. Esta distinción es importante cuando comparamos Websites que son B2B como modelos de negocio, estrategia, ejecución, y el cumplimiento es diferente.

C

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Conducto a través del cual se desplazan los productos desde su punto de producción hasta los consumidores. Son grupos de individuos y organizaciones que dirigen el flujo de productos a los consumidores.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE BIENES DE CONSUMO.

Es hacer llegar los productos perecederos por diversos canales de distribución hacia las manos de los consumidores de manera fácil y rápida.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE BIENES INDUSTRIALES.

Es cuando se dispones de diversos canales para llegar a las organizaciones que incorporan los productos a su proceso de manufactura u operaciones.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS.

La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas:

- Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse. Ejemplo: Una persona que demanda servicio de masaje; éste se aplica al mismo tiempo en que se produce.
- Otra forma puede ser que el demandante reciba el servicio hasta que el desee utilizarlo. Ejemplo: Cuando una persona hace una reservación de hotel, podría decirse que el servicio ya está comprado y producido. Pero llegara a ser utilizado hasta que el demandante lo decida.

CATÁLOGO ELECTRÓNICO-DATA.COD

Servicio de alineación de datos logísticos a ser mantenidos en una base de datos compartida por los participantes de una cadena de abastecimiento con el objetivo de permitir la automatización del intercambio de información dentro de la misma.

CÓDIGO DE ARTÍCULO

Entidad alfa-numérica, que designa un articulo determinado. Es inherente al articulo y diferencia cualquier otro.

CÓDIGO DE BARRAS

Elemento de codificación y lectura, numérico o alfanumérico, compuesto por señales de distinto grosos, espaciadas según normal especificas. Su lectura mediante pistolas láser, identifica el articulo en cuestión.

COMERCIO ELECTRÓNICO

Es el comercio en Internet que permite una nueva oportunidad de mercado que se desarrolla en un espacio abierto donde el intercambio comercial, de bienes y servicios, se hace a través de las autopistas de información con miles de interconexiones en todo el mundo. No hay una determinación correcta de este es generalmente descrito como un método de compra y venta de productos y servicios electrónicamente. El comercio electrónico también incluye otros tipos de transacciones como: Negocio-Negocio (Business to Bussiness, B2B) y Negocio-Consumidor (Business to Consumer, B2C).

CONSIGNATARIO

Persona física o jurídica a quien va dirigida la carga en el lugar de destino final.

CONSULTOR EN LOGÍSTICA

Asesora a clientes para mejorar el rendimiento logístico a través de planeamiento estratégico, reingeniería de procesos y/o la implementación de tecnología informática. Desarrolla y conduce una amplia gama de proyectos incluyendo, entre otras : optimización global de la cadena de abastecimiento, selección y desarrollo de software, búsqueda de recursos estratégicos, diseño de redes logísticas. Ayuda a sus clientes a desarrollar las herramientas logísticas, los procesos y la base de conocimientos necesarios para crear valor,
construir ventajas competitivas y potenciar la globalización de los rendimientos.

CONTENEDOR

Equipo de transporte de capacidad interior no menor de un metro cúbico, capaz de asegurar un uso repetido, sin ruptura de la carga en caso de trasbordo a diferentes modos de transporte, de manejo sencillo y de fácil llenado y vaciado. Se utilizan cuatro tamaños principales: de 40, 30, 20 y 10 pies, con 30, 25, 20 y 10 t, respectivamente. En atención a la composición de la carga se dístnguen dos tipos: FCL (Full Container Load), contenedor completo: y LCL (Less than Container Load), de grupaje. Tipos de contenedores: - Cerrado ("Box"). El de más frecuente utilización. Dotado de puertas en el testero se carga a través de ellas con ayuda de carretillas o transpaletas. - De costado abierto ("open side").

