Detallar la gestión del proceso de Distribución Física Internacional de una empresa

FRANNY LICE VASQUEZ
MAURICIO DAVID VOGEL SÁNCHEZ
LUZ BIVIANA CABEZAS SALAZAR
MAYERLIN OCAMPO

Instructor(a)
Janeth Motta Martínez

Ficha (2443405)

Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”
CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS
2023

TABLA DE CONTENIDO

- Descripción del producto y la ficha técnica..... 3
- Las variables del entorno que afectan el proceso de distribución física para el producto seleccionado.....4
- País al cual va a exportar el producto y por qué se lo eligió.....5
- Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar..... 6
- Método de almacenamiento.....7
- Nombre los riesgos más relevantes que identificó dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos..... 8
- Canal de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución. 9
- Describa el proceso de trazabilidad de su producto y justifique por qué es importante realizar dicho seguimiento..... 9
- Estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro..... 10
- Software que se utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características..... 11
- Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones..... 12
- Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación..... 13
- Cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades.....14
- Indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física..... 14
- Estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente..... 15
- Conclusiones..... 16

Actividad de proyecto 17

Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional

Detallar la gestión del proceso de Distribución Física Internacional de una empresa

El proceso de Distribución Física Internacional ha sido diseñado con normas de calidad de talla mundial, para que satisfagan las necesidades de todo tipo de cliente. Cualquier organización que desee ser competitiva, debe revisar las actividades y procedimientos a lo largo de este proceso, con el fin de evaluar el desempeño, establecer objetivos e implementar programas de mejora que garanticen la adecuada realización de las funciones establecidas.

Para hacer mejoras en cualquier proceso, es necesario reconocer con minucia las actividades que en él se ejecutan; por este motivo, cada una de las actividades de proyecto que realizó a través de este programa de formación, tenían como fin adquirir conocimientos en detalle de los componentes de la distribución física y evaluar cómo está funcionando el sistema de distribución, estipular nuevos objetivos y construir estrategias para lograrlos.

- Descripción del producto y la ficha técnica

<table>
<tr><td colspan="3">FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</td></tr>
<tr><td rowspan="4">
</td><td>NOMBRE DEL PRODUCTO</td><td>TOMATES ENCURTIDOS</td></tr>
<tr><td>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</td><td>Pasta o salsa de tomate en frasco de vidrio</td></tr>
<tr><td>PESO NETO</td><td>350 GR</td></tr>
<tr><td>INGREDIENTES</td><td>Tomates frescos, cebolla, ajo, aceite de oliva, sal, azúcar, especias (orégano, pimienta negra)</td></tr>
<tr><td>LOTE</td><td colspan="2">3363</td></tr>
<tr><td>PRESENTACIÓN</td><td colspan="2">FRASCO DE VIDRIO CON TAPA METALICA</td></tr>
<tr><td>VIDA ÚTIL</td><td colspan="2">6 MESES</td></tr>
<tr><td>ALMACENAMIENTO</td><td colspan="2">Almacenar en lugar fresco y seco. Refrigerar después de abrir y consumir en un plazo máximo de 7 días.</td></tr>
<tr><td>PROVEEDOR</td><td colspan="2">TOMATES DE LA COSTA</td></tr>
</table>

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

Nutriente	Cantidad por porción (50g)	Cantidad por envase (350g)
Calorías	15 kcal	105 kcal
Grasas totales	0,2 g	1,4 g
Grasas saturadas	0 g	0 g
Grasas trans	0 g	0 g
Colesterol	0 mg	0 mg
Sodio	250 mg	1750 mg
Carbohidratos totales	3 g	21 g
Fibra dietética	1 g	7 g
Azúcares totales	2 g	14 g
Proteínas	1 g	7 g
Vitamina D	0 IU	0 IU
Calcio	20 mg	140 mg
Hierro	1 mg	7 mg
Potasio	200 mg	1400 mg

- **Las variables del entorno que afectan el proceso de distribución física para el producto seleccionado**

El proceso de distribución física para la salsa de tomate puede verse afectado por una serie de variables del entorno, entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

1. **Geográficas**: la ubicación geográfica del mercado y los canales de distribución disponibles pueden influir en la selección de rutas y medios de transporte adecuados para la entrega de la salsa de tomate a los consumidores.

2. **Demográficas:** las características demográficas del mercado, como la densidad de población y la distribución de edades y géneros, pueden influir en el tamaño y la frecuencia de los pedidos y la selección de puntos de venta adecuados.

3. **Económicas:** las condiciones económicas del mercado, como la inflación, la tasa de desempleo y la capacidad de compra de los consumidores, pueden influir en la demanda de la salsa de tomate y en la fijación de precios y políticas de descuentos.

4. **Competitivas:** la presencia de competidores en el mercado, sus estrategias de precios y distribución, y su participación en canales de distribución específicos, pueden influir en la selección de canales de distribución adecuados y en la fijación de precios y promociones.

5. **Legales y regulatorias:** las regulaciones y restricciones legales, como las normas sanitarias, fiscales y ambientales, pueden influir en la selección de proveedores y canales de distribución adecuados y en la fijación de políticas de calidad y seguridad.

6. **Tecnológicas:** los avances tecnológicos en el transporte, la logística y la comunicación pueden influir en la selección de canales de distribución adecuados y en la optimización de los procesos de entrega y seguimiento de la salsa de tomate.

- **País al cual va a exportar el producto y por qué se lo eligió**

Exportar productos derivados de tomate a Estados Unidos puede ser una buena opción por varias razones:

1. **Gran mercado**: Estados Unidos tiene una gran población y una economía muy desarrollada, lo que la convierte en un mercado muy atractivo para exportar productos. Además, el consumo de productos derivados del tomate, como la salsa de tomate, es muy popular en Estados Unidos.

2. **Demanda constante**: La demanda de productos derivados del tomate en Estados Unidos es constante durante todo el año, lo que significa que hay una demanda estable para exportadores.

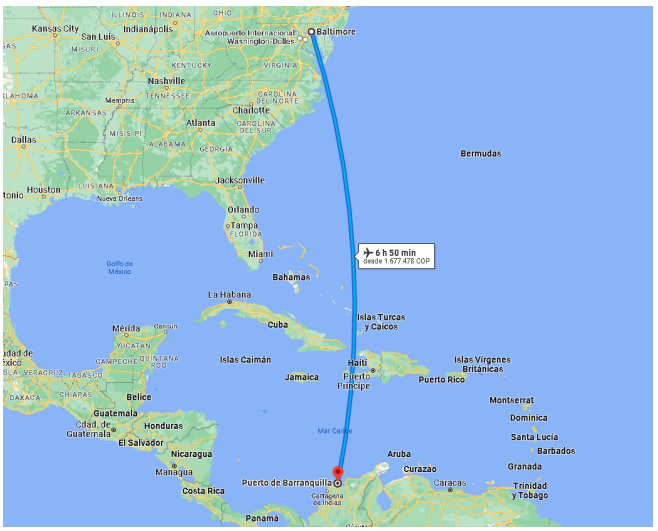
3. **Precios competitivos**: Los precios de los productos derivados del tomate pueden ser más competitivos en el mercado estadounidense debido a los costos de producción más bajos en nuestro país.

4. **Libre comercio**: Estados Unidos tiene acuerdos comerciales con Colombia como lo es el tlc, que permiten el comercio libre de aranceles y barreras comerciales, lo que facilita la exportación de productos.

5. **Variedad de productos**: Además de la salsa de tomate, Estados Unidos importa otros productos derivados del tomate, como tomates enlatados y puré de tomate, lo que significa que hay un mercado para una variedad de productos derivados del tomate.

Usa tiene una red de distribución más corta, así nos ayudamos en reducción de tiempo y costes, además mínima manipulación del producto

Elegimos esta ruta debido a que es la más conveniente, es un poco más alejada de Bogotá, pero en Kilómetros se hace una reducción de costos porque es más cerca de USA, hablando de la ruta de Barranquilla y Santa Marta, es más cerca que saliendo del puerto de Buenaventura, pensando siempre en ahorro de costo y al menor tiempo posible, haciendo posible el ingreso al mercado a competir con buenos precios.



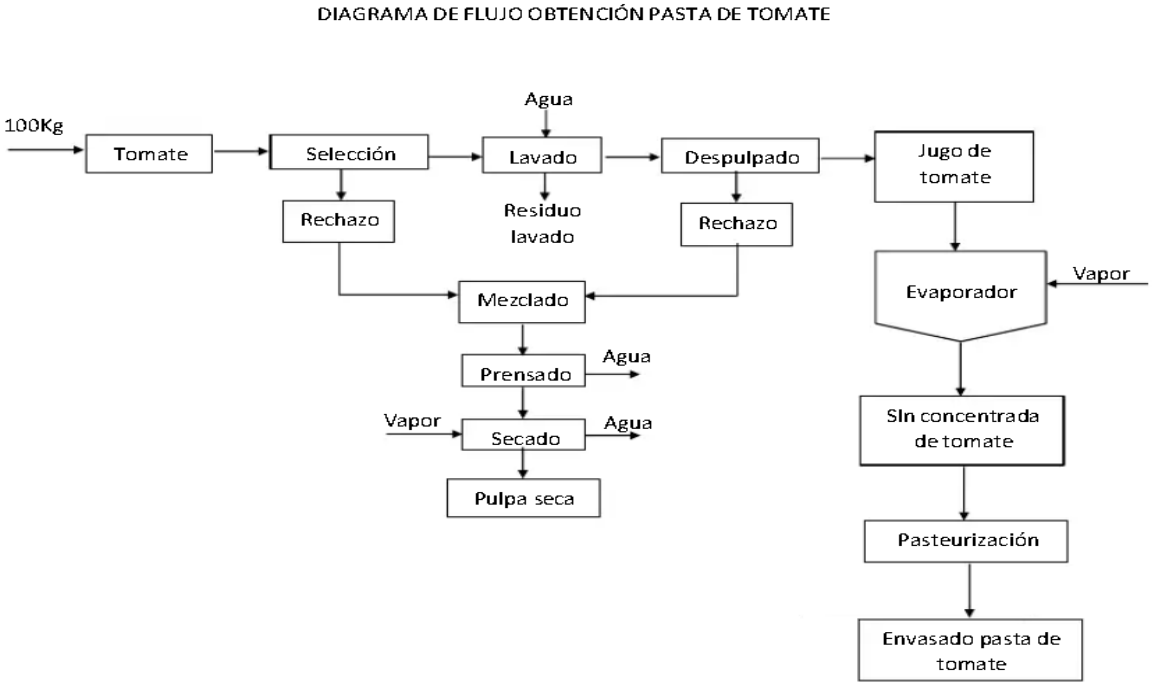
Distancia 1959 millas, 6 horas en avión

- **Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar**

En Colombia, la posición arancelaria de la salsa de tomate se encuentra en la subpartida arancelaria 2002.90.10 del Arancel de Aduanas de Colombia. Esta subpartida arancelaria se encuentra dentro del Capítulo 20, que abarca las "Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas".

La subpartida arancelaria 2002.90.10 se refiere a "Preparaciones de tomate, sin adición de azúcar ni de otro edulcorante". Esta clasificación arancelaria se aplica a la salsa de tomate que no contiene azúcar ni otros edulcorantes.

- **Diagrama de flujo del proceso de producción**



Actividad	Tiempo estimado	Responsable	Recursos necesarios
Compra de materias primas	1 día	Departamento de compras	Presupuesto, proveedores, transporte
Recepción de materias primas	1 día	Encargado de recepción	Personal, espacio de almacenamiento
Lavado y selección	1 día	Equipo de producción	Personal, máquina de lavado
Pelado y descorazonado	2 días	Equipo de producción	Personal, máquina peladora
Triturado y cocción	3 días	Equipo de producción	Personal, ollas y sartenes, máquina trituradora
Envasado	1 día	Equipo de producción	Personal, máquina envasadora, frascos de vidrio
Etiquetado y empaquetado	1 día	Equipo de producción	Personal, etiquetas, cajas de cartón
Control de calidad	1 día	Equipo de control de calidad	Personal, equipo de pruebas
Almacenamiento y distribución	1 día	Equipo de logística	Espacio de almacenamiento, transporte

- **Método de almacenamiento**

Almacenamiento en estanterías convencionales: Este es el método de almacenamiento más común y consiste en utilizar estanterías con múltiples niveles para almacenar los productos en palets. Los palets se colocan en las estanterías utilizando equipos de elevación como montacargas y apiladores.

En Estados Unidos, las etiquetas de los envases de productos alimentarios están reguladas por la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés). Algunos de los requisitos para las etiquetas de envases de productos alimentarios en Estados Unidos son:

Nombre del producto: Debe ser claro y fácilmente identificable para el consumidor.

Lista de ingredientes: Debe indicar todos los ingredientes del producto en orden descendente de cantidad. Los ingredientes alergénicos deben estar claramente identificados.

Información nutricional: Debe incluir el número de calorías, gramos de grasas, carbohidratos y proteínas por porción. También se deben incluir los porcentajes de valores diarios recomendados para cada uno de estos nutrientes.

Información del fabricante: Debe incluir el nombre y dirección del fabricante, distribuidor o importador del producto.

Fecha de caducidad: Si el producto tiene una fecha de caducidad, debe estar claramente indicada en la etiqueta.

Instrucciones de uso: Si el producto requiere instrucciones de uso, deben estar claramente indicadas en la etiqueta.

País de origen: Si el producto es importado, debe indicar el país de origen en la etiqueta.



- **Nombre los riesgos más relevantes que identificó dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos**

Retrasos en la entrega: para mitigar este riesgo, es importante establecer plazos realistas y tener un plan de contingencia en caso de retrasos.

Daño o pérdida de productos durante el transporte: se puede minimizar este riesgo asegurándose de que los productos estén bien embalados y protegidos durante el transporte, así como utilizando servicios de transporte confiables.

Robo de mercancías: se pueden tomar medidas de seguridad adicionales para mitigar este riesgo, como utilizar sistemas de seguridad en el transporte y almacenamiento de la mercancía.

Problemas de calidad de los productos: es importante tener un sistema de control de calidad para garantizar que los productos entregados sean de la calidad esperada.

Problemas de inventario: para evitar problemas de inventario, es importante tener un sistema de gestión de inventario sólido que permita un seguimiento preciso de las existencias y de las entradas y salidas de productos.

- **Canal de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución**

Canal de distribución:

Se utilizará un canal de distribución indirecto, es decir, la empresa de salsa de tomate venderá sus productos a través de intermediarios, como supermercados, tiendas de comestibles y distribuidores mayoristas.

Modo y medio de transporte:

Se utilizará principalmente transporte terrestre para la distribución de la salsa de tomate a través de camiones y furgonetas. En algunos casos, se podría utilizar transporte marítimo para el transporte a larga distancia o internacional, especialmente en caso de exportación.

Red geográfica de distribución:

La empresa tendría un centro de distribución principal ubicado en barranquilla de donde se despacha exportaciones y otra zona geográfica central, que es la bogotá desde el cual se distribuirán los productos a los puntos de venta y distribuidores. Además, se establecerán depósitos o almacenes secundarios en áreas estratégicas para agilizar la distribución y mejorar el tiempo de entrega.

La elección de los puntos de venta y distribuidores se realizaría en función del análisis de mercado y de la demanda de los productos en diferentes áreas.

- **Describa el proceso de trazabilidad de su producto y justifique por qué es importante realizar dicho seguimiento**

Registro de información:

Se registra información detallada sobre cada lote de salsa de tomate, incluyendo la fecha de producción, el lugar de origen de los ingredientes, los proveedores, los procesos utilizados en la fabricación, la fecha de envasado, el número de lote y otros datos relevantes.

Identificación del lote:
Cada lote de salsa de tomate se etiqueta con un número de lote único, que se utiliza para identificar y rastrear el producto a lo largo de la cadena de suministro.

Almacenamiento y transporte:
La salsa de tomate se almacena y transporta en condiciones controladas para garantizar que se mantenga en buen estado y que no se contamine durante el proceso.

Registro de los movimientos del producto:
Cada vez que se mueve un lote de salsa de tomate, ya sea desde la planta de producción a un centro de distribución, o desde un centro de distribución a un punto de venta, se registra el movimiento en una base de datos centralizada.

Seguimiento y control de la trazabilidad:

En caso de que se detecte un problema de calidad o seguridad en un lote de salsa de tomate, se puede rastrear el lote correspondiente hasta su origen y tomar medidas para controlar y prevenir problemas similares en el futuro.

- **Estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro**

Análisis de la cadena de suministro:

Es importante tener un conocimiento profundo de la cadena de suministro de la salsa de tomate, identificar los actores involucrados, analizar los procesos y determinar los puntos críticos y de riesgo. Esto ayudará a desarrollar una estrategia eficiente de integración y colaboración.

Establecimiento de indicadores de desempeño:
Se deben establecer indicadores de desempeño para evaluar el rendimiento de cada actor de la cadena de suministro, y monitorear su cumplimiento en relación con los objetivos y metas establecidos. Esto permitirá identificar oportunidades de mejora y tomar acciones correctivas en caso de desviaciones.

Desarrollo de un sistema de información:
Se debe implementar un sistema de información integrado para compartir datos e información en tiempo real entre los diferentes actores de la cadena de suministro. Esto permitirá mejorar la planificación y la gestión de inventarios, reducir los tiempos de espera y mejorar la eficiencia en general.

Desarrollo de un plan de contingencia:
Se deben desarrollar planes de contingencia para responder de manera efectiva a posibles interrupciones en la cadena de suministro, como desastres naturales o problemas de

producción. Esto permitirá minimizar el impacto en la entrega de los productos a los clientes finales.

Establecimiento de acuerdos colaborativos:

Se deben establecer acuerdos colaborativos con los diferentes actores de la cadena de suministro, con el objetivo de establecer relaciones de confianza, compartir información y trabajar juntos para mejorar la eficiencia de la cadena de suministro.

En general, la integración de los actores de la cadena de suministro de la salsa de tomate requiere de un enfoque sistemático y estratégico, basado en la mejora continua y la optimización de los recursos. Implementar estas estrategias permitirá mejorar la eficiencia de la cadena de suministro y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva.

- **Software que se utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características**

Consideramos que el software operativo más adecuado sería un WMS, ya que es muy funcional y útil para pymes, porque integra múltiples funciones y puede adaptarse a necesidades específicas.

Los Sistemas WMS, son soluciones integrales logísticas, indispensables en el desarrollo de la gestión del almacén y logística de una empresa. WMS son las siglas en inglés para: Warehouse Management Systems, Sistema para la Gestión de almacenes (SGA).

La principal importancia de esta herramienta de software radica en que facilita la gestión de los diferentes procesos, de los materiales y recursos, recopila la totalidad de la información y de esa forma cubre toda la cadena de suministro integralmente, es decir, desarrolla toda la secuencia: recepción-abastecimiento-producción-preparación de pedidos-expedición.

Software	Proveedor	Características	Ventajas	Desventajas	Informes
Magaya Ware House Managemen t System	Magaya	Controla la carga y el inventario antes de que llegue al almacén. -Define ubicaciones y establece una ubicación para la recepción. -Se combina con el escaneo móvil WMS para el recuento del inventario, recogida y carga rápidas, y más -Automatiza la facturación para el almacenamiento y define los tipos de carga para el almacenamiento en frío y otras especialidades -Provee a sus clientes visibilidad las 24 horas con seguimiento en línea. -Disponibilidad en la nube. -Permite el seguimiento en tiempo real, las comunicaciones B2B. -Comparación de productos. Controla la carga y el inventario antes de que llegue al almacén.	Controla cada paso del proceso con los códigos de barras de su llegada a los muelles de recepción, almacenamiento, y recoger y cargue. -Imprime tiquetas de los dispositivos de mano inalámbricos. - Reduce los	El costo de un WMS, puede ser bastante alto. -implementación de los sistemas tecnológicos que requiere el WMS. -Las conexiones Con los sistemas existentes pueden resultar difíciles y caras de llevar a cabo, dependiendo de la compatibilidad entre el WMS y los	-Reportes de entregas de carga, cotizaciones, reservaciones, programaciones de viaje, interfaz

		-Define ubicaciones y establece una ubicación para la recepción. -Se combina con el escaneo móvil WMS para el recuento del inventario, recogida y carga rápidas, y más -Automatiza la facturación para el almacenamiento y define los tipos de carga para el almacenamiento en frío y otras especialidades -Provee a sus clientes. de visibilidad las 24 horas con seguimiento en línea. -Disponibilidad en la nube. -Permite el seguimiento en tiempo real, las comunicaciones B2B. -Comparación de productos. Controla la carga y el inventario antes de que llegue al almacén. -Define ubicaciones y establece una ubicación para la recepción. -Se combina con el escaneo móvil WMS para el recuento del inventario, recogida y cargas rápidas, y más -Automatiza la facturación para el almacenamiento y define los tipos de carga para el almacenamiento en frío y otras especialidades. -Provee a sus clientes. de visibilidad las 24 horas con seguimiento en línea. -Disponibilidad en la nube. -Permite el seguimiento en tiempo real de las comunicaciones B2B. -Comparación de productos.	Errores y acelera la recepción, en movimiento, recogida, carga, y entrega. -Rapidez en la recepción. -Mejora la gestión dentro del almacén. -Emisiones y entrega rápida y con precisión.	sistemas de la empresa. -La capacitación De los operarios puede ser compleja, especialmente si se requiere un cambio de cultura importante.	

- **Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones**

Investigación de mercado:
Antes de establecer contacto con una empresa en Estados Unidos, es importante realizar una investigación de mercado para conocer las necesidades y requisitos específicos del mercado objetivo.

Se puede utilizar información de estadísticas, informes de mercado, investigaciones en línea y otras fuentes para recopilar información valiosa.

Identificación de contactos y primer acercamiento:
Una vez que se haya identificado una empresa potencial, el siguiente paso es establecer el primer contacto a través de correo electrónico o llamada telefónica.
En este primer acercamiento se debe presentar la empresa, sus productos y servicios, y explorar si hay interés por parte de la empresa estadounidense en la salsa de tomate.

Propuesta y negociación:
Una vez establecido el contacto inicial, se puede enviar una propuesta de negocio que incluya detalles sobre el producto, precios, términos de pago y plazos de entrega.

Durante este proceso de negociación, se deben discutir los detalles y condiciones para llegar a un acuerdo mutuamente beneficioso.

Aprobación y formalización del contrato:
Una vez que se llega a un acuerdo, se debe formalizar el contrato con la empresa estadounidense.

Este contrato debe incluir todos los detalles acordados, como la cantidad de salsa de tomate que se entregará, el precio, los términos de pago y las fechas de entrega.

Producción y entrega del producto:
Una vez que se ha formalizado el contrato, se procede a la producción de la salsa de tomate según las especificaciones acordadas.

La entrega del producto se realizará de acuerdo a los plazos acordados en el contrato, asegurándose de cumplir con todas las regulaciones y requisitos de importación y exportación.

Servicio postventa:
Finalmente, se debe brindar un buen servicio postventa para mantener una relación a largo plazo con la empresa estadounidense. Esto incluye resolver cualquier problema que surja y estar disponible para responder preguntas y brindar asistencia técnica.

- **Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación**

Concepto de costo	Descripción	Costo estimado
Producción	Costos de producción de la salsa de tomate	$10,000
Embalaje	Costos de embalaje y etiquetado de la salsa de tomate	$1,000
Transporte terrestre	Costos de transporte terrestre para llevar la salsa de tomate al puerto de salida en Colombia	$500
Trámites de exportación	Costos asociados con la tramitación de la documentación necesaria para la exportación (como permisos, licencias, inspecciones) en Colombia	$2,000
Flete marítimo	Costos de transporte marítimo de la salsa de tomate al puerto de destino en Estados Unidos	$8,000
Seguro	Costos de seguro para proteger la carga durante el transporte	$1,000
Gastos de aduana	Costos de aranceles y otros gastos de aduana en Estados Unidos	$5,000
Distribución local	Costos de distribución local en Estados Unidos, incluyendo transporte y almacenamiento	$2,000
Costos totales	Suma de todos los costos anteriores	$29,500

Es importante destacar que los costos pueden variar según el país de origen y destino, los volúmenes de producción y las regulaciones y requisitos de importación y exportación de cada país. La matriz de costos debe ser actualizada y ajustada periódicamente para reflejar cualquier cambio en los costos y las condiciones del mercado.

- **Cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades**

Coordinador de logística: es responsable de planificar y coordinar la distribución física del producto, incluyendo la gestión del transporte, el almacenamiento y la entrega. También es responsable de supervisar el cumplimiento de las regulaciones y normas aplicables a la distribución.

Gerente de transporte: es responsable de coordinar la entrega del producto a los clientes o distribuidores. Esto incluye la selección del método de transporte más adecuado, la supervisión de los conductores y el seguimiento del progreso del envío.

Almacenista: es responsable de supervisar el almacenamiento del producto y de asegurarse de que el producto esté disponible cuando se necesite. También es responsable de mantener el almacén limpio, ordenado y seguro para los empleados.

Supervisor de control de calidad: es responsable de inspeccionar el producto antes de su distribución para asegurarse de que cumpla con los estándares de calidad establecidos por la empresa. También es responsable de tomar medidas correctivas si se detecta algún problema de calidad.

- **Indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física**

Indicadores de gestión por áreas

Área financiera	**Área Aprovisionamiento**	**Área Almacén**	**Área de inventario**
● Coste de almacenamiento ● Coste de aprovisionamiento ● Coste de expedición ● Coste de preparación ● Coste logístico	● Calidad de los pedidos a proveedores recibidos ● Plan de aprovisionamiento ● Nivel de cumplimiento de los proveedoras ● Concentración de proveedores ● Diferencias entrega	● Cumplimiento de entregas ● Capacidad utilizada ● Actividad ● Coste por unidad ● Capacidad total	● Coste ● Cobertura ● Días de inventario ● Asunción del stock ● Rotación

Área de transporte	Distribución	Área logística inversa	Sistemas de información
● Coste flete ● Costos de mantenimiento ● Costo mano de obra (conductor) ● Agrupación de cargas ● Transportes de compra	● Calidad de cobro ● Entregas completas ● Plazo de entrega ● Estandarizar las ubicaciones ● Costos flete	● Causas de devoluciones ● Centro de devoluciones ● Coste ● Devoluciones a proveedores ● Devoluciones de clientes	● Exactitud de registros ● Fiabilidad del plan de ventas ● Procesos a través de EDI ● Seguimiento de los pedidos ● Sistemas de etiquetaje

- **Estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente**

Diseño de la red de distribución: la empresa debe diseñar una red de distribución que sea eficiente, flexible y rentable. La red debe incluir la selección de los canales de distribución adecuados, la ubicación óptima de los almacenes y centros de distribución, y la planificación de rutas de transporte efectivas.

Gestión de inventario: la empresa debe implementar una estrategia de gestión de inventario efectiva para garantizar que los productos estén disponibles en los lugares y momentos en que los clientes los necesitan. Esto puede incluir el uso de tecnologías de seguimiento y monitoreo de inventario en tiempo real, así como la adopción de sistemas de planificación de inventario avanzados.

Gestión del transporte: la empresa debe optimizar la gestión del transporte para reducir los costos y mejorar la eficiencia. Esto puede incluir la selección de proveedores de transporte confiables y eficientes, el uso de tecnologías de seguimiento de envíos en tiempo real, y la planificación de rutas de transporte eficaces para reducir los tiempos de entrega.

Gestión de la cadena de suministro: la empresa debe adoptar una estrategia de gestión de la cadena de suministro que permita la coordinación efectiva de las actividades de distribución y garantice que todos los procesos estén integrados y sean eficientes. Esto puede incluir la implementación de sistemas de planificación de la demanda, el uso de tecnologías de seguimiento de envíos, y la adopción de procesos de gestión de pedidos eficaces.

Servicio al cliente: la empresa debe garantizar que los clientes reciban un servicio de alta calidad en todas las etapas del proceso de distribución. Esto puede incluir la comunicación regular con los clientes para informarles sobre el estado de sus envíos, la resolución rápida de problemas y la adopción de políticas de devolución y reembolso claras.

En resumen, para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer al cliente, las empresas deben adoptar una estrategia integral que aborde todos los aspectos del proceso de distribución y garantice una gestión efectiva de la cadena de suministro.

- **Conclusiones.**

    - En general, para mitigar los riesgos asociados con el proceso de distribución, es fundamental tener un plan sólido y bien estructurado, así como contar con personal capacitado y recursos adecuados para implementar ese plan.

    - La red geográfica de distribución estaría diseñada para cubrir una amplia área geográfica, con la capacidad de llegar a diferentes regiones del país y en algunos casos a otros países.

    - La elección de los puntos de venta y distribuidores se realizaría en función del análisis de mercado y de la demanda de los productos en diferentes áreas.

    - El proceso de trazabilidad de la salsa de tomate está diseñado para garantizar la calidad y seguridad del producto, y para asegurar que los consumidores puedan confiar en la marca.

      Al implementar un sistema sólido de trazabilidad, las empresas pueden mejorar la eficiencia de sus operaciones, reducir el riesgo de problemas de calidad y seguridad, y fortalecer la relación con sus clientes y proveedores.

    - La integración de los actores de la cadena de suministro es un proceso continuo que requiere de la colaboración y el compromiso de todas las partes involucradas.

      Al implementar estas estrategias, las empresas pueden mejorar la eficiencia de sus operaciones y lograr una mayor rentabilidad, mientras satisfacen las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

    - La integración de los actores de la cadena de suministro de la salsa de tomate requiere de un enfoque sistemático y estratégico, basado en la mejora continua y la optimización de los recursos.

      Implementar estas estrategias permitirá mejorar la eficiencia de la cadena de suministro y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

SENA

DETALLAR LA GESTION DEL PROCESO DE DISTRIBUCION FISICA

PAULA ANDREA VANEGAS PATIÑO

DISTRBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

MAYO, 2023

Tabla de contenido

1. Realice una breve descripción del producto e incluya la ficha técnica (refiérase a la Evidencia 2: Presentación interactiva. Ficha técnica y clasificación arancelaria de los productos, de la actividad de proyecto 3). 5

2. Mencione el país al cual va a exportar el producto y explique por qué lo eligió (refiérase a la Evidencia 1: Presentación interactiva. Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales, de la actividad de proyecto 10). 6

3. Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar (refiérase a la Evidencia 2: Presentación interactiva. Ficha técnica y clasificación arancelaria de los productos, perteneciente a la actividad de proyecto 3). 7

4. Adjunte el diagrama de flujo del proceso de producción (refiérase a la Evidencia 3: Flujograma. Describir el funcionamiento de un plan de producción, de la actividad de proyecto 8). 8

5. Especifique el método de almacenamiento (refiérase a la **Evidencia 1: Catálogo. Elaborar etiquetas, que permitan la comercialización y distribución de un producto a nivel internacional, perteneciente a la actividad de proyecto 7**). .. 9

6. Nombre los riesgos más relevantes que identificó dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos (refiérase a la **Evidencia 1: Plan de contingencia para el proceso de distribución, de la actividad de proyecto 9).** 10

7. Incluya el canal de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución (refiérase a la Evidencia 1: Presentación interactiva. Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales, perteneciente a la actividad de proyecto 10 y la Evidencia 2: Video. Diseñar una red geográfica, de la actividad de proyecto 12)..... 13

8. Describa el proceso de trazabilidad de su producto y justifique porqué es importante realizar dicho seguimiento (refiérase a la **Evidencia 1: Informe. Elaborar la trazabilidad de un producto, perteneciente a la actividad de proyecto12**). 14

9. Resuma las estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro (refiérase a la Evidencia 1: Taller. Determinar el plan de integración de la cadena de suministro, de la actividad de proyecto 13). 15

10. Indique el software que utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características (refiérase a la Evidencia 3: Cuadro comparativo. Determinar el software para consolidar la información en la cadena de abastecimiento, perteneciente a la actividad de proyecto 2 y a la Evidencia 2: Instructivo. Elaborar un plan de producción y su ejecución, de la actividad de proyecto 8). 17

11. Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones (refiérase a la **Evidencia 2: Taller. Realizar el proceso de negociación internacional y la elaboración de un contrato de compraventa, perteneciente a la actividad de proyecto 14, a la Evidencia 3: Presentación interactiva. Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación y a la Evidencia 6: Video. Realizar un proceso de importación que hacen parte de la actividad de proyecto 15)**. 18

12. Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación (refiérase a la Evidencia 4: Informe. Identificar el diseño de una red de transporte internacional, apoyado en los canales de distribución y la tecnología, perteneciente a la actividad de proyecto 10). 19

14. Enuncie los indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física (refiérase al material de formación **Diseño del producto, plan de producción e indicadores de gestión para cubrir la demanda futura, de la actividad de proyecto 8, a la Evidencia 4: Informe. Identificar los indicadores de gestión logísticos, perteneciente a la actividad de proyecto 13 y a la Evidencia 1: Taller. Reconocer el correcto funcionamiento de los procesos logísticos, de la actual actividad de proyecto**. 22

15. Defina las estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente (refiérase al material de formación de esta actividad de proyecto). 25

1. Realice una breve descripción del producto e incluya la ficha técnica (refiérase a la Evidencia 2: Presentación interactiva. Ficha técnica y clasificación arancelaria de los productos, de la actividad de proyecto 3).

Pulpa de fresa.

La pulpa de fresa de fragaria, es uno de los productos con mayor rotación en nuestro portafolio de ventas.

La base de la pulpa es de fresa en su totalidad, Se compone de 70% de trozos de la fruta y 30% de jugo de la misma. No contiene químicos ni colorantes artificiales.

Se distribuye en tres presentaciones por 150 GR, 500GR y 1KG en bolsas de polietileno contramarcadas y en las cuales también se evidencia la tabla nutricional e instrucciones de consumo.

FICHA TECNICA PRODUCTO TERMINADO		
NOMBRE PRODUCTO	PULPA DE FRESA CONGELADA	FRAGARIA
COD ARANCEL	0811.10.10	
FABRICADO POR	FRAGARIA	

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Producto pastoso, obtenido de la fresa en su totalidad, la cual tiene una maduración totalmente natural, luego de la cosecha pasa por un cuidadoso proceso de selección garantizando la calidad de las fresas de la cual se extrae su parte carnosa, separando hojas, semillas y cualquier tipo de bacteria pasando por un proceso tecnológico que garantiza la condensación de nutrientes, olor, color y sabor de la fresa.
PRESENTACION COMERCIAL	Bolsa plástica de polietileno x150 gr Bolsa plástica de polietileno x500 gr Bolsa plástica de polietileno x1 kg
COMPOSICION NUTRICIONAL	**Carbohidrato** 6,8 g — **Fibra** 1.5 g **Colesterol** 0 mg — **Calcio** 12 mg **Grasas T** 0 g — **Vitamina C** 90 mg
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	**Color:** Intenso, idéntico al de la fresa. **Aroma:** Intenso, Idéntico al de la fresa. **Sabor:** Idéntico al de la fresa, libre de tonos amargos. **Consistencia:** Homogénea, libre de espuma y/o semillas.
INSTRUCCIONES DE CONSUMO	Use como base para helados, postres o jugos. Por cada 100 gr de pulpa de fresa fresca agregue 300 ml de agua; Para obtener 300 ml de jugo
RECOMENDACIONES	Consérvese en el congelador a -10° Después de destapada, consumase en el menor tiempo posible



2. Mencione el país al cual va a exportar el producto y explique por qué lo eligió (refiérase a la Evidencia 1: Presentación interactiva. Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales, de la actividad de proyecto 10).

