GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 7

Programa de Formación: Tecnólogo en Gestión Logística.			**Código:** 822202 **Versión:** 01	
Nombre del Proyecto: Diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales.			**Código:** 1282469	
Fase del proyecto: Fase II: Planeación.				
Actividad (es) del proyecto: Estructurar procesos integrados dentro del Plan Maestro de Logística Comercial.	**Actividad (es) de aprendizaje:** Graficar el flujo de información interna y externa de los procesos logísticos, utilizando herramientas tecnológicas.	**Ambiente de formación escenario** LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Sesiones en línea.	**Materiales de formación** **Devolutivo** (Herramienta - equipo).	**Consumible** (Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: **210101027-01:** Diseñar procesos logísticos mediante el uso de técnicas y métodos de programación simulados apoyados en tecnologías de la información teniendo en cuenta los requerimientos de la organización definidos en el manual de procesos para responder al plan de servicios de los clientes y objetivos de la organización.			**Competencia:** **210101027:** Definir los sistemas de información de los procesos según estrategias corporativas.	

210101027-02: Identificar el flujo de información interno y externo de los procesos logísticos según el tipo de negocio, tiempos de respuesta y costos asociados para facilitar el flujo de bienes, servicios y transacciones. **210101027-03:** Establecer la tecnología requerida según necesidades de información, las necesidades de los clientes internos y externos y el plan maestro de la organización apoyados por base de datos y sistemas de intercomunicación según la estructura de la cadena.	
Duración de la guía (en horas):	140 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Los procesos logísticos son un elemento importante de la planeación empresarial, por tal razón deben llevarse a cabo en cada subsistema de la cadena logística. Para ello, en la actualidad existen diversos programas computacionales o software, con los cuales se pueden diseñar los procesos que permiten realizar múltiples modificaciones a la planeación, que luego se implementarán en los procesos reales. Esta situación posibilita la adecuación de las tareas para minimizar los costos, los riesgos y maximizar la productividad y las ventas; en otras palabras, administrar la rentabilidad de los productos o servicios.

Es así, que en esta actividad de aprendizaje se tratan temas relacionados con el flujo de información interna y externa de una empresa, así como el establecimiento de los procesos que permiten organizar la información de manera sistemática a través del uso de recursos tecnológicos, elementos fundamentales para el funcionamiento de una empresa u organización.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 140 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas **(D)**, que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes **(I)**, que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje es necesario revisar el material de formación “Procesos y sistemas de información”, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y el material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7 / Material de formación / Material complementario; allí ingresa al respectivo material, que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Uso de las TIC**

  Las Tecnologías de la Información y la Comunicación como las redes de computadores, internet, los sistemas de comunicación satelital y los paquetes de software empresarial, desempeñan un papel importante en las relaciones que se establecen entre cada uno de los actores de la cadena de abastecimiento en la red logística, ya que facilitan los flujos de la información, de los datos, procesos, servicios, productos, recursos humanos, recursos financieros y permiten una mayor eficiencia en la planeación, ejecución y control de cada una de las actividades que se realizan en la gestión logística.

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

  - ¿Qué tecnologías de la información considera pertinentes para apoyar procesos en la cadena de abastecimiento de la red logística?

  - ¿En qué casos emplearía el uso de software para administrar la información de una empresa?

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

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

- **Evidencia: Historia de una empresa**

  Ramo es una empresa colombiana que nació en 1.950 como producto de los ponqués que su creador, don Rafael Molano, le vendía a sus compañeros de trabajo en la empresa donde laboraba. Los ponqués eran elaborados por su esposa la señora Ana Luisa y gustaban tanto que los pedían por encargo, a raíz de esto don Rafael empieza a venderlos

en las tiendas y el negocio empieza a progresar. En el año 1.964 se consolida la empresa e inicia la producción industrial.

Para la época esta empresa se basaba fundamentalmente en las instrucciones brindadas por los expertos técnicos del área de producción más que en el área administrativa, cuyos temas, para ese entonces, eran de menor relevancia. Uno de los retos radicaba en el manejo de la información, la cual se documentaba en papel y a través del uso de bitácoras que permitían contar con bases de datos con fines de gestión.

Para ampliar la información relacionada con la historia anterior se sugiere revisar el documento complementario “Empresa Ramo: evolución de las empresas y los sistemas de información para el desarrollo de sus procesos” perteneciente a esta actividad de aprendizaje. Se le invita también a realizar consultas en la web sobre este y otros casos colombianos relacionados con la evolución de los sistemas de información y su importancia en el desarrollo de las empresas.

Una vez contextualizado en el tema analice las siguientes preguntas:

- ¿Cuál era la forma para reconocer los pasos a seguir en cada uno de los procesos realizados por las empresas?
- ¿Cómo cree que se administraba la información de las empresas al no contar con los sistemas de información actuales?
- ¿Cómo cree que se programaba la producción mensual de las empresas?
- ¿De qué manera se administraban los inventarios de la materia prima y productos terminados?
- ¿Qué ventajas podrían haber tenido las empresas en el pasado si hubiesen contado con las tecnologías actuales utilizadas para administrar información?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable. **Total horas: 6, 1 (D) y 5 (I).**

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

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

- **Evidencia 1: Presentación "Caracterización de la empresa"**

  Para desarrollar procesos logísticos es fundamental conocer en detalle los temas relacionados con el aprovisionamiento, la producción y distribución, además de los riesgos asociados al proceso y los flujos de información. También es importante que se identifiquen los insumos, cargos involucrados, los recursos físicos y/o tecnológicos y los proveedores de materia prima, de tal forma que se perciba la relación que existe entre cada uno de los procesos, subprocesos, actividades y tareas que puedan tener lugar dentro de la organización.

  En este sentido, para esta evidencia debe elaborar una presentación acerca de la organización estratégica y el flujo de información que se da a nivel interno y externo en una empresa relacionada con el sector de la logística.

  Pasos para realizar la evidencia:

  - Inicialmente, realice consultas en la web u otro medio de su preferencia acerca de la organización estratégica y su relación con la gestión logística.

  - Seguidamente, seleccione una empresa relacionada con el sector logístico (puede usar la información sobre empresas utilizadas en evidencias anteriores) y realice una descripción breve de ésta, el tipo de negocio y organización estratégica.

  - Presente a través de un organigrama las áreas o dependencias de la empresa, indicando el respectivo flujo de información y los recursos tecnológicos empleados para su manejo.

  - Luego, identifique cada uno de los procesos desarrollados por área y elabore un mapa de procesos con esta información. Finalmente consolide todo lo anterior en la presentación.

  Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación "Procesos y sistemas de información" y los materiales complementarios "Tipos de negocio" y "Estructura del sistema logístico" pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

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

  Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7 / Evidencias / Evidencia 1: Presentación "Caracterización de la empresa". **Total horas: 20, 4 (D) y 16 (I).**

- **Evidencia 2: Perfil de clientes y proveedores**

  El flujo de información externa en los procesos logísticos no se genera dentro de las actividades propias de la empresa, pero tiene una incidencia directa sobre los procesos que se realizan dentro ésta, tales como el caso de la información que se maneja en el proceso de aprovisionamiento referente a los proveedores y el proceso de distribución referente a los clientes. Por tal razón, para esta evidencia debe presentar en un documento escrito la caracterización del perfil de los clientes y los proveedores de la empresa mencionada en la Evidencia 1: Presentación “Caracterización de la empresa” de esta actividad de aprendizaje.

  Tenga presente que para realizar la evidencia puede utilizar tablas o formatos que le ayuden a administrar la información.

  Para desarrollar la evidencia siga los pasos descritos a continuación:

  - Inicialmente, debe identificar el perfil de clientes de la empresa, cliente interno, cliente externo y necesidades a satisfacer de cada uno de los clientes (incluir los tiempos de respuesta).

  - Después, proponga una alternativa de flujo de información que le permita asegurar una buena comunicación con el cliente, tanto interno como externo.

  Luego, debe caracterizar el perfil de proveedores, para esto realice lo siguiente:

  - Elabore un listado de elementos (productos o servicios) que son de vital importancia para el funcionamiento de la empresa.

  - Del listado anterior, escoja uno y determine las posibles empresas o personas que puedan ser proveedores y haga un listado.

  - Posteriormente, escoja dos posibles proveedores del listado elaborado y determine la posibilidad de elegirlos como proveedores. Para esto puede utilizar los formatos presentados en el material de formación. Recuerde que debe establecer los criterios adecuados para cada uno de los ítems disponibles en el formato.

  - Una vez cuente con la información solicitada en el punto anterior, determine:

    - ¿Cuál de las dos personas y/o empresas es confiable como proveedor teniendo en cuenta las políticas de la organización?

    - ¿Qué aspectos considera positivos y negativos de cada uno de los proveedores?

- ¿Cómo se controlarían los aspectos negativos del proveedor para que no se afecten los procesos al interior de la compañía?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación "Procesos y sistemas de información" y el material complementario "Diferenciación de los clientes" y "Tiempos de respuesta" pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

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

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7 / Evidencias / Evidencia 2: Perfil de clientes y proveedores. **Total horas: 20, 3 (D) y 17 (I).**

- **Evidencia 3: Informe "Identificación de las tecnologías de la información"**

Para una empresa es necesario contar con herramientas que permitan administrar de manera efectiva el flujo de información dentro de cada uno de los eslabones de la cadena de producción y abastecimiento. Por ende, en esta evidencia debe elaborar un informe acerca de las plataformas informáticas requeridas por una empresa para el manejo de clientes, eslabones de la cadena, datos, procesos y usuarios. En el informe debe determinar el software necesario para cubrir las necesidades de la empresa, incluyendo software de simulación.

Elabore esta evidencia considerando lo siguiente:

- Continuando con el caso de la empresa utilizada en las evidencias 1 y 2 de esta guía de aprendizaje, relacione nuevamente las áreas de la empresa, los procesos y su relación con el flujo de información.

- Después de lo anterior, identifique las necesidades presentes en los sistemas de información de la empresa, teniendo en cuenta la estrategia organizacional.

- Indique qué software o tecnologías de la información servirían como apoyo en cada una de las áreas de la empresa y establezca la respectiva plataforma informática a utilizar.

- Realice una descripción detallada sobre la funcionalidad de cada software propuesto, justificando su selección.

Ahora, basado en los datos obtenidos tras el desarrollo de los ítems anteriormente descritos, proceda con la elaboración del informe solicitado para la evidencia. Para esto, debe analizar e incluir la información obtenida en los puntos previamente desarrollados y luego detallar de forma específica la manera como la plataforma informática escogida puede aportar al mejoramiento de los procesos desarrollados en cada una de las áreas de la empresa, incluyendo los eslabones de la cadena, el tratamiento de datos y manejo de clientes. Finalmente indique cómo estas mejoras pueden incidir en el desarrollo del plan maestro de logística internacional.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación "Procesos y sistemas de información" y los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

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

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7 / Evidencias / Evidencia 3: Informe "Identificación de las tecnologías de la información". **Total horas: 20, 5 (D) y 15 (I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

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

- **Evidencia 4: Propuesta "Caso pio pio y más pio"**

  Al desarrollar procesos efectivos dentro del sector de la gestión logística, es importante diagnosticar las fallas y errores que pueden entorpecer el correcto funcionamiento de la empresa. Frente a lo anterior, debe elaborar una propuesta para la solución de problemas en una empresa, para ello, se debe analizar el caso "Un día en pio pio y más pio" presentado en el documento descargable asociado a esta evidencia.

  La evidencia se debe desarrollar con los mismos equipos de trabajo que se conformaron en las evidencias anteriores, a través del recurso de grupos de trabajo disponible en la plataforma virtual de aprendizaje.

  Para la propuesta debe:

- Efectuar un diagnóstico acerca de las fallas presentes en cada una de las áreas mostradas en el caso propuesto para la evidencia.

- Establecer las posibles soluciones para los problemas identificados, contemplando:

  - La descripción de los procesos.

  - Tiempos de respuesta requeridos por los clientes internos y externos.

  - Costos asociados con la operación, que garanticen el flujo de bienes, servicios y transacciones.

- Recomendar el uso de tecnologías de la información para actividades de graficación, simulación y creación de sistemas de información, con la respectiva descripción del software o sistemas empleados.

Una vez cuente con todo lo anterior, realice la propuesta a través de los espacios de trabajo colaborativo dispuestos para la evidencia y al final consolide la información en un documento para ser enviado al instructor.

Es necesario que cada integrante reconozca cómo funcionan los grupos de trabajo, por eso previamente debe hacer lectura del documento “Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo”, que está disponible en el material complementario de esta actividad de aprendizaje.