Cuando la mercancía a cargar, a causa de su longitud, resulta de difícil manejo a través del testero, se utilizan contenedores abiertos por el costado para facilitar la operación. - De techo abierto ("open top"). Cuando el volumen de la mercancía hace difícil el manejo a través del testero o del costado, se utilizan contenedores abiertos por el techo para poder cargar con grúas. - Plataforma ("flat"). Cuando por sus características geométricas el equipo a transportar no encaja en ninguno de los casos anteriores, se utilizan contenedores abiertos que consisten en plataformas con mamparas abatibles en los testeros. - Cisterna ("tank"). Consta de una típica cisterna apoyada en una estructura de soporte dotadas de los accesorios necesarios (cantoneras de esquina, etc.), para poder ser trincado con los anclajes de la superficie de apoyo en los vehículos. - Isotermo. Construido con materiales aislantes que limitan el paso
de calor entre el interior y el exterior. - Frigorífico ("reefer"). Contenedor isotermo que con la ayuda de un dispositivo de producción de frío permite reducir la temperatura y mantenerla. - Calorífico. Contenedor isotermo que, con ayuda de un sistema de calefacción, permite elevar la temperatura y mantenerla. - De temperatura controlada. Contenedor de alguno de los tipos anteriores que además está dotado de sistemas de control y registro de temperatura y humedad. - Plegable. Sus elementos pueden plegarse para el transporte en vacío. - Iglú. Contenedor de formas adaptables al fuselaje típico del transporte aéreo. - De temperatura controlada. Contenedor de alguno de los tipos anteriores que además está dotado de sistemas de control y registro de
temperatura y humedad.

CONTENEDOR COMPLETO-FCL

Carga que completa la capacidad de un contenedor.

CONTENEDOR CONSOLIDADO-LCL

Cargas parciales de distintos remitentes agrupadas para completar la capacidad de un contenedor.

COSTE DE ADQUISICIÓN

Corresponde con el coste de la adquisición de productos y que puede ser dependiente de los volúmenes o unidades de adquisición; es normal que el vendedor ofrezca descuentos por volumen, pero también pueden existir lotes económicos que habrá que considerar.

COSTO DE ALMACENAMIENTO

Los costos de almacenamiento, de mantenimiento o de posesión del Stock, incluyen todos los costos directamente relacionados con la titularidad de los inventarios tales como: Costos Financieros de las existencias, Gastos del Almacén, Seguros, Deterioros, perdidas y degradación de mercancía.

COSTOS DE LANZAMIENTO DE PEDIDO

Los Costos de lanzamiento de los pedidos incluyen todos los Costos en que se incurre cuando se lanza una orden de compra. Los Costos que se agrupan bajo esta rúbrica deben ser independientes de la cantidad que se compra y exclusivamente relacionados con el hecho de lanzar la orden.

COSTE DE MANTENIMIENTO

Corresponde al coste del mantenimiento útil del stock y que debe contemplar los costes financieros, seguros de roturas, obsolescencia, robo, deterioro, etc.

COSTE DE ROTURA DE STOCKS

Corresponde con los costes en los que se incurre por falta de disponibilidad de producto, pudiendo producir dos efectos distintos, el de pérdida de ventas y el de retraso en el servicio, que puede convenirse en penalizaciones, pérdida de imagen y despilfarro en el siguiente punto de la cadena productiva por parada.

COSTO DIRECTO DE ALMACÉN

Los costos directos de almacén se dividen a su vez en Costos Fijos y Costos Variables:

Costos Fijos:

- Personal
- Vigilancia y Seguridad
- Cargas Fiscales
- Mantenimiento del Almacén
- Reparaciones del Almacén
- Alquileres
- Amortización del Almacén
- Amortización de estanterías y otros equipos de almacenaje
- Gastos financieros de inmovilización

Costos Variables:

- Energía
- Agua
- Mantenimiento de Estanterías
- Materiales de reposición
- Reparaciones (relacionadas con almacenaje)
- Deterioros, perdidas y degradación de mercancías.
- Gastos Financieros de Stock.

