PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Tecnología en Coordinación de Procesos Logísticos
- Código del Programa de Formación: 121523
- Nombre del Proyecto: Propuesta de un plan operativo de los procesos logísticos en una empresa colombiana
- Fase del Proyecto: Análisis
- Actividad de Proyecto: Reconocer la Cadena de Suministro.

- Competencias:

  Calcular costos de operación de acuerdo con métodos

  Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

  Establecer el costo del proceso logístico de acuerdo con las políticas de la organización

  Valorar el comportamiento de los costos logísticos según indicadores de gestión

  Elaborar informe del costo logístico según procedimientos y políticas de la organización.

  Determinar los elementos del costo según el proceso logístico

- **Duración: 192 Horas**

2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz:

El propósito de esta guía es identificar los elementos del sistema de costeo como parte importante en el área de producción de una empresa; en el ámbito de la economía mundial, las empresas competitivas, revisan y mejoran continuamente los procesos en todas sus áreas: producción, administración y finanzas, mercadeo y ventas, investigación y desarrollo.



Recuerde que el conocimiento está en sus manos, lo invitamos a elaborar un plan de trabajo que le permita complementar los conocimientos de esta guía por medio de la investigación, aprovechando sus habilidades, destrezas, conocimientos previos y el compromiso permanente para el cumplimiento de sus metas de estudio.El estudio de esta guía le permitirá complementar su proyecto formativo “Propuesta de un plan operativo de los procesos logísticos en una empresa colombiana”.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de Reflexión inicial.

3.1.1 Importancia de la Contabilidad de costos en una empresa

Su importancia radica en que permite a quienes dirigen la empresa tomar decisiones. La base del precio es el costo, por lo tanto, en la medida en que exista una estructura de optimización y mejora continua en la empresa, entonces, esto se refleja en un mayor margen de beneficios.

Se plantea como actividad formar equipos de trabajo de 4 integrantes a los cuales se les solicitaran las siguientes actividades para presentar al grupo:

Seleccionar un producto comercial
Definir un precio de venta para el producto
Explicar las características del producto y beneficios para el cliente por medio de una simulación
Explicar para los socios de la empresa cuál es el costo del producto.

Una vez desarrollada la actividad debe dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Por qué es importante el costo de un producto comercial para definir su precio de venta?

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Computador portátil, Tablero, marcador borrable, Papel bond - Esfero

Duración de la actividad: 1 Hora

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

3.2.1 Realizar Actividad lluvia de ideas

Con la ayuda del instructor se evaluaran los conocimientos previos mediante una serie de preguntas abiertas, las cuales deben contestar desde sus diferentes puntos de vista en relación al siguiente planteamiento El costo en contabilidad hace referencia al momento en el que una empresa invierte dinero en la producción de un bien, servicio o producto.

¿Qué ha escuchado sobre el término Costo?

¿Cree usted que hay diferencias entre Gastos y Costos?, ¿cuáles?

La diferencia entre costos y gastos, es que costos es el desembolso que se realiza para producir un determinado producto. En cambio, gasto es el desembolso general que realiza la empresa para el desarrollode sus actividades.

¿Qué son los costos fijos?

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Computador portátil, Tablero, marcador borrable, Papel bond - Esfero

Duración de la actividad: 1 Hora

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



3.3.1 Estudiar los términos relacionados con los costos

Con la información brindada por el instructor, se solicita realizar la consulta con su equipo de trabajo del tema asignado dentro de los términos relacionados con el costo.

Mano de obra directa
Materia Prima
Costos Indirectos de fabricación
Costo de conversión
Costo variable unitario
Costo de distribución

Una vez realizada la consulta se solicita con su equipo de trabajo realizar una presentación para el grupo con la técnica de su preferencia.

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Computador portátil, Tablero, marcador borrable, Papel bond - Esfero

Duración de la actividad: 10 Horas

3.3.2 Estudiar la información sobre costos en empresa industrial

La contabilidad de costos es una herramienta de la contabilidad financiera, que permite el control de los tres elementos del costo (materia prima, mano de obra y los costos generales de producción), facilitando la determinación de los costos totales y los costos unitarios de fabricación. El instructor formará grupos de trabajo quienes participaran en la actividad propuesta para la identificación de los costos en una empresa industrial.



- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Computador portátil, Tablero, marcador borrable, Papel bond - Esfero

Duración de la actividad: 20 Horas

3.3.3 Estudiar información acerca de los componentes del mercado (Precio).

Conforme a la información brindada por el instructor, debe definir el precio de venta para los 5 productos de la empresa industrial simulada a comercializar incluidos en el Documento Entregable Excel, relacionado con el tema, “empleando la fórmula de precio de venta unitario (PVu) PVu = CVu/1-MCu

Como resultado de la actividad, debe dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿Identificó los componentes del costo variable para la aplicabilidad de la fórmula de Precio de venta Unitario para una empresa industrial?