Para conocer más acerca del desarrollo de la propuesta, revise el documento de la evidencia en su versión descargable.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7 / Evidencias / Evidencia 4: Propuesta “Caso pio pio y más pio”. **Total horas: 40, 8 (D) y 32 (I).**

- **Evidencia 5: Manual “Procesos y procedimientos logísticos”**

En esta evidencia debe elaborar un manual de procesos y procedimientos que involucre la estructuración de los procesos logísticos, variables y recursos asociados con actividades de operación de la empresa.

Para desarrollar esta evidencia realice lo siguiente:

- Seleccione una de las áreas de la empresa expuestas en la Evidencia 1: Presentación “Caracterización de la empresa”, junto con su respectivo subproceso de la gestión logística (aprovisionamiento, producción o distribución).

- Elabore un diagrama de flujo de los procesos del área seleccionada, según las técnicas y métodos de programación y las herramientas de control involucradas en el proceso. Para trazar el diagrama puede utilizar el software sugerido en el material de formación "Procesos y sistemas de información" o el de su preferencia.

- Plantee el diseño del manual de procesos y procedimientos, de manera estandarizada y contemplando los servicios, costos, espacios, factores internos y externos y tecnologías de la información involucrados.

- Realice el perfil del manual, para esto defina un diseño de presentación de acuerdo a las indicaciones suministradas en el material de formación mencionado.

Finalmente, construya el manual de procesos y procedimientos incluyendo la información obtenida del desarrollo de cada uno de los ítems de la evidencia, al igual que la documentación de soporte requerida.

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

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7 / Evidencias / Evidencia 5: Manual "Procesos y procedimientos logísticos". **Total horas: 34, 5 (D) y 29 (I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de producto: Evidencia 1: Presentación "Caracterización de la empresa".	Estructura el flujo de información de acuerdo con la tecnología a utilizar dentro de la organización según el tipo de negocio y tiempos de respuesta, facilitando flujo de bienes, servicios y transacciones teniendo en cuenta los procesos y las funciones a nivel interno y externo y costos de manejo.	**Lista de verificación:** Presentación.

Evidencia de producto: Evidencia 2: Perfil de clientes y proveedores.	Estructura el flujo de información de acuerdo con la tecnología a utilizar dentro de la organización según el tipo de negocio y tiempos de respuesta, facilitando flujo de bienes, servicios y transacciones teniendo en cuenta los procesos y las funciones a nivel interno y externo y costos de manejo.	**Lista de verificación:** Documento escrito.
Evidencia de producto: Evidencia 3: Informe “Identificación de las tecnologías de la información”.	Determina con precisión la plataforma informática teniendo en cuenta los eslabones de la cadena, las necesidades de clientes internos y externos, los sistemas de intercomunicación, la eficiencia de la base de datos de la organización, el plan maestro y la normatividad establecida por la organización.	**Lista de verificación:** Informe.
Evidencia de producto: Evidencia 4: Propuesta “Caso pio pio y más pio”.	• Diseña de forma precisa los procesos y requerimientos logísticos de la organización soportado en la documentación requerida de acuerdo a objetivos, estrategias, funciones e indicadores de gestión teniendo en cuenta nivel	**Lista de verificación:** Propuesta.

	de servicio, costo, tiempo, espacio y factores internos y externos de la organización. • Determina con precisión la plataforma informática teniendo en cuenta los eslabones de la cadena, las necesidades de clientes internos y externos, los sistemas de intercomunicación, la eficiencia de la base de datos de la organización, el plan maestro y la normatividad establecida por la organización.	
Evidencia de producto: Evidencia 5: Manual "Procesos y procedimientos logísticos".	Grafica en forma metódica los procesos en el manual de la organización de acuerdo a los métodos y técnicas de programación mediante el análisis de los tipos de procesos existentes dentro de la estructura de la institución de acuerdo con las necesidades y los clientes según el plan de actividades de la organización.	**Lista de verificación:** Manual.

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	**Duración (Horas)**	**Materiales de formación devolutivos: (equipos / herramientas)**		**Materiales de formación (consumibles)**		**Talento Humano (instructores)**		**Ambientes de aprendizaje tipificados**
		Descripción	**Cantidad**	**Descripción**	**Cantidad**	**Especialidad**	**Cantidad**	**Escenario (aula, laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Estructurar procesos integrados dentro del Plan Maestro de Logística Comercial.	1080					Profesional en Ingeniería o Administración, que acredite formación en logística y/o con especialización de logística y áreas afines.	1	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Sesiones en línea.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cliente: organización o persona que recibe un producto o servicio.

Eficacia: grado en la que se realizan las actividades planificadas con relación al tiempo y se alcanzan los resultados esperados.

Eficiencia: grado de relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados.

Flujograma: representación gráfica de un proceso.

Información: datos que tienen un significado.

Manual: herramienta administrativa que contiene información detallada sobre un proceso o actividad, incluyendo objetivos, políticas, atribuciones, entre otras.

Procedimiento: son las actividades o pasos a seguir para realizar un proceso.

Proceso: conjunto de actividades que buscan un resultado específico.

Producto: resultado de un proceso.

Proveedor: organización o persona que proporciona un producto o servicio.

Simbología: conjunto de símbolos que sirven para un fin determinado.

Sistema: conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Antún, J. y Ojeda, L. (2006). Benchmarking de procesos logísticos. *Revista de ingeniería, Investigación y Tecnología*, p. 62.
- Bittel, L. y Ramsey, J. (1997). *Enciclopedia del management versión española*. Barcelona, España: Editorial Océano.
- Correa, A. y Gómez, R. (2008). *Las TIC en la Cadena de Abastecimiento*. Consultado el 25 agosto de 2016, en http://www.revistas.unal.edu.co

- Fao, Fiat Panis. (s.f.). *Aplicación de los Principios de la Gestión de calidad en la Pequeña y mediana agroindustria.* Consultado el 24 de agosto de 2016, en http://www.fao.org
- Gobierno del Estado de México. (2012). *Guía técnica para la elaboración de manuales de procedimientos.*
- Iñiguez, E. (2014). *Guía práctica para la elaboración de manuales de procesos y procedimientos.* Consultado el 24 de agosto de 2016, en http://200.87.141.137
- López, A. (2008). *Caso Pio Pio y más Pio.* Consultado el 29 agosto de 2016, en http://www.icesi.edu.co
- Machado, R. y Marcano, L. (2008). *Las TIC'S en las Cadenas de Suministro*. Consultado el 25 de agosto de 2016, en http://es.scribd.com
- Mejía, A. (2008). *Cómo ser un proveedor exitoso.* Consultado el 24 de agosto de 2016, en http://www.dinero.com
- Monterroso, E. (2000). *El proceso logístico y la gestión de la cadena de abastecimiento*. Consultado el 24 de agosto de 2016, en http://www.unlu.edu.ar
- Muñoz, A. (2003). *Sistemas de información en las empresas.*
- Porret, M. (2010). *Gestión de personas*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Programa Gadex. (s.f.). *El mapa de procesos y análisis de procesos clave*. Consultado el 29 agosto de 2016, en http://www.formatoedu.com
- Ramo. (s.f.). *Aquí comienza todo*. Consultado el 29 agosto de 2016, en http://www.ramo.com.co

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Experta técnica
Sonia Maritza Ramos Ruiz
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital

Junio de 2016.

Asesor pedagógico
Andrés Felipe Vargas Correa
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.

Guionista
Luz Clarena Arias González
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.

Actividad de aprendizaje 7

Evidencia 1: Presentación "Caracterización de la empresa"

Para desarrollar procesos logísticos es fundamental conocer en detalle los temas relacionados con el aprovisionamiento, la producción y distribución, además de los riesgos asociados al proceso y los flujos de información. También es importante que se identifiquen los insumos, cargos involucrados, los recursos físicos y/o tecnológicos y los proveedores de materia prima, de tal forma que se perciba la relación que existe entre cada uno de los procesos, subprocesos, actividades y tareas que puedan tener lugar dentro de la organización.

En este sentido, para esta evidencia debe elaborar una presentación acerca de la organización estratégica y el flujo de información que se da a nivel interno y externo en una empresa relacionada con el sector de la logística.

Pasos para realizar la evidencia:

- Inicialmente, realice consultas en la web u otro medio de su preferencia acerca de la organización estratégica y su relación con la gestión logística.

- Seguidamente, seleccione una empresa relacionada con el sector logístico (puede usar la información sobre empresas utilizadas en evidencias anteriores) y realice una descripción breve de ésta, el tipo de negocio y organización estratégica.

- Presente a través de un organigrama las áreas o dependencias de la empresa, indicando el respectivo flujo de información y los recursos tecnológicos empleados para su manejo.

- Luego, identifique cada uno de los procesos desarrollados por área y elabore un mapa de procesos con esta información. Finalmente consolide todo lo anterior en la presentación.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación "Procesos y sistemas de información" y los materiales complementarios "Tipos de negocio" y "Estructura del sistema logístico" pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

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

Pasos para enviar la evidencia:

1. Clic en el botón "Ver Evidencia".
2. Adjuntar el archivo el cual debe estar previamente guardado en el equipo.
3. Dejar un comentario al instructor (opcional).

Nota: esta evidencia es de carácter individual. Recuerde revisar la guía de aprendizaje con el fin de verificar que ha realizado todas las evidencias propuestas, saber cómo desarrollarlas y entregarlas correctamente.

Criterios de evaluación
Estructura el flujo de información de acuerdo con la tecnología a utilizar dentro de la organización según el tipo de negocio y tiempos de respuesta, facilitando flujo de bienes, servicios y transacciones teniendo en cuenta los procesos y las funciones a nivel interno y externo y costos de manejo.

Actividad de aprendizaje 7

Evidencia 2: Perfil de clientes y proveedores

El flujo de información externa en los procesos logísticos no se genera dentro de las actividades propias de la empresa, pero tiene una incidencia directa sobre los procesos que se realizan dentro ésta, tales como el caso de la información que se maneja en el proceso de aprovisionamiento referente a los proveedores y el proceso de distribución referente a los clientes. Por tal razón, para esta evidencia debe presentar en un documento escrito la caracterización del perfil de los clientes y los proveedores de la empresa mencionada en la Evidencia 1: Presentación "Caracterización de la empresa" de esta actividad de aprendizaje.

Tenga presente que para realizar la evidencia puede utilizar tablas o formatos que le ayuden a administrar la información.

Para desarrollar la evidencia siga los pasos descritos a continuación:

- Inicialmente, debe identificar el perfil de clientes de la empresa, cliente interno, cliente externo y necesidades a satisfacer de cada uno de los clientes (incluir los tiempos de respuesta).

- Después, proponga una alternativa de flujo de información que le permita asegurar una buena comunicación con el cliente, tanto interno como externo.

Luego, debe caracterizar el perfil de proveedores, para esto realice lo siguiente:

- Elabore un listado de elementos (productos o servicios) que son de vital importancia para el funcionamiento de la empresa.

- Del listado anterior, escoja uno y determine las posibles empresas o personas que puedan ser proveedores y haga un listado.

- Posteriormente, escoja dos posibles proveedores del listado elaborado y determine la posibilidad de elegirlos como proveedores. Para esto puede utilizar los formatos presentados en el material de formación. Recuerde que debe establecer los criterios adecuados para cada uno de los ítems disponibles en el formato.

- Una vez cuente con la información solicitada en el punto anterior, determine:

- ¿Cuál de las dos personas y/o empresas es confiable como proveedor teniendo en cuenta las políticas de la organización?

- ¿Qué aspectos considera positivos y negativos de cada uno de los proveedores?

- ¿Cómo se controlarían los aspectos negativos del proveedor para que no se afecten los procesos al interior de la compañía?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Procesos y sistemas de información” y el material complementario “Diferenciación de los clientes” y “Tiempos de respuesta” pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

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

Pasos para enviar la evidencia:

1. Clic en el botón "Ver Evidencia".
2. Adjuntar el archivo el cual debe estar previamente guardado en el equipo.
3. Dejar un comentario al instructor (opcional).

Nota: esta evidencia es de carácter individual. Recuerde revisar la guía de aprendizaje con el fin de verificar que ha realizado todas las evidencias propuestas, saber cómo desarrollarlas y entregarlas correctamente.

Criterios de evaluación
Estructura el flujo de información de acuerdo con la tecnología a utilizar dentro de la organización según el tipo de negocio y tiempos de respuesta, facilitando flujo de bienes, servicios y transacciones teniendo en cuenta los procesos y las funciones a nivel interno y externo y costos de manejo.