El país al cual se hará la exportación, es a Estados Unidos, ya que es uno de los que más adquiere producto agrícola de Latinoamérica, es especial de Colombia.

Se elige ya que estados unidos es una de las economías mas fuertes y estables a nivel mundial, exporta e importa bienes un 85% más, comparado con el resto de países, fomenta el desarrollo y recibe cientos de personas a diario, lo que será una ventaja competitiva la cual llevara a que personas que de todo el mundo que residen en estados unidos, conozcan el producto

3. Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar (refiérase a la Evidencia 2: Presentación interactiva. Ficha técnica y clasificación arancelaria de los productos, perteneciente a la actividad de proyecto 3).

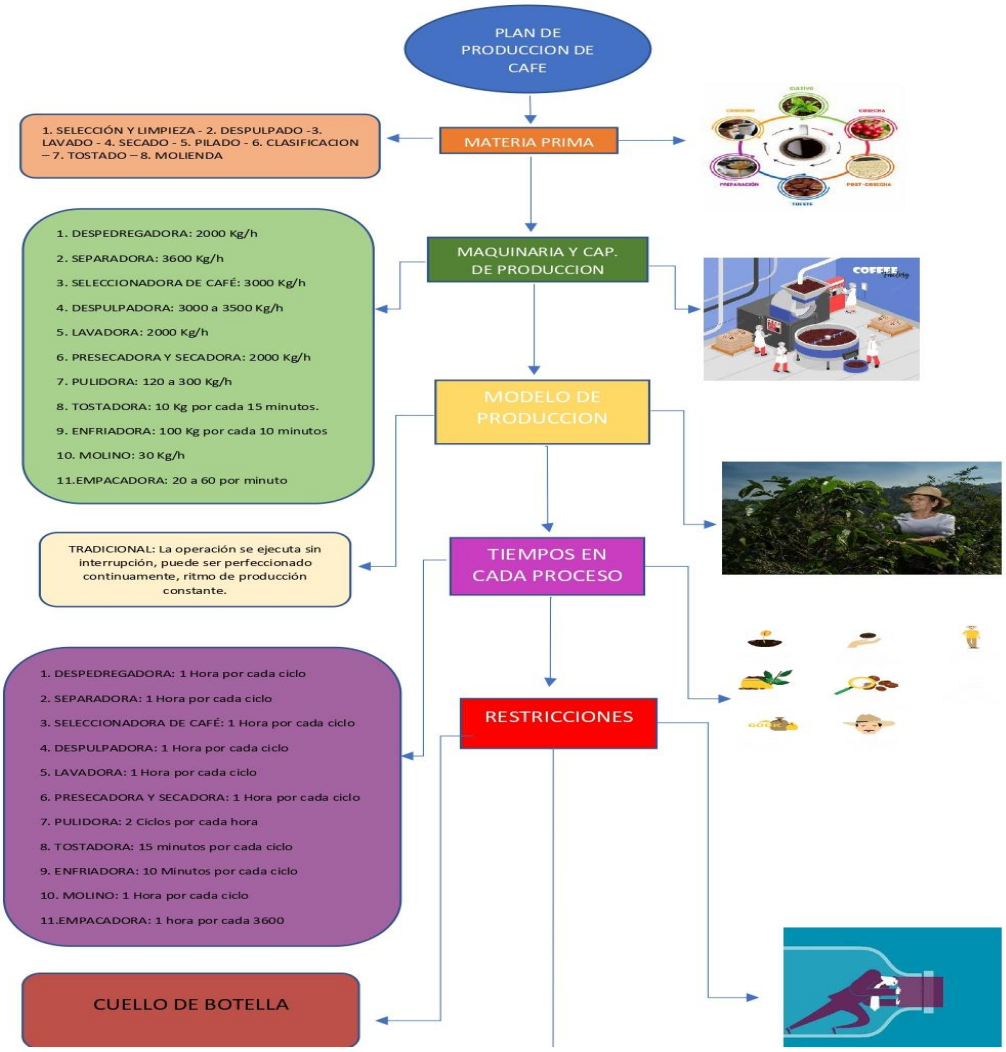


Como se evidencia en la imagen, el código arancelario de la pulpa es **0811.1090.00**

Los requisitos que se solicitan para realizar la exportación hacia Estados Unidos, principalmente es la documentación al día, la cual debe coincidir con el producto en todos los aspectos:

- Documento de transporte
- Conocimiento de embarque
- Guía aérea
- Certificado del portador
- Tres copias de la factura comercial
- Manifiesto de carga e ingreso
- Lista de bienes

4. Adjunte el diagrama de flujo del proceso de producción (refiérase a la Evidencia 3: Flujograma. Describir el funcionamiento de un plan de producción, de la actividad de proyecto 8).





5. Especifique el método de almacenamiento (refiérase a la Evidencia 1: Catálogo. Elaborar etiquetas, que permitan la comercialización y distribución de un producto a nivel internacional, perteneciente a la actividad de proyecto 7).

La pulpa deberá ser enviada en bolsas de polietileno, teniendo en cuenta el gramaje de cada una, las cuales tiene como objetivo conservar las propiedades y protegerla de la humedad, así mismo, se debe empacar en cajas refrigerantes por doce (12) unidades que serán almacenadas en una carga de tipo unitarizada la cual permite

la manipulación rápida de los productos que serán puestos en estibas para finalmente ponerlos dentro de los contenedores de manera conjunta y organizada.

- Utilizar una protección adecuada y un anclaje dentro del contenedor.

- Utilizar contenedores transatlánticos o paletas para el embalaje para asegurar un fácil manejo.

6. Nombre los riesgos más relevantes que identificó dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos (refiérase a la **Evidencia 1: Plan de contingencia para el proceso de distribución, de la actividad de proyecto 9).**

RIESGO DE ATRAPAMIENTO:

- Parqueadero: Ingreso y salida de vehículos, con riesgo de que un vehículo atrape a un trabajador.
  Mitigación: Demarcar zonas peatonales y vehiculares, las cuales prevean accidentes, también que los trabajadores tengan conocimiento de las señalizaciones con las que debe contar dicho lugar.

- Planta de producción: Maquinas en funcionamiento todo el tiempo, con riesgo de que un trabajador caiga dentro de ellas, o que alguna de sus extremidades se vea en riesgo.
  Mitigación: 1. Los operadores, deben contar con la adecuada dotación, la cual se ajuste a sus medidas, lo que evitara que, al sobrar una parte de alguna prenda, sea atrapado por medio de la misma.
  2. Demarcar un límite hasta donde el rabajador debe llegar, advirtiendo peligro si se pasa de allí.

- Bodegas: Entrada de mercancía (Carga o descarga de la misma), donde puede ser atrapado por un montacarga e incluso por cajas o bultos que puedan caer sobre el operario.

Mitigación: 1. Uso únicamente de montacarga o malacates para acceder a la mercancía que se encuentra en pisos altos.
2. Demarcar las zonas por donde los montacargas deberán hacer su arribo, así como por donde los operadores tendrán el paso peatonal.

RIESGO DE CAIDA:

- Parqueadero: Ingreso y salida constante de vehículos, dentro del mismo se encuentran baches o pequeños policías los cuales pueden ocasionar caídas.
  Mitigación: Constante supervisión a los parqueaderos, garantizando que estos baches solo se encuentren por la zona vehicular para disminución de velocidad, y no en los pasos peatonales

- Baño: Ingreso exclusivo y constante de personal, constante mantenimiento en cuanto a limpieza, pisos húmedos, lo que conlleva a que los operadores se puedan caer y en casos extremos causar fracturas.
  Mitigación: 1. Correcta a señalización que advierta sobre el piso húmedo. 2. Se deben estudiar las horas muertas, es decir cuando el lugar tiene poco flujo de gente, para logra el correcto mantenimiento, y evitar caídas. 1. Correcta señalización que advierta sobre el piso húmedo.
  2. Se deben estudiar las horas muertas, es decir cuando el lugar tiene poco flujo de gente, para logra el correcto mantenimiento, y evitar caídas.

- Vestidores:
  Ingreso de personal a cambiar su ropa particular por uniforme o viceversa, constante mantenimiento en cuanto a limpieza, pisos húmedos, loque conlleva a que los operadores se puedan caer y en casos extremos, causar fracturas.
  Mitigación: 1. Al ser una planta de producción, el cambio de turno cada 8 horas es frecuente, el personal encargado del mantenimiento de las zonas

deberá tener en cuenta esto, para que, al momento de realizarlo, no se encuentre con personal y así evitar riesgos, tanto como sea posible.

- Bodegas: Entrada de mercancía (Carga o descarga de la misma), en caso de que se encuentre objetos en lugares que n o correspondan, pueden ocasionar caídas.
  Mitigación: Advertir sobre el mal uso de las instalaciones, todas las cajas y/o bultos deben están en el lugar que les corresponde.

RIESGO ERGONOMICO:

- Oficinas: Advertir sobre el mal uso de las instalaciones, todas las cajas y/o bultos deben están en el lugar que les corresponde.
  Mitigación: 1. Pausas activas.
  2. Acompañamiento de personal de sst el cual brinde inducción acerca de la correcta manera de sentarse, pararse, etc.

- Bodegas: Entrada de mercancía (Carga o descarga de la misma), si el operador no cuenta con la experticia suficiente para determinar cuál es la posición correcta para levantar un objeto pesado, puede verse afectada su espalda, brazos, piernas, al momento de hacer una fuerza indebida con un peso mayor al que su cuerpo puede resistir.
  Mitigación: Inducción al personal por parte de sst, donde indicaran cuales son las posturas correctas, que se debe hacer al momento de levantar un objeto pesado, cuanto peso es capaz de resistir el cuerpo, cuando se está sobre esforzando al mismo.

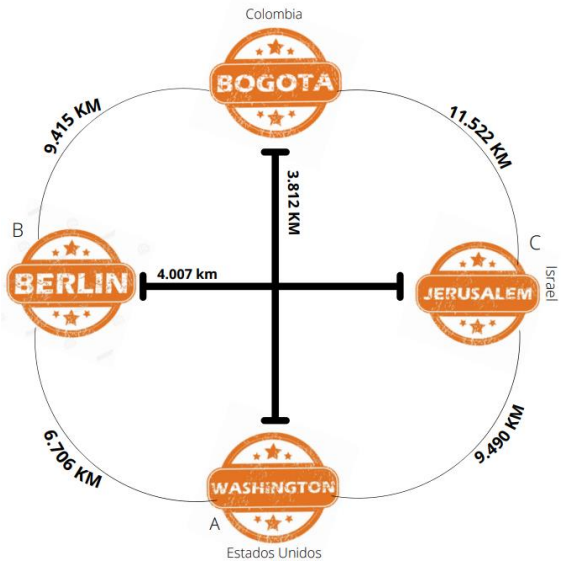
- Despacho: Embalaje de mercancía, verificación y salida, las personas que se encuentran operando el montacarga, pueden sufrir dolores por la postura que ejercen con frecuencia ya que es la misma.

Mitigación: Inducción al personal por parte de sst, donde indicaran cuales son las posturas correctas, que se debe hacer al momento de levantar un objeto pesado, cuanto peso es capaz de resistir el cuerpo, cuando se está sobre esforzando al mismo.

7. Incluya el canal de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución (refiérase a la Evidencia 1: Presentación interactiva. Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales, perteneciente a la actividad de proyecto 10 y la Evidencia 2: Video. Diseñar una red geográfica, de la actividad de proyecto 12).

La opción que elegiré y pienso que es la más efectiva es combinar canales de distribución directos, indirectos e internaciones y siempre en función de las necesidades del CLIENTE EN ESPECIFICO

Red de distribución:



ORIGEN (BOGOTÁ)
A (WASHINGTON)
B (BERLIN)
C (JERUSALEN)

37.133 KM

- ORIGEN + A + B +C + ORIGEN= 26.047 KM
- ORIGEN + B + A + C + ORIGEN= 37.133 KM
- ORIGEN + B + C + A + ORIGEN= 26.727 KM
- ORIGEN + C + A + B + ORIGEN= 27.043 KM
- ORIGEN + C + B + A + ORIGEN= 26.047 KM

La ruta más conveniente para la exportación, es el origen + a + b + c + origen ya que los kilómetros que se recorren son 26. 047 es decir menos en comparación con otras rutas

La opción que elegiré y pienso que es la más efectiva es combinar canales de distribución directos, indirectos e internaciones y siempre en función de las necesidades del CLIENTE EN ESPECIFICO

8. Describa el proceso de trazabilidad de su producto y justifique porqué es importante realizar dicho seguimiento (refiérase a la Evidencia 1: Informe. Elaborar la trazabilidad de un producto, perteneciente a la actividad de proyecto12).

Selección: La materia prima que en este caso es la fresa, pasa por un proceso de maduración natural, debe estar en un término medio para garantizar que el producto obtenga las características organolépticas que requiere. A continuación, la fresa debe ser pesada y puesta sobre bandejas plásticas, las cuales serán transportadas por un rodillo donde se hace la labor de preselección y/o descarte.

La fresa será transportada en camiones hacia la planta, se debe inspeccionar que sea en el menor tiempo posible, ya que como se encuentran en un término medio de maduración, no pueden ser expuestas por demasiado tiempo. Ya en las bodegas de la planta de producción, pasa por una última selección, la cual reconfirmara que toda la fruta este en perfectas condiciones para ser procesada. Lavado y proceso: Se hará un proceso de lavado que se considera como el paso más importante, ya que se eliminan partículas y restos de suciedad que se encuentren dentro de la fruta, de allí se da luz verde para iniciar la producción

Al pasar por todo el proceso de producción (Lavado, desinfección, escaldar, enfriamiento, despulpado, tratamiento químico), la pulpa es empacada en bolsas plásticas teniendo en cuenta el peso, este paso es importante ya que teniendo en cuenta la cantidad y peso del producto solicitado por el cliente así mismo se procede a poner en la bolsa que corresponde y a etiquetar, se coloca la cantidad indicada

en cajas que nuevamente serán etiquetadas con las instrucciones para manejo adecuado de las mismas.

Ya la pulpa empacada, se dispone los termo King en la zona de carga para que pongan el producto e indicar para que zona del país debe ser transportado. El producto llegara al consumidor final, se debe garantizar una última inspección para que llegue en las condiciones adecuadas, esta le corresponde al subdistribuidor o jefe del lugar y a sus operarios

El proceso de trazabilidad es importante, ya que gracias a este se determina con exactitud los procesos en los cuales quizá se esta fallando, aplicar las medidas necesarias para corregirlo.

Permite identificar el estado del producto desde su estado de materia prima hasta el resultado final.

9. Resuma las estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro (refiérase a la Evidencia 1: Taller. Determinar el plan de integración de la cadena de suministro, de la actividad de proyecto 13).

- Una estrategia de integración vertical hacia adelante con el cliente nacional

La mayor parte de la inversión en la comercialización de fresas y derivados de las mismas, se realiza en el traslado a los puntos de distribución de todo el país, ya que es bastante apetecida, generando una gran inversión en temas de transporte, como FRAGARIA no cuenta con una flota, se contrata una empresa que alquila y provee los camiones, generando así un ahorro a corto, pero no a largo plazo. La estrategia más eficiente, es una alianza con una empresa transportadora, garantizando a ellos una cantidad de viajes mensuales exclusivos para fragaria, ya que anteriormente era compartido, con la condición de que disminuyan el valor por flete, logrando así, un porcentaje de ahorro considerable, además, que los envíos que se hagan a los distribuidores en cada ciudad aumenten, consiguiendo que tengan mayor stock y disminuyendo la cantidad de viajes semanales (Ejemplo: Pasar de 5 entregas

semanales por ciudad, a 2 entregas semanales, con mayor cantidad de pedido cada una).

- Una estrategia de integración vertical hacia adelante con el cliente internacional.

La cosecha de fruta Colombiana, es muy apetecida en el exterior, la fresa no es la excepción, es por esto que fragaria plantea que, la estrategia mas factible para el mercado internacional, es implementar un código QR en los empaques de la pulpa, que al escanearlo contiene videos donde se evidencia la labor que realizan los campesinos para llevar un producto rico, saludable y versátil (SE PUEDE HACER JUGO, POSTRES, YOGURT, ETC), logrando así, mover fibras en los consumidores, valorando más el trabajo que hay detrás de nuestro producto, abriendo la posibilidad de ampliar el catálogo fragaria, también por medio de encuestas de satisfacción y estrategias de mercado propias de Fragaria.

- Una estrategia de integración vertical hacia atrás con el proveedor de la materia prima.

Fragaria es el principal proveedor de materia prima de fragaria y el cultivo principal se encuentra en el municipio de Chía, Cundinamarca, por los cambios de clima y motivos ajenos a la empresa, ha sido necesario disponer de más cultivos, a lo largo y ancho del país lo hemos conseguido, mientras el piso térmico lo permita. Fragaria no se cierra a la posibilidad de crear alianzas con más proveedores de calidad, con esto se busca que en caso de desabastecimiento se continue con la producción.

- Una estrategia de integración vertical hacia atrás con la empresa competidora que fabrique el mismo producto, teniendo en cuenta negociaciones internacionales futuras donde pueda proveerla del producto para cumplir con el pedido.

Teniendo en cuenta que para el mercado de las pulpas se encuentran distintas empresas con variedad de sabores en sus productos y muy pocas se dedican a la producción con una sola fruta como Fragaria (Fresas). Un enfoque estratégico, es crear alianzas empresariales con transportadoras, generando una conciliación

siguiendo así una producción continua, con la misma calidad y un margen de ganancia aceptable.

10. Indique el software que utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características (refiérase a la Evidencia 3: Cuadro comparativo. Determinar el software para consolidar la información en la cadena de abastecimiento, perteneciente a la actividad de proyecto 2 y a la Evidencia 2: Instructivo. Elaborar un plan de producción y su ejecución, de la actividad de proyecto 8).

Elegí Monday CRM ya que es un software bastante completo ya que cuenta con bastantes herramientas para ayudar a las pequeñas y medianas empresas a mantener sus operaciones y continuar con un crecimiento constante, que permite a las empresas que lo utilicen de manera intuitiva para así tomar el control de los ciclos de ventas. Permite capturar clientes potenciales y administrar la información de sus contactos, realizar un seguimiento de las transacciones. Se integra sin problema con la mayoría de herramientas y automatiza el trabajo. 3. Por último, desarrolle dos conclusiones de la selección que realizó en el punto anterior. 3.1 Durante este trabajo, y lo anteriormente escrito, logro evidenciar que desde mi punto de vista la mejor opción de software para las pequeñas y grandes empresas es Monday CRM ya que comparándolo con los demás es el que es todo en uno, es realmente completo. 3.2 Hace un trabajo perfecto en lo que respecta a la gestión de relaciones con los clientes, realmente ayuda a realizar un seguimiento de los flujos de las ventas.

11. Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones (refiérase a la Evidencia 2: Taller. Realizar el proceso de negociación internacional y la elaboración de un contrato de compraventa, perteneciente a la actividad de proyecto 14, a la Evidencia 3: Presentación interactiva. Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación y a la Evidencia 6: Video. Realizar un proceso de importación que hacen parte de la actividad de proyecto 15).

Para Alemania:

- La planeación de una negociación:

  - Alemania, es uno de los países de mayor importancia para el mercado, de la Unión Europea, es por estoque la calidad de los productos es sumamente importante, así como los que buscar realizar una negociación presentan la empresa, pero también se deben tener en cuenta factores como:
    Los horarios: Los comercios se encuentran abiertos de lunes a viernes entre las 8:00 y 20:00, mientras que las oficinas públicas y los bancos laboran desde las 8:30 y hasta las 16:00
    Cita y lugar de encuentro: Los Alemanes son conocidos por ser bastante puntuales, por lo que se debe llegar a la hora que corresponde y al lugar que previamente fue pactado por medio de llamada y/o correo electrónico

- El desarrollo de una negociación:

  - Los empresarios de este país, se caracterizan por su franqueza, lo que en ocasiones da la impresión de grandeza y superioridad, es importante manejar este tipo de situaciones, se debe tener en cuenta que las bromas y la ironía se puede considerar como falta de respeto para ellos
    Los alemanes se enfocan en la calidad y el servicio de lo que ellos están por negociar, evitan adquirir productos baratos, por el contrario, prefieren que tengas los estándares de calidad DIN, el negociador debe aprovechar esta

característica, ya que el producto no lo ven por debajo de lo que realmente vale.

Para ellos es importante que los plazos de pago no superen los 30 días, se debe tener en cuenta antes de adquirir compromisos de entrega.

- El proceso de verificación de las condiciones del contrato de compraventa:

  La firma de un contrato de compraventa, por lo general contiene cartas de confidencialidad que se basa en la información de ambas partes de la negociación, las cláusulas más comunes son:

  - Deberá tener en secreto toda información suministrada por ambas partes, no podrá ser compartida a terceros.
  - Uso de información confidencial: Impide que la información sea utilizada con otros fines ajenos al negocio, para lo único que se podrá utilizar será: Estudio, evaluación, negociación entre ambas partes.
  - Responsabilidad de las partes: Indica que la responsabilidad entre ambas partes del negocio, son por igual y las sanciones aplican en caso de que no se acaten las obligaciones y deberes asumidos.

12. Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación (refiérase a la Evidencia 4: Informe. Identificar el diseño de una red de transporte internacional, apoyado en los canales de distribución y la tecnología, perteneciente a la actividad de proyecto 10).



FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE

FACTURA N° / INVOICE: 1247829 FECHA / DATE: 08-ago.-2002

EXPORTADOR / MANUFACTURER:

Empresa / Company Name: Cafe y cannabis medicinal
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 1003494634627
Nombre / Name: Paula Andrea Vanegas Patiño
Dirección / Address: Puerto de Buenaventura, Valle del Cauca
Ciudad / City: Buenaventura País / Country Colombia
Teléfono / Phone: 3178273993

DESTINATARIO / CONSIGNEE

Empresa / Company Name: New coffe internationalm
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 9927892090
Nombre / Name: Franck marquez
Dirección / Address: Washington Marina Company
Ciudad / City: Washington (AR) País / Country: Estados Unidos
Teléfono / Phone: 126489947

MODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT	INCOTERM	DIMENSIONES / DIMENSION OF SHIPMENT			PESO BRUTO / TOTAL GROSS WEIGHT	UNIDADES DE CARGA / TOTAL NUMBER OF PACKAGES
Marítimo/Fluvial	FCA	12,03	2,35	2,70	254.345.000,00	65,00

POSICIÓN ARANCELARIA / HS CODE	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	PRECIO UNITARIO USD / UNIT PRICE USD	TOTAL USD / TOTAL USD
09.01.21.00	Café tostado o no descafeinado / Roasted or non-decaffeinated coffee / Café empacado con valvula en l bolsa que permite la apreciacion de las caracteristicas organolepticas	787	6,03	4.745,36
13.02.11.10	Cannabis medicinal / medical cannabis / Cannabis para uso exclusivo medicinal	396	20,18	7.989,80

SUBTOTAL USD	12.735,16
EMPAQUE Y EMBALAJE	2.449,91
DESCUENTO / DISCOUNT	-0,00
SEGURO / INSURANCE	51.594,05
TRANSPORTE Y OTROS / SHIPPING AND HANDLING	1.140,86
OTROS / OTHERS	32.499,00
TOTAL USD	**100.418,98**

OBSERVACIONES / OTHERS:



FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE

FACTURA N° / INVOICE: 1247829 FECHA / DATE: 08-ago.-2002

EXPORTADOR / MANUFACTURER:

Empresa / Company Name: Cafe y cannabis medicinal
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 1003494634627
Nombre / Name: Paula Andrea Vanegas Patiño
Dirección / Address: Puerto de Buenaventura, Valle del Cauca
Ciudad / City: Buenaventura País / Country Colombia
Teléfono / Phone: 3178273993

DESTINATARIO / CONSIGNEE

Empresa / Company Name:
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 9927892090
Nombre / Name: '
Dirección / Address: Haifa Port - Passenger Terminal, Haifa, Israel
Ciudad / City: HAIFA País / Country: Israel
Teléfono / Phone: 126489947

MODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT	INCOTERM	DIMENSIONES / DIMENSION OF SHIPMENT			PESO BRUTO / TOTAL GROSS WEIGHT	UNIDADES DE CARGA / TOTAL NUMBER OF PACKAGES
Marítimo/Fluvial	FCA	12,03	2,35	2,70	254.345.000,00	65,00

POSICIÓN ARANCELARIA / HS CODE	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	PRECIO UNITARIO USD / UNIT PRICE USD	TOTAL USD / TOTAL USD
09.01.21.00	Café tostado o no descafeinado / Roasted or non-decaffeinated coffee / Café empacado con valvula en l bolsa que permite la apreciacion de las caracteristicas organolepticas	787	6,03	4.745,36
13.02.11.10	Cannabis medicinal / medical cannabis / Cannabis para uso exclusivo medicinal	396	20,18	7.989,80

SUBTOTAL USD	12.735,16
EMPAQUE Y EMBALAJE	2.449,91
DESCUENTO / DISCOUNT	-0,00
SEGURO / INSURANCE	51.594,05
TRANSPORTE Y OTROS / SHIPPING AND HANDLING	1.140,86
OTROS / OTHERS	32.499,00
TOTAL USD	**100.418,98**

OBSERVACIONES / OTHERS:

13. Mencione los cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades (refiérase a la **Evidencia 1: Taller. Perfil de cargo basado en las competencias y políticas de contratación, de la actividad de proyecto 11, a la Evidencia 7: Diagrama de Gantt. Describir los cargos de una empresa, perteneciente a la actividad de proyecto 13 y a la Evidencia 5: Plan de mejoramiento. Determinar las acciones a tener en cuenta en las evaluaciones de desempeño, de la actividad de proyecto 16**).

Los cargos con mayor relevancia, dentro del proceso de producción y distribución de la Pulp, básicamente, son todos, ya que cada uno cumple con una función importante y que desencadena una labor.

El sembrador y quien hace la cosecha, son quienes se encargan de producir la materia prima y de que se escoja el fres que está en el punto indicado para llevarlo a la planta de producción.

El transportados, es quien se encarga de llevar la materia prima a la planta, y también de llevar el producto terminado al distribuidor o cliente final, juega uno de los papeles mas importantes dentro de los procesos.

Los trabajadores de la planta de producción, son quienes transforman la materia prima por medio de los procesos que le correspondan a cada uno.

El montacarguista, es quien se encarga de mantener en orden la bodega y de disponer de las cajas de pulpa al momento que se requiera

14. Enuncie los indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física (refiérase al material de formación **Diseño del producto, plan de producción e indicadores de gestión para cubrir la demanda futura, de la actividad de proyecto 8, a la Evidencia 4: Informe. Identificar los indicadores de gestión logísticos, perteneciente a la actividad de proyecto 13 y a la Evidencia 1: Taller. Reconocer el correcto funcionamiento de los procesos logísticos, de la actual actividad de proyecto**.

AREA DE INVENTARIO

Nombre del indicador	Objetivo	Forma de cálculo	Periodicidad	Responsable	Impacto
1. Cobertura	Identificar según el inventario disponible, el tiempo que durará y los pedidos que se pueden cubrir.	Stock de 30 días / promedio de ventas	Trimestral	Coordinador logístico	Ampliación del inventario por medio de aumento de producción, con el fin de incrementar la demanda y tener como responder ante los pedidos.
2. Costes	Evaluación de inventarios y lograr la eficiencia en las operaciones, facilitar la toma de decisiones.	Costos fijos totales + costos variables= resultado / producción estimada	Trimestral	Coordinador logístico	Facilita cumplir los objetivos operativos y genera una correcta gestión empresarial con el fin de determinar la rentabilidad y adecuación de los costes.
3. Duración del inventario	Teniendo en cuenta la rotación del producto, identificar el número de días en que se hace el inventario tanto manual como del sistema.	Inventario inicial (Conteo) + producto nuevo – salida de producto= Inventario final (Debe coincidir con los números del sistema)	Semestral	Coordinador logístico	Evitar el aumento de producción en referencias ya existentes y con suficiente Stock, reducir los costes considerablemente
4. Gestión de Stock	Tener producto suficiente pero que no exceda la cantidad permitida, garantizando que el tiempo de caducidad del producto sea mayor al tiempo de rotación evitando perdidas	Demanda anual x costo de cada producto / costos por almacenar productos por determinado tiempo=	Trimestral	Coordinador logístico	Lograr definir la cantidad exacta del inventario que es realmente necesario para la correcta operación logística y cumplimiento de la demanda.

AREA DE TRANSPORTE

AREA: TRANSPORTE					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsable**	**Impacto**
1. Costos	Identificar el precio del transporte, teniendo en cuenta la empresa prestadora del servicio y los desplazamientos	Costos variables + costos fijos= Total de costos	Antes de cada viaje	Líder logístico y gerente de finanzas	Luego de determinar los costos según el destino, se realiza un análisis y plan estratégico para prever los gastos adicionales que surjan, ejemplo, alzas en la gasolina
2. Imprevistos	Determinar un porcentaje para los imprevistos que se encuentran en la vía (Derrumbes, accidentes, lluvia, mecánico)	Costos fijos + porcentaje adicional del 15% para imprevistos= Total, de costos	Mensual	Líder logístico y gerente de finanzas	Garantizar que, durante los viajes, el conductor cuente con dinero adicional suministrado por la empresa en caso de imprevistos sustentables.
3. Entregas a tiempo	Garantizar al consumidor un servicio de calidad, por medio de la gestión del tiempo.	Distancia recorrida + costo de combustible + salario + cargos + seguro + gasto de vehículo= costo total	Cada viaje	Líder logístico y gerente de finanzas	Aumento de ventas y fidelización de clientes por medio del cumplimiento en las promesas de entrega, es fundamental conocer los plazos de entrega
4. Mano de obra y/o conductor	Identificar cual es el salario mas conveniente y que se ajusta a ambas partes.	SMLV + costos administrativos recursos humanos	Mensual	Recursos humanos y gerencia	Definir fecha para el pago del conductor de manera mensual, teniendo en cuenta los recargos que corresponden.

AREA DE DISTRIBUCION

AREA: DISTRIBUCION					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsable**	**Impacto**
1. **Entregas a tiempo**	Garantizar al consumidor un servicio de calidad, por medio de la gestión del tiempo.	Distancia recorrida + costo de combustible + salario + cargos + seguro + gasto de vehículo= costo total	Cada viaje	Líder logístico y gerente de finanzas	Aumento de ventas y fidelización de clientes por medio del cumplimiento en las promesas de entrega, es fundamental conocer los plazos de entrega
2. **Resolución de imprevistos**	Determinar un porcentaje para los imprevistos que se encuentran en la vía (Derrumbes, accidentes, lluvia, mecánico)	Costos fijos + porcentaje adicional del 15% para imprevistos= Total, de costos	Mensual	Líder logístico y gerente de finanzas	Garantizar que, durante los viajes, el conductor cuente con dinero adicional suministrado por la empresa en caso de imprevistos sustentables.
3. **Entregas en buen estado**	Identificar en que estado se entrega la mercancía a la transportadora, garantizando que de la misma manera llegue al distribuidor, evitando así, aumento en costos que no corresponden a fragaria	Transportista	Cada viaje	Líder logístico	Disminuir costos por medio de la entrega del producto en buen estado a los transportistas, garantizando que llegue de la misma manera al distribuidor, en caso de que la carga posea averías, esto corresponde 100% al transportista y deberá ser saldado

15. Defina las estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente (refiérase al material de formación de esta actividad de proyecto).

La optimización de la distribución y diseño de los almacenes, busca el aprovechamiento total de los espacios libres disponibles, buscando una disminución en el gasto de los recursos económicos sin dejar atrás la garantía de una buena producción



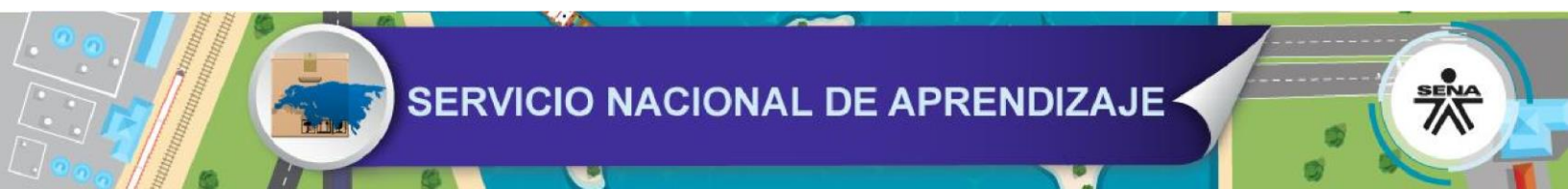
Actividad de proyecto 17

Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional

Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa

Aprendiz:
José David Ebratt Ramos

Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena
Distribución Física Internacional
Ficha 2404846
2023



Actividad de proyecto 17

Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional

Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa

Una organización siempre debe estar en pro de mejorar todos sus procesos, para ser cada vez más competitiva dentro de un mercado que día a día es más exigente, por lo que debe realizar propuestas de mejora que puedan contribuir a que la compañía sea más sobresaliente que otras empresas.

Además, toda empresa debe intentar ser cada día mejor que el anterior y para lograrlo, debe sin duda realizar ajustes en cada proceso que de alguna forma impacte positivamente su funcionamiento.

Basado en lo anterior, es importante realizar acciones de mejora, en las cuales se especifiquen las actividades que deben realizarse para alcanzar los objetivos planteados, para ello hay que determinar las tareas, las diferentes acciones a desarrollar, el período de obtención y los indicadores de seguimiento de las mismas.

Por lo anterior, elabore un plan de mejoramiento que contenga los siguientes aspectos:

1. Seleccione un proceso de distribución física que haya realizado para la empresa con la que ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

   Proceso seleccionado: Distribución Física de Almohadas Viscoelásticas desde su almacenamiento en la bodega hasta su entrega al cliente final

2. Asigne los responsables (puede ser un departamento de la empresa o específicamente un funcionario de ella) de las actividades a ejecutar y del seguimiento a estas.

Actividad	Responsable	Seguimiento
Diseñar una estrategia de distribución eficiente	Departamento de Logística	Gerente de Operaciones
Implementar la estrategia en el sistema de información de la empresa	Departamento de Sistemas	Gerente de Tecnología

Identificar los puntos críticos de la distribución	Departamento de Control de Calidad	Gerente de Calidad
Realizar capacitaciones al personal encargado de la distribución	Departamento de Recursos Humanos	Gerente de Recursos Humanos
Evaluar y monitorear el desempeño de la estrategia de distribución	Departamento de Control y Evaluación	Gerente de Planificación

3. Asigne los recursos, tiempo y dinero que se van a utilizar para implementar dichas actividades.

Actividad	Recursos	Tiempo	Dinero
Diseñar una estrategia de distribución eficiente	Personal especializado en logística	1 mes	$ 10.000.000,00
Implementar la estrategia en el sistema de información de la empresa	Personal especializado en sistemas	2 semanas	$ 5.000.000,00
Identificar los puntos críticos de la distribución	Personal especializado en control de calidad	1 mes	$ 3.000.000,00
Realizar capacitaciones al personal encargado de la distribución	Personal especializado en capacitación	2 semanas	$ 3.000.000,00
Evaluar y monitorear el desempeño de la estrategia de distribución	Personal especializado en evaluación y monitoreo	3 meses	$ 8.000.000,00

4. Explique la forma en la cual va a desarrollar estas actividades.

- Diseñar una estrategia de distribución eficiente:

  El departamento de Logística realizará un análisis exhaustivo de los puntos de venta a nivel nacional, con el fin de determinar la mejor ruta de distribución y los tiempos óptimos para llevar a cabo la entrega de los productos.