COSTO INDIRECTO DE ALMACÉN

- de administración y estructura
- De formación y entrenamiento del personal

CROSS DOCKING

Operaciones de recepción y clasificación en bases de transferencia de cargas que implican salida inmediata hacia distribución, sin almacenamiento intermedio.

D

DEMANDA

La demanda es definida como la relación multidimensional entre la cantidad consumida y los factores que determinan cuánto se consume. Estos determinantes o factores de la demanda se dividen en dos grupos: por un lado un parámetro de movimiento (precio) y los parámetros de cambio (todas las demás variables de la función excepto el precio del bien). Sin embargo, cuando se trata de establecer una representación gráfica de la demanda se establece una relación entre la cantidad demanda del bien y su precio, dejando los demás factores constantes.

DEPOSITARIO

La persona que recibe la mercadería para su almacenamiento en el curso de ejecución de un contrato de transporte multimodal.

DESCONSOLIDACIÓN

Proceso de desagrupamiento de cargas parciales con destino a su distribución a los respectivos consignatarios.

DESTINATARIO

La persona a la que se le envían mercaderías, según lo estipulado en el correspondiente contrato.

DISTRIBUCIÓN

La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo. Su misión es poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desea adquirirlo.

DOCUMENTO DE TRANSPORTE MULTIMODAL

El instrumento que hace prueba de la celebración de un contrato de transporte multimodal y acredita que el operador de transporte multimodal ha tomado las mercaderías bajo su custodia y se ha comprometido a entregarlas de conformidad con las cláusulas del contrato.

E

ENTRADA O RECEPCIÓN

Acta, ejecutada por un cliente y su proveedor, sobre la correspondencia entre un pedido y el suministro correspondiente.

ENTREGA DE LA MERCANCÍA

El acto por el cual el operador de transporte multimodal pone las mercaderías a disposición efectiva y material del consignatario de conformidad con el contrato de transporte multimodal, las leyes y los usos y costumbres imperantes en el lugar de entrega.

ESTACIÓN DE TRANSFERENCIA O INTERFACES

Una instalación, tal como la de puertos, marítimos, depósitos fiscales, almacenes, puertos secos, aeropuertos, playas para el transporte terrestre ferroviario o carretero u otras similares, sobre la que convergen distintos modos de transportes, con adecuada infraestructura y dotada de equipos para el manipuleo de cargas y sus respectivos embalajes (contenedores, paletas, bolsas o cualquier otro que pudiera utilizarse), aptos para realizar la transferencia de un modo a otro de transporte en forma eficiente y segura

ENVASE

Recipiente o vaso en que se conserva una cierta mercancía ("en-vaso"). Tiene como función fundamental facilitar la venta del producto. Además de la

presentación y la dosificación, es fundamental la compatibilidad entre el producto y el recipiente.

EOQ

Economic Order Quantity. Es utilizado no solamente para definir la cantidad de material a ordenar o para definir el tamaño de lote a producir en un ambiente de manufactura, sino también para determinar el volumen óptimo de carga de transporte donde una serie de costos implicados juegan un papel muy importante.

F

FEFO

First expired, first out, es decir : primero en caducar, primero en salir.

FIFO

First in, first out; es decir: primero en entrar, primero en salir (regla de la gestión de stocks).

FLETE

Tarifa del servicio de transporte que implica un cálculo que combina las variables de distancia del viaje y peso, volumen, valor y riesgos propios de la carga.

FLETERO

Transportista que presta el servicio por cuenta de otro que actúa como principal, en cuyo caso no existe relación laboral ni dependencia con el contratante.

FEEDER

Ruta aérea o marítima-fluvial usada para acercar cargas a aeropuertos o puertos "hubs".