Actividad de aprendizaje 7

Evidencia 3: Informe "Identificación de las tecnologías de la información"

Para una empresa es necesario contar con herramientas que permitan administrar de manera efectiva el flujo de información dentro de cada uno de los eslabones de la cadena de producción y abastecimiento. Por ende, en esta evidencia debe elaborar un informe acerca de las plataformas informáticas requeridas por una empresa para el manejo de clientes, eslabones de la cadena, datos, procesos y usuarios. En el informe debe determinar el software necesario para cubrir las necesidades de la empresa, incluyendo software de simulación.

Elabore esta evidencia considerando lo siguiente:

- Continuando con el caso de la empresa utilizada en las evidencias 1 y 2 de esta guía de aprendizaje, relacione nuevamente las áreas de la empresa, los procesos y su relación con el flujo de información.

- Después de lo anterior, identifique las necesidades presentes en los sistemas de información de la empresa, teniendo en cuenta la estrategia organizacional.

- Indique qué software o tecnologías de la información servirían como apoyo en cada una de las áreas de la empresa y establezca la respectiva plataforma informática a utilizar.

- Realice una descripción detallada sobre la funcionalidad de cada software propuesto, justificando su selección.

Ahora, basado en los datos obtenidos tras el desarrollo de los ítems anteriormente descritos, proceda con la elaboración del informe solicitado para la evidencia. Para esto, debe analizar e incluir la información obtenida en los puntos previamente desarrollados y luego detallar de forma específica la manera como la plataforma informática escogida puede aportar al mejoramiento de los procesos desarrollados en cada una de las áreas de la empresa, incluyendo los eslabones de la cadena, el tratamiento de datos y manejo de clientes. Finalmente indique cómo estas mejoras pueden incidir en el desarrollo del plan maestro de logística internacional.

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación "Procesos y sistemas de información" y los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

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

Pasos para enviar la evidencia:

1. Clic en el botón "Ver Evidencia".
2. Adjuntar el archivo el cual debe estar previamente guardado en el equipo.
3. Dejar un comentario al instructor (opcional).

Nota: esta evidencia es de carácter individual. Recuerde revisar la guía de aprendizaje con el fin de verificar que ha realizado todas las evidencias propuestas, saber cómo desarrollarlas y entregarlas correctamente.

Criterios de evaluación
Determina con precisión la plataforma informática teniendo en cuenta los eslabones de la cadena, las necesidades de clientes internos y externos, los sistemas de intercomunicación, la eficiencia de la base de datos de la organización, el plan maestro y la normatividad establecida por la organización.

Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo

El grupo de trabajo en la formación virtual es una oportunidad para el aprendizaje porque:

- Potencia las competencias y habilidades personales de expresión, comunicación, asertividad y escucha activa.
- Fomenta el reconocimiento de otros puntos de vista y la construcción conjunta a través del intercambio de conocimientos, opiniones, análisis o reflexiones.
- Permite una relación virtual más cercana con los compañeros.

Teniendo en cuenta lo anterior, se comparte este documento con los aspectos claves para participar activamente en el espacio **Grupo de trabajo** que él(la) instructor(a) virtual habilita durante el programa de formación según el cronograma.

1. Acceso a Grupo de trabajo

La plataforma cuenta con dos alternativas para acceder a la herramienta **Grupos:**

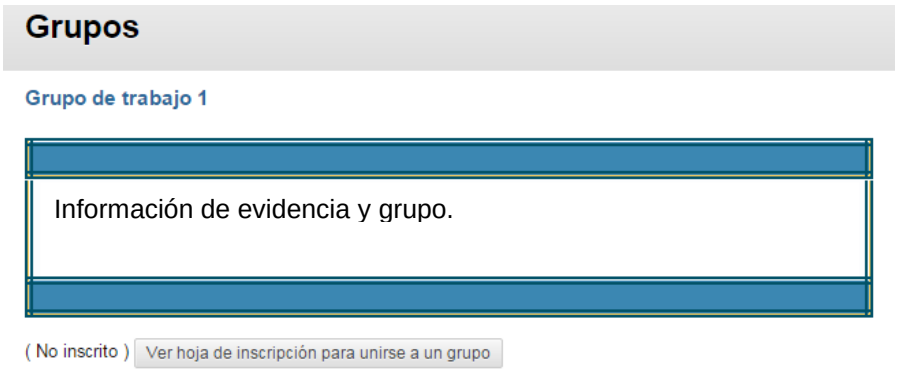
- A través del botón **Grupos de trabajo**, ubicado en el menú del programa.



- Por la ruta de acceso indicada en la guía de aprendizaje:

  “Para acceder al Grupo de trabajo, remítase al menú principal, dando clic en el botón Actividades…”

En la herramienta **Grupos de trabajo** encuentra la siguiente información: nombre, descripción general y el botón “Ver hoja de inscripción para unirse a un grupo”.

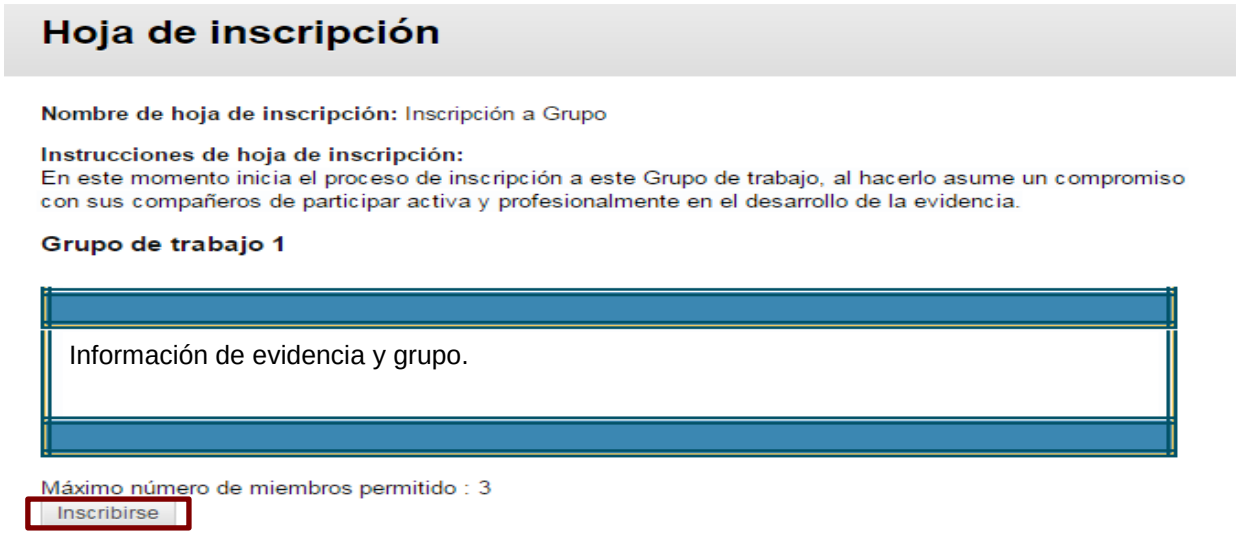


2. Inscripción a un Grupo de trabajo

Para inscribirse a un grupo, ingrese a la herramienta Grupos de Trabajo, según las indicaciones dadas anteriormente y dé clic en el botón "**Ver hoja de inscripción para unirse a un grupo**".



Luego aparece la hoja de inscripción con un mensaje de recomendación, la información del grupo, el número de inscritos hasta el momento y el botón Inscribirse, en el cual debe dar clic.



De inmediato tiene acceso al espacio del grupo, a los nombres de las personas que lo conforman y a las distintas herramientas disponibles para contactarlos y desarrollar la evidencia, tal y como se muestra a continuación:



Importante: si en el primer grupo que visualiza en pantalla no aparece la opción de inscribirse es porque ya está lleno, por ende baje la página, revise en el siguiente grupo y luego dé clic en el botón **Inscribirse**.

3. Herramientas disponibles en el espacio del Grupo de trabajo

En el grupo de trabajo se tiene acceso a cinco tipos de herramientas que facilitan la interacción y la comunicación entre los(as) integrantes del grupo, las cuales se explican a continuación:



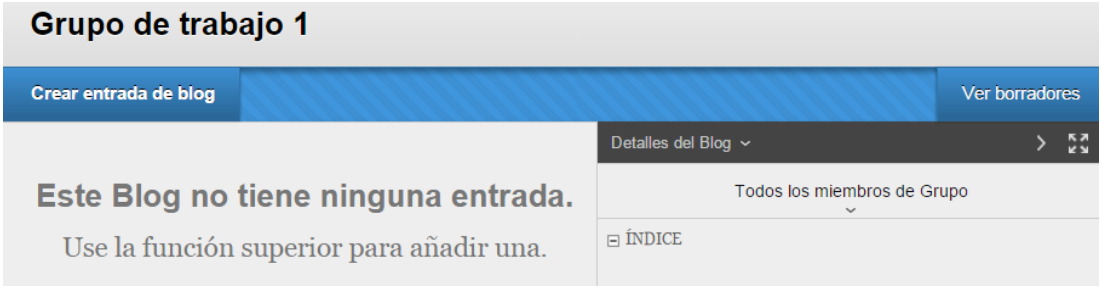
a. Blog del grupo.
b. Enviar correo electrónico.
c. Intercambio de archivos.
d. Tablero de discusión de grupo.
e. Tareas de grupo.

a. Blog del grupo:

Al dar clic en el título de esta herramienta, las personas inscritas al grupo de trabajo, tienen la posibilidad de publicar notas y textos que pueden ser visualizadas y comentadas por los demás miembros, siendo una oportunidad para construir colaborativamente.

El trabajo de interacción y aportes que cada miembro realice en este espacio es fundamental para el desarrollo de la evidencia.

Al final **en este espacio es en el que debe publicar una entrada con el trabajo final desarrollado** con el título y contenido sugerido en la evidencia.



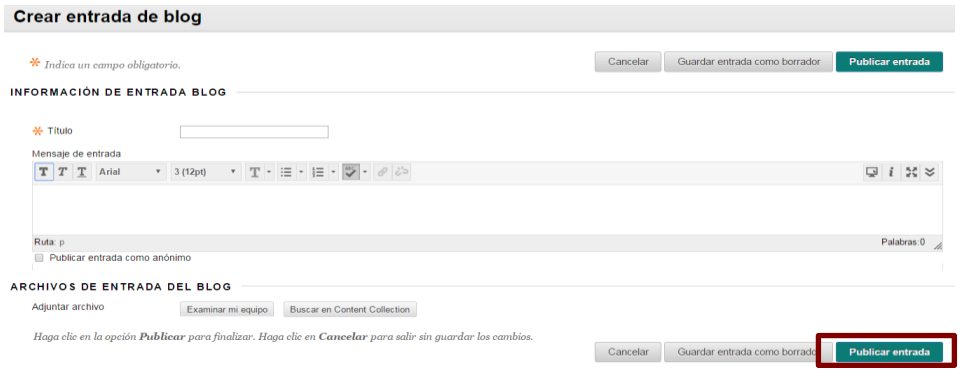
A continuación se indican los pasos para realizar acciones puntuales en el blog del grupo como:

- **Publicar entrada (aporte) en el blog del grupo:**

  - En el recuadro de herramientas, dar clic en la opción **Blog del grupo** y luego en **Crear entrada de blog**.



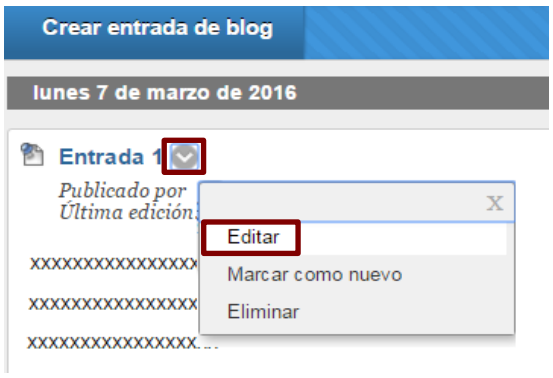
  - Escribir el título y el mensaje de entrada con sus aportes, después dar clic en **Publicar entrada**.



- **Editar una entrada en el blog del grupo:**

  Cuando haya realizado un aporte y desee editarlo, realice lo siguiente:

  - Dé clic sobre el ícono que aparece al final del título de la entrada que desea modificar y seleccione la opción **Editar**.