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Tablero - Marcador Borrable – Papel Bond Carta

Duración 20 Horas

3.3.4 Estudiar la información sobre costos en empresa comercial

Con la información brindada por el instructor se solicita estudiar los componentes del costo de un producto para una empresa comercial y dar respuesta a la actividad propuesta sobre el tema.

Como resultado de la actividad, debe dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿Identificó los componentes del costo variable para la aplicabilidad de la fórmula de Precio de venta Unitario para una empresa comercial?

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Tablero - Marcador Borrable – Papel Bond Carta

Duración 20 Horas



3.3.5 Estudiar la información sobre costos en empresa de servicios

Con la información brindada por el instructor se solicita estudiar los componentes del costo para una empresa de servicios y dar respuesta a la actividad propuesta sobre el tema.

Como resultado de la actividad, debe dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿Identificó los componentes del costo variable para la aplicabilidad de la fórmula de Precio de venta Unitario para una empresa de servicios?

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Tablero - Marcador Borrable – Papel Bond Carta

Duración 20 Horas

3.3.6 Estudiar la información sobre los métodos de valuación de inventarios

Con la información brindada por el instructor y la participación activa del grupo, se solicita dar respuesta al caso empresarial sobre Método PEPS (Primeras en entrar primeras en salir) y Método promedio ponderado para la valuación de inventarios

Como resultado de la actividad debe dar respuesta al diligenciamiento del formato Kardex

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Tablero - Marcador Borrable – Papel Bond Carta, Formato kardex

Duración 20 Horas

3.3.6 Estudiar la información sobre costos de distribución y venta y mezcla de marketing.

Con la participación activa del grupo de aprendices y la información brindada por el instructor sobre el tema, se solicita diligenciar el documento de apoyo disponible en la carpeta de la competencia y dar respuesta al caso empresarial propuesto para el desarrollo de las actividades.

Finalizada la actividad deberá dar respuesta a la pregunta:

¿Cuál es la importancia del costo de distribución?
¿Para que se utiliza la mezcla de marketing?

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
- Materiales: Tablero - Marcador Borrable – Papel Bond Carta, Formato kardex

Duración 20 Horas

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

3.4.1 Realizar práctica sobre empresa simulada

Estimado aprendiz, luego de haber desarrollado las anteriores evidencias y fomentar su conocimiento en normas internacionales, es momento que demuestre todo lo que ha asimilado acerca de esta Guía. Por tantodesarrolle la práctica sobre definición y aplicación de los costos en la empresa que seleccione con su equipo de trabajo (Industrial, Comercial, de servicios)

- Ambiente Requerido: Ambiente de Formación, Empresa local, laboratorio de logística
- Materiales: Tablero - Marcador Borrable – Papel Bond Carta, computador portátil

Duración 30 Horas

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

4.1 Participar en la realización de Taller individual N. 1 y N 2

Dar respuesta individualmente al Taller N 1 competencia Almacenar la mercancía

Duración de la Actividad 10 Horas

Ambiente Requerido: Ambiente de Formación
Materiales: Fotocopia - Computador

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Dar respuesta a preguntas sobre costo variable, costo fijo, precio de venta, costo de distribución y comercialización **Evidencias de Desempeño** Participa activamente en la simulación de de los procesos logísticos de almacenamiento conforme a las técncias **Evidencias de Producto:** Presenta video representando el proceso de almacenamiento	DESCRIBE LAS VARIABLES ASOCIADAS AL COSTO SEGÚN EL PROCESO Y LA OPERACIÓN LOGÍSTICA. CATEGORIZA LOS COMPONENTES BÁSICOS DE COSTOS SEGÚN LA OPERACIÓN LOGÍSTICA. COMPRENDE EL COMPORTAMIENTO DE LOS COSTOS DE ACUERDO CON LAS VARIABLES ASOCIADAS. ANALIZA LA ESTRUCTURA DEL COSTO DE ACUERDO CON LOS PROCESOS Y LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES. ESTIMA LOS COSTOS DE OPERACIÓN LOGÍSTICA SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL MERCADO, PRESUPUESTOS Y ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN. DETERMINA LOS COSTOS LOGÍSTICOS SEGÚN METODOLOGÍAS DE COSTEO. IDENTIFICA DE LOS FACTORES DE RIESGOS Y RESTRICCIONES QUE AFECTAN LA VARIABILIDAD DE LOS COSTOS DE ACUERDO CON EL SECTOR. ANALIZA LA VARIACIÓN DE LOS COSTOS DE ACUERDO CON SU ESTRUCTURA Y LOS INDICADORES DE GESTIÓN. GENERA INFORMES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COSTOS SEGÚN POLÍTICAS ORGANIZACIONALES.	**Conocimiento:** **Técnica:** Formulación depreguntas **Instrumento:** Cuestionario **Producto:** **Técnica:** Observación **Instrumento:** lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Centro de Costos: Es una división funcional. El costo unitario se calcula para dicha división, dividiendoel costo total acumulado de ese centro de costos entre la cantidad de sus unidades y antes de su transferencia a un centro de costos subsecuente, al final se suman algebraicamente los costos de cada centro.