G

GERENTE DE ABASTECIMIENTO

Dirige las compras de una organización. Responsable de ubicar fuentes de abastecimiento de recursos, seleccionar proveedores, negociar contrataciones. Coordinación con la gestión de materiales y de producción para asegurar la entrega a tiempo de los materiales adecuados. Es fuente de datos primarios para el análisis de aumento de los niveles de servicio a menores costos.

GERENTE DE ALMACENAMIENTO

Debe lograr una operación eficiente de las instalaciones de almacenamiento comercial o industrial o de centros de distribución. Gestión de las actividades internas de recepción y depósito de mercaderías, inventario y reclamos. Involucra las actividades externas de seguimiento de pedidos, reposición de inventario y despacho. Responsable de presupuesto, servicio al cliente, operación de instalaciones y equipo. Administración global de la gestión de inventario, productividad, eficacia y prevención de faltantes para asegurar la obtención de los requerimientos del cliente.

GERENTE DE ANÁLISIS DE SISTEMAS

Realiza el soporte de análisis de información en la gestión de la planificación y los procesos logísticos. Abarca el diseño, el desarrollo y la implementación de los métodos y procedimientos de recopilación de datos y de elaboración de informes. Función de coordinación técnica y asesor interno en lo referido a necesidades y requisitos del procesamiento de datos. Produce soluciones tecnológicas para resolver problemas de usuarios.

GERENTE DE INVENTARIOS

Desarrolla e implementa planes para optimizar costos de inventario y metas de servicio al cliente en plantas, centros de distribución y/o bocas minoristas. Se responsabiliza por el pronóstico de necesidades, analizando los patrones de movimientos, despliegue de productos, informes de rendimiento y resolución de desvíos. Trabaja con las gerencias de compras y logística para establecer los lotes óptimos de compra, las metas de inventario y los objetivos de rotación.

GERENTE DE LA CADENA LOGÍSTICA INTEGRAL

Revisa los procedimientos y advierte las oportunidades de mejorar la fluidez de la producción, el abastecimiento, el almacenamiento, la distribución y la presupuestación financiera para obtener las necesidades de distribución del producto. Dirige las acciones de control de costos, de reducción de desvíos, de servicio al cliente y de seguridad. Toma decisiones que afectan al movimiento, depósito y procesamiento del inventario.

GESTIÓN DE ALMACÉN

La gestión de almacén concierne a todo lo relativo a los flujos físicos de los artículos en almacén: direcciones físicas de almacenamiento, preparación de pedidos, etc.

GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL. TQM

Filosofía de gestión que involucra a los sectores de servicios y a los proveedores, además de los sectores productivos y comerciales de una empresa, en la obtención de estándares de calidad ofrecidos al cliente.

GESTIÓN DE LA CADEMA DE SUMINISTRO. SCM

gestión de la cadena logística entendida como servicio dado por un grupo de empresas comprometido con la satisfacción del consumidor final.

GESTIÓN DE STOCK

La gestión de las existencias define lo que debe estar almacenado y lo valora.

GESTIÓN LOGÍSTICA

Es el proceso de planificación, implementación y control del flujo y almacenamiento eficiente y económico de la materia prima, productos semiterminados y acabados, así como la información asociada.

GRANEL

Mercancía transportada sin envase o embalaje, generalmente referido a minerales, semillas, abonos, líquidos, cementos, etc.

H

HUB

Puerto o aeropuerto usado como base para concentrar cargas menores, provenientes de líneas "feeder" (alimentadoras), y redistribuirlas por rutas troncales inter o intracontinentales.

I

INGENIERO EN LOGÍSTICA

Diseña procesos logísticos, la tecnología y/o la infraestructura para sustentar el gerenciamiento eficiente de los productos desde su concepción en el tablero de diseño y a lo largo de su producción, distribución y hasta cumplir su ciclo de vida. Desarrolla recomendaciones en materias tales como tiempos de actividad, localización de operaciones y los factores humanos y ambientales que repercuten en el rendimiento logístico. Trabaja estrechamente con clientes, proveedores de servicios logísticos, gerentes de logística y otros miembros de la cadena de abastecimiento para desarrollar soluciones innovadoras a problemas en las operaciones en marcha.