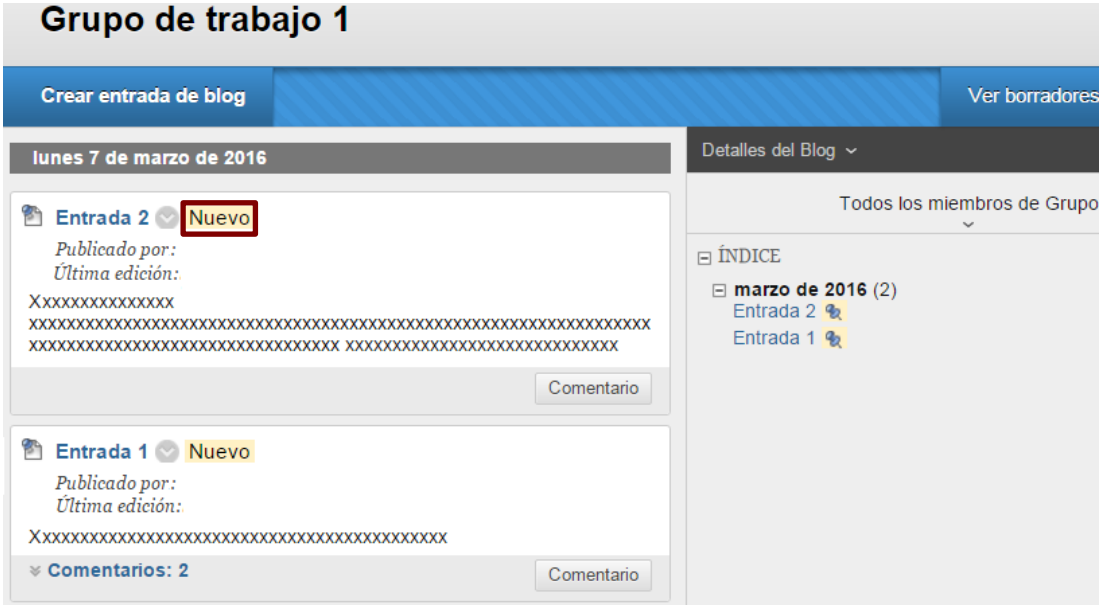
- Escribir los ajustes que considera pertinentes y dar clic en **Publicar entrada**.

- **Comentar algún aporte del grupo:**

  Si después de explorar lo expuesto por sus compañeros(as) considera pertinente compartir comentarios constructivos e innovadores, ejecute lo siguiente:

  - Dé clic sobre la opción **Comentario**.
  - Redacte el comentario y dé clic en **Añadir**.

Cuando se ha generado una dinámica de participación entre las personas inscritas en el grupo, se visualizan todas las entradas, entre ellas, las que tienen la etiqueta **Nuevo** (son las que están pendientes por leer).



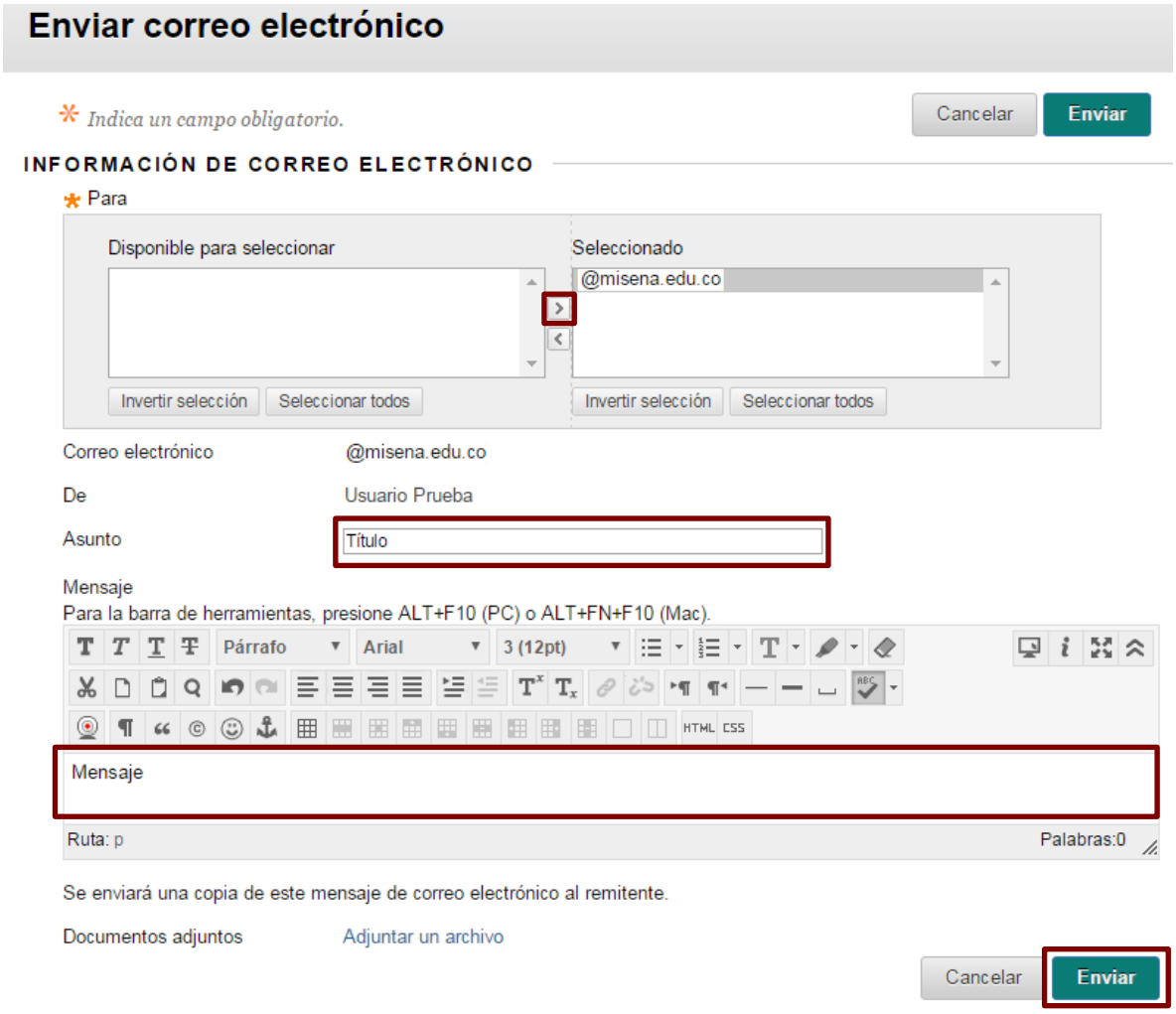
b. Enviar correo electrónico:

A través de esta opción tiene la posibilidad de enviar mensajes al correo electrónico de sus compañeros. Los pasos para hacerlo son:

- Seleccione el nombre del compañero del recuadro “Disponible para seleccionar” y luego dé clic en el signo **>**. Entonces, el nombre del compañero pasará a la casilla “Seleccionado”.

- Escriba el asunto (título) y el mensaje (contenido); si requiere adjuntar un archivo, debajo del cuadro del mensaje aparece la opción.

- Dé clic en **Enviar**.



c. Intercambio de archivos:

Esta es la opción ideal si desea compartir un archivo (en cualquier formato) con los compañeros del grupo, como un avance en el desarrollo de la evidencia, una lectura recomendada, entre otras.

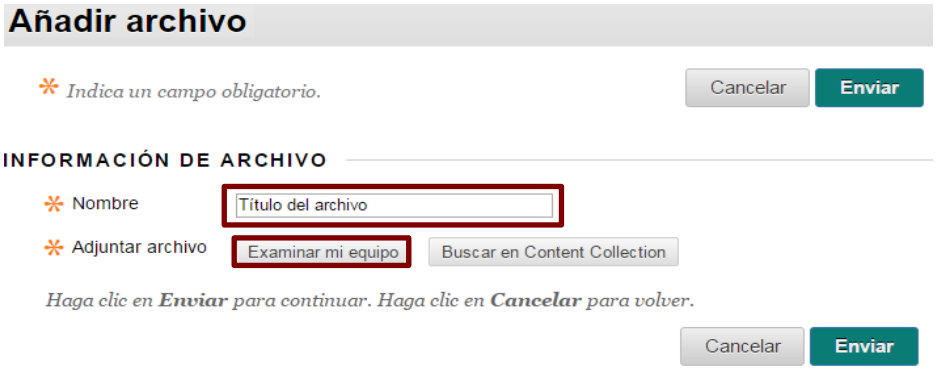
Los archivos que se comparten en este espacio quedan disponibles para ser consultados por los miembros del grupo en cualquier momento.

Los pasos para intercambiar un archivo son:

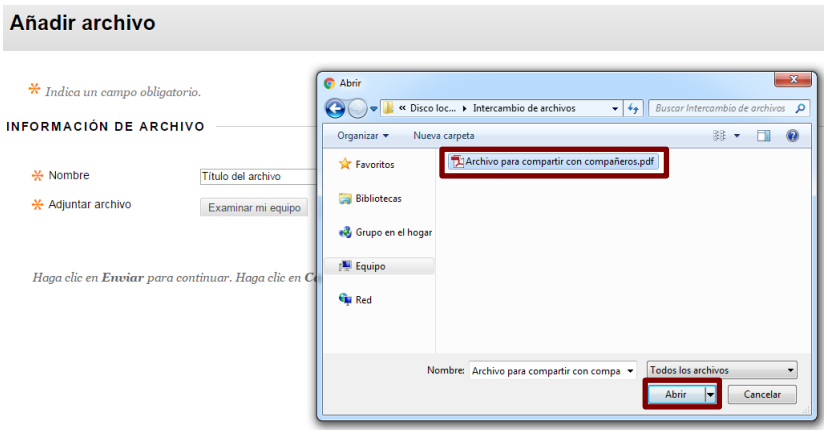
- Dar clic en **Añadir Archivo.**



- Digitar el nombre del archivo.
- Dar clic en el botón **Examinar mi equipo**.

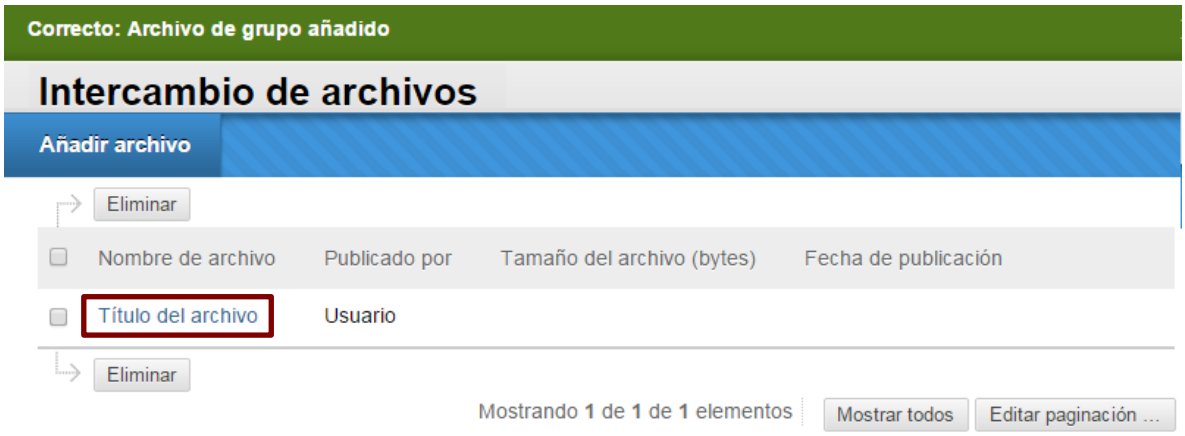


- Seleccionar el archivo que desea compartir y dar clic en **Abrir**.



- Clic en **Enviar**.

Entonces, el sistema confirma con un mensaje si el archivo fue añadido correctamente.



Importante: para abrir un archivo compartido por algún compañero, dé clic sobre el título de éste.

d. Tablero de discusión de grupo:

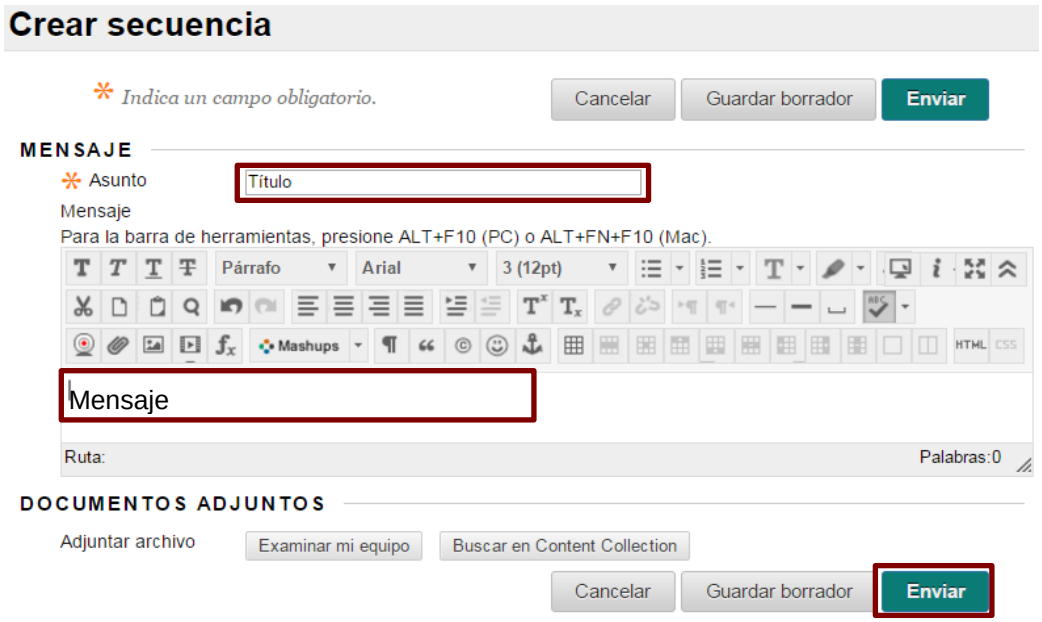
Es el foro del grupo, en el cual los integrantes pueden crear secuencias por temática o por puntos a desarrollar según lo solicitado en la evidencia.