- Implementar la estrategia en el sistema de información de la empresa:

  El departamento de Sistemas será el encargado de desarrollar una plataforma en línea para el seguimiento y control de la distribución, de tal forma que se pueda monitorear el cumplimiento de la estrategia y su impacto en el proceso de distribución física.

- Identificar los puntos críticos de la distribución:

  El departamento de Control de Calidad deberá realizar un monitoreo constante de los puntos críticos de la distribución, como el estado de los productos en su transporte y las condiciones de los lugares de entrega, para poder anticiparse a cualquier inconveniente y solucionarlo de manera oportuna.

- Realizar capacitaciones al personal encargado de la distribución:

  El departamento de Recursos Humanos debe capacitar al personal encargado de la distribución, con el fin de que puedan realizar su trabajo de manera más eficiente, comprendiendo los protocolos de seguridad, la manipulación de los productos y la correcta gestión de la información.

Actividad	Descripción
Mejora del sistema de almacenamiento	Implementación de un sistema de estanterías y mejora del registro de entradas y salidas de mercancías
Optimización del proceso de procesamiento de pedidos	Reducción de tiempos de procesamiento y mejora en la exactitud de la toma de pedidos
Mejora del proceso de empaquetado y etiquetado	Implementación de un sistema de etiquetado automático y mejora en el proceso de empaquetado
Mejora en el transporte de mercancías	Implementación de un sistema de seguimiento de la ubicación de los vehículos de transporte y mejora en el mantenimiento de los mismos
Optimización en la entrega de mercancías	Reducción de tiempos de entrega y mejora en la comunicación con los clientes

5. Determine el calendario que cada actividad requiere.

Actividad	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	Duración (en días)
Análisis de procesos actuales	1/06/2023	15/06/2023	15
Identificación de áreas de mejora	16/06/2023	30/06/2023	15

Diseño de soluciones y propuestas de mejora	1/07/2023	31/07/2023	30
Aprobación de soluciones propuestas	1/08/2023	15/08/2023	15
Implementación de soluciones	16/08/2023	15/10/2023	61
Evaluación de resultados	16/10/2023	31/10/2023	15

6. Establezca indicadores con los cuales pueda medir su desempeño.

   A continuación, se presentan los indicadores de desempeño que se utilizarán para medir el éxito del plan de mejoramiento en el proceso de distribución física seleccionado:

Indicador	Fórmula
Nivel de satisfacción del cliente	(Número de clientes satisfechos / Número total de clientes) x 100%
Tiempo de entrega promedio	Suma de tiempo de entrega de cada pedido / Número total de pedidos
Tasa de devolución de productos	(Número de productos devueltos / Número total de productos enviados) x 100%
Costo de la distribución física	Costo total de la distribución física / Número total de productos enviados

7. Seleccione una estrategia de mejora y explique cómo puede implementarla en la organización.

   Para mejorar el proceso de distribución física seleccionado, se debe implementar una estrategia de mejora basada en la automatización de los procesos de seguimiento y monitoreo del inventario y la logística de envío. Esto permitiría mejorar la eficiencia y la rapidez en la entrega de productos, reducir los errores en el envío y disminuir el costo de la distribución física.

   Para implementar esta estrategia, se pueden utilizar herramientas tecnológicas como software de seguimiento y monitoreo de inventarios y sistemas de automatización de procesos logísticos. Además, se debe capacitar al personal involucrado en estos procesos para asegurar una correcta implementación y uso de estas herramientas, se deben seguir los siguientes pasos:

Identificar los procesos críticos: Se deben identificar los procesos más importantes de la empresa, aquellos que tienen un mayor impacto en la calidad del producto o servicio.

Medir el rendimiento actual: Se deben establecer indicadores para medir el rendimiento actual de los procesos, y así poder identificar las áreas que requieren mejora.

Analizar y mejorar los procesos: Se deben analizar los procesos y encontrar las áreas que requieren mejora. Luego, se deben realizar cambios graduales en los procesos para mejorarlos, y medir los resultados.

Mantener y seguir mejorando: Una vez que se han implementado las mejoras, se debe mantener la atención en los procesos y seguir buscando maneras de mejorarlo.

En conclusión, la implementación de una estrategia de mejora continua en la empresa de Transporte Ebratt puede ser muy beneficiosa para mejorar la calidad de los procesos, reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente. Para lograr esto, se debe identificar los procesos críticos, medir el rendimiento actual, analizar y mejorar los procesos de manera gradual, y mantener y seguir mejorando continuamente.

EVIDENCIA 6: INFORME. DETALLAR LA GESTIÓN DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL DE UNA EMPRESA

PRESENTADO POR:

JEISON SARMIENTO MONTAÑO

DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

FICHA: 2404846

SENA

Actividad de proyecto 17

Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional

- **Realice una breve descripción del producto e incluya la ficha técnica (refiérase a la Evidencia 2: Presentación interactiva. Ficha técnica y clasificación arancelaria de los productos, de la actividad de proyecto 3).**

FICHA TECNICA			
1	**Nombre del Producto**	Aceite de Palma	
	Arancel	1511.10.00.00	
2	**Descripción del Producto**	Está compuesto por un 50% de Ácidos grasos saturados y un 50% de Insaturados, principalmente ácido palmico y ácido oleico, respectivamente.	
3	**Lugar de Elaboración**	Planta de Elaboración Gradesa S.A., ubicado en la Y de ciénaga vía Santa marta – fundación, Magdalena, Colombia.	
4	**Composición Nutricional**	**Grasas Totales**	100g
		Colesterol	0 mg
		sodio	0 g
		Carbohidratos	0 g
		Proteinas	0 g
5	**Presentación y Empaques Comerciales**	Pimpinas de Plastico Envase De Plástico de 1000ml Envase de Plastico de 500ml Envase de Plastico de 250ml	
6	**Características** ➢ **Aspecto:** Semisólido de consistencia blanda ➢ **Color:** Blanco y amarillo homogéneo ➢ **Olor:** Neutro ➢ **Sabor:** Neutro		

- **Describa las variables del entorno que afectan el proceso de distribución física para el producto seleccionado (refiérase a la Evidencia 1: Ensayo. Reconocer la importancia de las empresas en el ámbito internacional, perteneciente a la actividad de proyecto 1).**

Comprender cómo ha afectado la globalización al mundo a lo largo del tiempo es crucial. Debido a la globalización, todas las empresas que operan en un mercado mundial han experimentado avances tecnológicos que les han permitido beneficiarse de diversas características relacionadas con la negociación, la comunicación y el transporte. Se ha observado que los cambios en el entorno mundial son bastante evidentes y que, en una sociedad globalizada, la competitividad es incluso el pan de cada día. En la economía mundial actual, es más arriesgado para las empresas competir entre sí para vender o anunciar un bien o servicio de calidad. Es crucial que las empresas que operan en un mercado global vendan eficazmente sus bienes y servicios.

Hoy en día, es crucial comprender las interacciones entre la cadena de suministro y la demanda del mercado. Las empresas han utilizado esta técnica para determinar lo que quiere el consumidor: la cadena de suministro y la demanda del mercado. Durante este proceso, un método que se puede utilizar es conocer al consumidor, escuchar lo que quiere y preguntarle qué le gustaría de su producto. Conocer a tu cliente, escuchar sus objetivos y necesidades para tu producto, El transporte, el horario, la hora, los medios de pago y el estilo de presentación son sólo algunos ejemplos. Podemos utilizar los distintos canales de comunicación que tenemos con el proveedor para lograr altos niveles de eficacia. Diálogo discrecional con el proveedor.

- **Mencione el país al cual va a exportar el producto y explique porqué lo eligió (refiérase a la Evidencia 1: Presentación interactiva. Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales, de la actividad de proyecto 10).**

DEMANDA		
Café Verde	Yogurt	Aceite de Palma
Paris Francia	Miami, USA	Beijing, China
En Francia, el café es la tercera bebida más consumida fuera del hogar después del agua y la cerveza, siendo la media de consumo por persona de 2.5 tazas de café/día y de 5.5 kg/año. Es importante mencionar que el 64.8% de los franceses están dispuestos a pagar más por obtener una mejor calidad de café en los restaurantes. En cuanto al café latinoamericano específicamente el "orgánico", se denota una ampliación de la oferta y a la vez una apertura del mercado francés; algunos de los orígenes que se pueden mencionar son: el mexicano, colombiano y hondureño.	Cada vez hay mayores consumidores porque más personas desayunan en casa. Sin embargo, el atractivo del producto también se debe a la facilidad de consumirlo en cualquier lugar y en cualquier hora del día. En ese país, el yogur se consume como reemplazo de una comida, o como aperitivo o postre, con mayor incidencia a la hora del desayuno, reveló una investigación del NPD Group. Según este análisis, en los últimos cinco años se ha visto un aumento de las personas que toman el desayuno en sus casas, especialmente aquellas con edades entre los 18 y 34 años y de los 45 a los 64 años, tendencia que ha aumentado la demanda de este producto lácteo. El 39% del consumo se realiza durante la mañana a la hora del desayuno; el 20%, como snack; y 19%, a la hora del almuerzo. El yogur es uno de los productos beneficiados con el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Se encuentra en el grupo de los productos lácteos procesados, cuya negociación permitió la entrada a ese mercado, de 2.200 toneladas, con 0% arancel desde el primer año. Esta cuota crecerá un 10% por 15 años y después de este periodo todos los productos lácteos procesados entrarán con arancel del 0%.	En el año 2012 Alcanzaron el punto más alto de los últimos años y el inventario malayo cayó en 5% en marzo, a pesar de ser el segundo productor más grande del mundo. China importó 580 mil toneladas en marzo del año 2012 y 2013, un 5,5% más que febrero. Un informe de la entidad financiera Rabobank Gorup reveló que mientras la demanda de aceite de palma crece, la de soya y de colza decrece, y que se espera que los precios sigan subiendo.

- **Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar (refiérase a la Evidencia 2: Presentación interactiva. Ficha técnica y clasificación arancelaria delos productos, perteneciente a la actividad de proyecto 3).**

POSICIÓN ARANCELARIA

Posición Arancelaria

Superfry-3000ml : 1507.10.00.00 aceite de soya y sus fracciones,incluso refinado ,pero sin modificar químicamente

1511.10.00.00 aceite de palma y sus fracciones ,incluso refinado pero sin modificar químicamente

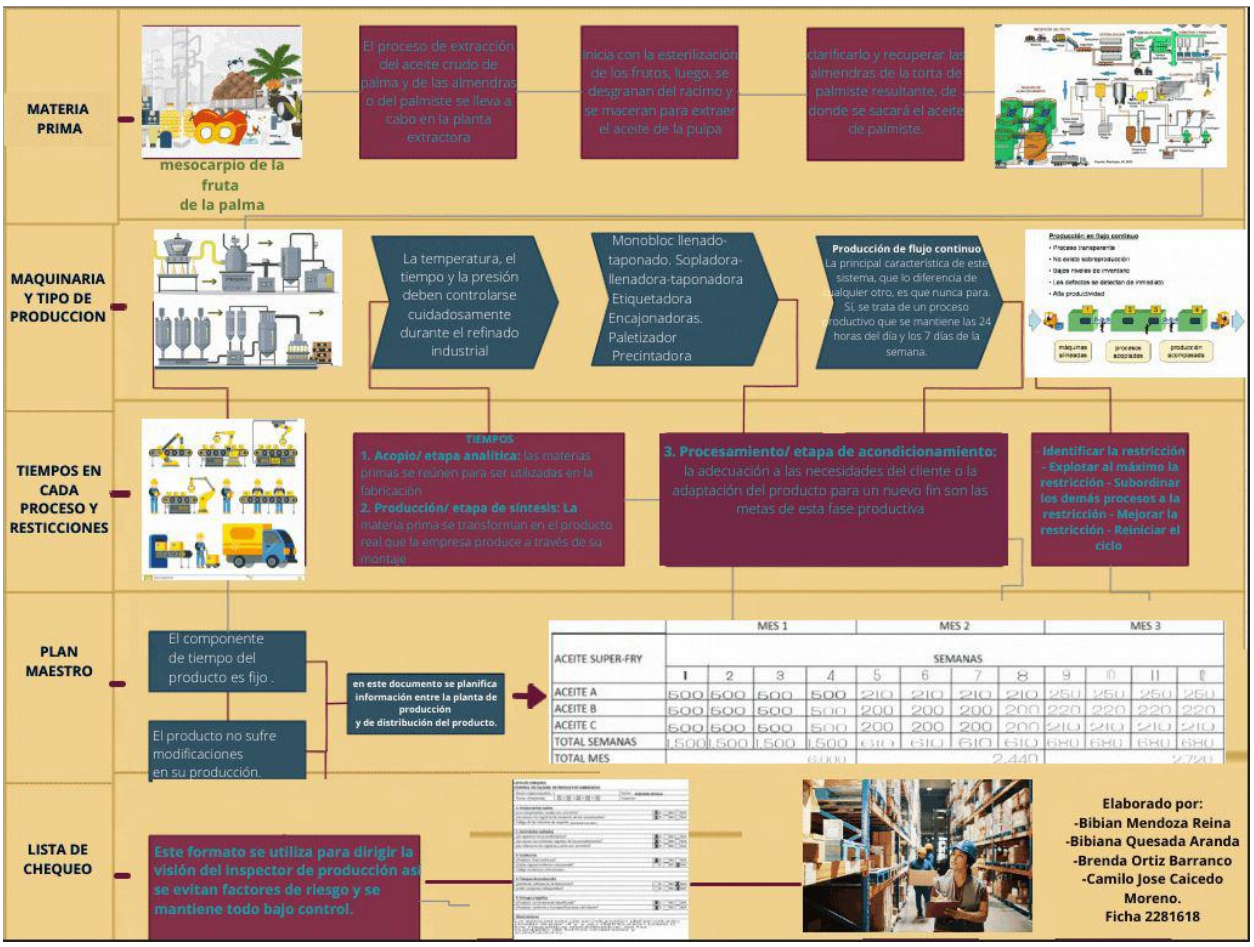
Team Shortening PR-50 lbs: 1901.20.00.00 mezclas de pastelerias

Team Shortening NAF-50Lbs: 1905.31.00.00 grasa de galletas productos similares

DOCUMENTACIÓN, PARA UNA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS Y PERMISOS REQUERIDOS

- Factura comercial
- Factura de exportación
- Lista de empaque
- Solicitud autorización de embarque
- Documento de transporte o consolidador
- Declaración de exportación

- **Adjunte el diagrama de flujo del proceso de producción (refiérase a la Evidencia 3: Flujograma. Describir el funcionamiento de un plan de producción, de la actividad de proyecto 8).**



- **Especifique el método de almacenamiento (refiérase a la Evidencia 1: Catálogo. Elaborar etiquetas, que permitan la comercialización y distribución de un producto a nivel internacional, perteneciente a la actividad de proyecto 7).**



- **Empaque:** 25 a 10 litros de plástico Resistencia Apilamiento por unidad, una carga de hasta 200 kg.

Como regla general, al embalar, todas las cargas unitarias deben distribuirse uniformemente. Por lo general, los contenedores deben apilarse sobre palés para conseguir la resistencia ideal. sin exponer el producto a la intemperie, empleando palés cerrados (palés sin espacios entre las tablas), un suelo plano y un techo.

- **Tipo de Empaque:** Con un contenido neto de 20 litros por unidad, se utilizan bidones de polietileno de alta densidad como envase primario.

- **Tipo de etiqueta:**

informativo y/o sistemático.

Característica: Este envase facilita la manipulación del contenido y lo protege de forma óptima. manipulación. Contiene detalles precisos sobre las circunstancias de manipulación, especificaciones legales, sustancias, etc.

- **Nombre los riesgos más relevantes que identificó dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos (refiérase a la Evidencia 1: Plan de contingencia para el proceso de distribución, de la actividad de proyecto 9).**

RIESGOS EXTERNOS

A. **Causados por catástrofes naturales** (provocadas o no por la actividad humana), el cambio climático, los corrimientos de tierras y los bloqueos de carreteras, todos los cuales tienen un impacto directo en las operaciones de las empresas y en la disponibilidad de materias primas. a. Producidos por fenómenos naturales (catástrofes, cambio climático, corrimientos de tierras, sistemas de información y movimiento de productos, ya sean producidos por el hombre o por el medio ambiente).
B. **terrorismo** afectan directamente a las operaciones, el sabotaje y el robo de material, la contaminación del producto acabado de la carga, ya sea por contrabando o drogas, y la quema de vehículos, los controles ilegales de carreteras, la piratería y el terrorismo) afectan directamente a las operaciones.
C. **decisiones políticas** que provocan (huelgas y cierres de carreteras) La cadena de suministro puede verse afectada por cualquier situación o decisión política que obstaculice su funcionamiento. Cualquier incidente o decisión política que perturbe la cadena de suministro puede tener un impacto significativo en una empresa tanto a nivel nacional como en el extranjero. puede tener un impacto negativo en una empresa tanto a nivel nacional como en el extranjero.

RIESGOS INTERNOS

A. **Derivados relacionados con el abastecimiento de productos**, incluidas las perturbaciones laborales, los costes, la calidad de los productos, los plazos de entrega y las aduanas.
B. **Retrasos en las entregas**, precios al consumo, calidad, rotación de clientes, reclamaciones de garantía, clientes no rentables), calidad, rotación de clientes, reclamaciones de garantía, clientes no rentables.
C. **Reputación, información y tecnología, gestión de inventarios**, capacidad, gestión de pagos y cobros, atención al cliente, planificación, estrategia, producción, así como retos relacionados con las fusiones.

PLAN DE CONTINGENCIA

La Unidad de Comunicación Interna del Departamento de Fabricación se encarga de publicar la información oficial a todos los colaboradores de la organización y de filtrar la información enviada desde otras fuentes. La Unidad de Comunicación Interna de la organización objeto de estudio forma parte de este departamento. El objetivo principal de este Plan de Comunicación es fomentar el éxito de la comunicación dentro de la organización. El objetivo principal de este plan de comunicación es fomentar una comunicación productiva dentro de la organización.

se basa en los resultados de la Encuesta de Medición de la Comunicación Interna realizada en 2018 y aplicada a las personas, en la que se detectó la necesidad de trabajar en las siguientes áreas:

- maximización de los canales de comunicación
- Creación de normas y políticas de comunicación
- Respetarse mutuamente con sus subordinados

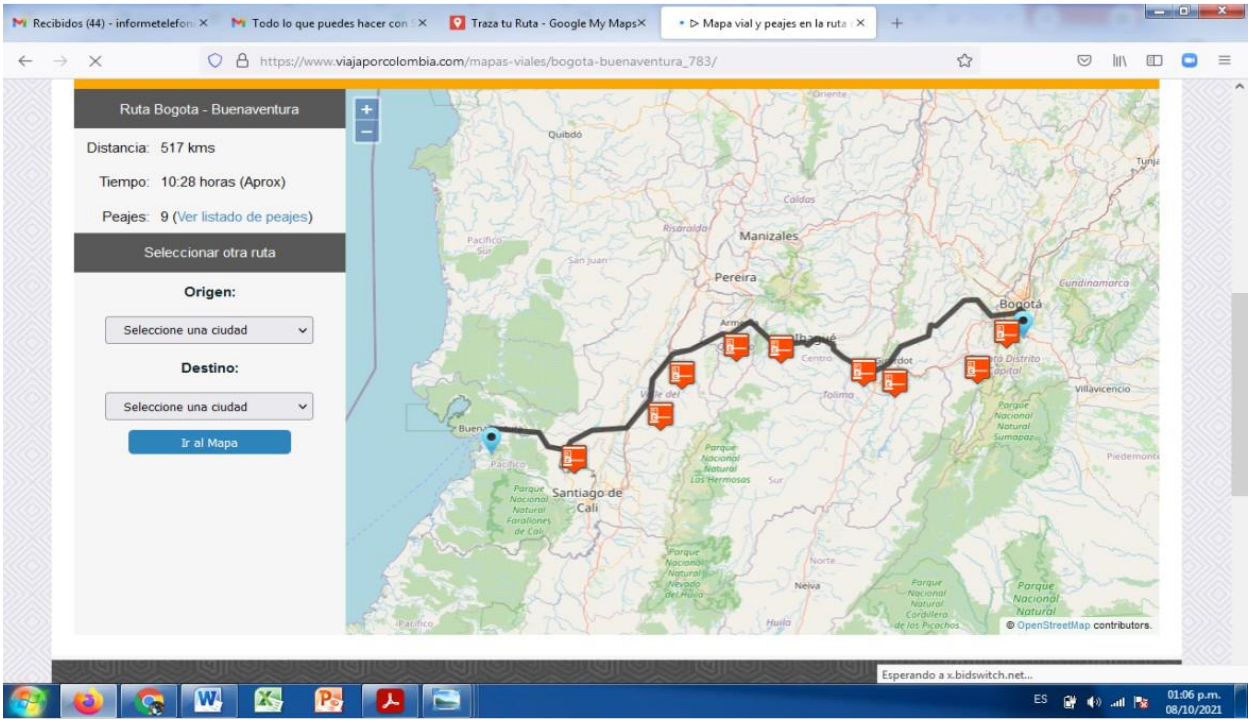
El plan también incluye proyectos que apoyan los siguientes objetivos del Plan Estratégico: primeras acciones:

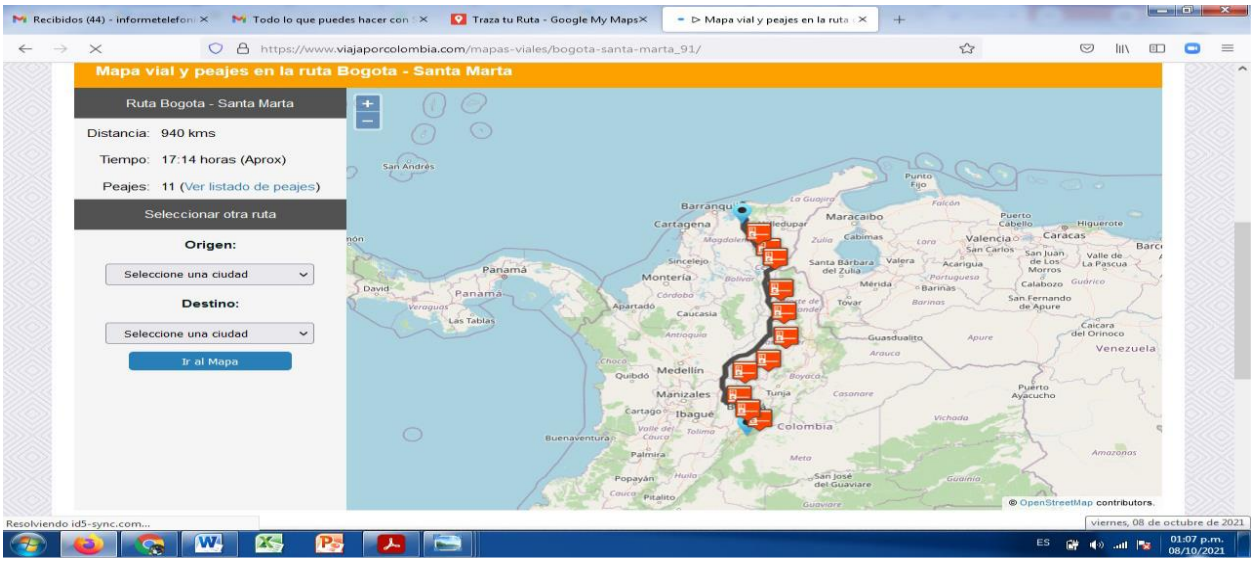
Aplicación de la estrategia de comunicación interna o Promoción de valores. gestión de la salud general, la felicidad y el sentimiento de lealtad a la empresa. programa de mejora de la eficacia organizativa Plan de formación y desarrollo de 2023.

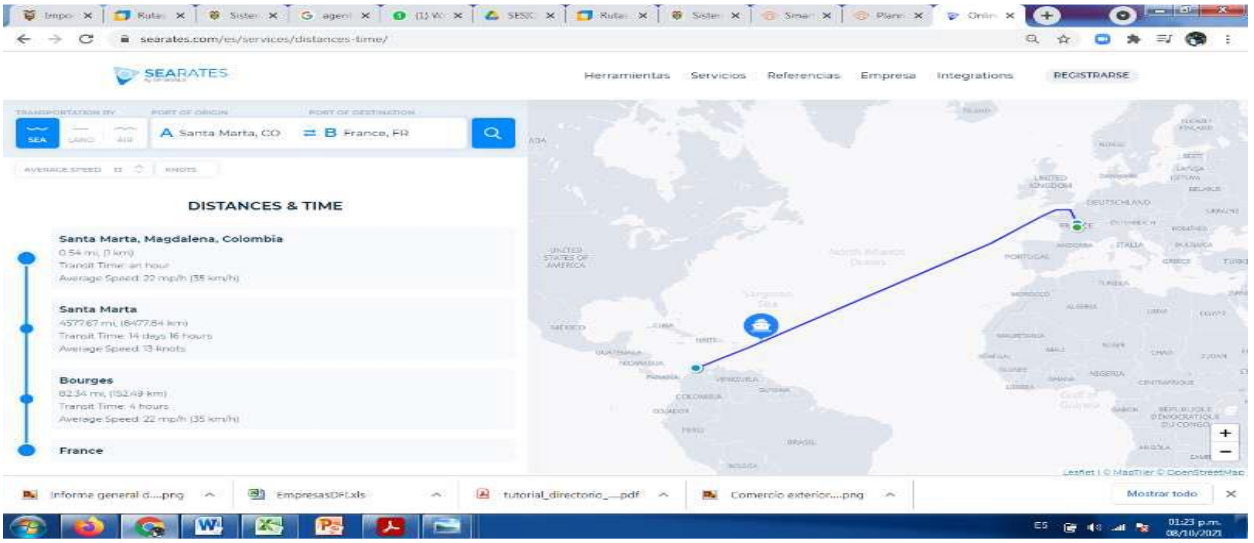
- **Incluya el canal de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución (refiérase a la Evidencia 1: Presentación interactiva. Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales, perteneciente a la actividad de proyecto 10 y la Evidencia 2: Video. Diseñar una red geográfica, de la actividad de proyecto 12).**

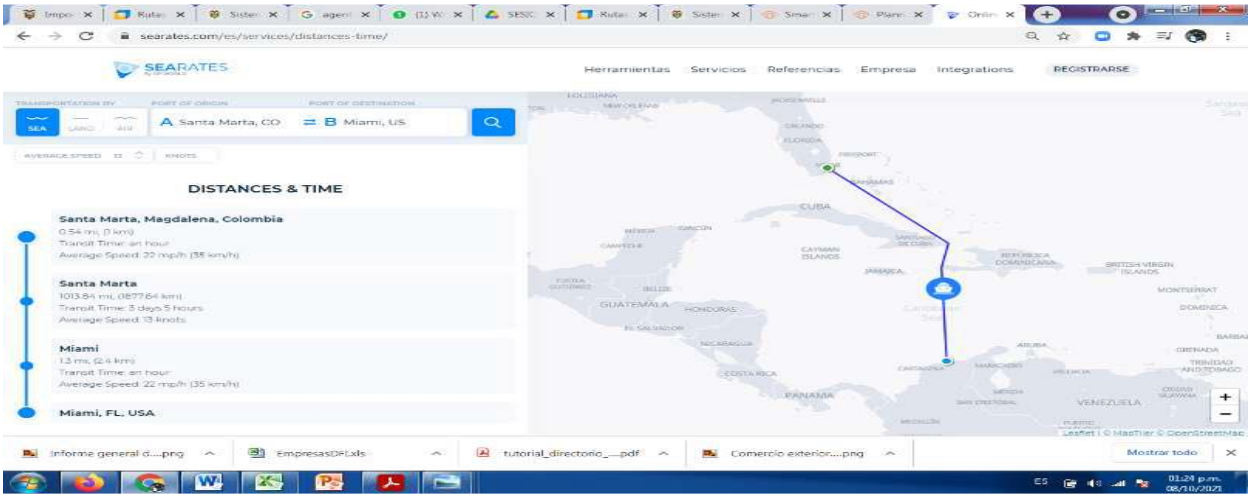
#	Producto a exportar	Lugar de Origen	Puerto de Origen	Puerto Destino
1	Café orgánico	Bogotá, Colombia	Santa Marta, Colombia	Francia, Europa
2	Yogurt			Miami, USA
3	Aceite de Palma		Buenaventura	Beijing, China

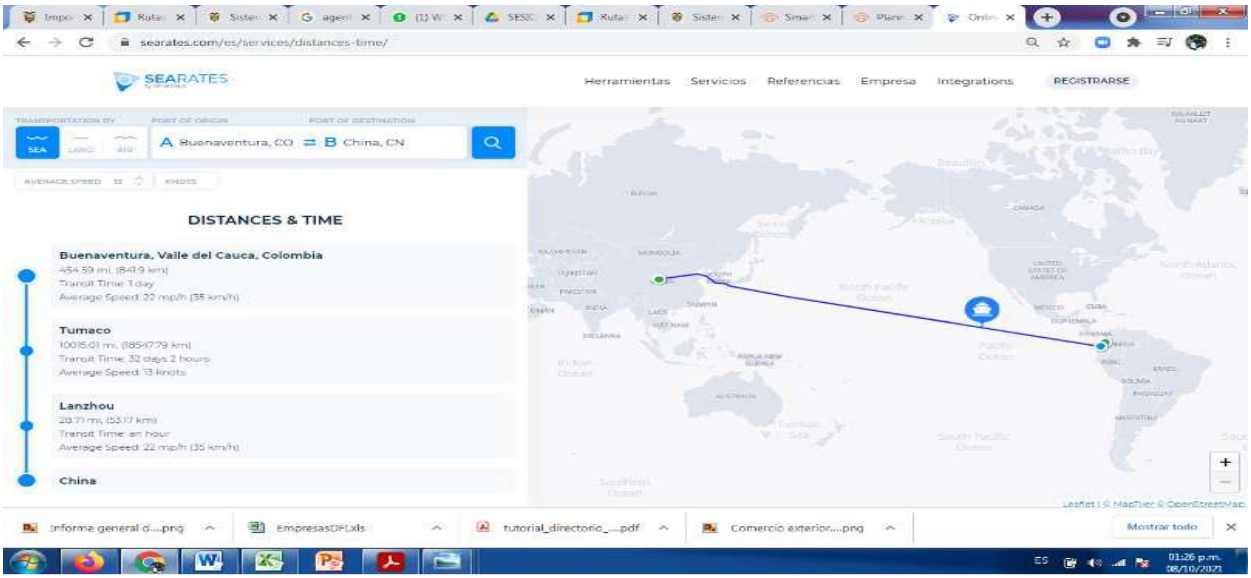
Por su cercanía a los puertos de destino, estos son los puertos que se escogieron para el embarque en términos de FOB. Como lo demuestra el hecho de que son las rutas más cercanas tanto a la ciudad de Bogotá como a los puertos marítimos de destino, la elección de los puertos de embarque en términos de FOB depende de su cercanía a los puertos de destino.




Recibidos (44) - informetelefon
Todo lo que puedes hacer con
Traza tu Ruta - Google My Maps
Mapa vial y peajes en la ruta
https://www.viajaporcolombia.com/mapas-viales/bogota-santa-marta_91/
Mapa vial y peajes en la ruta Bogota - Santa Marta
Ruta Bogota - Santa Marta
Distancia: 940 kms
Tiempo: 17:14 horas (Aprox)
Peajes: 11 (Ver listado de peajes)
Seleccionar otra ruta
Origen:
Seleccione una ciudad
Destino:
Seleccione una ciudad
Ir al Mapa
Barranquilla
Cartagena
Maracaibo
Caracas
Valencia
Monteria
Medellin
Manizales
Ibague
Colombia
Bucaramanga
Cucuta
Venezuela
Panama
Cali
Buenaventura
Popayán
Pitalito
San José del Guaviare
© OpenStreetMap contributors.
Resolviendo id5-sync.com...
viernes, 08 de octubre de 2021
01:07 p.m.
08/10/2021


searates.com/es/services/distances-time/
SEARATES
Herramientas
Servicios
Referencias
Empresa
Integrations
REGISTRARSE
Santa Marta, CO
France, FR
DISTANCES & TIME
Santa Marta, Magdalena, Colombia
0.54 mi, (1 km)
Transit Time: an hour
Average Speed: 22 mph (35 km/h)
Santa Marta
4577.67 mi, (8477.84 km)
Transit Time: 14 days 16 hours
Average Speed: 13 knots
Bourges
82.34 mi, (132.49 km)
Transit Time: 4 hours
Average Speed: 22 mph (35 km/h)
France
Informe general d....png
EmpresasDIEX.xls
tutorial_directorio_....pdf
Comercio exterior....png
Mostrar todo
01:23 p.m.
08/10/2021


searates.com/es/services/distances-time/
SEARATES
Herramientas
Servicios
Referencias
Empresa
Integrations
REGISTRARSE
Santa Marta, CO
Miami, US
DISTANCES & TIME
Santa Marta, Magdalena, Colombia
0.54 mi, (1 km)
Transit Time: an hour
Average Speed: 22 mph (35 km/h)
Santa Marta
1013.84 mi, (1677.64 km)
Transit Time: 3 days 5 hours
Average Speed: 13 knots
Miami
1.3 mi, (2.4 km)
Transit Time: an hour
Average Speed: 22 mph (35 km/h)
Miami, FL, USA
CUBA
JAMAICA
GUATEMALA
HONDURAS
COSTA RICA
PANAMA
VENEZUELA
Informe general d....png
EmpresasDIEX.xls
tutorial_directorio_....pdf
Comercio exterior....png
Mostrar todo
01:24 p.m.
08/10/2021



#	Producto	Lugar de Origen	Puerto de Embarque	Tiempo Ruta Terrestre	Puerto Destino	Tiempo Ruta Marítima
1	Café Verde	Bogotá	Santa Marta, Colombia	10h28m	Francia	14días 16h
2	Yogurt				USA	3días 5h
3	Aceite De Palma		Buenaventura, Colombia	17h14m	China	32días 2h

- **Describa el proceso de trazabilidad de su producto y justifique porqué es importante realizar dicho seguimiento (refiérase a la Evidencia 1: Informe. Elaborar la trazabilidad de un producto, perteneciente a la actividad de proyecto12).**

TRAZABILIDAD

1. Recolección y extracción de oleína de palma.

2. Transporte de las materias primas a las instalaciones de fabricación.

3. La materia prima se examina física y químicamente.

4. Mantenimiento de las materias primas almacenadas.

5. La fórmula se refina física y químicamente.

6. Etiquetado y envasado del producto

embalaje y envío 7.

8. Entrega en cinta transportadora del producto acabado al CEDIS.

9. Inventario y almacenamiento en el CEDIS.

10. Transporte nacional y extranjero.

11. Distribución del producto a través de cadenas de tiendas y mayoristas.

El seguimiento de toda la producción, transformación y distribución del producto desde la obtención de materias primas para su fabricación hasta que llega al consumidor final hace referencia a la importancia de la trazabilidad.

Un sistema sólido de trazabilidad de los productos facilita su cumplimiento:

- **Garantía de calidad**: Mediante el seguimiento de cada paso del proceso, se reducen significativamente los errores que se producen en el almacén, lo que se traduce en el mayor nivel posible de calidad del producto para el consumidor final. Las tareas de producción de un almacén pueden servir de ejemplo. en un almacén. Sólo mediante la gestión del sistema de gestión del almacén es posible rastrear y determinar qué producto final se ha fabricado con un material en mal estado. qué producto final se ha fabricado con la mercancía contaminada y puede retirarse inmediatamente del mercado.