INTERMODAL

Sistema integral de transporte de mercancías, agrupadas en unidades de carga, que utiliza más de un modo de transporte (marítimo, ferroviario, carretera o aéreo) entre el punto de origen y el de destino al amparo de un único documento. Características: La utilización de contenedores, equipo de transporte mayoritariamente utilizado para el transporte intermodal, presenta una serie de beneficios: Reducción de hasta un 70 % en los tiempos de carga y descarga. Reducción de hasta un 70 % de las "manos" de estibadores. · Disminución sustancial de la tasa de robos, de daños y, con ello, de las primas de seguro. Acortamiento de los plazos de transporte. · Abaratamiento de los costes de transporte. Reducción de los controles e inspecciones gracias al sellado del contenedor. Simplificación documental Mejor seguimiento de la mercancía, gracias al control informático.

INVENTARIO

Inventario es la acumulación de cualquier producto o artículo usado en la organización.

J

JUST IN TIME

Llegada de insumos desde el proveedor directamente a los procesos productivos en el preciso momento en que se los necesitan, obviando almacenamiento en planta.

L

LOGÍSTICA

El proceso de planificar, ejecutar y controlar de una manera efectiva y eficiente el flujo de materias primas, inventario en curso y producto terminado, así como la información relativa a estos ,desde el punto de Origen hasta el punto de consumo, con el propósito de cumplir con las necesidades de los consumidores.

LOGÍSTICA DE ABASTECIMIENTO

Agrupa las funciones de compras, recepción, almacenamiento y administración de inventarios, e incluye actividades relacionadas con la búsqueda, selección, registro y seguimiento de los proveedores.

LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN

Comprende las actividades de expedición y distribución de los productos terminados a los distintos mercados, constituyendo un nexo entre las funciones de producción y de comercialización.

LOGÍSTICA DE PLANTA

Abarca las actividades de mantenimiento y los servicios de planta (suministros de agua, luz, combustibles, etc.), como así también la seguridad industrial y el cuidado del medio ambiente.

LOGÍSTICA DE PRODUCCIÓN

Los subsistemas de Abastecimiento y de Servicios de Planta pueden ser agrupados bajo la denominación de *Logística de Producció*n, ya que ambos se relacionan íntimamente con las tareas propias de fabricación de bienes y/o prestación de servicios.

LOGÍSTICA INVERSA

El proceso de planificar, ejecutar y controlar de una manera efectiva y eficiente el flujo de materias primas, inventario en curso y producto terminado, así como la información relativa a estos, desde el punto de consumo hasta el punto de origen, con el propósito de reciclarlo, crear valor o destruirlo adecuadamente.

LOTE ÓPTIMO

Es la cantidad que conviene comprar periódicamente para optimizar los costos de adquisición y tenencia que demanda la gestión de inventarios.

M

MODO DE TRANSPORTE

Cada uno de los distintos sistemas de porte de mercaderías por vía acuática, aérea, carretera o ferroviaria, excluidos los meramente auxiliares.

MERCADERÍA

Bienes de cualquier clase susceptibles de ser transportados, incluidos los animales vivos, los contenedores, las paletas u otros elementos de transporte o de embalaje análogos, que no hayan sido suministrados por el operador de transporte multimodal.

O

OFERTA

La oferta o curva de oferta es la relación entre la cantidad de un bien que los productores están dispuestos a vender y todos los precios posibles del producto, en un período determinado con todo lo demás constante

OPERADOR DE TRANSPORTE MULTIMODAL

Toda persona, porteador o no, que por sí o a través de otro que actúe en su nombre, celebre un contrato de transporte multimodal actuando como principal y no como agente o en interés del expedidor o de transportadores que participen de las operaciones de transporte multimodal, asumiendo la responsabilidad por el cumplimiento del contrato

P

PALET

Plataforma reutilizable usada en la estiba de carga para facilitar el aprovechamiento del espacio de almacenamiento y de bodega de transporte, y las operaciones de manipuleo. Existen clases normalizadas en cuanto a material y diseño de construcción y a sus dimensiones.