Para participar en el foro del grupo haga lo siguiente:

- Dé clic sobre la herramienta **Tablero de discusión de grupo**.



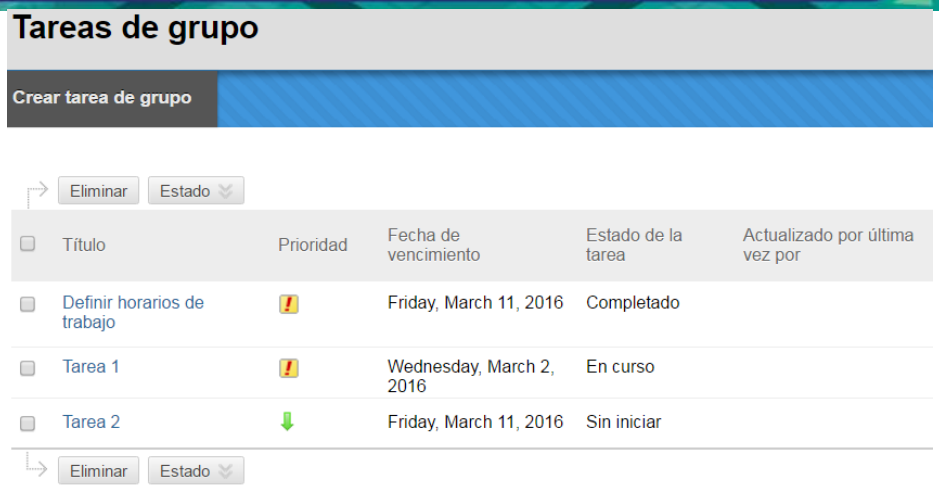
- Dé clic en el título del foro del grupo.
- Clic en **Crear secuencia**.
- Digitar el asunto y el contenido del mensaje.
- Clic en **Enviar**.



e. Tareas de grupo:

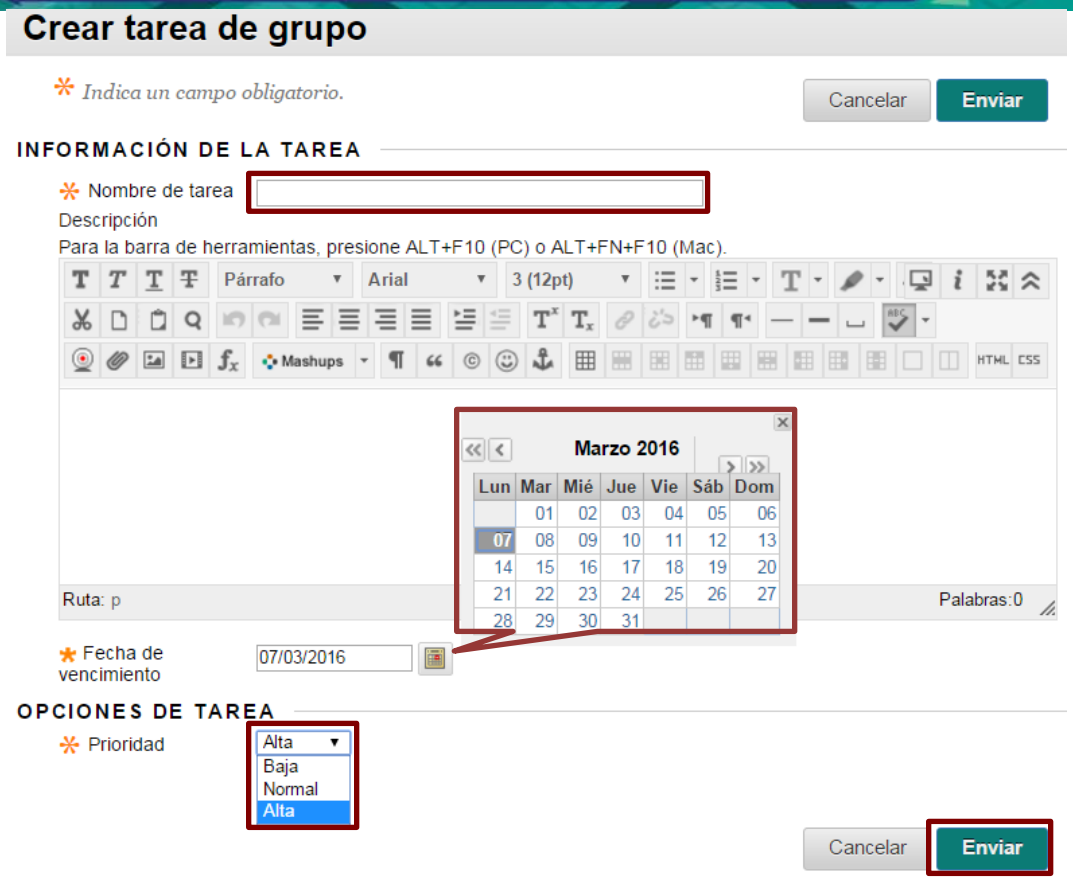
A través de esta herramienta tiene la posibilidad de crear un listado de tareas, así:

- Título.
- Prioridad, puede ser:
  - Alta, se visualiza el siguiente ícono:
  - Normal, no se muestra imagen.
  - Baja, se indica con el siguiente gráfico:
- Fecha de vencimiento.
- Estado de la tarea, el cual se asigna por algún miembro del grupo según el avance, puede ser:
  - Sin iniciar.
  - En curso.
  - Completado.



Para crear una tarea de grupo realice lo siguiente:

- Clic en la herramienta **Tareas de grupo**.
- Clic en **Crear tarea de grupo**.
- Digitar el nombre de la tarea y los datos adicionales.
- Seleccionar fecha de vencimiento.
- Elegir la prioridad.
- Clic en **Enviar**.



4. Recomendaciones para una participación exitosa en un grupo de trabajo

Al inscribirse a un grupo de trabajo adquiere un compromiso con los compañeros que figuran como integrantes del mismo, el cual debe asumir con responsabilidad y determinación; por ello tenga en cuenta lo siguiente:

- Explore el espacio del grupo de trabajo para familiarizarse con todos los elementos y herramientas.

- Comparta con sus compañeros de grupo a través de una de las herramientas, un mensaje de presentación en el cual demuestre su interés por conocerlos y trabajar colaborativamente para lograr el propósito de la evidencia.

- Acuerde con sus compañeros la metodología de trabajo a través de los medios disponibles en el grupo, así como las responsabilidades, horarios, medios de interacción, entre otros. Teniendo en cuenta lo solicitado en la evidencia.

- Verifique antes de cada reunión programada con su grupo, la disponibilidad y óptimo funcionamiento del software y los elementos necesarios para garantizar su participación (conectividad a internet, dispositivo de sonido y micrófono, entre otros).

- Divulgue en la herramienta definida con sus compañeros, los avances o análisis, y comente los compartidos por los demás, de esta forma aporta a la dinámica de interacción y construcción colaborativa necesaria para el desarrollo de un trabajo en grupo.

- Revise muy bien cada mensaje que desea compartir con sus compañeros en términos de redacción, coherencia y ortografía para garantizar que expresa claramente la idea a transmitir.

- Participe activamente y con respeto en la construcción grupal de la evidencia.

- Verifique que uno de los participantes del grupo (o usted) publica la versión final del trabajo en el Blog del grupo y en el enlace de la evidencia en plataforma, con el título y contenido referido en la descripción de la evidencia.

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Elaborado por	Julieth Poulin Montes Rodríguez	Asesora pedagógica	Línea de Producción Centro Agroindustrial Regional Quindío	Marzo 30 de 2016
Revisado por	Rachman Bustillo Martínez	Guionista	Línea de Producción Centro Agroindustrial Regional Quindío	Marzo 30 de 2016
	Martha Lucia Giraldo Ramírez	Líder de Planificación y Adecuación Didáctica	Línea de Producción Centro Agroindustrial Regional Quindío	Abril 01 de 2016
Aprobado por	Juan Bautista Londoño Pineda	Líder Línea de Producción	Profesional G01 Centro Agroindustrial Regional Quindío	Abril 01 de 2016

DIFERENCIACIÓN DE CLIENTES



Descripción

En este documento se observará la importancia de establecer en la planeación y organización de la compañía los tiempos de respuesta a los clientes externos e internos. Se empieza con una definición de cada uno de estos tipos de clientes y luego los aspectos que se deben tener en cuenta para determinar los tipos de respuesta hacia los mismos.

El cliente interno y externo

Pérez (2009) considera que “La palabra cliente significa: Organización o persona que requiere un bien o servicio. Un producto es el resultado de un proceso.

Y un proceso es el conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman entradas en salidas” (p. 3).

En otras palabras, se debe tener en cuenta las definiciones cliente, producto y proceso, para entender porque hay clientes externos e Internos.

Otra definición planteada por Pérez Campdesuñer (2009) es que “Toda persona u organización que llegue a otra con necesidades por satisfacer y esta última mediante la realización de un conjunto de actividades transforme las insatisfacciones presentadas por la primera en satisfacciones podrá ser denominada cliente.” Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, el término Cliente interno existe y fue popularizado por Karld Albrech y Jack Carson en sus libros “La excelencia de los servicios” y “La Revolución de los Servicios”, término que aún algunos autores no mencionan.

Diferencias de los clientes internos y externos

Según Pérez (2009) los clientes internos y externos se diferencian por:

- Las necesidades que satisfacen.
- Las formas en que retribuyen la satisfacción de sus necesidades.
- El poder de elección del cliente.
- La duración del proceso de satisfacción de las necesidades.

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

Las necesidades que satisfacen: un cliente externo busca un bien o un servicio; un cliente interno, inicialmente, busca dinero como contribución a su trabajo, pero además, busca afiliación, seguridad, autorrealización,estabilidad y poder entre otras. Ambos tipos de clientes satisfacen sus necesidades al recibir lo que esperan.

Las formas en que retribuyen la satisfacción de sus necesidades: el cliente externo retribuye con dinero la satisfacción de su necesidad; el cliente interno por medio de su esfuerzo físico y mental retribuye para lograr satisfacer su necesidad. Según Pérez (2009) se ve entonces de forma equivocada que "se le hace un favor al cliente interno por permitirle trabajar en la compañía y retribuirle con dinero y se ruega al externo para servirle", sin tener presente que sin la retribución del cliente interno sería imposible tener la retribución de un cliente externo, prestando atención a que el cliente externo paga más por el producto terminado que lo que el cliente interno recibe en contraprestación por sus servicios, obteniendo la compañía ganancias.

El poder de elección del cliente: el cliente externo puede escoger sus bienes o servicios entre un gran número de proveedores; el interno debe buscar en donde satisfacer sus necesidades entre un número de proveedores escaso, y sus competidores (otros clientes internos) al respecto Pérez (2009) declara lo siguiente:

Están dispuestos a cualquier cosa por conseguir un trabajo en donde satisfacer sus necesidades. Los que tienen trabajo ruegan por no perderlo, pues de hacerlo tal vez no podrían volver a encontrarlo. Cuando un proveedor de fuente de empleo reconoce en uno de sus trabajadores una actitud única o poco frecuente, hace lo posible por conservarlo concediéndole entonces el trato de cliente que siempre ha merecido y que rara vez le han otorgado.

La duración del proceso de satisfacción de las necesidades: el cliente externo evalúa la satisfacción obtenida en un proceso relativamente corto que resume Pérez (2009) en "La contracción del ciclo de servicio mediante una comprensión de los momentos de verdad". El cliente interno tiene en cambio un periodo mucho más largo para evaluar y a lo largo de ese tiempo diario, semanal, mensual, anual, sus expectativas y necesidades de satisfacción cambian, lo cual resume Pérez (2009) en que "La dilatación del ciclo de servicio mediante la expansión de los momentos de verdad".