- **Normas de limpieza:** Cualquier técnica de trazabilidad de productos debe tener en cuenta la higiene en cada etapa del proceso logístico. La implantación de un SGA en las instalaciones permite identificar qué producto o lote de artículos puede haberse visto afectado por infracciones de las normas de higiene (pérdida de producto o lote de afectado por infracciones de las normas de higiene (pérdida de frío, derrame de producto, etc.). frío, derrame de producto, mala conservación, etc.).

- **El cumplimiento de las normas vigentes**: es más seguro gracias a la trazabilidad de los productos, que simplifica la comprobación de que cada procedimiento de creación, producción y distribución de productos se ajusta a la legislación pertinente. simplifica la comprobación de que cada procedimiento de creación, producción y distribución de productos se ajusta a la legislación pertinente.

- **Resuma las estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro (refiérase a la Evidencia 1: Taller. Determinar el plan de integración de la cadena de suministro, de la actividad de proyecto 13).**

- **Enfoque de integración vertical hacia delante con los clientes nacionales, junto con estrategias de integración vertical hacia atrás con el proveedor de materias primas:** Los clientes nacionales suelen tener una fuerte demanda de la mercancía, por lo que debemos garantizar su disponibilidad. Hay que garantizar la accesibilidad del producto. Implantar un sistema de gestión de inventarios que permita a la empresa prever sus necesidades de materias primas y, al mismo tiempo, mantener un control eficaz de las entradas y salidas de productos terminados, así como de la exactitud y actualidad de los datos. La información está actualizada y es precisa y clara.

- **Estrategias de integración vertical hacia atrás con un rival y un plan de integración vertical hacia delante con el cliente mundial. técnicas de integración vertical hacia atrás con una empresa rival:** Team Foods busca asociarse con los cuatro mayores productores de grasas y aceites de Colombia para seguir expandiéndose internacionalmente y satisfacer las demandas de los consumidores globales. Las empresas productoras de grasas y aceites de Colombia están colaborando para aumentar la escala y la competencia. Esta colaboración, que reduce los gastos de producción y funcionamiento, está formada por cuatro empresas

productoras de grasas y aceites (Acegrasas, Grasas S.A., Gravetal, Fagrave), un distribuidor (Grandinos) y una empresa de envasado. ahorro de costes de producción y administración. combinar uno de los sectores más dispersos de la industria. Estas marcas se incluyen ahora en las cinco categorías de aceites, margarinas, cremas, mantequillas y jabones que se establecieron con la formación de la Team Alliance. Todos estos productos comparten la característica común de estar creados a partir de lípidos vegetales extraídos. Todos estos artículos comparten el rasgo común de estar creados a partir de grasas vegetales, la mayoría de las cuales proceden de la palmera. Así, la asociación ha tomado la delantera en la industria de semillas oleaginosas de Colombia. industria de las semillas oleaginosas en Colombia.
La industria de las semillas oleaginosas se compone de una amplia gama de operaciones, desde la producción de materias primas (cultivos) hasta la adquisición y el refinado de aceites y grasas, pasando por la producción de materias primas (cultivos) y la fabricación y el refinado de aceites y grasas.
grasas y aceites. En esta industria, las materias primas pueden ser de origen animal o vegetal. Alianza TEAM S.A. sólo utiliza aceites vegetales; los más populares son los de palma, soja y girasol. palma, siendo este último el más empleado no sólo por Alianza TEAM S.A. sino también a nivel mundial. En consecuencia, a continuación, se presenta el análisis del sector competitivo centrado en el aceite de palma.

- **Indique el software que utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características (refiérase a la Evidencia 3: Cuadro comparativo. Determinar el software para consolidar la información en la cadena de abastecimiento, perteneciente a la actividad de proyecto 2 y a la Evidencia 2: Instructivo. Elaborar un plan de producción y su ejecución, de la actividad de proyecto 8).**

Software ERP, o planificación de recursos empresariales Los sistemas ERP: son una inversión importante para las empresas porque gestionan diversos procesos internos, como la producción, la distribución e incluso los recursos humanos. Los sistemas ERP y los recursos humanos son excelentes inversiones para las empresas. Con la información del sistema ERP, permiten informar directamente sobre el estado de la empresa a partir de los datos del sistema ERP. Esto da a la organización acceso a un grado de conocimiento profundo y actual sobre su situación actual, que es esencial a la hora de evaluar y optimizar las operaciones internas procesos.

- **Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación ysus condiciones (refiérase a la Evidencia 2: Taller. Realizar el proceso de negociación internacional y la elaboración de un contrato de compraventa, perteneciente a la actividad de proyecto 14, a la Evidencia 3: Presentación interactiva. Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación y a la Evidencia 6: Video. Realizar un proceso de importación que hacen parte de la actividad de proyecto 15).**

Hay países con culturas de bajo contexto y otros de alto contexto, en los que se puede utilizar la comunicación verbal y no verbal que es muy clara y específica en lugar de la comunicación no verbal que se utiliza como son las actitudes, los movimientos y el contexto a la hora de entablar negociaciones entre dos naciones. Esto se debe a que los entornos culturales como las costumbres, la religión, las políticas y las creencias influyen en las técnicas que determinan el proceso de negociación. que la comunicación verbal en importancia. Las negociaciones internacionales pueden ser más difíciles y llevar más tiempo debido a los diversos factores y a las diferencias culturales. Llegar a un acuerdo en las negociaciones puede ser más difícil y llevar más tiempo. negociaciones.

preparar un debate: En primer lugar, hay que establecer un contacto o una comunicación para identificar a la empresa con la que vamos a negociar. Después, durante la negociación, hay que identificar a los ejecutivos que presentarán la propuesta de negociación. Por último, se debe concertar una cita como resultado de esta identificación. La identificación y la concertación de una cita de acuerdo con esto son pasos cruciales para contar con las personas adecuadas y con los rasgos necesarios para la negociación y la toma de decisiones. Negociación

el desarrollo de un debate: Para alcanzar el objetivo de concluir la negociación, es esencial tener claros los objetivos sobre los beneficios que recibirá cada parte incluso antes de que comience la negociación. las ventajas que experimentan las partes para cerrar el trato. negociación.

el procedimiento de examen de las condiciones del contrato de compraventa: Una primera reunión con la empresa debe realizarse en el exterior con el objetivo de adoptar una postura que propicie un ambiente agradable y un clima favorable, demostrando y transmitiendo la empresa que somos la empresa que estamos representando para entender las necesidades de las empresas en los países objetivo. Luego, es vital desarrollar un plan que beneficie a ambas partes donde se demuestre que la empresa es fuerte y donde se lograrán los objetivos que se dieron durante la negociación.

la conclusión de la negociación: Debes resolver las diferencias dentro de la negociación una vez que consigas los puntos en ambas empresas. Puede reunirse con los ejecutivos varias veces hasta llegar a un acuerdo mutuamente beneficioso si hay preguntas, comentarios u objetivos que resulten obvios. hasta que se pueda llegar a un acuerdo mutuamente beneficioso, en el que se discuta con los ejecutivos el seguimiento, el seguimiento por escrito y el progreso de la negociación. La negociación puede darse por concluida una vez alcanzado un acuerdo.

- Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación (refiérase a la Evidencia 4: Informe. Identificar el diseño de una red de transporte internacional, apoyado en los canales de distribución y la tecnología, perteneciente a la actividad de proyecto 10).

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE

FACTURA N° / INVOICE: 0000001 FECHA / DATE: 15-nov.-2021

EXPORTADOR / MANUFACTURER:
Empresa / Company Name: COLOMBIA EXPORT
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 1083571176
Nombre / Name: CHRISTIAN ANDRES MELENDEZ BURGOS
Dirección / Address: CALLE 18 CRA 30
Ciudad / City: Bogotá País / Country Colombia
Teléfono / Phone: 3137850502

DESTINATARIO / CONSIGNEE
Empresa / Company Name: BEIJIN CHINA
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 123456
Nombre / Name: BEIJINCHINA IMPORT
Dirección / Address: bEIJING 100
Ciudad / City: BEIJING País / Country: China
Teléfono / Phone: 3000000

MODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT	INCOTERM	DIMENSIONES / DIMENSION OF SHIPMENT			PESO BRUTO / TOTAL GROSS WEIGHT	UNIDADES DE CARGA / TOTAL NUMBER OF PACKAGES
Marítimo/Fluvial	EXW	3,90	2,35	2,39	3.000,00	1,00

POSICIÓN ARANCELARIA / HS CODE	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	PRECIO UNITARIO USD / UNIT PRICE USD	TOTAL USD / TOTAL USD
15.11.10.00	aceite de palma / palmo oil / aceite de palma	1	0,97	0,97

SUBTOTAL USD	0,97
EMPAQUE Y EMBALAJE	0,00
DESCUENTO / DISCOUNT	-0,00
SEGURO / INSURANCE	0,00
TRANSPORTE Y OTROS / SHIPPING AND HANDLING	0,00
OTROS / OTHERS	1.672,00
TOTAL USD	**1.672,97**

OBSERVACIONES / OTHERS:

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE

FACTURA N° / INVOICE: 0000002 FECHA / DATE: 15-oct.-2021

EXPORTADOR / MANUFACTURER:
Empresa / Company Name: COLOMBIA EXPORT
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 1083571176
Nombre / Name: CHRISTIAN ANDRES MELENDEZ BURGOS
Dirección / Address: CALLE 18 CRA 30
Ciudad / City: Bogotá País / Country Colombia
Teléfono / Phone: 3137850502

DESTINATARIO / CONSIGNEE
Empresa / Company Name: FRANCIA IMPORT
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 1234789
Nombre / Name: FRANCIA IMPORT
Dirección / Address: PARIS 102
Ciudad / City: PARIS País / Country: Francia
Teléfono / Phone: 5890000

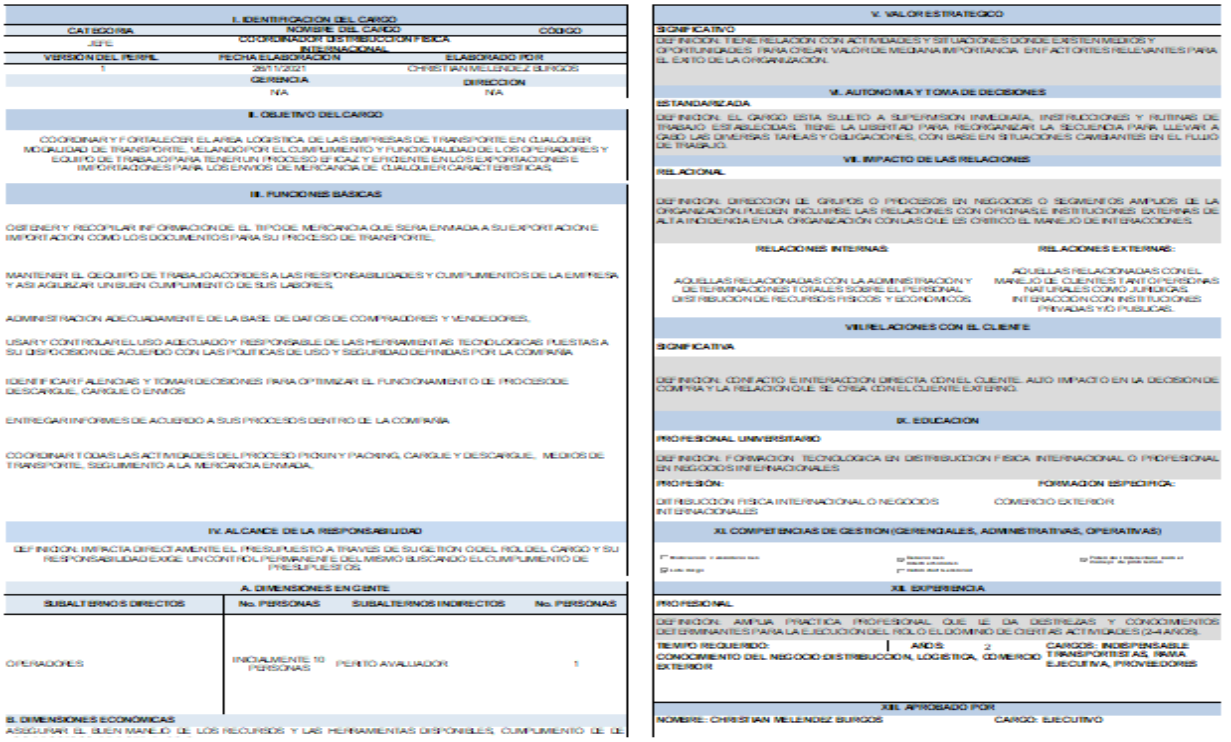
MODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT	INCOTERM	DIMENSIONES / DIMENSION OF SHIPMENT			PESO BRUTO / TOTAL GROSS WEIGHT	UNIDADES DE CARGA / TOTAL NUMBER OF PACKAGES
Marítimo/Fluvial	EXW	3,90	2,35	2,39	5.000,00	1,00

POSICIÓN ARANCELARIA / HS CODE	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	PRECIO UNITARIO USD / UNIT PRICE USD	TOTAL USD / TOTAL USD
09.01.21.20	CAFE TOSTADO / TOSTADO COFFE / CAFE TOSTADO	1	1,58	1,58

SUBTOTAL USD	1,58
EMPAQUE Y EMBALAJE	0,00
DESCUENTO / DISCOUNT	-0,00
SEGURO / INSURANCE	0,00
TRANSPORTE Y OTROS / SHIPPING AND HANDLING	0,00
OTROS / OTHERS	1.795,00
TOTAL USD	**1.796,58**

OBSERVACIONES / OTHERS:

- **Mencione los cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades (refiérase a la Evidencia 1: Taller. Perfil de cargo basado en las competencias y políticas de contratación, de la actividad de proyecto 11, a la Evidencia 7: Diagrama de Gantt. Describir los cargos de una empresa, perteneciente a la actividad de proyecto 13 y a la Evidencia 5: Plan de mejoramiento. Determinar las acciones a tener en cuenta en las evaluaciones de desempeño, de la actividad de proyecto 16).**



I. IDENTIFICACION DEL CARGO

CATEGORIA	NOMBRE DEL CARGO	CODIGO
JEFE	COORDINADOR DISTRIBUCCION FISICA INTERNACIONAL	
VERSION DEL PERFIL	FECHA ELABORACION	ELABORADO POR
1	28/11/2021	CHRISTIAN MELENDEZ BURGOS
	GERENCIA	DIRECCION
	N/A	N/A

II. OBJETIVO DEL CARGO

COORDINAR Y FORTALECER EL AREA LOGISTICA DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE EN CUALQUIER MODALIDAD DE TRANSPORTE, VELANDO POR EL CUMPLIMIENTO Y FUNCIONALIDAD DE LOS OPERADORES Y EQUIPO DE TRABAJO PARA TENER UN PROCESO EFICAZ Y EFICIENTE EN LOS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES PARA LOS ENVIOS DE MERCANCIA DE CUALQUIER CARACTERISTICAS.

III. FUNCIONES BASICAS

OBTENER Y RECOPILAR INFORMACION DE EL TIPO DE MERCANCIA QUE SERA ENVIADA A SU EXPORTACION E IMPORTACION COMO LOS DOCUMENTOS PARA SU PROCESO DE TRANSPORTE.

MANTENER EL QEQUIPO DE TRABAJO ACORDE A LAS RESPONSABILIDADES Y CUMPLIMIENTOS DE LA EMPRESA Y ASI AGILIZAR UN BUEN CUMPLIMIENTO DE SUS LABORES.

ADMINISTRACION ADECUADAMENTE DE LA BASE DE DATOS DE COMPRADORES Y VENDEDORES.

USAR Y CONTROLAR EL USO ADECUADO Y RESPONSABLE DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS PUESTAS A SU DISPOSICION DE ACUERDO CON LAS POLITICAS DE USO Y SEGURIDAD DEFINIDAS POR LA COMPAÑIA

IDENTIFICAR FALENCIAS Y TOMAR DECISIONES PARA OPTIMIZAR EL FUNCIONAMIENTO DE PROCESOS DE DESCARGUE, CARGUE O ENVIOS

ENTREGAR INFORMES DE ACUERDO A SUS PROCESOS DENTRO DE LA COMPAÑIA

COORDINAR TODAS LAS ACTIVIDADES DEL PROCESO PICKIN Y PACKING, CARGUE Y DESCARGUE, MEDIOS DE TRANSPORTE, SEGUIMIENTO A LA MERCANCIA ENVIADA.

IV. ALCANCE DE LA RESPONSABILIDAD

DEFINICION: IMPACTA DIRECTAMENTE EL PRESUPUESTO A TRAVES DE SU GESTION COEL ROL DEL CARGO Y SU RESPONSABILIDAD EXIGE UN CONTROL PERMANENTE DEL MISMO BUSCANDO EL CUMPLIMIENTO DE PRESUPUESTOS.

A. DIMENSIONES EN GENTE

SUBALTERNOS DIRECTOS	No. PERSONAS	SUBALTERNOS INDIRECTOS	No. PERSONAS
OPERADORES	INICIALMENTE 10 PERSONAS	PERITO AVALUADOR	1

B. DIMENSIONES ECONOMICAS

ASEGURAR EL BUEN MANEJO DE LOS RECURSOS Y LAS HERRAMIENTAS DISPONIBLES, CUMPLIMIENTO DE LE

V. VALOR ESTRATEGICO

SIGNIFICATIVO

DEFINICION: TIENE RELACION CON ACTIVIDADES Y SITUACIONES DONDE EXISTEN MEDIOS Y OPORTUNIDADES PARA CREAR VALOR DE MEDIANA IMPORTANCIA EN FACTORES RELEVANTES PARA EL EXITO DE LA ORGANIZACION.

VI. AUTONOMIA Y TOMA DE DECISIONES

ESTANDARIZADA

DEFINICION: EL CARGO ESTA SUJETO A SUPERVISION INMEDIATA, INSTRUCCIONES Y RUTINAS DE TRABAJO ESTABLECIDAS. TIENE LA LIBERTAD PARA REORGANIZAR LA SECUENCIA PARA LLEVAR A CABO LAS DIVERSAS TAREAS Y OBLIGACIONES, CON BASE EN SITUACIONES CAMBIANTES EN EL FLUJO DE TRABAJO.

VII. IMPACTO DE LAS RELACIONES

RELACIONAL

DEFINICION: DIRECCION DE GRUPOS O PROCESOS EN NEGOCIOS O SEGMENTOS AMPLIOS DE LA ORGANIZACION.PUEDEN INCLUIRSE LAS RELACIONES CON OFICINAS,E INSTITUCIONES EXTERNAS DE ALTA INCIDENCIA EN LA ORGANIZACION CON LAS QUE ES CRITICO EL MANEJO DE INTERACCIONES.

RELACIONES INTERNAS:	RELACIONES EXTERNAS:
AQUELLAS RELACIONADAS CON LA ADMINISTRACION Y DETERMINACIONES TOTALES SOBRE EL PERSONAL, DISTRIBUCION DE RECURSOS FISICOS Y ECONOMICOS.	AQUELLAS RELACIONADAS CON EL MANEJO DE CLIENTES TANTO PERSONAS NATURALES COMO JURIDICAS. INTERACCION CON INSTITUCIONES PRIVADAS Y/O PUBLICAS.

VIII.RELACIONES CON EL CLIENTE

SIGNIFICATIVA

DEFINICION: CONTACTO E INTERACCION DIRECTA CON EL CUENTE. ALTO IMPACTO EN LA DECISION DE COMPRA Y LA RELACION QUE SE CREA CON EL CUENTE EXTERNO.

IX. EDUCACION

PROFESIONAL UNIVERSITARIO

DEFINICION: FORMACION TECNOLOGICA EN DISTRIBUCCION FISICA INTERNACIONAL O PROFESIONAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROFESIÓN:	FORMACION ESPECIFICA:
DISTRIBUCCION FISICA INTERNACIONAL O NEGOCIOS INTERNACIONALES	COMERCIO EXTERIOR

XI. COMPETENCIAS DE GESTION (GERENCIALES, ADMINISTRATIVAS, OPERATIVAS)

XII. EXPERIENCIA

PROFESIONAL

DEFINICION: AMPLIA PRACTICA PROFESIONAL QUE LE DA DESTREZAS Y CONOCIMIENTOS DETERMINANTES PARA LA EJECUCION DEL ROLO EL DOMINIO DE CIERTAS ACTIVIDADES (2-4 AÑOS).

TIEMPO REQUERIDO:	AÑOS:	CARGOS: INDISPENSABLE
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO DISTRIBUCCION, LOGISTICA, COMERCIO EXTERIOR	2	TRANSPORTISTAS, RAMA EJECUTIVA, PROVEEDORES

XIII. APROBADO POR

NOMBRE: CHRISTIAN MELENDEZ BURGOS CARGO: EJECUTIVO

COORDINADOR LOGISTICOS

Actividades	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Obtener y reccopilar la informacion necesaria para saber el tipo de mercancia que sera enviada a su exportacion												
contratar el medio de transporte por el cual sera traslada la mercancia por via terrerstre hacia el puerto maritimo												
mantener el equipo acorde a las responsabilidades y cumplimiento de la empresa y asi agilizar un buen cumplimiento de sus labores												
tener un adeccuado base de datos de compradores y vendedores												
usar adecuadame las herramientas tecnologicas para la disposicion a la exportacion												
entregar informe de como va el estado de la mercancia en su proceso de transporte												
identificar falencia dentro del proceso de cargue y envio de la mercancia												
identificar falencias y anomalias presentadas												
realizar seguimiento desde el despacho												
hacer seguimiento durante el trayecto hacia el puerto de embarque												
cumplir con el seguimiento cuando llega a puerto												
enviar la documentacion requerida en la exportacion												
cumplir con la exportacion definitiva hacia el cliente												

OPERADOR PORTUARIO												
Actividades	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Obtener y reccopilar la informacion necesaria para saber el tipo de mercancia que sera enviada a su exportacion												
recibir la mercancia a exportar												
mantener el equipo acorde a las responsabilidades y cumplimiento de la empresa y asi agilizar un buen cumplimiento de sus labores												
realizar todas las maniobras dentro del puerto maritimo donde se llevara el transporte de la carga												
usar adecuadame las herramientas tecnologicas para la disposicion a la exportacion												
brindar e informar el estado de la mercancia en el contenedor a su jefe inmediato												
identificar falencia dentro del proceso de cargue y envio de la mercancia												
identificar e informar cualquier anomalia que se encuentre en toda la operación portuaria												

AUXILIAR DE EXPORTACIONES												
Actividades	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Obtener y reccopilar la informacion necesaria para saber el tipo de mercancia que sera enviada a su exportacion												
recibir la documentacion para su formalizacion en la exportacion												
mantener el equipo acorde a las responsabilidades y cumplimiento de la empresa y asi agilizar un buen cumplimiento de sus labores												
diligenciar todos los documentos de exportacion												
usar adecuadame las herramientas tecnologicas para la disposicion a la exportacion												
verificar todas las certificaciones esten optimos y a su fecha para su exportacion												
organizar y gestionar los vistos buenos de la mercancia												
estar atento cuando el capitan requiere la documentacion formalizada												
identificar falencias y tomar desiciones para optimizar el funcionamientos de proceso de cargue o envios de mercancia												
entregar informe de acuerdo a sus procesos dentro de la compañía												

- **Enuncie los indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física (refiérase al material de formación Diseño del producto, plan de producción e indicadores de gestión para cubrir la demanda futura, de la actividad de proyecto 8, a la Evidencia 4: Informe. Identificar los indicadores de gestión logísticos, perteneciente a la actividad de proyecto 13 y a la Evidencia 1: Taller. Reconocer el correcto funcionamiento de los procesos logísticos, de la actual actividad de proyecto**

Área : Financiera					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsable**	**Impacto**
1.Costos de almacenamiento.	mostrar los costos de las funciones y actividades de almacenamiento.	Inventario promedio por producto X indices de Almacenaje = C.A.	Mensual		Realizar un adecuado almacenamiento y evitar sobre almacenamiento y posibles fallas de los productos.
2.Costos logisticos	mostrar los costos logísticos de acuerdo a los volúmenes de ventas.	Costos logísticos / Ventas totales = C.L.	Mensual		proporcionar un stock para evitar pérdidas no deseadas.

Área Aprovisionamento					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsable**	**Impacto**
1.Calidad de los pedidos a proveedores generados	identificar los números y el porcentaje de pedidos generados sin retraso	pérdidas generadas sin problemas / Pedidos generados	mensual	gestor logisticos	mejorar al tomar y evaluar a un proveedor y ver los estados del producto a
					lo que corresponde entre lo que pide el cliente y lo que llega a la empresa.
2.Nivel de cumplimiento	identificar la efectividad de las entregas de la materia prima por parte de los proveedores.	pedidos recibidos fuera de plazo / pedidos recibidos	mensual	gestor logistico	evaluar y aprobar a los proveedores actuales y a través de una serie de evaluaciones de cumplimientos.

Área Almacen					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsable**	**Impacto**
1. Costo de producción.	informar la identificación de los costos totales de cada uno de los procesos de almacenamiento	Costo unitario para cada unidad de producto en su proceso	semanal	jefe de producción	Se toman medidas de mejoramiento dentro de los procesos para tener una mejora continua.
2.Costos por unidad	identificar el costo de cada unidad almacenada respecto a los gastos operativos.	Costo total de producción / número de unidades en almacén	semanal	jefe de producción	conociendo los costos por unidad de cada producto se tiene el ahorro en la gestión operativa que podría perjudicar a la cadena logísticos.

Área Inventario					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsable**	**Impacto**
1.Rotacion de Stock	Controlar las salidas por referencias y cantidades del Centro de Distribución	Valor = ventas acomuladas / inventario promedio = número de veces	Mensual	Jefe de Almacenes e Inventarios	Las políticas de inventario en general deben mantener un elevado índice de rotación. Para esto se requiere diseñar políticas de entrega muy frecuentes, con tamaños muy pequeños. Para poder trabajar con este principio es fundamental mantener una excelente comunicación entre cliente y proveedor
2.Indicador Vejez del Inventario	La siguiente norma tiene por objeto controlar la cantidad de mercancía con mucho tiempo dentro del inventario con el fin de evitar obsoletos.	Valor = Unidades dañadas + obsoletas +vencidas/Unidades Disponibles en el inventario	Mensual	Jefe de Almacenes e Inventarios	En un periodo de tiempo se observa el nivel de mercancía no apta para despacho, con el fin de tomar acciones correctivas y evacuar la mercancía para que no afecte el costo del inventario de la bodega y el nivel de servicio al consumidor final.

Área Transporte					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsible**	**Impacto**
1.Comparativo del Transporte	Controlar los gastos propios de unidades transportadas con los que ofrece el mercado de terceros	valor= costo de transporte propio X unidad / costo de contratar transporte X unidad	Mensual	Jefe de Transporte o Distribución	Sirve para tomar la decisión acerca de contratar el transporte de mercancías ó asumir la distribución directa del mismo
2.Entregas a Tiempo	entregas a tiempo a los clientes.	número de entregas completas a tiempo / número total de entregas	semanal	Jefe de Transporte o Distribución	coordinar las entregas de manera puntual para el cumplimiento de los clientes

Área Distribucion					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsible**	**Impacto**
1.Calidad de Cobro	Identificar el número y el porcentaje de facturas vendidas.	Factura pendientes por cobrar / Total factura vendidas	Mensual	Contador	es para optimizar los indicadores de esta área de distribución que es el canal de distribución de los productos hasta el cliente final.
2.Calidad de Facturación	identificar el número de porcentaje de facturas sin ningún error	Facturas sin errores / total de facturas	mensual	Contador	llegar el proceso de distribución del proceso de producción hasta el cliente final.

Área Logistica Inversa					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsable**	**Impacto**
1.Centro de Devoluciones	visualizar las entregas erróneas, productos no deseados, productos con vencimientos.	políticas de la empresa.	mensual	gerente	mejorar de acuerdos a los indicadores en la calidad de los productos para asi bajar el índice de devolución.
2.Devoluciones del Cliente.	identificar la cantidad de devoluciones de parte de los clientes	productos devueltos / número de pedidos de los clientes	mensual	gerente	Los centros de recepción de las devoluciones se pueden solucionar de manera oportuna de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

Área Sistema de Información					
Nombre del indicador	**Objetivo**	**Forma de cálculo**	**Periodicidad**	**Responsable**	**Impacto**
1.Seguimiento de los pedidos	situación del pedido en los sistema de inventario	Revisar el sistema utilizado por la empresa	diario	asesor de ventas y servicios	Reducir al máximo los costos y mejorar dentro de los procesos logísticos, sin tener retrasos.
2.Sistemas de Etiquetajes	Codigos de barras	Recepciones con utilización del sistema / total recepciones	diario	Asesor de ventas y servicios	Invitar a clientes aportando el conocimiento de los productos disponibles.

- **Defina las estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente (refiérase al material de formación de esta actividad de proyecto).**

No olvidemos que para mejorar los indicadores de este proceso y obtener mejores resultados en el proceso de distribución es necesario aplicar cuidadosamente estrategias en los procesos de adquisición, almacenamiento y distribución. Por ello, a continuación, presentamos las siguientes estrategias**:**

1. **Técnicas de aprovisionamiento**

- Escala regional o nacional, planificar y situar estratégicamente los Centros de Distribución necesarios. Ámbito nacional o regional.
- Llegar a acuerdos, pactos y convenios por escrito con los consumidores para que haya una base a partir de la cual desarrollar los servicios logísticos.

- documentarse para que haya un punto de partida a la hora de mejorar los servicios logísticos que se ofrecen de forma continua.
- servicios que se ofrecen de forma continua.
- Registrar de forma clara y precisa un plan de aprovisionamiento que satisfaga las necesidades de la empresa. que sea adecuado para la empresa.
- Mantener niveles de inventario ideales con un alto nivel de servicio y una rotación saludable.
- ofrecer un servicio excelente y tener un índice mínimo de falta de existencias.
- Conseguir un equilibrio entre el grado de servicio prestado al cliente, el índice de situaciones de ruptura de existencias y los gastos de capital en inventarios. así como los gastos de capital en inventarios.
- Mantener existencias de seguridad para hacer frente a retrasos y errores en las entregas, fluctuaciones de la demanda, retrasos en la producción, etc., a fin de evitar la falta de existencias.
- En caso de aumento imprevisto de la demanda, reducir las rupturas de existencias.
- Reducir al mínimo posible los índices de mermas y pérdidas de existencias.
- Determinar y utilizar los programas informáticos de comunicación, seguimiento y control necesarios, así como las herramientas informáticas.
- Ajustar el proceso de compras según sea necesario en respuesta a las demandas o ideas de los consumidores. proceso, si es necesario.
- Seguir investigando y evaluando el proceso de compra.

2. Técnicas de almacenamiento

- Crear el CEDI y/o el Layout en función de las exigencias de la empresa, del cliente y de la seguridad de los tres.

- En función del tipo de embalaje y del tiempo previsto de recorrido en el almacén, realizar una estimación aproximada del tiempo de tránsito en el almacén.

- Localizar y aprovechar las estanterías que permitan un mayor apilamiento y la optimización del espacio.

optimización del espacio.

- Medir los tiempos muertos de los procesos y utilizar indicaciones para reducirlos o eliminarlos.

específicamente en procedimientos como el picking y el embalaje, con el fin de mejorarlos o eliminarlos.

Picking y packing: Para evitar operaciones inútiles, los procesos y acciones deben planificarse estratégicamente antes de llevarse a cabo. evitar aficiones inútiles.

- Establecer las tecnologías WMS-RFID-EDI-ERP y/o los sistemas de información necesarios para el registro y control de acceso y salida de productos.

acceso y salida de mercancías (tecnología WMS-RFID-EDI-ERP).

- Creación de indicadores para supervisar los procesos y realizar un seguimiento de los avances.

- Decidir y establecer equipos para maximizar el flujo de mercancías a través del CEDI. Implantar buenas prácticas de fabricación con el CEDI.

- Tener en cuenta los tres componentes clave que lo integran: mano de obra, espacio y equipamiento. Estos tres componentes indican el coste total del equipo, el coste total del funcionamiento del almacén y, en consecuencia, el grado de utilización de cada componente el grado de utilización de cada componente y las compensaciones que pueden hacerse entre cada uno de ellos pueden intercambiarse con otras.

- Planificar las necesidades de recursos (personas, equipos, etc.).

- Aumentar la protección de las personas, los bienes, la infraestructura física, los equipos, la maquinaria, los documentos y la información de la empresa.

- Mantener actualizados los índices de seguridad y salvaguardar todos los activos de la empresa contra fraudes, accidentes y actividades delictivas.

- Implantar medidas de seguridad y control exhaustivas para reducir los índices de pérdidas, desperdicios y mermas, pero sobre todo los sucesos y accidentes internos.

- Implantar inventarios aleatorios para gestionar el movimiento de mercancías y su seguridad.

3. Tácticas de transporte y distribución.

- debe mantener una base de datos y almacenar los datos para poder atender con mayor precisión las necesidades del cliente.

según las necesidades del cliente

- Sistematizar las acciones y los procedimientos para mejorar la eficacia y acelerar los tiempos de reacción. tiempos de reacción.

- Una gestión adecuada de las instalaciones y de la manipulación de los productos puede ayudar a que los precios de la empresa se mantengan estables.

- Planificar las rutas de distribución de la mercancía para minimizar los tiempos de entrega y maximizar los recursos.

- Definir la capacidad de distribución instalada teniendo en cuenta la demanda.

- Crear procesos internos y externos que ahorren dinero y minimicen el tiempo.

- Desarrollar métodos de seguimiento y control de los procesos de distribución.

- Utilizar la tecnología, los equipos y los avances informáticos para ayudarnos a gestionar la cadena de suministro. ayudarnos a gestionar la cadena de suministro.

- Elegir el mejor modo de transporte para la distribución, de modo que pueda satisfacer la demanda y, al mismo tiempo, fomentar la flexibilidad, la rapidez y la eficacia en sus estrategias de transporte y distribución. estrategias en el transporte y la distribución.

- Encontrar un equilibrio en el método de picking y embalaje, ya sea manual o automático, teniendo en cuenta la organización y delimitación de mercancías, pasillos y estanterías para facilitar y agilizar los recorridos internos durante este proceso.

- Seguimiento de mercancías, conductores y vehículos con ayuda de dispositivos de seguimiento por satélite, software o canales de comunicación.

sistemas de seguimiento por satélite o software.

- Identificar los peligros y aplicar medidas preventivas, entre ellas la formación y el adiestramiento del personal de los conductores para reducir las pérdidas, crear una estrategia estratégica de seguridad vial. y el adiestramiento de los conductores para reducir las pérdidas y detener la actividad delictiva durante el reparto. la actividad delictiva durante el reparto.

- Crear un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo (SST) para reducir los accidentes y las enfermedades laborales.

- La evaluación comparativa debe realizarse tanto interna como externamente, analizando los puntos fuertes y débiles de la competencia para encontrar formas de diferenciar sus servicios y obtener una ventaja sobre sus rivales.