PALET PERDIDO

Palet de bajo coste, y a menudo de peor calidad, destinado a usarse una sola vez. No debe utilizarse en un almacenamiento automático o en altura.

PALET PRISIONERO

Palet que, en principio, no saldrá nunca del almacén al que está asignado

PICKING

Fase de la preparación de pedidos consistente en la extracción de la mercancía desde el lugar donde se almacena en las cantidades solicitadas por los clientes. Sacar del stock el ítem solicitado para proseguir una acción logística: la preparación de un pedido . Pick (verbo inglés) es picotear, seleccionar, recolectar y cosechar. Es un término de aplicación general en inglés pero con una amplia difusión internacional en el ambiente de la logística y el transporte.

PREPARACIÓN DE PEDIDOS

Conjunto de operaciones que permiten sacar del almacén todos los artículos que forman un pedido y, eventualmente, reagruparlos antes del envío

PUNTO DE PEDIDO

Nivel a partir del cual es preciso realizar un nuevo pedido

S

SCM (SUPPLY CHAIN MANGEMENT)

Gestión de la Cadena de Suministro, que es la planificación , organización y control de las actividades de la Cadena de Suministro.

SERVICIO AL CLIENTE

Planifica y dirige las acciones del equipo de servicio al cliente a fin de satisfacer sus necesidades y sustentar las operaciones de la compañía. Desarrolla procedimientos, establece estándares y administra actividades para asegurar la precisión de la toma de pedidos, la eficiencia del segumiento de los envíos y la entrega a tiempo de los productos a los clientes. También se responsabiliza por la respuesta efectiva a los requerimientos, los problemas y las necesidades especiales de los clientes. Trabaja mancomunadamente con las funciones de marketing y ventas, logística y transporte para lograr la reducción de los plazos del ciclo de pedidos y mejorar los índices de eficacia al mismo tiempo que se controlan los costos de la atención a clientes.

SISTEMA DE INVENTARIO

Conjunto de políticas y controles que supervisa los niveles de inventario y determina cuales son los niveles que deben mantenerse, cuando hay que reabastecer el inventario y de qué tamaño deben ser los pedidos.

STOCK

Producto almacenado listo para ser vendido, distribuido o usado.

STOCK DE SEGURIDAD

Artículos de uso excepcional, que cubren los riesgos derivados de la aleatoriedad de las salidas de almacén.

STOCK MÁXIMO

Máxima cantidad de producto que es capaz de almacenarse en un determinado almacén,. También tiene la aceptación de ser la máxima cantidad de producto que debe almacenarse en un almacén para que este sea rentable. No tiene por que coincidir con la capacidad real del mismo.

STOCK MÍNIMO

Mínima cantidad de producto que se debe almacenar en un almacén, para poder dar un servicio adecuado. Si se rebasa hacia abajo este Stock, se pueden producir los llamados "Roturas de Stock".

T

TRANSITARIO

Empresa especializada en la organización y gestión, por encargo del usuario (cargador), de la cadena de transporte de mercancías (o de parte de ella) en cualquiera de sus modos (aéreo, carretera, ferrocarril y marítimo). Para su labor, contrata o realiza todas las operaciones que ello conlleva: transporte físico de las mercancías, operaciones aduaneras, embalajes, consolidación y desconsolidación de cargas, almacenajes, seguros, trámites bancarios y documentarios, etc. La actividad de la empresa transitaria, comercializando y coordinando todo tipo de transporte, se centra especialmente en el transporte en régimen de grupaje. Además, el transitario ofrece una amplia gama de prestaciones logísticas. El transitario actúa como organizador del transporte internacional de mercancías en cualquiera de sus modos (aéreo, carretera, ferrocarril y marítimo), incluyendo todas las operaciones que ello conlleva: contratación del transporte, operaciones aduaneras, embalajes, consolidación y desconsolidación de mercancías, almacenajes, seguros, trámites bancarios y documentarios, etc. La actividad de la empresa transitaria, comercializando y coordinando todo tipo de transporte, se centra especialmente en el transporte