Pero existe además otro nivel de clientes internos y es el que se da entre procesos dentro de la compañía. Si un bien terminado o servicio ofrecido es el resultado de la suma de varios procesos, cada uno de los procesos involucrados se convierte en cliente del anterior y cliente del subsiguiente.

Encontrando las similitudes y diferencias entre clientes externos e internos, pasemos ahora a la definición de los segmentos o caracterización de los clientes externos.

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

Según De Nó Vásquez (2004), mientras que desde lo teórico no existe un avance substancial para diferenciar los clientes, existen a nivel de la práctica empresarial aplicaciones informáticas especializadas en caracterizar los clientes y ofrecer cientos de formas para clasificarlos.

Rogers y Peppers (citados en De Nó Vasquez, 2004) afirman que el el Marketing One to one, la personalización de los productos es necesaria para fidelizar los clientes. Según los autores, para desarrollar un programa One to One se requiere de las siguientes cuatro fases:

Identificar

> se debe determinar con qué departamentos de la compañía se relaciona cada cliente e instaurar procedimientos para reunir toda la información que éste nos proporciona. Noes suficiente con conocer nombres y direcciones, hay que añadir hábitos, preferencias, etc."

Diferenciar (se resume en dos premisas)

- Cada cliente tiene diferente valor para nuestra empresa.
- Los clientes tienen diferentes necesidades. Necesitan cosas diferentes de nosotros.

Interactuar

> Cada interacción deberá estar en función de las anteriores y nosotros deberemos aprender de cada una de ellas, cuidando de que las comunicaciones sean más fluidas, eficientes y económicas. Es lo que se ha dado en llamar Learning Relationship o la sistematización del aprendizaje basado en la escucha continuada de los deseos de los clientes. Los clientes y prospectos nos dirán lo que quieren y nosotros les escucharemos y les ofreceremos lo que desean.

Personalizar

> Ese es precisamente el último -y todavía muy complejo- paso, para la mayoría de las empresas. Todavía muchas compañías piensan que superan con nota la prueba simplemente felicitando a los clientes por su cumpleaños o introduciendo de forma repetitiva 32 veces el nombre de estos en las comunicaciones (ino pronunciarás el nombre del cliente en vano!), mientras que otras como Levi´s ya son capaces de producir 5.700 opciones diferentes de sus Original Spin jeans simplemente combinando 227 tallas de cadera y cintura con 25 tallas de pierna.

Claves para obtener éxito en la identificación de clientes

De Nó (2004), afirma que es necesario:

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

Novedades de carácter tecnológico

- Obtener en el primer contacto la cantidad justa y relevante de datos.

Por otra parte se debe obtener éxito en la identificación de clientes:

- Apertura de todas las vías de acceso directo (teléfono, fax, correo, registro en Web-site, correo electrónico, redes sociales, etc.) para que se suministre información sobre ellos mismos de la forma más sencilla posible.

- Definir la cantidad y profundidad de datos a obtener sobre los clientes.

Cambios en los datos de clientes

De Nó (2004), menciona tres importantes cambios:

1. Novedades de carácter tecnológico

las cuales nos pueden definir datos sobre preferencias de los clientes al visitar las páginas de Internet o nuestros sitios Web, datos como horas de conexión, rutas seguidas en la página, tiempo empleado en cada lugar visitado, productos de interés y otros datos que nos permiten identificar algunas características del cliente.

2. Novedades jurídicas con amplias repercusiones psicológicas

El manejo de esta información debe ser protegida y cuidada puesto que es sabido y conocido por el cliente, que sus datos en muchos casos son vendidos u ofertados a otros, lo que ha causado que los clientes sean celosos con la información entregada, pero también por los casos expuestos de mal uso de la información de clientes, se han creado leyes que protegen la privacidad de la información.

3. Novedades de carácter sociológico-organizacional

Para la compañía es necesario conocer sus clientes y poder identificar los que son más valiosos, para esto se debe invertir en programas y en estrategias que permitan obtener la información. Algunas técnicas que tienen en cuenta la diferenciación de los clientes son la regla RFM y la regla FRAT, las cuales tienen en cuenta en la primera:

- El cliente Reciente que acabo de comprar.

- El cliente que es Frecuente.

- El cliente que aporta lo Monetario (clientes que generan gran cantidad de dinero).

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

Tipos de clientes

En la ley FRAT que surgió después, involucró además el Tipo de compra, cambiando también el término Monetario por cantidad o Amount en inglés, todo esto para lograr diferenciar los clientes y de esta misma forma atenderlos de manera que se fidelicen con el servicio o con lo que se comercializa.

De Nó (2004) cita la siguiente clasificación que algunos autores han acuñado para categorizar los clientes:

- **MVCs (Most Valuable Customers):** Se han mantenido con la empresa a lo largo del tiempo, son el corazón del negocio y la misión es retenerlos a través de programas de fidelización y marketing relacional, mejorando el servicio con mayor flexibilidad en las condiciones de pago, teléfonos exclusivos, garantías ampliadas, etc.

- **MGCs (Most Growable Customers):**Se espera que en un futuro estos clientes desarrollen un alto potencial de crecimiento. El objetivo es crear estrategias que permitan mantener el cliente durante más tiempo con la compañía, pero esto será un poco más costoso.

- **Bzs (Below Zero Customers):** No aportan suficiente a la compañía. “La estrategia en este caso pasa por crear incentivos que incrementen su rentabilidad o barreras que dificulten su permanencia en esa situación: sopbreprecios en órdenes pequeñas, lentitud en el servicio y tiempo de respuesta, condiciones de pago estrictas, etc.

Conclusión

Ciertamente no se está habituado a escuchar este discurso que invita “respetuosamente” a algunos de nuestros consumidores a salir “por la puerta de atrás”, pero el objetivo no es más que optimizar los recursos humanos limitados y finitos de los que se dispone y orientar a la organización hacia “un verdadero servicio a los verdaderos clientes”

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

Empresa Ramo: evolución de las empresas y los sistemas de información para el desarrollo de sus procesos

Sonia Maritza Ramos Ruiz.

Para tratar este tema se partirá de una corta descripción del funcionamiento de las industrias en los años 50. Para ese entonces el desarrollo de las teorías administrativas era poco avanzado en Colombia, aunque ya existían grandes empresas que aplicaban algunos fundamentos, muchas industrias aún desarrollaban procesos en forma artesanal y la administración en algunos casos era empírica.

Empresas nacientes como “Ramo”, se fundamentaban más en las orientaciones de expertos técnicos para su producción, que en temas administrativos, e iban aprendiendo de la experiencia. Se puede decir que para esos años las teorías administrativas eran menos relevantes que los conocimientos por experiencia y ese era el principio bajo el cual se administraban esas empresas.

Se evidencian algunos principios de administración en cuanto a la organización de las industrias y las empresas pioneras marcaban el camino a seguir, de esa manera las pequeñas compañías van evolucionando y aprendiendo a darle valor a las teorías que las grandes aplicaban para su desarrollo.

Dado lo anterior, es fácil imaginar cómo era el manejo de la información en aquellos casos donde se documentaba, el papel era la herramienta por excelencia para el registro de información, también los formatos y las llamadas bitácoras permitían tener la base de datos que se utilizaría con propósitos administrativos.

Imaginar hoy el funcionamiento de estas empresas sin las bondades que brindan las tecnologías de la información, es pensar en la dificultad para el manejo y administración de la información y la implicación de tiempo que esto tenía, haciendo menos efectivas y productivas las empresas, es decir necesariamente se movían a otro ritmo.

Tal vez un pedido que hoy se puede facturar y despachar en el transcurso de un día, en ese entonces podría demorarse una semana. ¿Puede imaginar por qué? , podríamos aludir varios motivos, por ejemplo: faltantes en los inventarios, ventas no proyectadas, gestión de papeleo para el despacho, demora en cada uno de los procesos por la implicación que tiene la consecución de información necesaria para hacer el despacho, entre otros, problemas que hoy con un sistema de información adecuado se verían subsanados.

Para responder los planteamientos referentes a la empresa Ramo, es importante tener en cuenta que en esa época (años 1.960), solo grandes empresas como Fabricato, empresas públicas de Medellín, Colteger y Bavaria, tenían los primeros indicios de lo que hoy conocemos como computador y eran enormes maquinas sin pantalla, sin discos duros y sin teclados o mouse, donde la información se almacenaba en tarjetas perforada con una muy limitada capacidad de almacenamiento.

En realidad no era mucho lo que estas empresas podían hacer con esas máquinas, ni se podría decir que les brindará beneficios significativos en la administración de la información, claro está, basados en el conocimiento que hoy tenemos de estos beneficios, porque tal vez en su momento si fueron representativas las facilidades que estas máquinas dieron al manejo de la información.

Respondiendo a las preguntas planteadas en la guía comparto una opinión personal:

Al convertirse en una empresa industrial con una inyección de capital importante y basado en los organigramas actuales, seguramente se crearon las áreas funcionales básicas de una empresa como son: administración, finanzas, producción y ventas o mercadeo. Se puede suponer que haya una persona encargada del área de compras, esta persona quizás tenga la responsabilidad de los inventarios de materia prima y de despachar al área de producción los requerimientos.

El personal de producción debe estar organizado bajo algún sistema como la producción en serie o por puestos de trabajo, y deben estar documentados de alguna manera los procesos a realizar o en su forma más simple deben ser dirigidos por un jefe o supervisor, quien conoce los procedimientos para la realización de tareas. De igual forma las ventas deben ser dirigidas por un jefe quien debe tener información de lo clientes, las rutas, y los procesos para la entrega de pedidos y las ventas directas.

Se pueden mencionar los procesos más básicos para el funcionamiento de la empresa:

- **Compras:**
    - Pedidos.

- Recibo de mercancía.
- Actualización de Inventarios.
- Despacho a las áreas de producción.
- Producción.

Proceso de Fabricación de cada uno de los productos

- **Ventas:**
  - Venta directa – Entrega inmediata.
  - Preventa.
  - Facturación
  - Despacho de mercancía.

Se puede pensar que existieron registros documentados de algunos de los procesos, pero es posible que los procedimientos fueran manejados con información verbal direccionada por los jefes de área conocedores de cada proceso.

Sin las bondades de la tecnología de la información las empresas dependían de registros escritos, grandes archivos físicos, lo cual representaba dificultades en la búsqueda rápida de información o en el procesamiento de la misma, situación que necesariamente afectada la dirección de las empresas, retrazando procesos y haciéndolas menos efectivas y eficaces. La información tanto para programar la producción como para administrar los inventarios estaba basada en estos documentos y debían realizarse cálculos manuales para proyectar las necesidades o requerimientos de cada una de estas áreas.

Las mayores dificultades que presentaban estas empresas en ese tiempo era la incertidumbre, debido a la falta de información y a que se basaban en supuestos y la experticia de sus gerentes para sortear dificultades o enfrentar nuevos retos. Si se hubiese tenido alcance a algunas de las tecnologías de la información que hoy conocemos, estas empresas realizarían sus procesos en menos tiempos, las decisiones serían más acertadas y serían más productivas lo que repercutiría en el crecimiento de la empresa.

Referencias

- Ramo. (s.f.). *Aquí comienza todo.* Consultado el 29 agosto de 2016, en http://www.ramo.com.co

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

ESTRUCTURA DEL SISTEMA LOGÍSTICO

Introducción

Para el tecnólogo en gestión logística, es imprescindible tener claro el concepto de sistema logístico y distinguir la manera como se interrelacionan los subsistemas de la red. En este texto, se da una visión general de la estructura del sistema logístico y su distribución.

Como se ha visto durante el curso, el sistema logístico es el conjunto de elementos, medios y factores, ya sean materiales o humanos, que interactúan entre sí con el fin de lograr el cumplimiento de objetivos propuestos. Para unos autores, se refiere a la distribución y transporte de las mercancías; para otros es "la interacción entre los procesos de producción, transporte y almacenaje" (Portal, 2003, 11). Sin embargo, el sistema logístico va más allá. De acuerdo con Elda Monterroso (2000, 3), la "logística se relaciona con la administración del flujo de bienes y servicios, desde la adquisición de las materias primas e insumos en su punto de origen, hasta la entrega del producto terminado en el punto de consumo".



La logística comprende tres aspectos principales: la logística de compras, la logística de producción y la logística de ventas (Martínez, s/f).