Conclusión

Reconocemos el valor de la gestión logística en el mundo moderno e industrializado y la necesidad de la externalización global de las operaciones logísticas. La necesidad de la externalización global de los procesos logísticos en el mundo industrializado, específicamente, da sentido a la imprescindible labor de los operadores logísticos, que se convierten en empresas indispensables para las empresas exportadoras, comercializadoras y/o distribuidoras que carecen de los y/o distribuidoras que carecen de los recursos, conocimientos técnicos e infraestructuras, y estratégicamente cumplen con sus infraestructuras, y estratégicamente cumplen con sus infraestructuras, y estratégicamente cumplen con sus infraestructuras, y estratégicamente cumplen con sus infraestructuras, y estratégicamente cumplen con sus infraestructuras. En la actualidad, la gran mayoría de las empresas multinacionales emplean a un operador logístico como socio para ayudarles a alcanzar sus objetivos administrativos, operativos y empresariales. objetivos empresariales, que adquieren importancia dentro de la organización en la medida en que sus funciones apoyan el objetivo general de las organizaciones que los emplean. La planificación, ejecución y control de cada uno de los procesos asociados a la distribución, así como de los procesos de aprovisionamiento y almacenamiento, son los primeros pasos en la optimización de los sistemas de distribución de los operadores logísticos integrales de la empresa. Según nuestra interpretación, es crucial definir un conjunto de procesos para planificar, llevar a cabo y regular el flujo efectivo de bienes o servicios. La implantación de un sistema logístico que permita a los operadores logísticos optimizar los sistemas de distribución forma parte de la ejecución de estrategias en función de las necesidades del cliente y estrategias de producto en función de las necesidades del cliente y las características del producto. controlar el flujo fluido de bienes o servicios de la empresa importadora o productora de forma que afecte al proceso de toma de decisiones de acciones que aumenten la rentabilidad y competitividad de la empresa productora. más lucrativa y

competitiva, sino que premia y llama la atención sobre el trabajo del operador logístico porque es su labor. Para mejorar las actuaciones de la empresa, mejorar la calidad de los servicios logísticos y reducir los plazos de entrega, es necesario desarrollar estrategias logísticas siempre apoyadas en la tecnología como apuesta por la diferenciación y la mejora. diferenciación y el desarrollo continuo.

Detallar la gestión del proceso de Distribución Física Internacional de una empresa

FRANNY LICE VASQUEZ
MAURICIO DAVID VOGEL SÁNCHEZ
LUZ BIVIANA CABEZAS SALAZAR
MAYERLIN OCAMPO

Instructor(a)
Janeth Motta Martínez

Ficha (2443405)

Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”
CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS
2023

TABLA DE CONTENIDO

- Descripción del producto y la ficha técnica..... 3
- Las variables del entorno que afectan el proceso de distribución física para el producto seleccionado.....4
- País al cual va a exportar el producto y por qué se lo eligió.....5
- Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar..... 6
- Método de almacenamiento.....7
- Nombre los riesgos más relevantes que identificó dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos..... 8
- Canal de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución. 9
- Describa el proceso de trazabilidad de su producto y justifique por qué es importante realizar dicho seguimiento..... 9
- Estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro..... 10
- Software que se utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características..... 11
- Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones..... 12
- Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación..... 13
- Cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades.....14
- Indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física..... 14
- Estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente..... 15
- Conclusiones..... 16

Actividad de proyecto 17

Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional

Detallar la gestión del proceso de Distribución Física Internacional de una empresa

El proceso de Distribución Física Internacional ha sido diseñado con normas de calidad de talla mundial, para que satisfagan las necesidades de todo tipo de cliente. Cualquier organización que desee ser competitiva, debe revisar las actividades y procedimientos a lo largo de este proceso, con el fin de evaluar el desempeño, establecer objetivos e implementar programas de mejora que garanticen la adecuada realización de las funciones establecidas.

Para hacer mejoras en cualquier proceso, es necesario reconocer con minucia las actividades que en él se ejecutan; por este motivo, cada una de las actividades de proyecto que realizó a través de este programa de formación, tenían como fin adquirir conocimientos en detalle de los componentes de la distribución física y evaluar cómo está funcionando el sistema de distribución, estipular nuevos objetivos y construir estrategias para lograrlos.

- Descripción del producto y la ficha técnica

<table>
<tr><td colspan="3">FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</td></tr>
<tr><td rowspan="4">
</td><td>NOMBRE DEL PRODUCTO</td><td>TOMATES ENCURTIDOS</td></tr>
<tr><td>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</td><td>Pasta o salsa de tomate en frasco de vidrio</td></tr>
<tr><td>PESO NETO</td><td>350 GR</td></tr>
<tr><td>INGREDIENTES</td><td>Tomates frescos, cebolla, ajo, aceite de oliva, sal, azúcar, especias (orégano, pimienta negra)</td></tr>
<tr><td>LOTE</td><td colspan="2">3363</td></tr>
<tr><td>PRESENTACIÓN</td><td colspan="2">FRASCO DE VIDRIO CON TAPA METALICA</td></tr>
<tr><td>VIDA ÚTIL</td><td colspan="2">6 MESES</td></tr>
<tr><td>ALMACENAMIENTO</td><td colspan="2">Almacenar en lugar fresco y seco. Refrigerar después de abrir y consumir en un plazo máximo de 7 días.</td></tr>
<tr><td>PROVEEDOR</td><td colspan="2">TOMATES DE LA COSTA</td></tr>
</table>

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

Nutriente	Cantidad por porción (50g)	Cantidad por envase (350g)
Calorías	15 kcal	105 kcal
Grasas totales	0,2 g	1,4 g
Grasas saturadas	0 g	0 g
Grasas trans	0 g	0 g
Colesterol	0 mg	0 mg
Sodio	250 mg	1750 mg
Carbohidratos totales	3 g	21 g
Fibra dietética	1 g	7 g
Azúcares totales	2 g	14 g
Proteínas	1 g	7 g
Vitamina D	0 IU	0 IU
Calcio	20 mg	140 mg
Hierro	1 mg	7 mg
Potasio	200 mg	1400 mg

- **Las variables del entorno que afectan el proceso de distribución física para el producto seleccionado**

El proceso de distribución física para la salsa de tomate puede verse afectado por una serie de variables del entorno, entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

1. **Geográficas**: la ubicación geográfica del mercado y los canales de distribución disponibles pueden influir en la selección de rutas y medios de transporte adecuados para la entrega de la salsa de tomate a los consumidores.

2. **Demográficas:** las características demográficas del mercado, como la densidad de población y la distribución de edades y géneros, pueden influir en el tamaño y la frecuencia de los pedidos y la selección de puntos de venta adecuados.

3. **Económicas:** las condiciones económicas del mercado, como la inflación, la tasa de desempleo y la capacidad de compra de los consumidores, pueden influir en la demanda de la salsa de tomate y en la fijación de precios y políticas de descuentos.

4. **Competitivas:** la presencia de competidores en el mercado, sus estrategias de precios y distribución, y su participación en canales de distribución específicos, pueden influir en la selección de canales de distribución adecuados y en la fijación de precios y promociones.

5. **Legales y regulatorias:** las regulaciones y restricciones legales, como las normas sanitarias, fiscales y ambientales, pueden influir en la selección de proveedores y canales de distribución adecuados y en la fijación de políticas de calidad y seguridad.

6. **Tecnológicas:** los avances tecnológicos en el transporte, la logística y la comunicación pueden influir en la selección de canales de distribución adecuados y en la optimización de los procesos de entrega y seguimiento de la salsa de tomate.

- **País al cual va a exportar el producto y por qué se lo eligió**

Exportar productos derivados de tomate a Estados Unidos puede ser una buena opción por varias razones:

1. **Gran mercado**: Estados Unidos tiene una gran población y una economía muy desarrollada, lo que la convierte en un mercado muy atractivo para exportar productos. Además, el consumo de productos derivados del tomate, como la salsa de tomate, es muy popular en Estados Unidos.

2. **Demanda constante**: La demanda de productos derivados del tomate en Estados Unidos es constante durante todo el año, lo que significa que hay una demanda estable para exportadores.

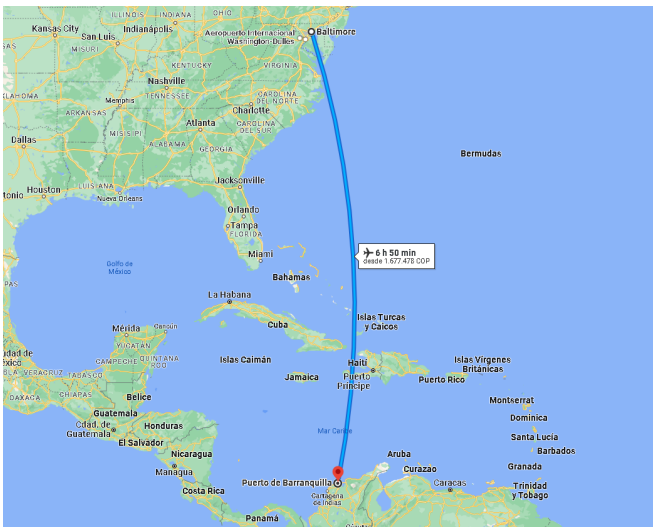
3. **Precios competitivos**: Los precios de los productos derivados del tomate pueden ser más competitivos en el mercado estadounidense debido a los costos de producción más bajos en nuestro país.

4. **Libre comercio**: Estados Unidos tiene acuerdos comerciales con Colombia como lo es el tlc, que permiten el comercio libre de aranceles y barreras comerciales, lo que facilita la exportación de productos.

5. **Variedad de productos**: Además de la salsa de tomate, Estados Unidos importa otros productos derivados del tomate, como tomates enlatados y puré de tomate, lo que significa que hay un mercado para una variedad de productos derivados del tomate.

Usa tiene una red de distribución más corta, así nos ayudamos en reducción de tiempo y costes, además mínima manipulación del producto

Elegimos esta ruta debido a que es la más conveniente, es un poco más alejada de Bogotá, pero en Kilómetros se hace una reducción de costos porque es más cerca de USA, hablando de la ruta de Barranquilla y Santa Marta, es más cerca que saliendo del puerto de Buenaventura, pensando siempre en ahorro de costo y al menor tiempo posible, haciendo posible el ingreso al mercado a competir con buenos precios.



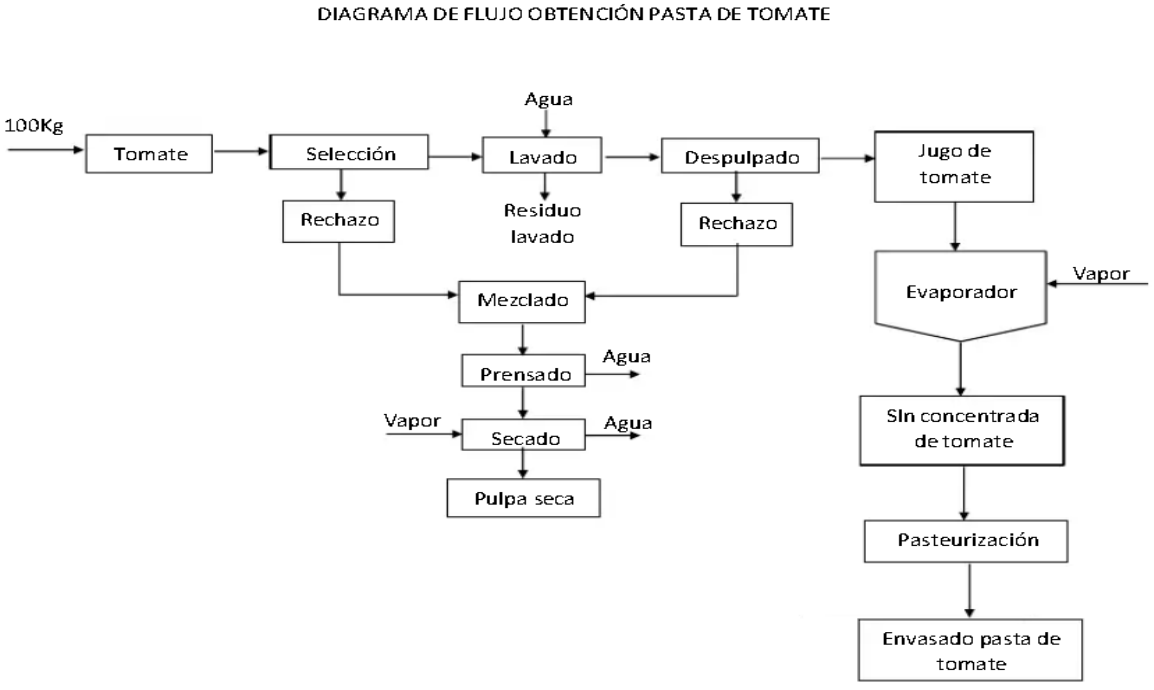
Distancia 1959 millas, 6 horas en avión

- **Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar**

En Colombia, la posición arancelaria de la salsa de tomate se encuentra en la subpartida arancelaria 2002.90.10 del Arancel de Aduanas de Colombia. Esta subpartida arancelaria se encuentra dentro del Capítulo 20, que abarca las "Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas".

La subpartida arancelaria 2002.90.10 se refiere a "Preparaciones de tomate, sin adición de azúcar ni de otro edulcorante". Esta clasificación arancelaria se aplica a la salsa de tomate que no contiene azúcar ni otros edulcorantes.

- **Diagrama de flujo del proceso de producción**



Actividad	Tiempo estimado	Responsable	Recursos necesarios
Compra de materias primas	1 día	Departamento de compras	Presupuesto, proveedores, transporte
Recepción de materias primas	1 día	Encargado de recepción	Personal, espacio de almacenamiento
Lavado y selección	1 día	Equipo de producción	Personal, máquina de lavado
Pelado y descorazonado	2 días	Equipo de producción	Personal, máquina peladora
Triturado y cocción	3 días	Equipo de producción	Personal, ollas y sartenes, máquina trituradora
Envasado	1 día	Equipo de producción	Personal, máquina envasadora, frascos de vidrio
Etiquetado y empaquetado	1 día	Equipo de producción	Personal, etiquetas, cajas de cartón
Control de calidad	1 día	Equipo de control de calidad	Personal, equipo de pruebas
Almacenamiento y distribución	1 día	Equipo de logística	Espacio de almacenamiento, transporte

- **Método de almacenamiento**

Almacenamiento en estanterías convencionales: Este es el método de almacenamiento más común y consiste en utilizar estanterías con múltiples niveles para almacenar los productos en palets. Los palets se colocan en las estanterías utilizando equipos de elevación como montacargas y apiladores.

En Estados Unidos, las etiquetas de los envases de productos alimentarios están reguladas por la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés). Algunos de los requisitos para las etiquetas de envases de productos alimentarios en Estados Unidos son:

Nombre del producto: Debe ser claro y fácilmente identificable para el consumidor.

Lista de ingredientes: Debe indicar todos los ingredientes del producto en orden descendente de cantidad. Los ingredientes alergénicos deben estar claramente identificados.

Información nutricional: Debe incluir el número de calorías, gramos de grasas, carbohidratos y proteínas por porción. También se deben incluir los porcentajes de valores diarios recomendados para cada uno de estos nutrientes.

Información del fabricante: Debe incluir el nombre y dirección del fabricante, distribuidor o importador del producto.

Fecha de caducidad: Si el producto tiene una fecha de caducidad, debe estar claramente indicada en la etiqueta.

Instrucciones de uso: Si el producto requiere instrucciones de uso, deben estar claramente indicadas en la etiqueta.

País de origen: Si el producto es importado, debe indicar el país de origen en la etiqueta.



- **Nombre los riesgos más relevantes que identificó dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos**

Retrasos en la entrega: para mitigar este riesgo, es importante establecer plazos realistas y tener un plan de contingencia en caso de retrasos.

Daño o pérdida de productos durante el transporte: se puede minimizar este riesgo asegurándose de que los productos estén bien embalados y protegidos durante el transporte, así como utilizando servicios de transporte confiables.

Robo de mercancías: se pueden tomar medidas de seguridad adicionales para mitigar este riesgo, como utilizar sistemas de seguridad en el transporte y almacenamiento de la mercancía.

Problemas de calidad de los productos: es importante tener un sistema de control de calidad para garantizar que los productos entregados sean de la calidad esperada.

Problemas de inventario: para evitar problemas de inventario, es importante tener un sistema de gestión de inventario sólido que permita un seguimiento preciso de las existencias y de las entradas y salidas de productos.

- **Canal de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución**

Canal de distribución:

Se utilizará un canal de distribución indirecto, es decir, la empresa de salsa de tomate venderá sus productos a través de intermediarios, como supermercados, tiendas de comestibles y distribuidores mayoristas.

Modo y medio de transporte:

Se utilizará principalmente transporte terrestre para la distribución de la salsa de tomate a través de camiones y furgonetas. En algunos casos, se podría utilizar transporte marítimo para el transporte a larga distancia o internacional, especialmente en caso de exportación.

Red geográfica de distribución:

La empresa tendría un centro de distribución principal ubicado en barranquilla de donde se despacha exportaciones y otra zona geográfica central, que es la bogotá desde el cual se distribuirán los productos a los puntos de venta y distribuidores. Además, se establecerán depósitos o almacenes secundarios en áreas estratégicas para agilizar la distribución y mejorar el tiempo de entrega.

La elección de los puntos de venta y distribuidores se realizaría en función del análisis de mercado y de la demanda de los productos en diferentes áreas.

- **Describa el proceso de trazabilidad de su producto y justifique por qué es importante realizar dicho seguimiento**

Registro de información:

Se registra información detallada sobre cada lote de salsa de tomate, incluyendo la fecha de producción, el lugar de origen de los ingredientes, los proveedores, los procesos utilizados en la fabricación, la fecha de envasado, el número de lote y otros datos relevantes.

Identificación del lote:
Cada lote de salsa de tomate se etiqueta con un número de lote único, que se utiliza para identificar y rastrear el producto a lo largo de la cadena de suministro.

Almacenamiento y transporte:
La salsa de tomate se almacena y transporta en condiciones controladas para garantizar que se mantenga en buen estado y que no se contamine durante el proceso.

Registro de los movimientos del producto:
Cada vez que se mueve un lote de salsa de tomate, ya sea desde la planta de producción a un centro de distribución, o desde un centro de distribución a un punto de venta, se registra el movimiento en una base de datos centralizada.

Seguimiento y control de la trazabilidad:

En caso de que se detecte un problema de calidad o seguridad en un lote de salsa de tomate, se puede rastrear el lote correspondiente hasta su origen y tomar medidas para controlar y prevenir problemas similares en el futuro.

- **Estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro**

Análisis de la cadena de suministro:

Es importante tener un conocimiento profundo de la cadena de suministro de la salsa de tomate, identificar los actores involucrados, analizar los procesos y determinar los puntos críticos y de riesgo. Esto ayudará a desarrollar una estrategia eficiente de integración y colaboración.

Establecimiento de indicadores de desempeño:
Se deben establecer indicadores de desempeño para evaluar el rendimiento de cada actor de la cadena de suministro, y monitorear su cumplimiento en relación con los objetivos y metas establecidos. Esto permitirá identificar oportunidades de mejora y tomar acciones correctivas en caso de desviaciones.

Desarrollo de un sistema de información:
Se debe implementar un sistema de información integrado para compartir datos e información en tiempo real entre los diferentes actores de la cadena de suministro. Esto permitirá mejorar la planificación y la gestión de inventarios, reducir los tiempos de espera y mejorar la eficiencia en general.

Desarrollo de un plan de contingencia:
Se deben desarrollar planes de contingencia para responder de manera efectiva a posibles interrupciones en la cadena de suministro, como desastres naturales o problemas de

producción. Esto permitirá minimizar el impacto en la entrega de los productos a los clientes finales.

Establecimiento de acuerdos colaborativos:

Se deben establecer acuerdos colaborativos con los diferentes actores de la cadena de suministro, con el objetivo de establecer relaciones de confianza, compartir información y trabajar juntos para mejorar la eficiencia de la cadena de suministro.

En general, la integración de los actores de la cadena de suministro de la salsa de tomate requiere de un enfoque sistemático y estratégico, basado en la mejora continua y la optimización de los recursos. Implementar estas estrategias permitirá mejorar la eficiencia de la cadena de suministro y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva.

- **Software que se utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características**

Consideramos que el software operativo más adecuado sería un WMS, ya que es muy funcional y útil para pymes, porque integra múltiples funciones y puede adaptarse a necesidades específicas.

Los Sistemas WMS, son soluciones integrales logísticas, indispensables en el desarrollo de la gestión del almacén y logística de una empresa. WMS son las siglas en inglés para: Warehouse Management Systems, Sistema para la Gestión de almacenes (SGA).

La principal importancia de esta herramienta de software radica en que facilita la gestión de los diferentes procesos, de los materiales y recursos, recopila la totalidad de la información y de esa forma cubre toda la cadena de suministro integralmente, es decir, desarrolla toda la secuencia: recepción-abastecimiento-producción-preparación de pedidos-expedición.

Software	Proveedor	Características	Ventajas	Desventajas	Informes
Magaya Ware House Managemen t System	Magaya	Controla la carga y el inventario antes de que llegue al almacén. -Define ubicaciones y establece una ubicación para la recepción. -Se combina con el escaneo móvil WMS para el recuento del inventario, recogida y carga rápidas, y más -Automatiza la facturación para el almacenamiento y define los tipos de carga para el almacenamiento en frío y otras especialidades -Provee a sus clientes visibilidad las 24 horas con seguimiento en línea. -Disponibilidad en la nube. -Permite el seguimiento en tiempo real, las comunicaciones B2B. -Comparación de productos. Controla la carga y el inventario antes de que llegue al almacén.	Controla cada paso del proceso con los códigos de barras de su llegada a los muelles de recepción, almacenamiento, y recoger y cargue. -Imprime tiquetas de los dispositivos de mano inalámbricos. - Reduce los	El costo de un WMS, puede ser bastante alto. -implementación de los sistemas tecnológicos que requiere el WMS. -Las conexiones Con los sistemas existentes pueden resultar difíciles y caras de llevar a cabo, dependiendo de la compatibilidad entre el WMS y los	-Reportes de entregas de carga, cotizaciones, reservaciones, programaciones de viaje, interfaz

		-Define ubicaciones y establece una ubicación para la recepción. -Se combina con el escaneo móvil WMS para el recuento del inventario, recogida y carga rápidas, y más -Automatiza la facturación para el almacenamiento y define los tipos de carga para el almacenamiento en frío y otras especialidades -Provee a sus clientes. de visibilidad las 24 horas con seguimiento en línea. -Disponibilidad en la nube. -Permite el seguimiento en tiempo real, las comunicaciones B2B. -Comparación de productos. Controla la carga y el inventario antes de que llegue al almacén. -Define ubicaciones y establece una ubicación para la recepción. -Se combina con el escaneo móvil WMS para el recuento del inventario, recogida y cargas rápidas, y más -Automatiza la facturación para el almacenamiento y define los tipos de carga para el almacenamiento en frío y otras especialidades. -Provee a sus clientes. de visibilidad las 24 horas con seguimiento en línea. -Disponibilidad en la nube. -Permite el seguimiento en tiempo real de las comunicaciones B2B. -Comparación de productos.	Errores y acelera la recepción, en movimiento, recogida, carga, y entrega. -Rapidez en la recepción. -Mejora la gestión dentro del almacén. -Emisiones y entrega rápida y con precisión.	sistemas de la empresa. -La capacitación De los operarios puede ser compleja, especialmente si se requiere un cambio de cultura importante.	

- **Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones**

Investigación de mercado:
Antes de establecer contacto con una empresa en Estados Unidos, es importante realizar una investigación de mercado para conocer las necesidades y requisitos específicos del mercado objetivo.

Se puede utilizar información de estadísticas, informes de mercado, investigaciones en línea y otras fuentes para recopilar información valiosa.

Identificación de contactos y primer acercamiento:
Una vez que se haya identificado una empresa potencial, el siguiente paso es establecer el primer contacto a través de correo electrónico o llamada telefónica.
En este primer acercamiento se debe presentar la empresa, sus productos y servicios, y explorar si hay interés por parte de la empresa estadounidense en la salsa de tomate.

Propuesta y negociación:
Una vez establecido el contacto inicial, se puede enviar una propuesta de negocio que incluya detalles sobre el producto, precios, términos de pago y plazos de entrega.

Durante este proceso de negociación, se deben discutir los detalles y condiciones para llegar a un acuerdo mutuamente beneficioso.

Aprobación y formalización del contrato:
Una vez que se llega a un acuerdo, se debe formalizar el contrato con la empresa estadounidense.

Este contrato debe incluir todos los detalles acordados, como la cantidad de salsa de tomate que se entregará, el precio, los términos de pago y las fechas de entrega.

Producción y entrega del producto:
Una vez que se ha formalizado el contrato, se procede a la producción de la salsa de tomate según las especificaciones acordadas.

La entrega del producto se realizará de acuerdo a los plazos acordados en el contrato, asegurándose de cumplir con todas las regulaciones y requisitos de importación y exportación.

Servicio postventa:
Finalmente, se debe brindar un buen servicio postventa para mantener una relación a largo plazo con la empresa estadounidense. Esto incluye resolver cualquier problema que surja y estar disponible para responder preguntas y brindar asistencia técnica.

- **Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación**

Concepto de costo	Descripción	Costo estimado
Producción	Costos de producción de la salsa de tomate	$10,000
Embalaje	Costos de embalaje y etiquetado de la salsa de tomate	$1,000
Transporte terrestre	Costos de transporte terrestre para llevar la salsa de tomate al puerto de salida en Colombia	$500
Trámites de exportación	Costos asociados con la tramitación de la documentación necesaria para la exportación (como permisos, licencias, inspecciones) en Colombia	$2,000
Flete marítimo	Costos de transporte marítimo de la salsa de tomate al puerto de destino en Estados Unidos	$8,000
Seguro	Costos de seguro para proteger la carga durante el transporte	$1,000
Gastos de aduana	Costos de aranceles y otros gastos de aduana en Estados Unidos	$5,000
Distribución local	Costos de distribución local en Estados Unidos, incluyendo transporte y almacenamiento	$2,000
Costos totales	Suma de todos los costos anteriores	$29,500

Es importante destacar que los costos pueden variar según el país de origen y destino, los volúmenes de producción y las regulaciones y requisitos de importación y exportación de cada país. La matriz de costos debe ser actualizada y ajustada periódicamente para reflejar cualquier cambio en los costos y las condiciones del mercado.

- **Cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades**

Coordinador de logística: es responsable de planificar y coordinar la distribución física del producto, incluyendo la gestión del transporte, el almacenamiento y la entrega. También es responsable de supervisar el cumplimiento de las regulaciones y normas aplicables a la distribución.

Gerente de transporte: es responsable de coordinar la entrega del producto a los clientes o distribuidores. Esto incluye la selección del método de transporte más adecuado, la supervisión de los conductores y el seguimiento del progreso del envío.

Almacenista: es responsable de supervisar el almacenamiento del producto y de asegurarse de que el producto esté disponible cuando se necesite. También es responsable de mantener el almacén limpio, ordenado y seguro para los empleados.

Supervisor de control de calidad: es responsable de inspeccionar el producto antes de su distribución para asegurarse de que cumpla con los estándares de calidad establecidos por la empresa. También es responsable de tomar medidas correctivas si se detecta algún problema de calidad.

- **Indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física**

Indicadores de gestión por áreas

Área financiera	**Área Aprovisionamiento**	**Área Almacén**	**Área de inventario**
● Coste de almacenamiento ● Coste de aprovisionamiento ● Coste de expedición ● Coste de preparación ● Coste logístico	● Calidad de los pedidos a proveedores recibidos ● Plan de aprovisionamiento ● Nivel de cumplimiento de los proveedoras ● Concentración de proveedores ● Diferencias entrega	● Cumplimiento de entregas ● Capacidad utilizada ● Actividad ● Coste por unidad ● Capacidad total	● Coste ● Cobertura ● Días de inventario ● Asunción del stock ● Rotación

Área de transporte	Distribución	Área logística inversa	Sistemas de información
● Coste flete ● Costos de mantenimiento ● Costo mano de obra (conductor) ● Agrupación de cargas ● Transportes de compra	● Calidad de cobro ● Entregas completas ● Plazo de entrega ● Estandarizar las ubicaciones ● Costos flete	● Causas de devoluciones ● Centro de devoluciones ● Coste ● Devoluciones a proveedores ● Devoluciones de clientes	● Exactitud de registros ● Fiabilidad del plan de ventas ● Procesos a través de EDI ● Seguimiento de los pedidos ● Sistemas de etiquetaje

- **Estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente**

Diseño de la red de distribución: la empresa debe diseñar una red de distribución que sea eficiente, flexible y rentable. La red debe incluir la selección de los canales de distribución adecuados, la ubicación óptima de los almacenes y centros de distribución, y la planificación de rutas de transporte efectivas.

Gestión de inventario: la empresa debe implementar una estrategia de gestión de inventario efectiva para garantizar que los productos estén disponibles en los lugares y momentos en que los clientes los necesitan. Esto puede incluir el uso de tecnologías de seguimiento y monitoreo de inventario en tiempo real, así como la adopción de sistemas de planificación de inventario avanzados.

Gestión del transporte: la empresa debe optimizar la gestión del transporte para reducir los costos y mejorar la eficiencia. Esto puede incluir la selección de proveedores de transporte confiables y eficientes, el uso de tecnologías de seguimiento de envíos en tiempo real, y la planificación de rutas de transporte eficaces para reducir los tiempos de entrega.

Gestión de la cadena de suministro: la empresa debe adoptar una estrategia de gestión de la cadena de suministro que permita la coordinación efectiva de las actividades de distribución y garantice que todos los procesos estén integrados y sean eficientes. Esto puede incluir la implementación de sistemas de planificación de la demanda, el uso de tecnologías de seguimiento de envíos, y la adopción de procesos de gestión de pedidos eficaces.

Servicio al cliente: la empresa debe garantizar que los clientes reciban un servicio de alta calidad en todas las etapas del proceso de distribución. Esto puede incluir la comunicación regular con los clientes para informarles sobre el estado de sus envíos, la resolución rápida de problemas y la adopción de políticas de devolución y reembolso claras.

En resumen, para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer al cliente, las empresas deben adoptar una estrategia integral que aborde todos los aspectos del proceso de distribución y garantice una gestión efectiva de la cadena de suministro.

- **Conclusiones.**

    - En general, para mitigar los riesgos asociados con el proceso de distribución, es fundamental tener un plan sólido y bien estructurado, así como contar con personal capacitado y recursos adecuados para implementar ese plan.

    - La red geográfica de distribución estaría diseñada para cubrir una amplia área geográfica, con la capacidad de llegar a diferentes regiones del país y en algunos casos a otros países.

    - La elección de los puntos de venta y distribuidores se realizaría en función del análisis de mercado y de la demanda de los productos en diferentes áreas.

    - El proceso de trazabilidad de la salsa de tomate está diseñado para garantizar la calidad y seguridad del producto, y para asegurar que los consumidores puedan confiar en la marca.

      Al implementar un sistema sólido de trazabilidad, las empresas pueden mejorar la eficiencia de sus operaciones, reducir el riesgo de problemas de calidad y seguridad, y fortalecer la relación con sus clientes y proveedores.

    - La integración de los actores de la cadena de suministro es un proceso continuo que requiere de la colaboración y el compromiso de todas las partes involucradas.

      Al implementar estas estrategias, las empresas pueden mejorar la eficiencia de sus operaciones y lograr una mayor rentabilidad, mientras satisfacen las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

    - La integración de los actores de la cadena de suministro de la salsa de tomate requiere de un enfoque sistemático y estratégico, basado en la mejora continua y la optimización de los recursos.

      Implementar estas estrategias permitirá mejorar la eficiencia de la cadena de suministro y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva.

Detallar la gestión del proceso de Distribución Física Internacional de una empresa

Erick Santiago Camayo Yañez

Yina Gabriela Certuche Sandoval

Servicio Nacional De Aprendizaje SENA

Distribución Física Internacional

2443405

Wilfred Darío Hernández Sandoval

6 de mayo de 2023

Tabla de contenido

INTRODUCCION....3

1) Descripción del producto 3

Imagen 1.1....3

2) ¿Cuáles son las variables que afectan el proceso de DFI 4

3) ¿Cuáles países fueron los elegios para la exportar....4

4) ¿Cuál es la Subpartida arancelaria del producto y....4

5) Flujograma, proceso de producción Limón Tahití....7

Imagen 5.1....7

6) Método de almacenamiento para el limón....7

Imagen 6.1....7

Normas de embalaje y etiquetado....8

Imagen 6.2....8

7) Los procesos más relevantes que se encontraron dentro del....9

Riesgo interno 9

Riesgo Externo 9

8) Canal de distribución, modo y medio de transporte 9

Imagen 8.1....9

Imagen 8.2....10

Imagen 8.3....10

9) El proceso de trazabilidad del limón Tahití y 11

10) Resuma las estrategias que definió para....11

11) Indique el software que utilizo para optimizar 12

12) Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto....13

Imagen 12.1....13

Los siguientes pasos para la exportación 14

13) Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación....15

Imagen 13.1 15

Imagen13.2....16

Imagen 13.3....17

14) Mencione los cargos de mayor relevancia 18

15) Enuncie los indicadores de gestión logística y 18

16) Defina las estrategias utilizadas para 19

17) Conclusiones....19

Introducción

Para comenzar, ¿sabes que trayectoria debe atravesar un producto para llegar a tus manos? Para poder adquirir un producto en tiendas mayoristas o minoristas deberán atravesar por una larga trayectoria, la cual se llama Cadena de Suministro, en la cual interactúan varios eslabones, donde se adquieren las materias primas hasta la fabrica y convertirla en un producto terminado basado a las necesidades del Cliente (Rey).

A continuación, se describirá detalladamente el paso a paso del producto en la cadena de suministro, en este caso el producto es el Limón Tahití.

1) Descripción Del Producto

Imagen 1.1

FICHA TÉCNICA LIMÓN TAHITÍ



PRODUCTO:	Limón
VARIEDAD:	Tahití
NOMBRE CIENTÍFICO:	*Citrus latifolia*
ORIGEN:	Colombia
DESCRIPCIÓN:	Es de forma ovalada o redonda, de cáscara delgada sin semilla y muy jugoso. Tiene un tamaño de 5 a 7cm de largo y unos 4 a 6cm de diámetro. La piel de este tipo de limón es delgada de color verde oscura y pulpa verde clara.
CALIDAD:	Para el empaque los frutos deben estar enteros, sanos, libres de bacterias, sin daño físico, libres de humedad, sin tierra.
CALIBRES:	USA: 110, 130, 150, 175, 200, 230, 250. EUROPA: 36, 42, 48, 54, 60, 63.
EMBALAJE:	El producto se despacha en cajas de 40lbs para USA y en cajas de 4,5kg para Europa, fabricadas en cartón corrugado.
PALETIZADO:	Cajas de 40lb: 70 cajas por pallet, 20 pallets por contenedor, 1400 cajas por contenedor. Cajas de 4,5kg: 240 cajas por pallet, 20 pallets por contenedor, 4800 cajas por contenedor.

2) ¿Cuáles son las variables que afectan el proceso de DFI para el producto?

   Afectan variables como la elevación de costos en los insumos o materias primas afecta en los procesos logísticos, los desastres naturales como los terremotos, incendios, inundaciones etc. fallas producidas por el hombre dentro de la empresa, falta de capacitación de los operarios, o daños en maquinaria, atrasan los tiempos de entrega; incluyendo los robos de mercancía, estas variables afecta seriamente el proceso de DFI tanto en costos, como inventario, perdida de clientes y bajando en rendimiento de la empresa.