en régimen de grupaje. Además, el transitario ofrece una amplia gama de prestaciones logísticas.

TRANSPORTE MULTIMODAL DE MERCADERÍAS

el que se realiza en virtud de un contrato de transporte multimodal utilizando, como mínimo, dos modos diferentes de porteo a través de un solo operador, que deberá emitir un documento único para toda la operación, percibir un solo flete y asumir la responsabilidad por su cumplimiento, sin perjuicio de que comprenda además del transporte en sí, los servicios de recolección, unitarización o desunitarización de carga por destino, almacenaje, manipulación o entrega al destinatario, abarcando los servicios que fueran contratados en origen y destino. Incluso los de consolidación y desconsolidación de las mercaderías, cumplimentando las normas legales vigentes.

TERMINAL DE CARGAS

Una estación de transferencia en la que se pueden almacenar los contenedores u otras unidades de carga y donde se pueden realizar tareas de unitarización de cargas , llenado y vaciado, como así también de consolidación de contenedores y otras unidades de carga.

U

UNIDAD DE CARGA

La presentación de las mercaderías objeto de transporte, de manera que puedan ser manipuladas por medios mecánicos.

UNITARIZACIÓN

El proceso de ordenar y acondicionar correctamente la mercadería en unidades de carga para su transporte

V

VENTAJA COMPETITIVA

Valor creado por una compañía para sus clientes que hace que se distinga del resto de compañías de la competencia y que proporciona a sus clientes una razón para mantenerlos fieles.

Z

ZAC

Zona de carga aérea de características similares a una ZAL.

ZAL (Zona de Actividades Logísticas)

Zona del entorno portuario para la conexión y articulación de redes de transporte intermodal. El área de la ZAL está acondicionada para su uso por empresas industriales o de transporte que desarrollen actividades logísticas, como el almacenamiento y la manipulación de cargas, que proporcionen valor añadido a la mercancía.

ZONA DE DEVOLUCIONES

Zona donde se recepcionan las mercancías devueltas, se comprueba su estado y si éste es conecto, se pasa la mercancía a la zona de seguridad o a la de *picking* para su reutilización, dándole de alta en el *stock* y dando orden al departamento de administración para la devolución del dinero al cliente.

ZONA DE INFORMÁTICA

Zona donde se encontrarán los terminales de donde se extraerán las listas de recogida o *picking lists.*

ZONA DE PACKING

Zona en donde se preparan los pedidos embalando los productos.

ZONA DE PALETS

Es donde se colocan los productos en bloque recibidos del proveedor y que irán pasando en pequeñas unidades a la zona de picking.

ZONA DE PESAJE

Zona donde se encuentran las básculas para el pesaje de los productos, según la requiera el medio de entrega.

ZONA DE PICKING

Zona en la que se encuentran los productos preparados para su recogida individual para preparar los pedidos

ZONA DE SEGURIDAD

Zona donde se colocarán los productos de alto valor y poco voluminosos, permaneciendo siempre cerrada y con acceso autorizado sólo por el supervisor del almacén.

ZONA FRANCA

Enclave territorial especialmente delimitado en el que existen facilidades para la entrada, manipulación, almacenamiento y expedición de mercancías, especialmente la exención de pago de derechos arancelarios y otros impuestos, hasta el momento de ser despachadas para su comercialización o consumo.