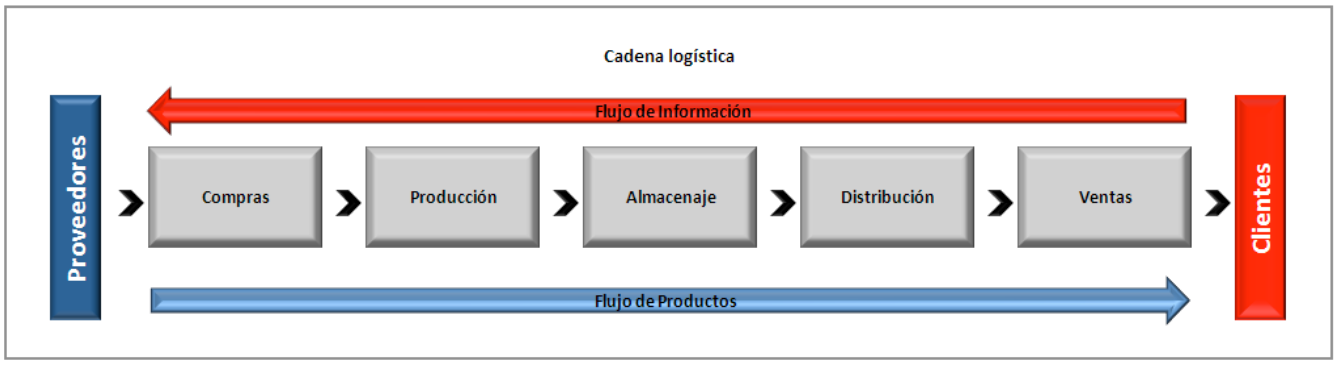


Figura 1. Estructura del sistema logístico, según la Cámara de Comercio de Bogotá

En la LOGÍSTICA DE COMPRAS, la autora considera la gestión de compras y el almacenamiento como puntos a tener en cuenta. **La gestión de compras** tiene las siguientes funciones:

- "Estudio sistemático del mercado en el que se encuentra la oferta
- Realización de peticiones de oferta a los proveedores
- Selección de ofertas
- Adjudicación de pedidos
- Ejecución de los pedidos
- Seguimiento de oferta y pedidos
- Realización de reclamaciones, devolución o anulación de pedidos" (p. 1)

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

Entre tanto, el almacenamiento se debe preocupar por "asegurar el flujo de producción y prevenir cambios en el proceso de producción; servir de amortiguadores entre el procesos de producción que operan a ritmo diferente; y asegurar el servicio de los clientes y servir de amortiguadores de la producción frente a variaciones de la demanda" (p. 2).

En la LOGÍSTICA DE PRODUCCIÓN, según la autora, se debe tener en cuenta el flujo de materiales y productos, el cual establece relaciones entre plantas, almacenes, distribuidores, proveedores y clientes. Se pueden determinar tres subsistemas, según este flujo: aprovisionamiento, producción y distribución, cuyos objetivos se presentan en la siguiente tabla (Martinez, s/f, p. 5):

Subsistema	Objetivos		
	Elementos principales del servicio	para	Costos a controlar
Aprovisionamiento	Calidad Disponibilidad	Materiales Elementos comprados Mercaderías	Compra + Transporte de aprovisionamiento + Almacenamiento
Producción	Calidad Disponibilidad	Productos terminados	Transformación + Almacenaje de productos terminados y semiterminados
Distribución	Disponibilidad Despacho	Productos terminados Mercaderías	Transporte distribución + Almacenaje depósitos

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.



Y, finalmente, en la LOGÍSTICA DE VENTAS, se debe contemplar el servicio al cliente como factor determinante en la rentabilidad de la empresa. A este respecto, la autora establece que los costos de servicio pueden variar de un cliente a otro. El costo de servicio o de un producto ofrecido a un cliente nacional no es el mismo de aquel ofrecido a un cliente internacional, por lo cual se deben manejar todas las variables necesarias para determinar el precio del bien (p. 7).

¡Reflexionen!

¿De qué manera se interrelacionan las tres logísticas del sistema en la empresa bajo estudio?

En conclusión...

El sistema logístico se subdivide en logística de compras, de producción y de ventas, las cuales cumplen con tareas y objetivos definidos dentro de la cadena logística. Las tres se interrelacionan en el flujo de aprovisionamiento, producción y distribución para lograr una cohesión que repercuta en una buena gestión de servicio al cliente.

Referencias

Portal, Material didáctico de transporte. (2003). Transporte urbano de mercancías y logística en las ciudades. Recuperado el 02 de mayo de 2012, de http://www.eu-portal.net/material/downloadarea/kt8_wm_es.pdf

Martínez Robles, Agnessy Yerina. (s/f). Sistema logístico. En Control de inventario con análisis de la demanda, para la empresa "Sport B". Recuperado el 18 de mayo de 2012, de http://www.oeiperu.org.pe/CURSOSADMP/CURSO1_PLANIFDELASCONTRATACIONES/TEMA2/Lectura%20el%20Sistema%20Logistico.pdf

Monterroso, Elda. (2000). El proceso logístico y la gestión de la cadena de abastecimiento. Recuperado el 26 de abril de 2012, de http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/abastecimiento.pdf

Imágenes

Figura 2. Cámara de Comercio de Bogotá. (s/f). Cadena Logística [imagen]. Recuperado el 22 de mayo de 2012, de http://camara.ccb.org.co/documentos/3726_logisticainternacionalcomercioexterior.pdf

Tabla 1. Martínez Robles, Agnessy Yerina. (s/f). Objetivos de cada subsistema [Tabla]. Sistema logístico. En Control de inventario con análisis de la demanda, para la empresa "Sport B". Recuperado el 18 de mayo de 2012, de http://www.oeiperu.org.pe/CURSOSADMP/CURSO1_PLANIFDELASCONTRATACIONES/TEMA2/Lectura%20el%20Sistema%20Logistico.pdf

Proyecto fin de Master

Hito 2

Ejercicio Nº 2

El Mapa de Procesos y Análisis de Procesos Clave

Área Temática: Calidad

Enunciado teórico

El Mapa de Procesos

Un **proceso** es un conjunto de actividades y recursos interrelacionados que transforman elementos de entrada en elementos de salida aportando valor añadido para el cliente o usuario. Los recursos pueden incluir: personal, finanzas, instalaciones, equipos técnicos, métodos, etc.

El propósito que ha de tener todo proceso es ofrecer al cliente / usuario un servicio correcto que cubra sus necesidades, que satisfaga sus expectativas, con el mayor grado de rendimiento en coste, servicio y calidad.

Un **procedimiento** es la forma específica de llevar a término un proceso o una parte del mismo.

Los resultados deseados en los procesos dependen de los recursos, la habilidad y motivación del personal involucrado en el mismo, mientras los procedimientos son sólo una serie de instrucciones elaboradas para que las siga una persona o conjunto de personas.

Un **mapa de procesos** es un diagrama de valor; un inventario gráfico de los procesos de una organización.

Existen diversas formas de diagramar un mapa de procesos. Nosotros recomendamos utilizar el siguiente:



El mapa de procesos proporciona una perspectiva global-local, obligando a "posicionar" cada proceso respecto a la cadena de valor. Al mismo tiempo, relaciona el propósito de la organización con los procesos que lo gestionan, utilizándose también como herramienta de consenso y aprendizaje.

Tipos de Procesos

En el diagrama de procesos previo se mencionan tres tipos de procesos distintos, que a continuación definimos brevemente:

A. Procesos claves

Son aquellos directamente ligados a los servicios que se prestan, y por tanto, orientados al cliente/usuario y a requisitos. Como consecuencia, su resultado es percibido directamente por el cliente/usuario (se centran en aportarle valor).

En estos procesos, generalmente, intervienen varias áreas funcionales en su ejecución y son los que pueden conllevar los mayores recursos.

En resumen, los procesos claves constituyen la secuencia de valor añadido del servicio desde la comprensión de las necesidades y expectativas del cliente / usuario hasta la prestación del servicio, siendo su objetivo final la satisfacción del cliente /usuario.

B. Procesos Estratégicos

Los procesos estratégicos son aquellos establecidos por la Alta Dirección y definen cómo opera el negocio y cómo se crea valor para el cliente / usuario y para la organización.

Soportan la toma de decisiones sobre planificación, estrategias y mejoras en la organización. Proporcionan directrices, límites de actuación al resto de los procesos.

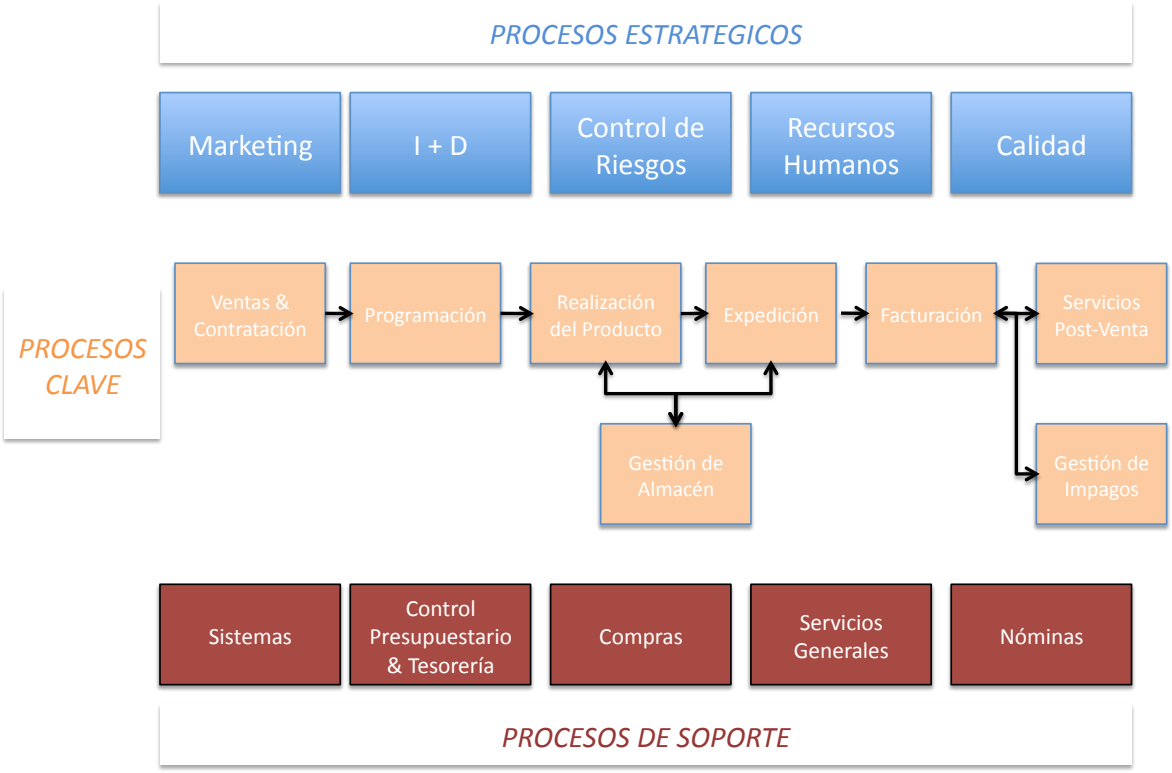
Ejemplos: Comunicación interna, comunicación con el cliente, marketing, diseño, revisión del sistema, planificación estratégica, diseño de planes de estudios.

C. Procesos de apoyo

Los procesos de apoyo son los que sirven de soporte a los procesos claves. Sin ellos no serían posibles los procesos claves ni los estratégicos. Estos procesos son, en muchos casos, determinantes para que puedan conseguirse los objetivos de los procesos dirigidos a cubrir las necesidades y expectativas de los clientes / usuarios.

Ejemplos: Formación, compras, auditorias internas, informática.

En base a esta definición de los componentes de un diagrama de procesos, un modelo para trabajar podría ser el siguiente:



Análisis de los Procesos Claves

Esta es la etapa inicial y más delicada de la gestión de los procesos. En la misma se pretende desmenuzar los procesos claves del mapa de procesos, confeccionando una ficha para cada uno de ellos en los que se incluirán, como elementos básicos, las entradas, salidas e indicadores de procesos o control y de resultados.

Para cada uno de los procesos identificados en un mapa de procesos se parte del momento de prestación del servicio al cliente / usuario. Desde este momento y recogiendo el proceso hacia atrás se irán identificando los pasos, tareas, entradas y salidas, responsables, etc., que se han ido realizado hasta el instante en el que se realizó la solicitud del servicio.

Este trabajo es complejo y se recomienda que se realice en varias etapas. En una primera se deben identificar los subprocesos en los que se puede dividir el proceso clave analizado, para posteriormente pasar al estudio detallado de cada uno de éstos.

El análisis de cada proceso culmina con la elaboración del Diagrama de flujo, la ficha del proceso, la identificación de los indicadores de control y resultados y, finalmente, con la organización de la documentación correspondiente.