3) ¿Cuáles países fueron los elegidos para exportar el producto y por qué?

   los países seleccionados para esta exportación del limón fueron Estados Unidos, España, España, India

   porque entre Colombia, Estados Unidos y España, cuentan con un tratado de libre comercio, lo que indica que es libre de aranceles, generando un mejor clima de inversiones y ventas y para India, se da la oportunidad de que conozca un nuevo producto proveniente de Colombia y así generar nuevos clientes.

4) ¿Cuál es la Subpartida arancelaria del producto y que requisitos se necesitan para exportar?

   Los requisitos que debe adquirir el exportador para llevar este producto a ciertos países son los siguientes:

   - Contar con Registro Único Tributario (RUT) el cual es un mecanismo para ubicar, identificar y clasificar el producto, tramitando este registro en las oficinas de la DIAN. (Según el decreto 2645 de 2011, el Ministerio de Hacienda)

- Ubicar la subpartida arancelaria

  El limón Tahití se clasifico bajo la subpartida arancelaria de 0805.50.22.00 lo que nos permite conocer los documentos a exportar, e impuestos del producto en el país de destino.

- Vistos buenos

  El producto requiere de unos certificados ante la DIAN para poder ser exportado:

  ★ Certificado de exportación del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA (Este certificado se presenta de solicita de manera electrónica y se solicita ante el INVIMA) (Sólo se solicita una vez)

  ★ Certificado Fitosanitario del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA (Este certificado no es electrónico, se debe presentar en el embarque y desembarque de la carga, se solicita ante ICA, se debe registrar como exportador de alimentos y luego más adelante solicitar el certificado) (Sólo se solicita una vez)

  ★ Certificado Inspección Sanitaria de Exportaciones de Alimentos y Materias Primas del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA. (Este certificado no es de tipo electrónico, se solicita ante INVIMA) (Se solicita cada vez que se quiere exportar).

- Verificación de documentos aduaneros para despacho ante la DIAN

  ★ Verificar términos y negociaciones (INCOTERMS)

  ★ Puede utilizar un agente de carga o marítimo para la contratación del flete internacional.

- ★ En la DIAN del puerto, aeropuerto o paso fronterizo puede solicitar la solicitud de autorización de embarque.
- ★ Si la exportación tiene un valor superior a USD10.000, este procedimiento se debe hacer a través de una agencia de aduana

- Medios de pago.

  Elegir el medio de pago mas adecuado, existen dichas formas de pago mas cómodas que se ajustan a los requerimientos del cliente, como:

  Giro Directo: transacción directa

  Giro anticipado: El pago se debe realizar antes que la mercancía entre a territorio extranjero.

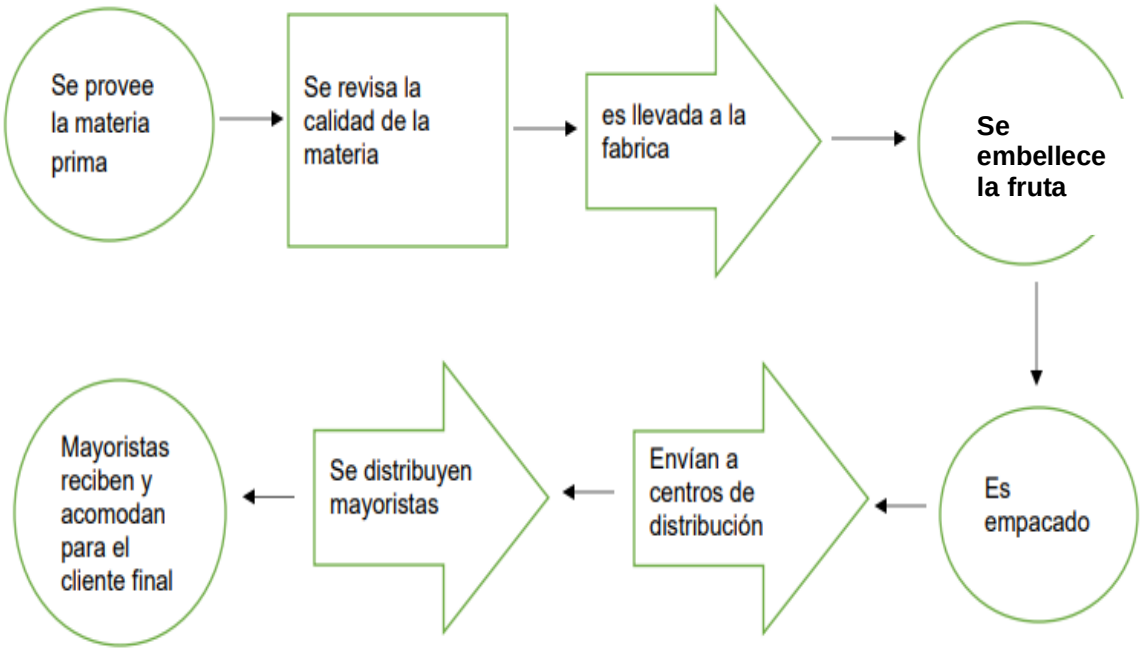
  Carta de crédito: es cuando el banco se compromete con el vendedor a pagar una suma determinada de dinero. Las cartas de crédito se clasifican según su conveniencia. Están;

  - ★ **Disponibilidad de pago**: se recibe el pago después de presentar los documentos necesarios en el tiempo establecido de aceptación de pago diferido
  - ★ **Compromiso de pago:** se hace una certificación de la autenticidad del crédito o confirmada garantiza el desembolso únicamente cuando se cumplan los términos y las condiciones del crédito

- Cobranza: Es cuando el exportador emite a su banco local la cobranza, anunciándole al banco del importador que debe hacer el pago de la mercancía.

5) Flujograma, proceso de producción Limón Tahití.

Imagen 5.1



6) Método de almacenamiento para el limón

El limón se transporta en cajas de cartón para mayo protección, resistencia a la humedad, fácil manejo y además soporta un peso aproximadamente de 18kg.

Imagen 6.1



- Normas de embalaje y etiquetado
  - ★ Embalar en pallets de 1.200 x 1.000 mm en filas de 3 de alto x 4 de ancho
  - ★ Embalar el producto en contenedores fuertes, que absorban la humedad
  - ★ Distribuir el peso del producto uniformemente
  - ★ Utilizar una protección adecuada y un anclaje dentro del contenedor
  - ★ Utilizar contenedores transatlánticos o paletas para el embalaje para asegurar un fácil manejo
  - ★ El idioma en el embalaje y etiquetado, el inglés es obligatorio. Otros idiomas son optativos. El "Hecho en", es obligatorio.

    Un ejemplo de cómo puede ir la etiqueta

Imagen 6.2



7) los riesgos más relevantes que se identificaron dentro del proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos

Se identificaron Riesgos Internos y Externos

- Riesgo Interno: la maquinaria dejara de funcionar por cualquier motivo

Las acciones serian, enviar pedido de los productos que están en Stock mientras se realiza el mantenimiento de la máquina.

- Riesgo Externo: Bloqueo de vías por protestas, derrumbes, a la hora de distribuir el producto

Las acciones a tomar es que el transportista informe a la fabrica para que le brinden una solución, si puede ir por una vía terciaria y le brinden otra ruta.

8) Canal de distribución, modo y medio de transporte y red geográfica de distribución del Limón.

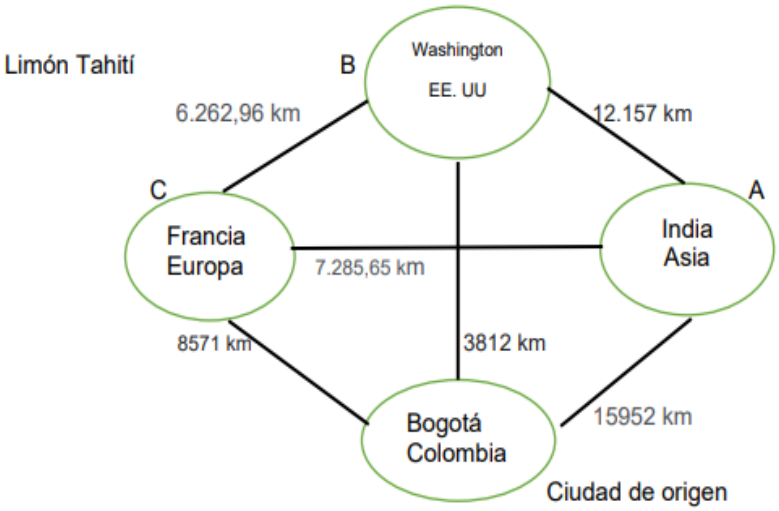
Su tipo de canal de distribución es intensiva, ya que intervienen una gran cantidad e intermediarios para hacer llegar el producto a mayor numero de personas.

Imagen 8.1



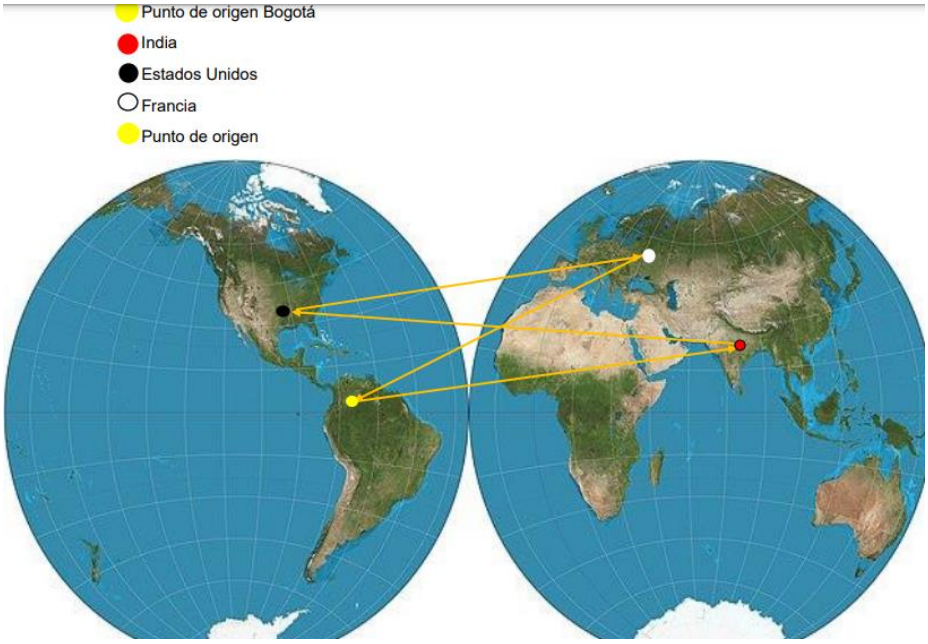
Red Geográfica

Imagen 8.1



Origen, A, B, C, origen.
662,976 km
Origen, A, C, B, Origen
1,374,625 km
Origen B, A, C, origen
753,105 km
Origen B, C, A, origen
1,374,625 km
Origen C, A, B, origen
753,105 km
Origen C, B, A, Origen
662,976 km

Imagen 8.2



9) El proceso de trazabilidad del limón Tahití y porque es importante realizar dicho seguimiento

   Primero se debe llevar la trazabilidad de la materia prima, cuantas toneladas de limón llega a la fábrica, en el proceso de producción se debe llevar una trazabilidad de los productos terminados por lotes con su codificación lo que permite ver las iniciales del productor y la fecha en formato año, mes y día en que fueron procesados así se llevara un control del producto en caso de que surjan problemas de seguridad alimentaria y deba ser retirado el producto y se pueda localizar mucho más rápido, después que el limón queda como producto terminado se lleva el producto a sus centros de almacenamiento donde se llevara un inventario de todos los productos en stock y pedidos a enviar a centros mayoristas o minoristas, una ves distribuidos se encuentra la trazabilidad en el control de los camiones, los cuales queda en una base de datos el nombre del operario transportista la fecha y hora en que sale y con cuantas unidades de producto va a transportar y hacia donde se dirige, llevando así un registro, después de ser distribuido a sus centros continua la trazabilidad en los clientes, por medio de encuesta y otros medios.

10) Resuma las estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro

    Se combinan las estrategias de integración vertical hacia delante con el cliente nacional, con estrategias de integración vertical hacia atrás con el proveedor de materia prima lo que significa que En el caso de la empresa productora de limón Tahití va a requerir en lo posible un gran cantidad de camiones para el transporte del limón 3 Tahití a las grandes empresas evitando hacer

subcontrataciones por empresas externas de distribución de mercancías, que en el mayor de los casos se llevan una gran ganancia reducida en el margen de producción por querer cubrir estos gastos, y con esta inversión la empresa de limón lograría tener transportes que salen desde la empresa productor hacia el lugar de empacado asumiendo ellos mismo con el tiempo de distribución sin esperar el cumplimiento de un tercero que no le va dar la misma importancia ni agilidad en los procesos de entrega, todo esto permitiendo que lo clientes nacionales puedan aprovechar al máximo el limón a un costo mucho mejor y con precios de competencia en los mercados nacionales, posicionando sus empresas y en este caso posicionando un producto asequible al consumidor final.

11) Indique el software que utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características

SOFTWARE GIITIC: cuenta con las herramientas necesarias para supervisar y gestionar las actividades de los colaboradores que participan en el proceso de producción también le ayudará a determinar costos individuales de cada producto fabricado por su empresa.

Controlar el total del stock e inventario de la materia prima utilizada por su empresa, el software se especializa en optimizar cada recurso también podrá evaluar de inicio a fin toda la operación del proceso de fabricación, de acuerdo con los estándares de calidad que apliquen en su compañía.

12) Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones

El contrato de compraventa pactado con el cliente es el siguiente,

Imagen 12.1

Contrato de compraventa Estados Unidos



CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

FECHA: 10 de noviembre del 2022

DE UNA PARTE, Limón Tahití S.A.S. con domicilio en Calle 5 # 34B Centro Bogotá, Colombia número de identificación/registro fiscal 1002.963.067 representada por Yina Gabriela Certuche Sandoval el Vendedor

Y DE OTRA, Empresa LOADS con domicilio socialFirst Avenue (1st), Manhattann número de identificación/registro fiscal 975.932.948, representada por Williams Browns Comprador

Ambas Partes declaran que tienen interés en realizar operaciones de compraventa de mercancías a las que se refiere el presente Contrato y acuerdan lo siguiente:

Firma Vendedor: *Yina Gabriela Certuche* Firma Comprador: *Williams Browns*

Cargo: jefe en ventas internacional Cargo: Agente Comercial

1. PRODUCTOS

Por medio del presente Contrato, el Vendedor se obliga a suministrar y el Comprador se obliga a adquirir: Los siguientes productos Limón Tahití con cantidades de cuatro mil cajas (4.000)

2. PRECIO

El precio total de los productos que el Comprador se compromete a pagar al Vendedor será de 16,746,43 dólares (Dieciséis mil setecientos cuarenta y seis, cuarenta y tres dólares) Dicho precio:

dólares) Dicho precio.

Es la suma de los precios de todos los productos y cantidades descritos en la Cláusula 1. Ambas Partes se comprometen a renegociar el precio pactado cuando éste se vea afectado por cambios sustanciales en el mercado internacional, o por situaciones políticas, económicas o sociales en el país de origen o en el de destino del producto, que perjudiquen notablemente a una de las Partes.

Firma Vendedor: *Yina Gabriela Certuche* Firma Comprador: *Williams Browns*

Cargo: jefe en ventas internacional Cargo: Agente Comercial

3. CONDICIONES DE ENTREGA

El Vendedor entregará los productos en puerto de Nueva York de Estados Unidos en condiciones INCOTERMS Ex-Works (EXW). Deberá entregar la mercancía en el lugar establecido, y al transportista designado por el Comprador, como máximo un día antes de la fecha límite establecida en el presente Contrato. Si a la llegada de la mercancía a destino, el Comprador no se hace cargo de la misma, el Vendedor podrá exigir el cumplimiento del Contrato y, en concreto, que se efectué el pago del precio convenido.

4. ENVASE Y EMBALAJE

El Vendedor se obliga a entregar los productos objeto del Contrato, debidamente embalados y protegidos de acuerdo a sus características específicas y a las condiciones del transporte que se vaya a realizar.

5. FORMA DE PAGO

El Comprador se obliga a pagar el precio total que figura en el Contrato. El pago de dicho precio se realizará:

En efectivo, mediante cheque, o transferencia bancaria abonada en las cajas de la oficina bancaria designada por el Vendedor.

- Los siguientes pasos para la exportación:

    ★ Investigar el gravamen arancelario del producto:

    Subpartida arancelaria del limón es (0805.50.22.00) acorde a ello se miran los impuestos a pagar

    ★ Identificar los acuerdos comerciales con el país importador:

    Estados unidos y Colombia cuentan con un acuerdo de Libre comercio, lo que indica que es libre de aranceles e impuestos del producto

    ★ Documentos y Certificación ante la DIAN:

    Contar con el RUT y con certificado de exportación al INVIMA, Certificado Fitosanitario del IC y certificado de inspección sanitaria de Exportaciones de Alimentos y Materias Primas ante el INVIMA

    ★ Términos y Negociaciones:

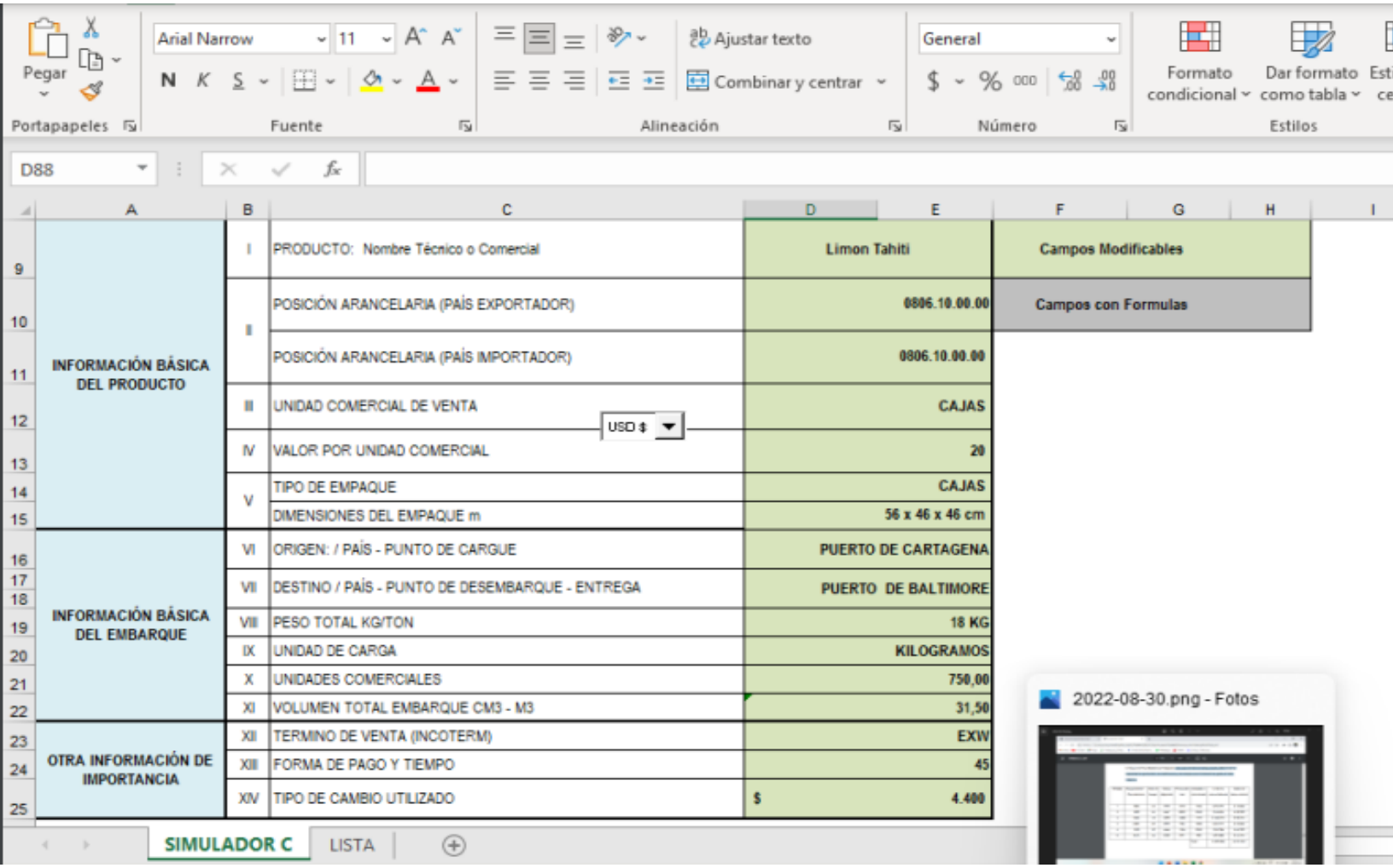
    Incoterms CFR, lo que significa que Colombia como exportador asume los riesgos y costos hasta el puerto Estados Unidos y una vez allí terminan sus obligaciones.

    ★ Medios de Pago:

    Giro anticipado, lo que significa que este pago se realiza antes que la mercancía exportada llegue a territorio extranjero.

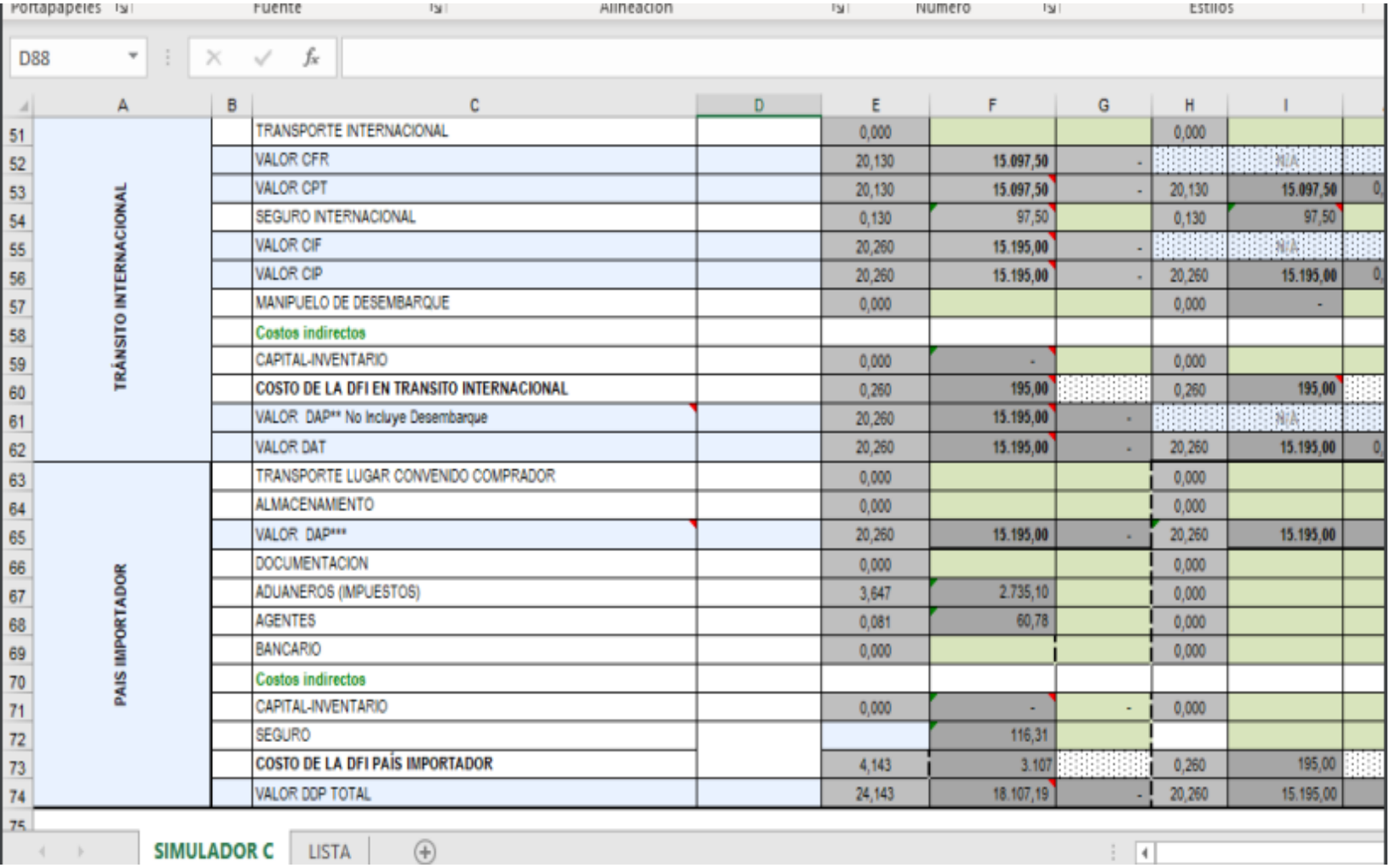
13) Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación

Imagen 13.1



INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	Limon Tahiti	Campos Modificables	
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	0806.10.00.00	Campos con Formulas	
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	0806.10.00.00		
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	CAJAS		
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	20		
	V	TIPO DE EMPAQUE	CAJAS		
		DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	56 x 46 x 46 cm		
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	PUERTO DE CARTAGENA		
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	PUERTO DE BALTIMORE		
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	18 KG		
	IX	UNIDAD DE CARGA	KILOGRAMOS		
	X	UNIDADES COMERCIALES	750,00		
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	31,50		
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	EXW		
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	45		
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	$ 4.400		

Imagen 13.2



Portapapeles | Fuente | Alineación | Número | Estilos

D88

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
51	TRÁNSITO INTERNACIONAL		TRANSPORTE INTERNACIONAL		0,000			0,000	
52			VALOR CFR		20,130	15.097,50	-		#¡VA
53			VALOR CPT		20,130	15.097,50	-	20,130	15.097,50
54			SEGURO INTERNACIONAL		0,130	97,50		0,130	97,50
55			VALOR CIF		20,260	15.195,00	-		#¡VA
56			VALOR CIP		20,260	15.195,00	-	20,260	15.195,00
57			MANIPUELO DE DESEMBARQUE		0,000			0,000	-
58			Costos indirectos						
59			CAPITAL-INVENTARIO		0,000	-		0,000	
60			**COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL**		0,260	195,00		0,260	195,00
61			VALOR DAP** No Incluye Desembarque		20,260	15.195,00	-		#¡VA
62			VALOR DAT		20,260	15.195,00	-	20,260	15.195,00
63	PAIS IMPORTADOR		TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR		0,000			0,000	
64			ALMACENAMIENTO		0,000			0,000	
65			VALOR DAP***		20,260	15.195,00	-	20,260	15.195,00
66			DOCUMENTACION		0,000			0,000	
67			ADUANEROS (IMPUESTOS)		3,647	2.735,10		0,000	
68			AGENTES		0,081	60,78		0,000	
69			BANCARIO		0,000			0,000	
70			Costos indirectos						
71			CAPITAL-INVENTARIO		0,000	-	-	0,000	
72			SEGURO			116,31			
73			**COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR**		4,143	3.107		0,260	195,00
74			VALOR DDP TOTAL		24,143	18.107,19	-	20,260	15.195,00
75									

SIMULADOR C | LISTA

Imagen 13.3

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE

FACTURA N° / INVOICE: 001 FECHA / DATE: 07-sept.-2022

EXPORTADOR / MANUFACTURER:

Empresa / Company Name: empresa colombia tahiti
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 90007
Nombre / Name: yina gabriela certuche sandoval
Dirección / Address: Puerto de cartagena Cl. 28 #24-39, Cartagena de Indias, Provincia de Cartagena, Bolívar
Ciudad / City: Cartagena País / Country Colombia
Teléfono / Phone: 3200984563

DESTINATARIO / CONSIGNEE

Empresa / Company Name: organizacion caribia
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 1234567
Nombre / Name: organizacion caribia
Dirección / Address: Puerto Miami 1001 N America Way, Miami, FL 33132, Estados Unidos
Ciudad / City: Miami (AZ) País / Country: Estados Unidos
Teléfono / Phone: 3121124345

MODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT	INCOTERM	DIMENSIONES / DIMENSION OF SHIPMENT			PESO BRUTO / TOTAL GROSS WEIGHT	UNIDADES DE CARGA / TOTAL NUMBER OF PACKAGES
Marítimo/Fluvial	EXW	12,03	2,35	2,39	108.000,00	1,00

POSICIÓN ARANCELARIA / HS CODE	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	PRECIO UNITARIO USD / UNIT PRICE USD	TOTAL USD / TOTAL USD
08.06.10.00	Limon Tahiti / tahiti lemon / Cotizacion Fruta Citrica	6.000	7,95	47.727,27

SUBTOTAL USD	47.727,27
EMPAQUE Y EMBALAJE	0,00
DESCUENTO / DISCOUNT	-0,00
SEGURO / INSURANCE	0,00
TRANSPORTE Y OTROS / SHIPPING AND HANDLING	0,00
OTROS / OTHERS	0,00
TOTAL USD	**47.727,27**

OBSERVACIONES / OTHERS:

ENTREGA EN AEROPUERTO INTERNACIONAL DE MIAMI

14) Mencione los cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades.

    Como todo trabajo debe contar con una buena calidad de desempeño, pero para el producto el cargo de mayor relevancia es coordinador de despacho, porque su responsabilidad para el producto es organizar el despacho de mercancía, supervisar, controlar el inventario de mercancía, dirigir y coordinar y es un poco complejo ya que es una responsabilidad de liderar, ser la columna de todo el proceso para poder que el producto total mente terminado (empacado, etiquetado embalado etc.…) llegue a su destino final en buenas condiciones y no entorpecer todo el proceso.

15) Enuncie los indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física

    - Para medir el área de Aprovisionamiento, se implementó el indicador KPI de numero de compras a proveedores
    - Para medir los indicadores de almacén, se implementó el indicador KPI de Promedio de despachos por hora.
    - Para medir el inventario, se implemento el indicador KPI cantidad producida y eficiencia en la producción.
    - Para el transporte, se implemento el indicador KPI, ciclo del tiempo de transporte, unidad de transporte operativas, unidad de transporte disponibles.
    - Para medir los indicadores de gestión, se utilizó Fisrt Time Through un indicador de calidad, con el cual es posible calificar y medir la calidad durante la producción donde se detecta las unidades

defectuosas o aquellos productos que no cumplen con los estándares de calidad requeridos.

16) Defina las estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente

Para optimizar el proceso, se debe contar con documentos y certificaciones al día, contar con buen personal capacitado, implementar canales y red de distribución eficaces, implementar softwares, tecnologías e inventarios para optimizar tiempos, procesos y costos, implementar un buen manejo en la trazabilidad del producto, contar con planes de contingencia para los momentos de riesgos, y siempre cumplir con la demanda del cliente a corde a sus necesidades

17) Conclusiones

Ahora que hemos visto todo lo anterior, se deduce que, el producto que llega a nuestras manos, pasa por ciertos pasos y riesgos, la Distribución Física Internacional embellece cierta materia prima, para obtener un producto terminado, contando con ciertos documentos, capacidades requeridas, tiempo y dinero, para satisfacer las necesidades de los clientes.

Es muy importante contar con una trazabilidad del producto la razón para encontrar fallas en todo el proceso y de poder mejorar aquellas fallas, implementar herramientas tecnológicas, softwares e inventarios en todo este proceso.

Detallar la gestión del proceso de Distribución Física Internacional de una empresa

Erick Santiago Camayo Yañez

Yina Gabriela Certuche Sandoval

Servicio Nacional De Aprendizaje SENA

Distribución Física Internacional

2443405

Wilfred Darío Hernández Sandoval

6 de mayo de 2023

Tabla de contenido

INTRODUCCION....3

1) Descripción del producto 3

Imagen 1.1....3

2) ¿Cuáles son las variables que afectan el proceso de DFI 4

3) ¿Cuáles países fueron los elegios para la exportar....4

4) ¿Cuál es la Subpartida arancelaria del producto y....4

5) Flujograma, proceso de producción Limón Tahití....7

Imagen 5.1....7

6) Método de almacenamiento para el limón....7

Imagen 6.1....7

Normas de embalaje y etiquetado....8

Imagen 6.2....8

7) Los procesos más relevantes que se encontraron dentro del....9

Riesgo interno 9

Riesgo Externo 9

8) Canal de distribución, modo y medio de transporte 9

Imagen 8.1....9

Imagen 8.2....10

Imagen 8.3....10

9) El proceso de trazabilidad del limón Tahití y 11

10) Resuma las estrategias que definió para....11

11) Indique el software que utilizo para optimizar 12

12) Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto....13

Imagen 12.1....13

Los siguientes pasos para la exportación 14

13) Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación....15

Imagen 13.1 15

Imagen13.2....16

Imagen 13.3....17

14) Mencione los cargos de mayor relevancia 18

15) Enuncie los indicadores de gestión logística y 18

16) Defina las estrategias utilizadas para 19

17) Conclusiones....19

Introducción

Para comenzar, ¿sabes que trayectoria debe atravesar un producto para llegar a tus manos? Para poder adquirir un producto en tiendas mayoristas o minoristas deberán atravesar por una larga trayectoria, la cual se llama Cadena de Suministro, en la cual interactúan varios eslabones, donde se adquieren las materias primas hasta la fabrica y convertirla en un producto terminado basado a las necesidades del Cliente (Rey).

A continuación, se describirá detalladamente el paso a paso del producto en la cadena de suministro, en este caso el producto es el Limón Tahití.

1) Descripción Del Producto

Imagen 1.1

FICHA TÉCNICA LIMÓN TAHITÍ



PRODUCTO:	Limón
VARIEDAD:	Tahití
NOMBRE CIENTÍFICO:	*Citrus latifolia*
ORIGEN:	Colombia
DESCRIPCIÓN:	Es de forma ovalada o redonda, de cáscara delgada sin semilla y muy jugoso. Tiene un tamaño de 5 a 7cm de largo y unos 4 a 6cm de diámetro. La piel de este tipo de limón es delgada de color verde oscura y pulpa verde clara.
CALIDAD:	Para el empaque los frutos deben estar enteros, sanos, libres de bacterias, sin daño físico, libres de humedad, sin tierra.
CALIBRES:	USA: 110, 130, 150, 175, 200, 230, 250. EUROPA: 36, 42, 48, 54, 60, 63.
EMBALAJE:	El producto se despacha en cajas de 40lbs para USA y en cajas de 4,5kg para Europa, fabricadas en cartón corrugado.
PALETIZADO:	Cajas de 40lb: 70 cajas por pallet, 20 pallets por contenedor, 1400 cajas por contenedor. Cajas de 4,5kg: 240 cajas por pallet, 20 pallets por contenedor, 4800 cajas por contenedor.

2) ¿Cuáles son las variables que afectan el proceso de DFI para el producto?

   Afectan variables como la elevación de costos en los insumos o materias primas afecta en los procesos logísticos, los desastres naturales como los terremotos, incendios, inundaciones etc. fallas producidas por el hombre dentro de la empresa, falta de capacitación de los operarios, o daños en maquinaria, atrasan los tiempos de entrega; incluyendo los robos de mercancía, estas variables afecta seriamente el proceso de DFI tanto en costos, como inventario, perdida de clientes y bajando en rendimiento de la empresa.