Contabilidad de Costos: Rama de la contabilidad general que sintetiza y registra los costos de las empresas manufactureras, de servicios y comerciales de una empresa, con el fin de que puedan medirse, controlarse e interpretarse

Costeo por Operaciones: En un sistema de acumulación de costos por órdenes de trabajo, en el cuallos costos se acumulan por estaciones de operaciones o de trabajo.

Costeo por Proyectos: Forma del sistema de acumulación de costos por órdenes de trabajo, que se utiliza para contabilizar la construcción a largo plazo o los contratos de servicios prestados, definidos

Almacenamiento: actividad en la que se guarda la mercancía

Cadena de suministro: actividades relacionadas con el flujo de bienes desde la materia prima hasta el consumidor final.

Cadena de valor: enfoque que consiste en generar competitividad en las relaciones comerciales con beneficios mutuos.

Canal de distribución: conducto que escoge una empresa para asegurar que sus productos lleguen al consumidor final.

Centro de distribución: almacén de post – producción para bienes finales y que permitesu traslado al consumidor final.

Cliente: persona natural y/o jurídica que accede a los productos y/o servicios de otros.

Competencia: situación donde existen varios oferentes y demandantes de un bien y/o servicio.

Compras: acción mediante la cual una persona u organización adquiere un producto

Consumidor: persona que al final de la cadena de suministro hace uso o consumo del bien y/o servicio.

Costo: la representación económica del valor de un producto o servicio

Demanda: Solicitud para adquirir algo. Es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

E-business (negocios electrónicos): el término derivó de términos tales como “e-mail" y "e-commerce" es hacer negocio en internet, no sólo comprando y vendiendo, sino también brindando servicios a los clientes y colaborando con socios comerciales.

E-commerce (comercio electrónico): transacciones financieras por medios electrónicos. Con el crecimiento del comercio en internet y la web, el e-commerce se refiere a menudo a las compras en las tiendas online en la web, también conocidos como sitios web de e- commerce.

Empresa: organización constituida por un grupo de personas y sistemas que trabajan para obtener fines económicos.

Logística: orden de los procesos que permite llevar un producto o servicio desde su producción hasta el consumidor final.

Mercado: espacio físico o virtual donde confluyen personas y/o empresas ofertando productos (bienes y servicios), orientados a satisfacer las necesidades de otro grupo de personas y/o empresas. Lo cual genera un intercambio de dichos productos a través de un medio de pago.

Pronóstico: conocimiento anticipado de lo que sucederá en un futuro mediante ciertos indicios, señales, síntomas, intuiciones, estudio, historia previa

Proveedor: aquella persona u organización encargada de abastecer a la empresa

Servicio al cliente: capacidad que una empresa desarrolla para satisfacer las necesidades, demandas y las comunicaciones solicitadas por los clientes. También se puede definir como la medida del cumplimiento del plazo de entrega de un producto o de prestación de un servicio contratado por el cliente.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Mora García, Luis Aníbal. Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones, 2011. ProQuest ebrary. Web. 6 July 2017.

Alonso Bobes, A. R., Valdés, F., & Pilar, M. (2014). Servicio logístico al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño. Economía y Desarrollo, 152(2), 184-192. Vélez, P. C. O. (2009). Gerencia logística y global. Revista escuela de administración de negocios, (66), 113-136.

Anaya Tejero, J. (2015). Logística integral. https://sena-primo.hosted.exlibrisgroup.com/permalink/f/1l2l4cd/TN_pq_ebook_centralEBC5885841

Avella, L., Fernández, E. y Fernández, M. (2006). Estrategia de producción (2ª ed.).Madrid: Mc Graw Hill

Ballou, R. (2004). Logística: administración de la cadena de suministro (5ª ed.).Monterrey: Pearson

Soret, I. (2004). Logística y marketing para la distribución comercial (3ª ed.). Madrid: ESIC

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Erkin Alfonso Rueda	Instructor	CGTS	12/10/2021
	Wilmer Gonzalez Becerra	Instructor	CGTS	01/08/2022

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					