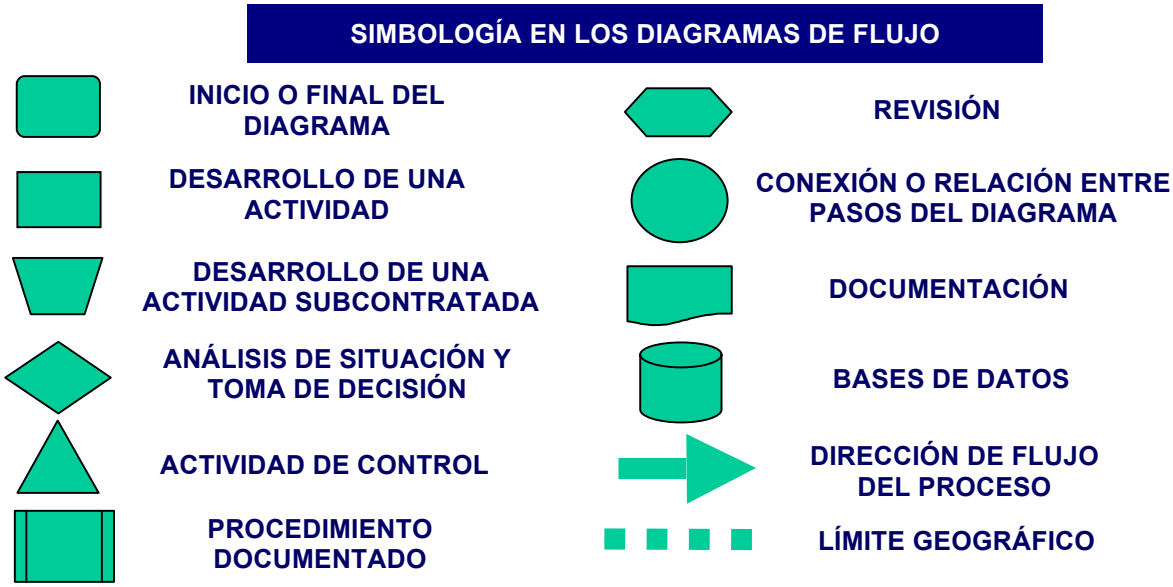
a. Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo es una de las herramientas más extendidas para el análisis de los procesos. La visión gráfica de un proceso facilita la comprensión integral del mismo y la detección de puntos de mejora. El diagrama de flujo es la representación gráfica del proceso. Hay una gran bibliografía y normas para la elaboración de los diagramas de flujo. No obstante, es recomendable utilizar unos conceptos muy simples y que sean fácilmente asimilables por todos los componentes de la Unidad o Servicio. Una vez elaborado el diagrama de flujo, se puede utilizar para detectar oportunidades de mejora o simples reajustes y, sobre el mismo, realizar una optimización del proceso. El diagrama de flujo se emplea, en estos casos, para visualizar la secuencia de los cambios a ejecutar.

El diagrama de flujo se debe elaborar al mismo tiempo que se realiza la descripción del proceso, con ello se facilita el trabajo de la comisión y la comprensión del proceso. Se debe comenzar por establecer los puntos de partida y final del proceso. Posteriormente se identifican y clasifican las diferentes actividades que forman el proceso a realizar, la interrelación existente entre todas ellas, las áreas de decisión,

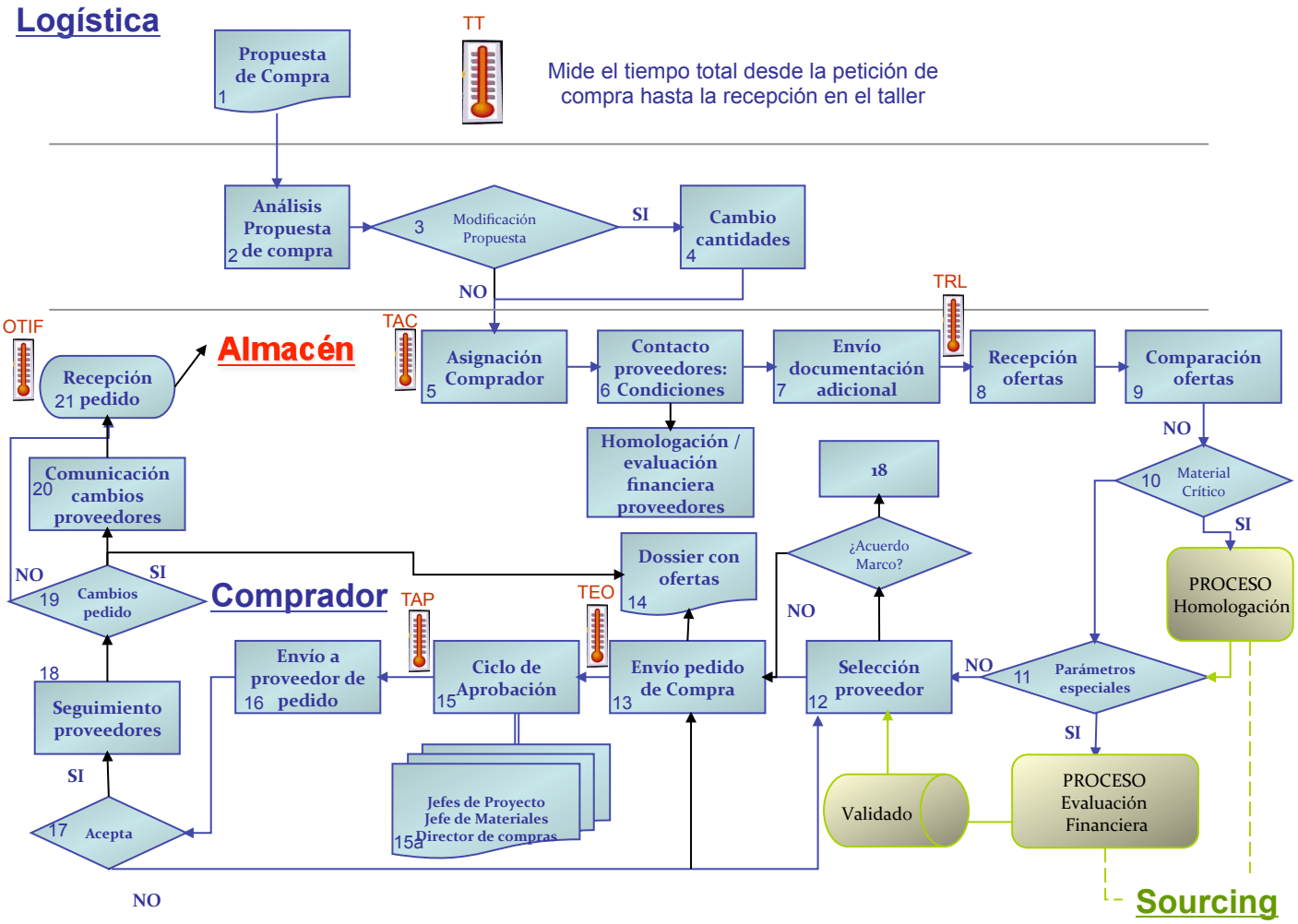
etc. Todo este entramado se representa mediante la simbología predefinida según el tipo de diagrama.

Los diagramas de flujo utilizan una serie de símbolos predefinidos para representar el flujo de operaciones con sus relaciones y dependencias. El formato del diagrama de flujo no es fijo, existiendo diversos tipos que emplean simbología diferente. Un modelo de símbolos podría ser el siguiente:



Un aspecto importante antes de realizar el diagrama de flujo es establecer qué grado de profundidad se pretende en la descripción de actividades, procurando mantener siempre un mismo nivel de detalle.

Un ejemplo de un diagrama de flujo, del proceso de ventas de una empresa de locomoción, podría ser el siguiente:



B. Ficha de Procesos

Una ficha de procesos es un registro donde se definen los elementos claves de un proceso. Es la forma más simple de documentar procesos.

Un modelo de ficha de procesos es el siguiente:

Nombre del proceso	Es la denominación por la cual identificaremos al proceso.
Descripción	Se trata de definir el proceso dando una idea general de sus partes o propiedades.
Misión/objetivo	Es el objetivo del proceso, el fin último para el cual está diseñado. Debe relacionarse con las necesidades de los clientes/usuarios.
Responsable	Persona de la Unidad o Servicio que tiene la responsabilidad sobre la correcta ejecución del proceso
Destinatario	Clientes /usuarios a los que se presta el servicio. Se indicará brevemente las necesidades que se pretenden cubrir.
Inicio/Fin	El comienzo es el evento que pone en marcha el proceso. El fin es la entrega al cliente/usuario del producto o servicio finalizado.
Entradas	Documentos, registros, recursos que en algún momento hacen su entrada en el proceso y que son necesarios para el desarrollo del mismo.
Salidas	Documentos, registros, productos, resultados intermedios del proceso que tienen su origen en el proceso.
Indicadores	Son magnitudes utilizadas para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos, en la ejecución de un proyecto, programa o actividad.
Registros	Son documentos que presentan resultados obtenidos o proporcionan evidencia de actividades desempeñadas.

Procedimientos asociados	Se relacionan todos aquellos procedimientos al proceso.
Aplicación informática	Especificar en el caso de que el proceso se sustente, en parte o en todo, en una aplicación informática.

C. Identificación y Fichas de Indicadores

La identificación de indicadores es otra tarea complicada y trascendente en la orientación de gestión de procesos.

La medición es requisito de la gestión. Lo que no se mide no se puede gestionar y, por lo tanto, no se puede mejorar. Esto es aplicable a cualquier organización.

Un indicador es una magnitud asociada a una característica (del resultado, del proceso, de las actividades, de la estructura, etc.) que permite, a través de su medición en periodos sucesivos y por comparación, evaluar periódicamente dicha característica y verificar el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Según la naturaleza del objeto a medir, se pueden distinguir los siguientes tipos de indicadores:

Indicadores de resultados

Miden directamente el grado de eficacia o el impacto directo sobre cliente / usuario. Son los más relacionados con las finalidades y las misiones de la propia Unidad o Servicio.

→ Ejemplos de indicadores de resultados:

- Número de asistentes a exposiciones en función del número de habitantes.
- Porcentaje de casos resueltos al mes.
- Grado de cobertura de la campaña de información.

Indicadores de proceso

Valoran aspectos relacionados con las actividades. Están directamente relacionados con el enfoque denominado Gestión por Procesos. Hacen referencia a mediciones sobre la eficacia y eficiencia del proceso.

Habitualmente relacionan medidas sobre tiempos de ciclo, porcentaje de errores o índice de colas.

→ Ejemplos de indicadores de proceso pueden ser:

- Tiempo de resolución de expediente.
- Tiempo de espera en cola.
- Porcentaje de solicitudes de licencias de apertura sujetas a calificación ambiental.
- Lista de espera en días.

El grupo de proyecto identificará dos o tres indicadores, como máximo, por proceso. La limitación viene impuesta por la obligación de realizar el seguimiento posterior de los indicadores. Si en algún proceso ya se vienen utilizando indicadores en un número mayor sin que ello suponga ninguna carga de trabajo extra para el servicio o unidad es aconsejable mantenerlos.

Dada la complejidad y el trabajo que implica el seguimiento de los indicadores es conveniente reflexionar sobre cuales serán los indicadores que se definirán para cada proceso. La recogida de información para el cálculo de indicadores puede convertirse en una tare ardua y difícil, por lo que se contemplarán indicadores sencillos y que, al mismo tiempo, reflejen la marcha y los resultados de los procesos. Para la elección de los indicadores se debería tener en cuenta aquellos indicadores ya definidos en la correspondiente Carta de Servicios ya que pueden servir simultáneamente al control del proceso y a la carta de servicios.

Cada indicador deberá definirse mediante una ficha. El formato de ficha de datos que se puede utilizar podría incluir algunos de los siguientes datos:

- Código
- Nombre
- Periodo y fecha de actualización
- Descripción
- Forma de Cálculo
- Método de Comprobación / Evidencia
- Responsable

- Etc…

Al cumplimentar esta ficha, se pondrá de manifiesto la complejidad o no en la obtención y cálculo de los indicadores. Los indicadores de los procesos deben ser algo vivo, es por ello que no debe temerse la modificación o corrección en la definición del indicador, sus fuentes o el método de cálculo si se estima que no cumplen los objetivos inicialmente previstos de aportar información relevante del proceso o si los costes de obtención son altos. De igual forma también es importante tener presente que los indicadores tienen valor cuando disponemos de una serie histórica que nos permita analizar la evolución del proceso en el tiempo.

Ejercicio

1. Elaborar el Mapa de Procesos de la Empresa Proyecto
2. Analizar de manera completa, en base a la información facilitada, cada uno de los procesos claves reflejados en el Mapa de Proceso de la Empresa Proyecto