3) ¿Cuáles países fueron los elegidos para exportar el producto y por qué?

   los países seleccionados para esta exportación del limón fueron Estados Unidos, España, España, India

   porque entre Colombia, Estados Unidos y España, cuentan con un tratado de libre comercio, lo que indica que es libre de aranceles, generando un mejor clima de inversiones y ventas y para India, se da la oportunidad de que conozca un nuevo producto proveniente de Colombia y así generar nuevos clientes.

4) ¿Cuál es la Subpartida arancelaria del producto y que requisitos se necesitan para exportar?

   Los requisitos que debe adquirir el exportador para llevar este producto a ciertos países son los siguientes:

   - Contar con Registro Único Tributario (RUT) el cual es un mecanismo para ubicar, identificar y clasificar el producto, tramitando este registro en las oficinas de la DIAN. (Según el decreto 2645 de 2011, el Ministerio de Hacienda)

- Ubicar la subpartida arancelaria

  El limón Tahití se clasifico bajo la subpartida arancelaria de 0805.50.22.00 lo que nos permite conocer los documentos a exportar, e impuestos del producto en el país de destino.

- Vistos buenos

  El producto requiere de unos certificados ante la DIAN para poder ser exportado:

  ★ Certificado de exportación del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA (Este certificado se presenta de solicita de manera electrónica y se solicita ante el INVIMA) (Sólo se solicita una vez)

  ★ Certificado Fitosanitario del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA (Este certificado no es electrónico, se debe presentar en el embarque y desembarque de la carga, se solicita ante ICA, se debe registrar como exportador de alimentos y luego más adelante solicitar el certificado) (Sólo se solicita una vez)

  ★ Certificado Inspección Sanitaria de Exportaciones de Alimentos y Materias Primas del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA. (Este certificado no es de tipo electrónico, se solicita ante INVIMA) (Se solicita cada vez que se quiere exportar).

- Verificación de documentos aduaneros para despacho ante la DIAN

  ★ Verificar términos y negociaciones (INCOTERMS)

  ★ Puede utilizar un agente de carga o marítimo para la contratación del flete internacional.

- ★ En la DIAN del puerto, aeropuerto o paso fronterizo puede solicitar la solicitud de autorización de embarque.
- ★ Si la exportación tiene un valor superior a USD10.000, este procedimiento se debe hacer a través de una agencia de aduana

- Medios de pago.

  Elegir el medio de pago mas adecuado, existen dichas formas de pago mas cómodas que se ajustan a los requerimientos del cliente, como:

  Giro Directo: transacción directa

  Giro anticipado: El pago se debe realizar antes que la mercancía entre a territorio extranjero.

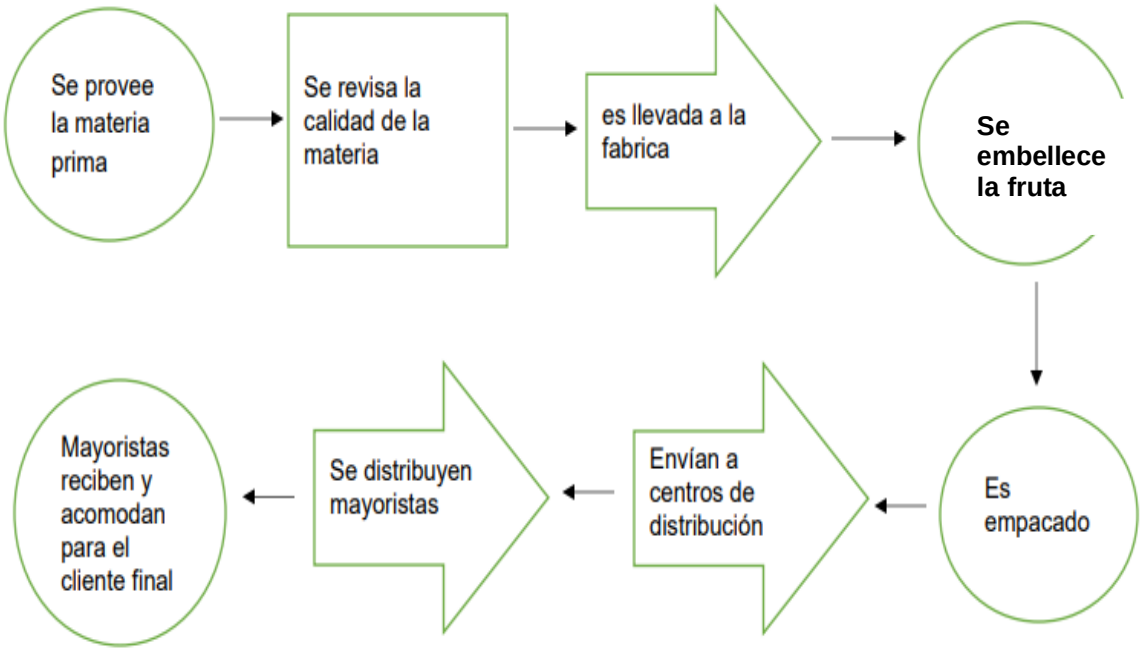
  Carta de crédito: es cuando el banco se compromete con el vendedor a pagar una suma determinada de dinero. Las cartas de crédito se clasifican según su conveniencia. Están;

  - ★ **Disponibilidad de pago**: se recibe el pago después de presentar los documentos necesarios en el tiempo establecido de aceptación de pago diferido
  - ★ **Compromiso de pago:** se hace una certificación de la autenticidad del crédito o confirmada garantiza el desembolso únicamente cuando se cumplan los términos y las condiciones del crédito

- Cobranza: Es cuando el exportador emite a su banco local la cobranza, anunciándole al banco del importador que debe hacer el pago de la mercancía.

5) Flujograma, proceso de producción Limón Tahití.

Imagen 5.1



6) Método de almacenamiento para el limón

El limón se transporta en cajas de cartón para mayo protección, resistencia a la humedad, fácil manejo y además soporta un peso aproximadamente de 18kg.

Imagen 6.1



- Normas de embalaje y etiquetado
  - ★ Embalar en pallets de 1.200 x 1.000 mm en filas de 3 de alto x 4 de ancho
  - ★ Embalar el producto en contenedores fuertes, que absorban la humedad
  - ★ Distribuir el peso del producto uniformemente
  - ★ Utilizar una protección adecuada y un anclaje dentro del contenedor
  - ★ Utilizar contenedores transatlánticos o paletas para el embalaje para asegurar un fácil manejo
  - ★ El idioma en el embalaje y etiquetado, el inglés es obligatorio. Otros idiomas son optativos. El "Hecho en", es obligatorio.

    Un ejemplo de cómo puede ir la etiqueta

Imagen 6.2



7) los riesgos más relevantes que se identificaron dentro del proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos

Se identificaron Riesgos Internos y Externos

- Riesgo Interno: la maquinaria dejara de funcionar por cualquier motivo

Las acciones serian, enviar pedido de los productos que están en Stock mientras se realiza el mantenimiento de la máquina.

- Riesgo Externo: Bloqueo de vías por protestas, derrumbes, a la hora de distribuir el producto

Las acciones a tomar es que el transportista informe a la fabrica para que le brinden una solución, si puede ir por una vía terciaria y le brinden otra ruta.

8) Canal de distribución, modo y medio de transporte y red geográfica de distribución del Limón.

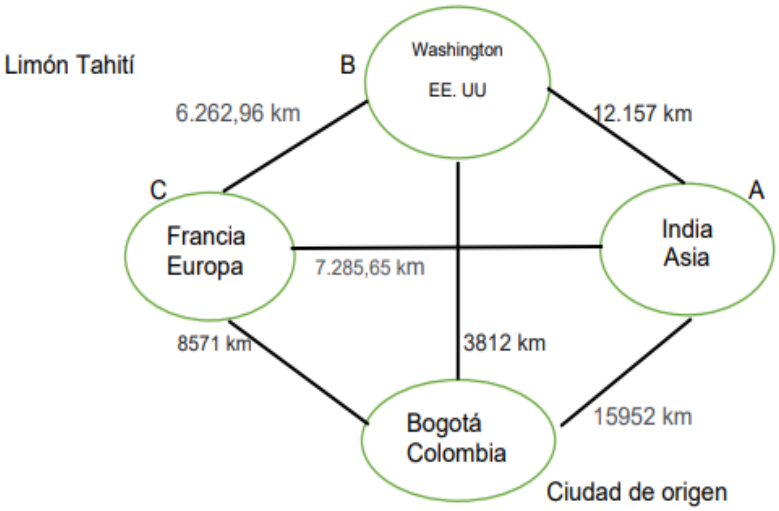
Su tipo de canal de distribución es intensiva, ya que intervienen una gran cantidad e intermediarios para hacer llegar el producto a mayor numero de personas.

Imagen 8.1



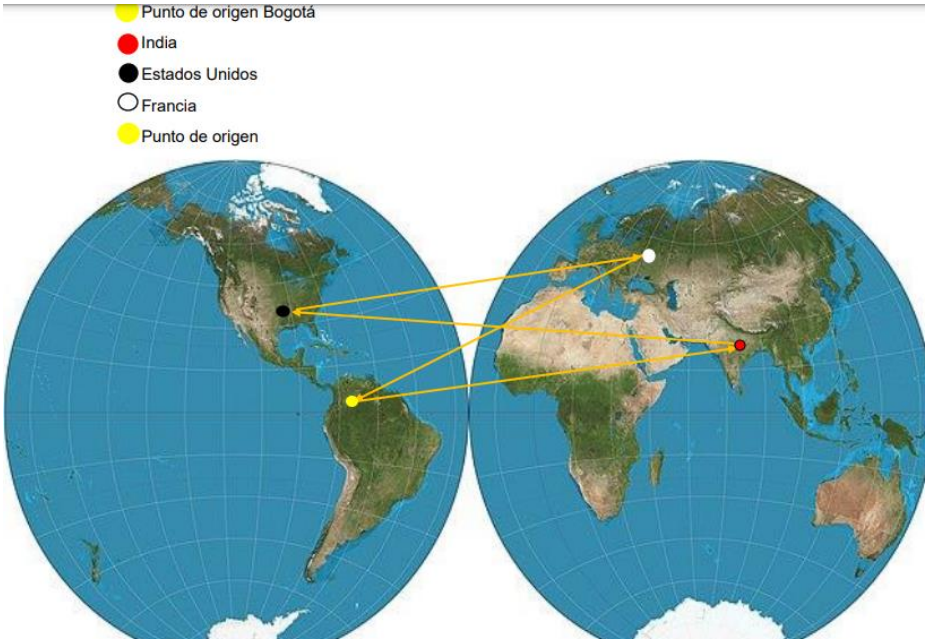
Red Geográfica

Imagen 8.1



Origen, A, B, C, origen.
662,976 km
Origen, A, C, B, Origen
1,374,625 km
Origen B, A, C, origen
753,105 km
Origen B, C, A, origen
1,374,625 km
Origen C, A, B, origen
753,105 km
Origen C, B, A, Origen
662,976 km

Imagen 8.2



9) El proceso de trazabilidad del limón Tahití y porque es importante realizar dicho seguimiento

   Primero se debe llevar la trazabilidad de la materia prima, cuantas toneladas de limón llega a la fábrica, en el proceso de producción se debe llevar una trazabilidad de los productos terminados por lotes con su codificación lo que permite ver las iniciales del productor y la fecha en formato año, mes y día en que fueron procesados así se llevara un control del producto en caso de que surjan problemas de seguridad alimentaria y deba ser retirado el producto y se pueda localizar mucho más rápido, después que el limón queda como producto terminado se lleva el producto a sus centros de almacenamiento donde se llevara un inventario de todos los productos en stock y pedidos a enviar a centros mayoristas o minoristas, una ves distribuidos se encuentra la trazabilidad en el control de los camiones, los cuales queda en una base de datos el nombre del operario transportista la fecha y hora en que sale y con cuantas unidades de producto va a transportar y hacia donde se dirige, llevando así un registro, después de ser distribuido a sus centros continua la trazabilidad en los clientes, por medio de encuesta y otros medios.

10) Resuma las estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro

    Se combinan las estrategias de integración vertical hacia delante con el cliente nacional, con estrategias de integración vertical hacia atrás con el proveedor de materia prima lo que significa que En el caso de la empresa productora de limón Tahití va a requerir en lo posible un gran cantidad de camiones para el transporte del limón 3 Tahití a las grandes empresas evitando hacer

subcontrataciones por empresas externas de distribución de mercancías, que en el mayor de los casos se llevan una gran ganancia reducida en el margen de producción por querer cubrir estos gastos, y con esta inversión la empresa de limón lograría tener transportes que salen desde la empresa productor hacia el lugar de empacado asumiendo ellos mismo con el tiempo de distribución sin esperar el cumplimiento de un tercero que no le va dar la misma importancia ni agilidad en los procesos de entrega, todo esto permitiendo que lo clientes nacionales puedan aprovechar al máximo el limón a un costo mucho mejor y con precios de competencia en los mercados nacionales, posicionando sus empresas y en este caso posicionando un producto asequible al consumidor final.

11) Indique el software que utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características

SOFTWARE GIITIC: cuenta con las herramientas necesarias para supervisar y gestionar las actividades de los colaboradores que participan en el proceso de producción también le ayudará a determinar costos individuales de cada producto fabricado por su empresa.

Controlar el total del stock e inventario de la materia prima utilizada por su empresa, el software se especializa en optimizar cada recurso también podrá evaluar de inicio a fin toda la operación del proceso de fabricación, de acuerdo con los estándares de calidad que apliquen en su compañía.

12) Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones

El contrato de compraventa pactado con el cliente es el siguiente,

Imagen 12.1

Contrato de compraventa Estados Unidos



CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

FECHA: 10 de noviembre del 2022

DE UNA PARTE, Limón Tahití S.A.S. con domicilio en Calle 5 # 34B Centro Bogotá, Colombia número de identificación/registro fiscal 1002.963.067 representada por Yina Gabriela Certuche Sandoval el Vendedor

Y DE OTRA, Empresa LOADS con domicilio socialFirst Avenue (1st), Manhattann número de identificación/registro fiscal 975.932.948, representada por Williams Browns Comprador

Ambas Partes declaran que tienen interés en realizar operaciones de compraventa de mercancías a las que se refiere el presente Contrato y acuerdan lo siguiente:

Firma Vendedor: *Yina Gabriela Certuche* Firma Comprador: *Williams Browns*

Cargo: jefe en ventas internacional Cargo: Agente Comercial

1. PRODUCTOS

Por medio del presente Contrato, el Vendedor se obliga a suministrar y el Comprador se obliga a adquirir: Los siguientes productos Limón Tahití con cantidades de cuatro mil cajas (4.000)

2. PRECIO

El precio total de los productos que el Comprador se compromete a pagar al Vendedor será de 16,746,43 dólares (Dieciséis mil setecientos cuarenta y seis, cuarenta y tres dólares) Dicho precio:

dólares) Dicho precio.

Es la suma de los precios de todos los productos y cantidades descritos en la Cláusula 1. Ambas Partes se comprometen a renegociar el precio pactado cuando éste se vea afectado por cambios sustanciales en el mercado internacional, o por situaciones políticas, económicas o sociales en el país de origen o en el de destino del producto, que perjudiquen notablemente a una de las Partes.

Firma Vendedor: *Yina Gabriela Certuche* Firma Comprador: *Williams Browns*

Cargo: jefe en ventas internacional Cargo: Agente Comercial

3. CONDICIONES DE ENTREGA

El Vendedor entregará los productos en puerto de Nueva York de Estados Unidos en condiciones INCOTERMS Ex-Works (EXW). Deberá entregar la mercancía en el lugar establecido, y al transportista designado por el Comprador, como máximo un día antes de la fecha límite establecida en el presente Contrato. Si a la llegada de la mercancía a destino, el Comprador no se hace cargo de la misma, el Vendedor podrá exigir el cumplimiento del Contrato y, en concreto, que se efectué el pago del precio convenido.

4. ENVASE Y EMBALAJE

El Vendedor se obliga a entregar los productos objeto del Contrato, debidamente embalados y protegidos de acuerdo a sus características específicas y a las condiciones del transporte que se vaya a realizar.

5. FORMA DE PAGO

El Comprador se obliga a pagar el precio total que figura en el Contrato. El pago de dicho precio se realizará:

En efectivo, mediante cheque, o transferencia bancaria abonada en las cajas de la oficina bancaria designada por el Vendedor.

- Los siguientes pasos para la exportación:

    ★ Investigar el gravamen arancelario del producto:

    Subpartida arancelaria del limón es (0805.50.22.00) acorde a ello se miran los impuestos a pagar

    ★ Identificar los acuerdos comerciales con el país importador:

    Estados unidos y Colombia cuentan con un acuerdo de Libre comercio, lo que indica que es libre de aranceles e impuestos del producto

    ★ Documentos y Certificación ante la DIAN:

    Contar con el RUT y con certificado de exportación al INVIMA, Certificado Fitosanitario del IC y certificado de inspección sanitaria de Exportaciones de Alimentos y Materias Primas ante el INVIMA

    ★ Términos y Negociaciones:

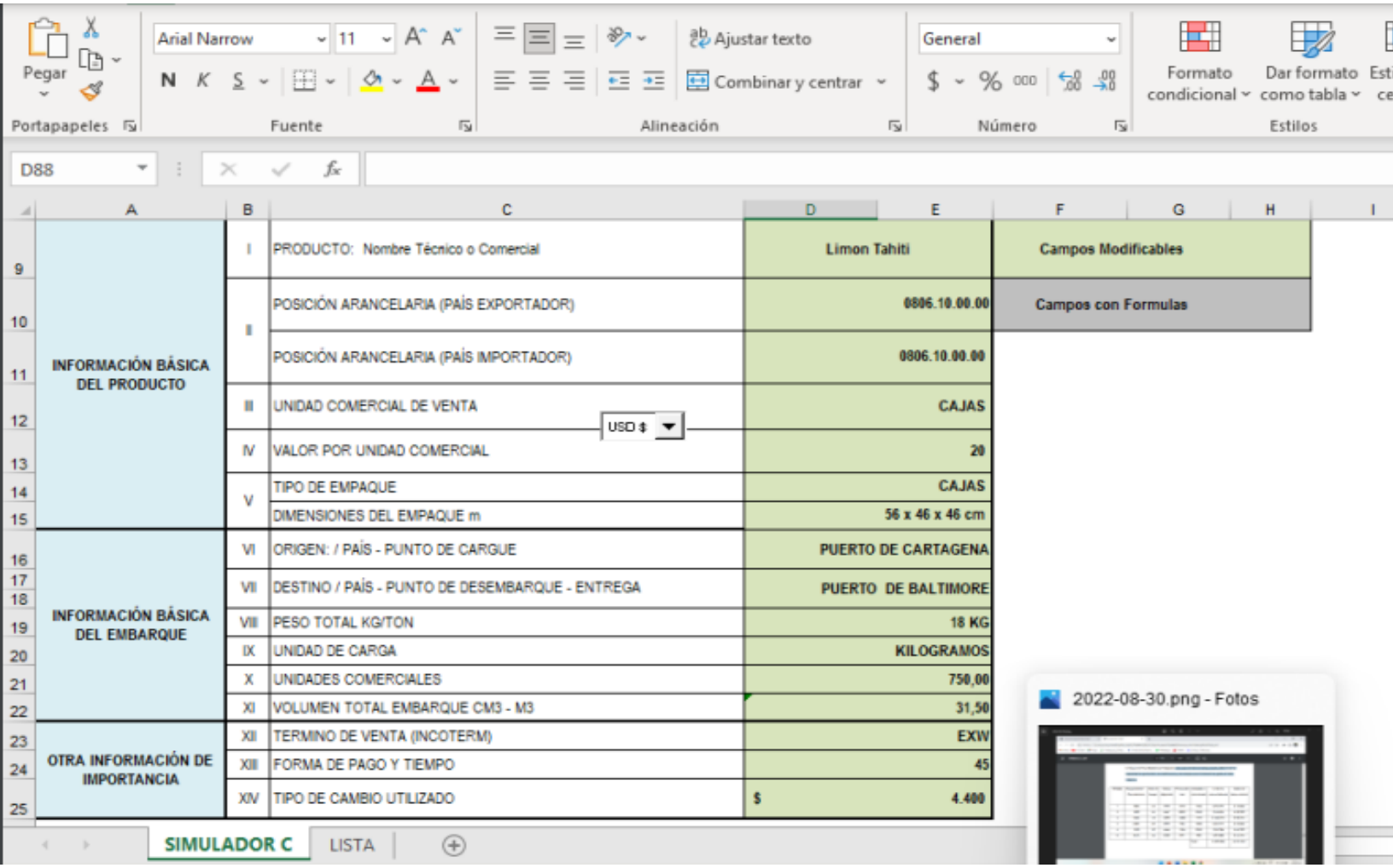
    Incoterms CFR, lo que significa que Colombia como exportador asume los riesgos y costos hasta el puerto Estados Unidos y una vez allí terminan sus obligaciones.

    ★ Medios de Pago:

    Giro anticipado, lo que significa que este pago se realiza antes que la mercancía exportada llegue a territorio extranjero.

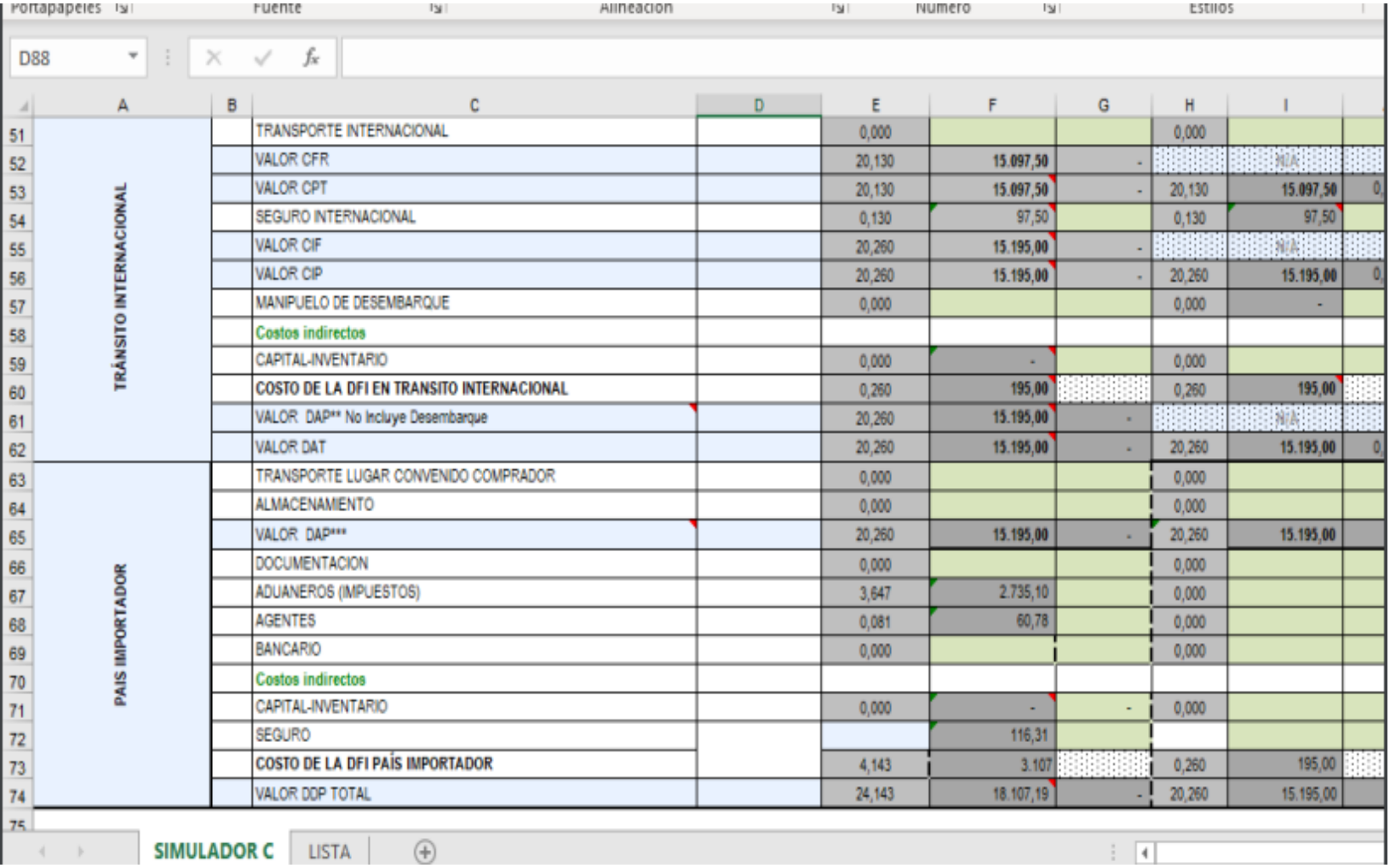
13) Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación

Imagen 13.1



INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	Limon Tahiti	Campos Modificables	
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	0806.10.00.00	Campos con Formulas	
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	0806.10.00.00		
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	CAJAS		
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	20		
	V	TIPO DE EMPAQUE	CAJAS		
		DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	56 x 46 x 46 cm		
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	PUERTO DE CARTAGENA		
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	PUERTO DE BALTIMORE		
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	18 KG		
	IX	UNIDAD DE CARGA	KILOGRAMOS		
	X	UNIDADES COMERCIALES	750,00		
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	31,50		
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	EXW		
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	45		
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	$ 4.400		

Imagen 13.2



Portapapeles | Fuente | Alineación | Número | Estilos

D88

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
51	TRÁNSITO INTERNACIONAL		TRANSPORTE INTERNACIONAL		0,000			0,000	
52			VALOR CFR		20,130	15.097,50	-		#¡VA
53			VALOR CPT		20,130	15.097,50	-	20,130	15.097,50
54			SEGURO INTERNACIONAL		0,130	97,50		0,130	97,50
55			VALOR CIF		20,260	15.195,00	-		#¡VA
56			VALOR CIP		20,260	15.195,00	-	20,260	15.195,00
57			MANIPUELO DE DESEMBARQUE		0,000			0,000	-
58			Costos indirectos						
59			CAPITAL-INVENTARIO		0,000	-		0,000	
60			**COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL**		0,260	195,00		0,260	195,00
61			VALOR DAP** No Incluye Desembarque		20,260	15.195,00	-		#¡VA
62			VALOR DAT		20,260	15.195,00	-	20,260	15.195,00
63	PAIS IMPORTADOR		TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR		0,000			0,000	
64			ALMACENAMIENTO		0,000			0,000	
65			VALOR DAP***		20,260	15.195,00	-	20,260	15.195,00
66			DOCUMENTACION		0,000			0,000	
67			ADUANEROS (IMPUESTOS)		3,647	2.735,10		0,000	
68			AGENTES		0,081	60,78		0,000	
69			BANCARIO		0,000			0,000	
70			Costos indirectos						
71			CAPITAL-INVENTARIO		0,000	-	-	0,000	
72			SEGURO			116,31			
73			**COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR**		4,143	3.107		0,260	195,00
74			VALOR DDP TOTAL		24,143	18.107,19	-	20,260	15.195,00
75									

SIMULADOR C | LISTA

Imagen 13.3

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE

FACTURA N° / INVOICE: 001 FECHA / DATE: 07-sept.-2022

EXPORTADOR / MANUFACTURER:

Empresa / Company Name: empresa colombia tahiti
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 90007
Nombre / Name: yina gabriela certuche sandoval
Dirección / Address: Puerto de cartagena Cl. 28 #24-39, Cartagena de Indias, Provincia de Cartagena, Bolívar
Ciudad / City: Cartagena País / Country Colombia
Teléfono / Phone: 3200984563

DESTINATARIO / CONSIGNEE

Empresa / Company Name: organizacion caribia
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 1234567
Nombre / Name: organizacion caribia
Dirección / Address: Puerto Miami 1001 N America Way, Miami, FL 33132, Estados Unidos
Ciudad / City: Miami (AZ) País / Country: Estados Unidos
Teléfono / Phone: 3121124345

MODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT	INCOTERM	DIMENSIONES / DIMENSION OF SHIPMENT			PESO BRUTO / TOTAL GROSS WEIGHT	UNIDADES DE CARGA / TOTAL NUMBER OF PACKAGES
Marítimo/Fluvial	EXW	12,03	2,35	2,39	108.000,00	1,00

POSICIÓN ARANCELARIA / HS CODE	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	PRECIO UNITARIO USD / UNIT PRICE USD	TOTAL USD / TOTAL USD
08.06.10.00	Limon Tahiti / tahiti lemon / Cotizacion Fruta Citrica	6.000	7,95	47.727,27

SUBTOTAL USD	47.727,27
EMPAQUE Y EMBALAJE	0,00
DESCUENTO / DISCOUNT	-0,00
SEGURO / INSURANCE	0,00
TRANSPORTE Y OTROS / SHIPPING AND HANDLING	0,00
OTROS / OTHERS	0,00
TOTAL USD	**47.727,27**

OBSERVACIONES / OTHERS:

ENTREGA EN AEROPUERTO INTERNACIONAL DE MIAMI

14) Mencione los cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades.

    Como todo trabajo debe contar con una buena calidad de desempeño, pero para el producto el cargo de mayor relevancia es coordinador de despacho, porque su responsabilidad para el producto es organizar el despacho de mercancía, supervisar, controlar el inventario de mercancía, dirigir y coordinar y es un poco complejo ya que es una responsabilidad de liderar, ser la columna de todo el proceso para poder que el producto total mente terminado (empacado, etiquetado embalado etc.…) llegue a su destino final en buenas condiciones y no entorpecer todo el proceso.

15) Enuncie los indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física

    - Para medir el área de Aprovisionamiento, se implementó el indicador KPI de numero de compras a proveedores
    - Para medir los indicadores de almacén, se implementó el indicador KPI de Promedio de despachos por hora.
    - Para medir el inventario, se implemento el indicador KPI cantidad producida y eficiencia en la producción.
    - Para el transporte, se implemento el indicador KPI, ciclo del tiempo de transporte, unidad de transporte operativas, unidad de transporte disponibles.
    - Para medir los indicadores de gestión, se utilizó Fisrt Time Through un indicador de calidad, con el cual es posible calificar y medir la calidad durante la producción donde se detecta las unidades

defectuosas o aquellos productos que no cumplen con los estándares de calidad requeridos.

16) Defina las estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente

Para optimizar el proceso, se debe contar con documentos y certificaciones al día, contar con buen personal capacitado, implementar canales y red de distribución eficaces, implementar softwares, tecnologías e inventarios para optimizar tiempos, procesos y costos, implementar un buen manejo en la trazabilidad del producto, contar con planes de contingencia para los momentos de riesgos, y siempre cumplir con la demanda del cliente a corde a sus necesidades

17) Conclusiones

Ahora que hemos visto todo lo anterior, se deduce que, el producto que llega a nuestras manos, pasa por ciertos pasos y riesgos, la Distribución Física Internacional embellece cierta materia prima, para obtener un producto terminado, contando con ciertos documentos, capacidades requeridas, tiempo y dinero, para satisfacer las necesidades de los clientes.

Es muy importante contar con una trazabilidad del producto la razón para encontrar fallas en todo el proceso y de poder mejorar aquellas fallas, implementar herramientas tecnológicas, softwares e inventarios en todo este proceso.

EVIDENCIA 4: IMPLEMENTAR PLANES DE MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS DE LA EMPRESA

PRESENTADO POR:

JEISON SARMIENTO MONTAÑO

DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

FICHA: 2404846

SENA

Actividad de proyecto 17 Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional

1. **Seleccione un proceso de distribución física que haya realizado para la empresa con la que ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.**

El procedimiento de ALMACENAMIENTO ha sido elegido dentro de la distribución física durante las actividades precedentes, durante las cuales hemos trabajado en numerosos ámbitos de la trazabilidad de un producto desde su cosecha hasta su destino final.

2. **Asigne los responsables (puede ser un departamento de la empresa o específicamente un funcionario de ella) de las actividades a ejecutar y del seguimiento a estas.**

El jefe de bodega y los auxiliares de bodega son los encargados de este proceso y realizarán las tareas necesarias para su creación, ejecución y seguimiento.

3. **Asigne los recursos, tiempo y dinero que se van a utilizar para implementar dichas actividades**

Para cumplir con las metas de las acciones a implementar en este proceso, se asignan recursos como el almacén, bienes almacenados, software y herramientas de software en un tiempo predeterminado de siete días con recursos financieros del área financiera.

4. **Explique la forma en la cual va a desarrollar estas actividades.**

Para alcanzar el objetivo propuesto de un plan de mejora en el área de almacenamiento, desarrollaremos un sistema de almacenamiento de las existencias, haciéndolas más precisas para satisfacer la demanda en cantidad y tiempo. Este sistema se implementará para que los productos estén disponibles en tiempo real a las cantidades solicitadas por los clientes, y el desarrollo de esta actividad es tener suficiente cantidad en todos los mercados actualmente disponibles.

5. **Determine el calendario que cada actividad requiere**.

		Días													
Ítem	Procesos	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7
1	Contabilizar los stocks														
2	Organizar en almacén														
3	Registrar los lotes														
4	Comparar la demanda y la oferta														
5	Clasificación														
6	Organizar los datos														
7	Resultados														

6. **Establezca indicadores con los cuales pueda medir su desempeño.**

Costo de unidad almacenada: Coste de almacenamiento / Número de unidades almacenadas (determina si el almacén es lo suficientemente grande para albergar los productos)

Costo metro cuadrado: Mida el valor de cada metro cuadrado del almacén para determinar si es posible o si hay que alquilar espacio. Costes totales de funcionamiento del almacén/Superficie total de almacenamiento.

Despachos: Conocer la eficacia de completar las entregas de los pedidos realizados por las personas al cliente final y el número total de entregas requeridas (rendimiento de las entregas).

7. **Seleccione una estrategia de mejora y explique cómo puede implementarla en la organización.**

Una táctica consiste en disponer de un calendario de entrega de los productos cuando se envían a los distintos clientes. Así se garantiza que el personal cumpla el horario de trabajo y no tenga que pagar gastos adicionales para mantener el cumplimiento de los objetivos del almacén para la recepción de los productos y su envío.

Implementar Planes De Mejoramiento En Los Procesos De La Empresa

Erick Santiago Camayo Yañez

Yina Gabriela Certuche Sandoval

Servicio Nacional De Aprendizaje- SENA

Distribución Física Internacional

2443405

Wilfred Darío Hernández Sandoval

25 de abril de 2023

1. Seleccione un proceso de distribución física que haya realizado para la empresa con la que ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

Proceso de distribución.

2. Asigne los responsables (puede ser un departamento de la empresa o específicamente un funcionario de ella) de las actividades a ejecutar y del seguimiento a estas.

El responsable de la distribución es el departamento de logística y su funcionario puede ser un coordinador logístico, gerente de materiales, gerente de envíos, gerente de transporte… etc.

3. Asigne los recursos, tiempo y dinero que se van a utilizar para implementar dichas actividades.

Para mejorar el proceso de distribución de la empresa se deberá Implemente un registro exacto de vehículos, conductores y transportistas, también incorporar tecnología de geoposicionamiento en las unidades de transporte y planificar las entregas

4. Explique la forma en la cual va a desarrollar estas actividades.

- Se deberá crear un registro de Placas, condiciones mecánicas y capacidad de los vehículos, acompañado de documentos de identificación (incluyendo fechas de vencimiento) de los conductores y conocimiento de rutas y tarifas actualizadas de las empresas transportistas subcontratadas.
- Acompañado de la tecnología GPS que permitirá el geoposicionamiento lo cual indica el punto exacto donde se localizan las unidades

- Y, por último, asegurar los pedidos capturados en algún medio electrónico, para que sea más fácil la agrupación por zonas geográficas y así, mejorar las estrategias de consolidación y el negocio de tarifas con transportistas y sean optimas.

5. Determine el calendario que cada actividad requiere.

Un proceso logístico dura aproximadamente entre 3 meses cuando se trata de envíos internacionales.

6. Establezca indicadores con los cuales pueda medir su desempeño.

Se implementará un software Tracking Management System (TMS) e invertiría en herramientas online

7. Seleccione una estrategia de mejora y explique cómo puede implementarla en la organización.

Con base en lo anterior, se implementarían los registros exactos de vehículos, conductores y transportistas, tecnología de geoposicionamiento en las unidades de transporte, planificación de entregas e implementar el indicador Tracking Management System.

Implementar Planes De Mejoramiento En Los Procesos De La Empresa

Erick Santiago Camayo Yañez

Yina Gabriela Certuche Sandoval

Servicio Nacional De Aprendizaje- SENA

Distribución Física Internacional

2443405

Wilfred Darío Hernández Sandoval

25 de abril de 2023

1. Seleccione un proceso de distribución física que haya realizado para la empresa con la que ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

Proceso de distribución.

2. Asigne los responsables (puede ser un departamento de la empresa o específicamente un funcionario de ella) de las actividades a ejecutar y del seguimiento a estas.

El responsable de la distribución es el departamento de logística y su funcionario puede ser un coordinador logístico, gerente de materiales, gerente de envíos, gerente de transporte… etc.

3. Asigne los recursos, tiempo y dinero que se van a utilizar para implementar dichas actividades.

Para mejorar el proceso de distribución de la empresa se deberá Implemente un registro exacto de vehículos, conductores y transportistas, también incorporar tecnología de geoposicionamiento en las unidades de transporte y planificar las entregas

4. Explique la forma en la cual va a desarrollar estas actividades.

- Se deberá crear un registro de Placas, condiciones mecánicas y capacidad de los vehículos, acompañado de documentos de identificación (incluyendo fechas de vencimiento) de los conductores y conocimiento de rutas y tarifas actualizadas de las empresas transportistas subcontratadas.
- Acompañado de la tecnología GPS que permitirá el geoposicionamiento lo cual indica el punto exacto donde se localizan las unidades

- Y, por último, asegurar los pedidos capturados en algún medio electrónico, para que sea más fácil la agrupación por zonas geográficas y así, mejorar las estrategias de consolidación y el negocio de tarifas con transportistas y sean optimas.

5. Determine el calendario que cada actividad requiere.

Un proceso logístico dura aproximadamente entre 3 meses cuando se trata de envíos internacionales.

6. Establezca indicadores con los cuales pueda medir su desempeño.

Se implementará un software Tracking Management System (TMS) e invertiría en herramientas online

7. Seleccione una estrategia de mejora y explique cómo puede implementarla en la organización.

Con base en lo anterior, se implementarían los registros exactos de vehículos, conductores y transportistas, tecnología de geoposicionamiento en las unidades de transporte, planificación de entregas e implementar el indicador Tracking Management System.

Actividad de proyecto 17

Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional

Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa

Estudiantes

David Vogel

Luz Bibiana Cabezas

Franny Vásquez

Mayerlin Campo

Instructor: Janeth Motta Martínez

Distribución Física Internacional

Centro de comercio y servicio regional Cauca.

03 de mayo de 2023

Tabla de contenido

Introducción 2

Plan de mejoramiento en el proceso de almacenamiento..... 3

Responsables del área de almacenamiento..... 4

Tabla 1..... 5

Tabla 2..... 6

Tabla 3..... 6

Tabla 4..... 7

Indicadores 8

Estrategia..... 9

Conclusiones 10

Introducción

Una organización siempre debe estar en pro de mejorar todos sus procesos, para ser cada vez más competitiva dentro de un mercado que día a día es más exigente, por lo que debe realizar propuestas de mejora que puedan contribuir a que la compañía sea más sobresaliente que otras empresas.

Además, toda empresa debe intentar ser cada día mejor que el anterior y para lograrlo, debe sin duda realizar ajustes en cada proceso que de alguna forma impacte positivamente su funcionamiento.

Basado en lo anterior, es importante realizar acciones de mejora, en las cuales se especifiquen las actividades que deben realizarse para alcanzar los objetivos planteados, para ello hay que determinar las tareas, las diferentes acciones a desarrollar, el período de obtención y los indicadores de seguimiento de las mismas.

Por lo anterior, elabore un plan de mejoramiento que contenga los siguientes aspectos:

1. Seleccione un proceso de distribución física que haya realizado para la empresa con la que ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

Plan de mejoramiento en el proceso de almacenamiento

- **Fallas en el área de almacenamiento**

Se evidencia múltiples fallas en el área de almacenamiento debido a:

1. Procesos inapropiados por falta de control, monitoreo seguimiento y distribución de la mercancía.

2. Posibles fallas humanas en el control de inventario

3. Rotación inapropiada de la mercancía.
4. Falta de verificación sobre condiciones óptimas en la instalación de depósito de la mercancía.

5. Desconocimiento de funciones y obligaciones por personal autorizado en el área de almacenamiento

2. Asigne los responsables (puede ser un departamento de la empresa o específicamente un funcionario de ella) de las actividades a ejecutar y del seguimiento a estas.

Responsables del área de almacenamiento

a) **Gerente de operaciones**: es el encargado de supervisar todas las actividades relacionadas con la producción, el almacenamiento y distribución de café molido. En el área de almacenamiento su función es asegurar que se cumplan los objetivos de la empresa en términos de calidad se cumplan cantidad y tiempo de entrega.

b) Jefe de almacenamiento: encargado de supervisar las actividades diarias del almacén, su función es que los productos se almacenen de manera correcta y que se mantenga un controlo de inventario preciso, también es el encargado de coordinar el personal del almacén y de mantener los equipos y herramientas en buen estado.

c) Personal de almacenamiento: son los encargados de realizar las actividades diarias del almacén, como recibir y almacenar el café molido, empacarlo etiquetarlo controlar el inventario, preparar los pedidos y realizar la limpieza del área de almacenamiento.

d) Encargado de control de calidad: es el encargado de asegurarse que el café molido que se almacena cumpla con los estándares de calidad, establecidos por la empresa, su función es inspeccionar la calidad de café molido que llega al almacén y asegurarse de que se almacene en condiciones óptimas para mantener su calidad.

Responsables en el área de almacenamiento	**Falencia encontrada**	**Actividades a ejecutar**
Gerente de operaciones:	Procesos inapropiados por falta de control, monitoreo seguimiento y distribución de la mercancía	Hacer un análisis del proceso de almacenamiento actual de café y detectar áreas que necesitan mejora
Jefe de almacenamiento	Control de inventario inapropiado debido a Rotación inapropiada de la mercancía.	Reducir el tiempo de almacenamiento del café en un 30%, mejorar la rotación de inventario en un 50%
Personal de almacenamiento	Productos sin rotación con fecha próxima a caducar	Sacar mercancía a la venta con oferta de descuento en precio del 20%, 30% 50% según corresponda fecha de vencimiento
Jefe de almacenamiento	fallas humanas en el control de inventario	Implementación de Software de gestión de inventarios, permitiendo realizar un seguimiento preciso del inventario en tiempo real
Encargado de control de calidad	Falta de verificación sobre condiciones óptimas en la instalación de depósito de la mercancía ubicada en zonas de humedad provocando mala calidad en el producto	Implementación de sistemas de monitoreo de temperatura y humedad
Incluye todos los cargos en el área de almacenamiento	Desconocimiento de funciones y obligaciones por personal autorizado, en el área de almacenamiento	Programar capacitaciones al personal en técnicas de almacenamiento revisión y actualización en los procedimientos de almacenamiento entre otros

Tabla 1.

3. Asigne los recursos, tiempo y dinero que se van a utilizar para implementar dichas actividades.

Tabla 2.

Actividades a realizar	Tiempo estimado	Costos
Hacer un análisis del proceso de almacenamiento actual de café y detectar áreas que necesitan mejora	Dos días	20.000
Reducir el tiempo de almacenamiento del café en un 30%, mejorar la rotación de inventario en un 50%	Cada 7 días	00000
Sacar mercancía a la venta con oferta de descuento en precio del 20%, 30% 50% según corresponda fecha de vencimiento	3 días	15000
Implementación de Software de gestión de inventarios, permitiendo realizar un seguimiento preciso del inventario en tiempo real	5 días	7.000.000
Implementación de sistemas de monitoreo de temperatura y humedad	Todos los días	2.500.000
Programar capacitaciones al personal en técnicas de almacenamiento revisión y actualización en los procedimientos de almacenamiento entre otros	10 horas; dos horas por día de lunes a viernes	2.000.000

4. Explique la forma en la cual va a desarrollar estas actividades.

Tabla 3.

Actividades a realizar	**Metodología para el desarrollo de las actividades**
Hacer un análisis del proceso de almacenamiento actual de café y detectar áreas que necesitan mejora	Realizar un análisis de flujo, que permita representar gráficamente el proceso de almacenamiento, identificando los diferentes pasos que se deben seguir y las interacciones entre ellos, detallando así los procesos y detectar posibles cuellos de botella.
Reducir el tiempo de almacenamiento del café en un 30%, mejorar la rotación de inventario en un 50%	Establecer alertas de reordenamiento y generar informe de análisis de rotación tenido en cuenta inventarios fecha de entada y salida de la mercancía, y control de stock en tiempo real
Sacar mercancía a la venta con oferta de descuento en precio del 20%, 30% 50% según corresponda fecha de vencimiento	Ofrecer la oferta a los diferentes clientes, mediante publicidad, a través de redes sociales mensajes, y promoción en puntos de venta y a trabajadores en la empresa.
	Después de evaluar las necesidades del área de almacenamiento de café se determina que características se tendrán en cuenta para la selección del software, este debe realizar un seguimiento a la cantidad del café almacenado, la fecha de vencimiento la calidad

Implementación de Software de gestión de inventarios, permitiendo realizar un seguimiento preciso del inventario en tiempo real	del café y la ubicación en el almacén luego se procede a Integrar las diferentes ares de la empresa relacionadas con las funciones de almacénamelo, para que puedan hacer uso del software de manera óptima garantizando mediante las capacitaciones el conocimiento sobre la entrada de datos, generación de informes, y la interpretación de la información del software optimizando el funcionamiento del área de almacenamiento.
Implementación de sistemas de monitoreo de temperatura, humedad y ventilación	Instalación de sensores inalámbricos de temperatura, humedad y ventilación en diferentes puntos de la zona de allanamiento de café, estos sensores envían los datos a un sistema de monitorio centralizado.
Programar capacitaciones al personal en técnicas de almacenamiento revisión y actualización en los procedimientos de almacenamiento entre otros	Mediante secciones de capacitación presencial al personal, en el lugar de trabajo, utilizando el propio café almacenado para la capacitación mediante un instructor experto en técnicas de almacenamiento de café, permitiendo la interacción directa y la retroalimentación inmediata entre el instructor y los empleados. Esto permite a los empleados aprender en su entorno de trabajo y aplicar las técnicas de almacenamiento de café de manera práctica, también se tendrá en cuanta las capacitaciones en línea incluyendo módulos de aprendizaje videos, tutoriales, cuestionarios y otras herramientas digitales

5. Determine el calendario que cada actividad requiere.

Tabla 4.

Actividad	Semana 1 del mes de mayo de 2023	Semana 2 del mes de mayo de 2023	Semana 3 del mes de mayo de 2023
Hacer un análisis del proceso de almacenamiento actual de café y detectar áreas que necesitan mejora	Dia 1 y 2 de mayo		
Reducir el tiempo de almacenamiento del café en un 30%, mejorar la rotación de inventario en un 50%		Incluye toda la semana	Incluye toda la semana
Sacar mercancía a la venta con oferta de descuento en precio del 20%, 30% 50% según corresponda fecha de vencimiento	Días 3, 4 y 5 de mayo		
Implementación de Software de gestión de inventarios, permitiendo realizar un seguimiento preciso del inventario en tiempo real		Incluye 5 días de la semana	
Implementación de sistemas de monitoreo de temperatura, humedad y ventilación		Incluye 2 días e la semana	
Programar capacitaciones al personal en técnicas de almacenamiento revisión y actualización en los procedimientos de almacenamiento entre otros			Incluye 5 días de la semana a

6. Establezca indicadores con los cuales pueda medir su desempeño.

Indicadores

- **Indicador de ventas**: la cantidad de café que se vende en un determinado periodo de tiempo, puede indicar el nivel de demanda del producto, así como también la eficacia de las estrategias de marketing y ventas, bajo esta premisa se hace una proyección de aumento de ventas en un 20% y 30% mensual

- **Indicador de rentabilidad**: mediante el margen de beneficio que es la diferencia entro los ingresos y los costos, un margen de beneficio alto indica que la empresa esta generando ingresos de manera efectiva y controlando sus costos.

- **Indicador de satisfacción del cliente:** permite medir el éxito de cualquier empresa, en caso del café molido se puede medir mediante la retroalimentación de los clientes, así como también las opiniones y calificaciones que se reciben en línea.

- **Indicador de productividad**: para medir el desempeño de la empresa, a través de la cantidad de café que se produce en un determinado periodo de tiempo y la eficacia de los procesos y procedimientos utilizados para la producción de café.

7. Seleccione una estrategia de mejora y explique cómo puede implementarla en la organización.

Estrategia

- ✓ **Ampliar una gama de productos**: la consiste en incluir una oferta de diferentes variedades de café, así como también la inclusión de productos complementarios como alimentos, tales como: mermeladas, galletas, tostadas, leche, derivados de leche como mantequilla, queso entre otras, golosinas de café, artículos de cosa como vasos, cafeteras, bajillas, limpiones entre otros.

- ✓ **¿Como implementarla?**

  - ❖ **Adquirir productos complementaros:** en lugar de producir un nuevo producto, puede considerarse la adquisición de productos complementarios que se puedan vender junto con el café molido, por ejemplo, vender tazas de café personalizadas.

  - ❖ **Establecer alianzas:** establecer alianzas con otras empresas que ya produzcan los productos que se desea ofrecer. por ejemplo, asociarse con una panadería local para vender pan fresco con café molido.

  - ❖ **Importar productos:** si hay productos que ni se fabrican en el área, pero son populares entre los clientes, puede considerar la importación de estos

productos y ofrecerlos en la tienda. por ejemplo, los artículos de cocina como cafeteras, tostadoras limpiones etc.

- **Comprar productos de otros productores locales:** se puede apoyar a otros productores locales comprándoles productos de exposición como como objetos prendas y artículos de carácter artesanal, por ejemplo, como mochilas, sombreros, collares, calzado etc. que fomente el emprendimiento y desarrollo de las comunidades locales.

Ofrecer servicios adicionales: ofrecer servicios educativos como cursos o capacitaciones de carácter formativo ya sea de forma virtual o presencial en cuanto a lo relacionado con la temática del café

Conclusiones

Este plan de mejoramiento en el proceso de almacenamiento propone una serie de acciones para abordar las fallas identificadas en el área de almacenamiento de la empresa, que afectan su eficiencia y calidad del producto final.

En primer lugar, se realizó un análisis del proceso de almacenamiento actual de café y se identificaron áreas que necesitan mejora. Los responsables del área de almacenamiento se dividieron en cuatro: el gerente de operaciones, el jefe de almacenamiento, el personal de

almacenamiento y el encargado de control de calidad. Se les asignaron tareas específicas y se establecieron objetivos para cada uno de ellos.

El gerente de operaciones se encargará de hacer un análisis del proceso de almacenamiento actual de café y detectar áreas que necesitan mejora. El jefe de almacenamiento será responsable de reducir el tiempo de almacenamiento del café en un 30% y mejorar la rotación de inventario en un 50%. El personal de almacenamiento deberá sacar mercancía a la venta con oferta de descuento en precio del 20%, 30% 50% según corresponda fecha de vencimiento para aquellos productos sin rotación con fecha próxima a caducar. Por último, el encargado de control de calidad se encargará de implementar sistemas de verificación sobre condiciones óptimas en la instalación de depósito de la mercancía ubicada en zonas de humedad provocando mala calidad en el producto, permitiendo mantener los estándares de calidad establecidos por la empresa.

Además, se propone la implementación de un software de gestión de inventarios que permita realizar un seguimiento preciso del inventario en tiempo real para evitar fallas humanas en el control de inventario.

Este plan de mejoramiento permitirá mejorar los procesos del área de almacenamiento, aumentar la eficiencia y calidad del producto final, y, por tanto, contribuirá a la competitividad de la empresa en el mercado.

Evidencia 6: Informe. Detallar la gestión del proceso de Distribución Física Internacional de una empresa.

Edgar Fredy Zamora Pantoja

Tecnólogo en Distribución Física Internacional

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

2023

TABLA DE CONTENIDO:

3. INTRODUCCION Y FICHA TECNICA……..…3,4.
4. VARIABLES DEL ENTORNO……4.
5. SITUACIONES QUE AFECTAN LA DISTRIBUCION DEL PRODUCTO……..5.
6. RUTAS DE GESTION Y LOGISTICA……..6, 7,8.

INTRODUCCION

Los intercambios comerciales hoy en día debido a las dinámicas de globalización han generado la necesidad de desarrollar una ruta metodológica, técnica y normativa que permita minimizar riesgos y fortalecer las políticas macro económicas y las relaciones comerciales entre naciones.

DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y FICHA TECNICA

Almohada con membranas respirables que permiten una mayor circulación del aire, Fibra Ultra Soft de excelente calidad, no se deforma con el tiempo ni pierde su cuerpo. Se puede lavar en maquina sin llegar a deformarse. Disponible en 3 Niveles de Firmeza (Suave-Media-Firme).

		Siliconado ➢ Doble Forro con Cremallera
	Dimensiones	70 cm x 50 cm de Longitud
	Empaque	Bolsa plástica
	Embalaje	Paquete o Bulto x 30 Unidades
	Inventario	500 unidades disponibles
	Características Físicas	➢ Suave ➢ Indeformable ➢ Anatómica ➢ Confortable ➢ Antialérgica ➢ Flexible
Vida Útil	Dependiendo del cuidado un aproximado que varía entre 2 a 5 años.	
Cuidados	Evitar exponer a cargas muy pesadas Mantenerla en lugares ventilados	
Proveedor	Mafree Colombiana DiMAFcol	

Describa las variables del entorno que afectan el proceso de distribución física para el producto seleccionado (refiérase a la **Evidencia 1: Ensayo "Reconocer la importancia de las empresas en el ámbito internacional"**, perteneciente a laactividad de proyecto 1).

Se considera distribución física de productos a la parte de la logística que hace referencia a la acción de llevar un producto desde el centro de producción hasta elcliente o comprador. Este traslado no es tan sencillo, ya que requiere de un conjunto de decisiones complejas e interrelacionadas que conlleva una planificación previa. La distribución física de productos se puede dividir en cinco etapas:

1. Determinar las ubicaciones de existencias y establecer el sistema de almacenamiento.
2. Implementar el sistema de manejo de materiales.
3. Mantener un sistema de control de inventarios.
4. Establecer procedimientos para tramitar los pedidos.
5. Seleccionar el medio de transporte.

El objetivo principal de la distribución física de productos es satisfacer las necesidades de abastecimiento de los clientes. Existen cuatro aspectos que sirven para medir la efectividad de la distribución:

- Oportunidad de entrega (fecha acordada)
- Integridad del pedido (cantidad y calidad de productos solicitados)
- Costos logísticos
- Servicio de entrega (servicio postventa y trazabilidad)

El incumplimiento de estos elementos valorados por los consumidores generará problemas en la distribución y tiene repercusiones directas en su satisfacción y fidelidad. Según Alvarado, estas son las causas más comunes de fallas en el proceso:

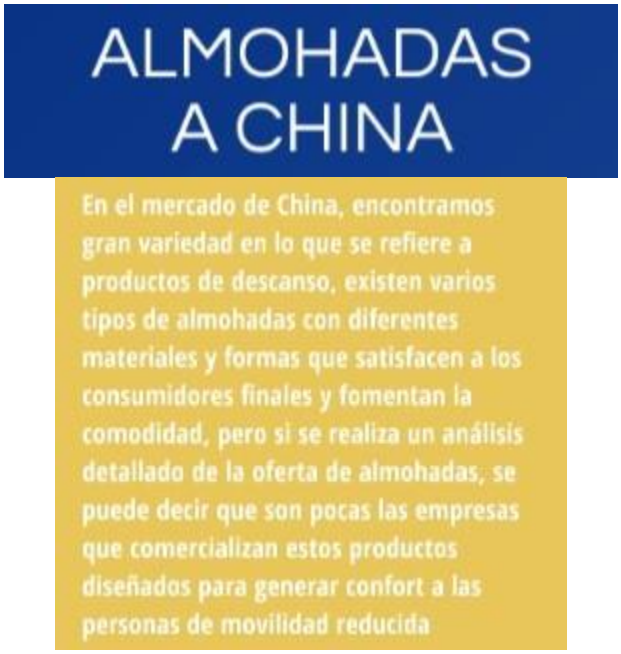
- Una deficiente política de gestión de inventarios debido al uso de métodos poco efectivos de proyección de la demanda y el plan de producción, generando quiebres de *stocks* y *back orders*.
- Una mala organización física de productos en el almacén y poco aprovechamientodel espacio de almacenamiento.
- Soporte tecnológico inadecuado para la compañía, ubicación y selección de productos a despachar.
- Poco entrenamiento del personal de almacén.
- Equipos de manipulación inadecuados.
- Deficiente programación de rutas de despacho.
- Sistema de transporte poco efectivo.

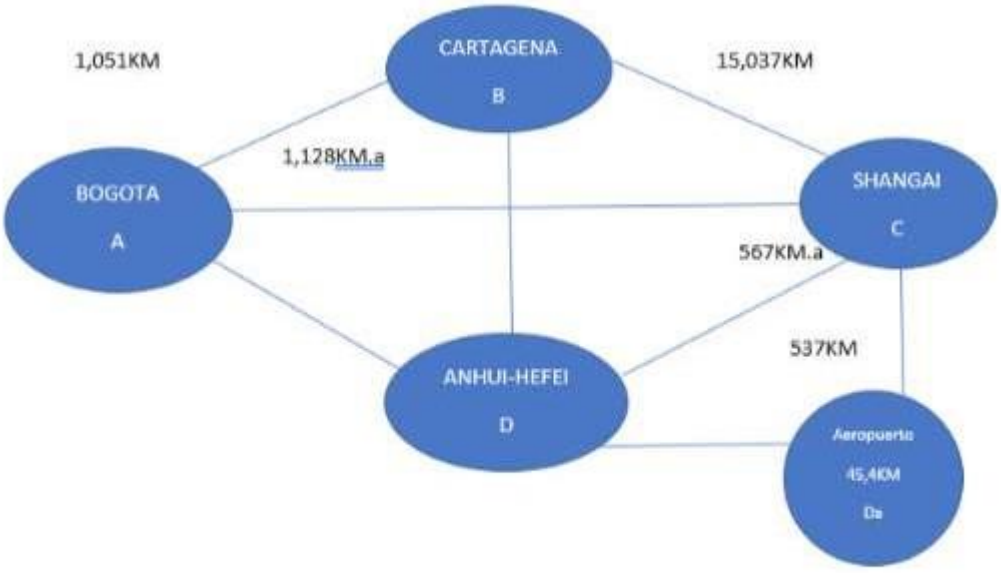
Situaciones que puedan afectar la distribución del producto

Factor: Orden publico	- La dura represión ejercida contra los defensores y defensoras de los derechos humanos y las personas a las que se identificaba como disidentes, además de por la represión sistemática de las minorías étnicas. A principios de año, brotó en Wuhan la COVID-19, que segó la vida de más de 4.600 personas en China. La población exigió libertad de expresión y transparencia después de que las autoridades amonestasen a profesionales de la salud que habían advertido sobre el virus. Este caso género que el comercio disminuyera en gran manera y que toda situación de orden público se viese afectada y sin control alguno.
Factor: Económico	-China había entrado en déficit en el mes de marzo de 2013, aunque todavía había un superávit de cerca de US $ 270 mil millones para el año. Los resultados confirmaron lo que muchos analistas habían esperado durante mucho tiempo; que el crecimiento futuro del país dependería menos de las exportaciones y que los nuevos líderes se centran en generar un crecimiento sostenible y de calidad. - A medida que la economía sigue creciendo (se espera que se expanda un 8,2% este año), evaluamos algunas de las principales dificultades que encuentran las empresas extranjeras que operan en China. -la economía China se basa en un sistema proteccionista lo que deja un alto grado de complejidad la inserción de nuevos productos del extranjero.
Factor: Político	- La transparencia de los procedimientos gubernamentales y la corrupción son las principales preocupaciones de las empresas en China, debido a que según el interés político de algunos, pueden ciertas empresas seguir en el mercado o desaparecer. -En China existen reglas que establecen cómo se diseñan, fabrican, venden, usan y eliminan los productos, que todos los productos deben cumplir antes de ingresar al mercado.

Factor: Legal	-Las redes de distribución locales, los hábitos de compra de los consumidores locales y los requisitos reglamentarios pueden hacer de China un mercado de difícil acceso. - Las empresas extranjeras a menudo luchan con las leyes y regulaciones en China, con el 31% de los 338 encuestados en una encuesta empresarial reciente que enumera la burocracia como su principal preocupación al expandirse al país. Las quejas más comunes giran en torno a la obtención de las licencias y permisos necesarios, y muchos encuestados lamentan los laboriosos procesos.
Factor: Ambiental	- La concentración de contaminación en el aire y variables meteorológicas. "La exposición en un período corto a altas concentraciones de material particulado (MP) 2.5, MP10, monóxido de carbono (CO), dióxido de nitrógeno (NO2) y ozono troposférico (O3) se asocia con un mayor riesgo de infección por Covid-19. Al aumentar casos de COvid-19 genera la baja distribución de un producto debido a alto índice de contagios y la gran necesidad de poner a salvo a la población.

- Mencione el país al cual va a exportar el producto y explique porqué lo eligió (refiérase a la **Evidencia 1: Presentación interactiva "Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales"**, de la actividad de proyecto 10).

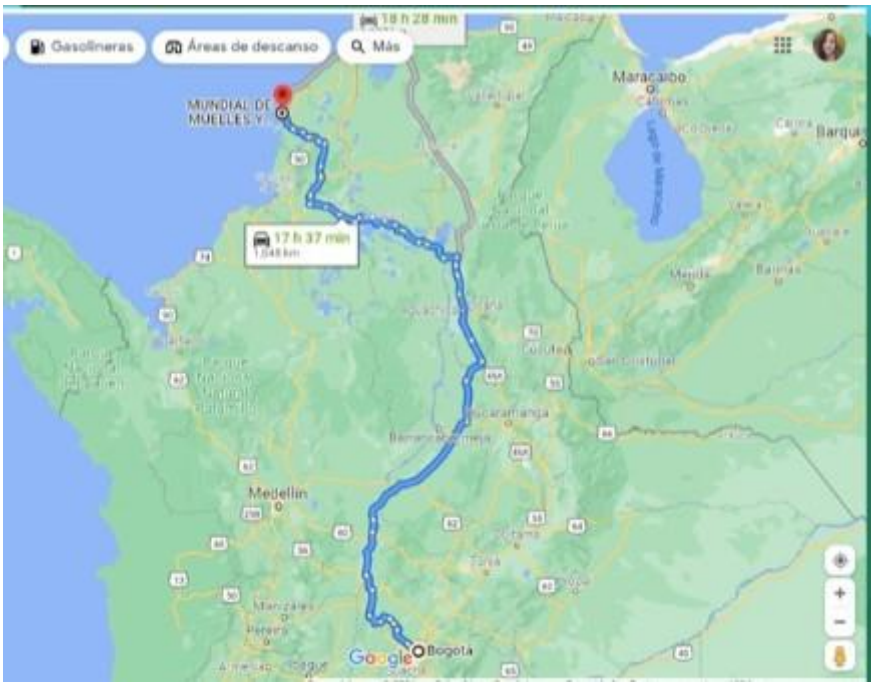




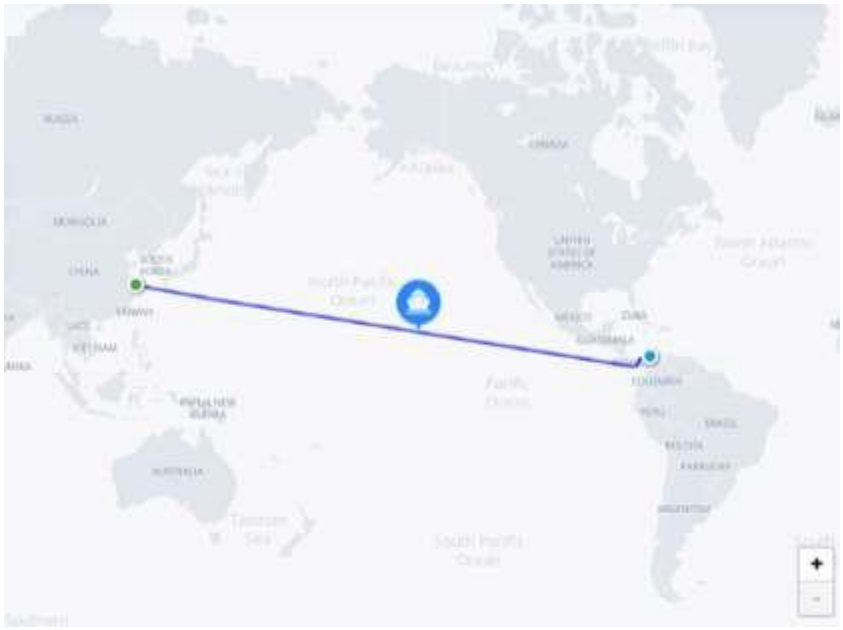
1. A, B, C, D, Da= 598.488KM
2. A.a, B, C, D, Da = 598.565KM
3. Aa, B, C.a, D, Da = 628.565KM
4. A, B, Ca, D, Da= 628,488KM



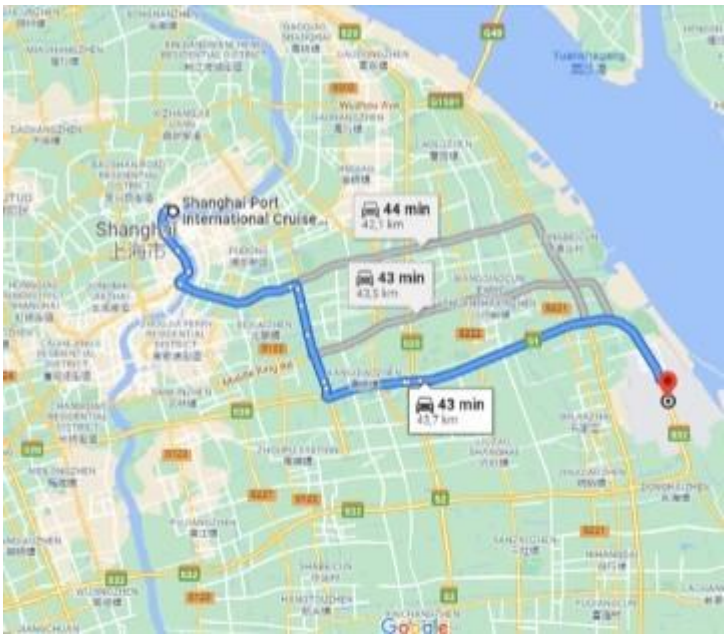
BOGOTÁ - CARTAGENA



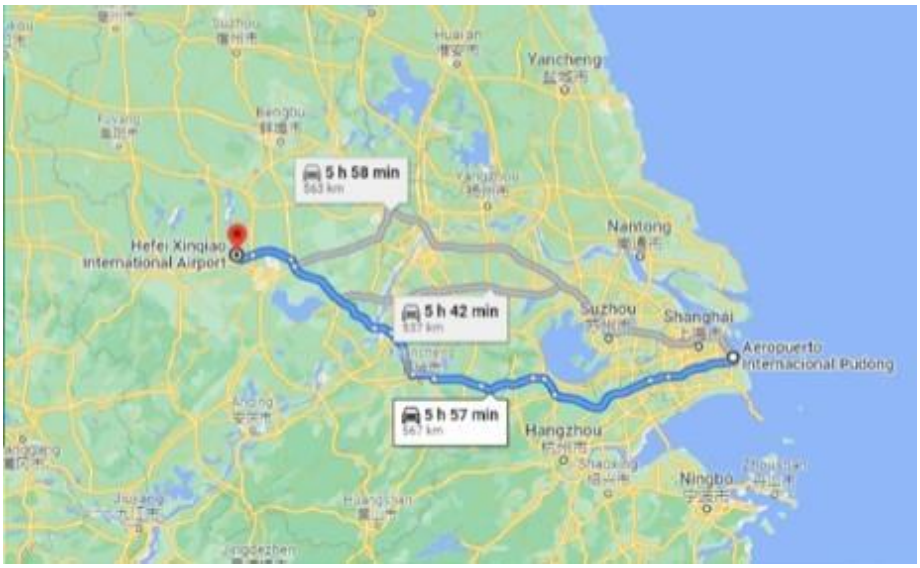
CARTAGENA - SHANGHAI

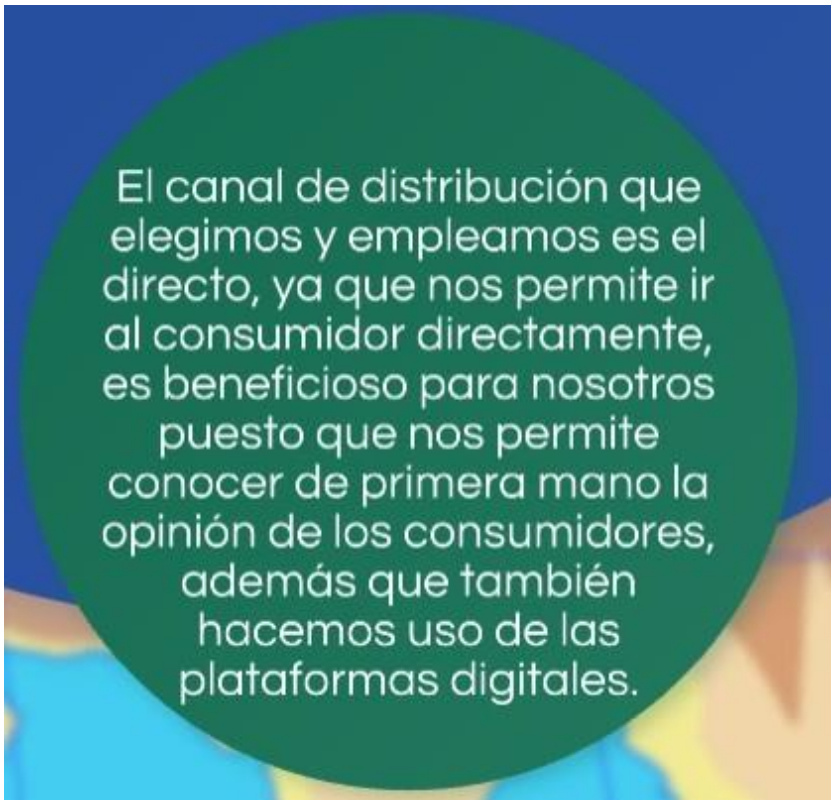


PUERTO DE SHANGHAI - AEROPUERTO SHANGHAI



AEROPUERTO SHANGHAI - AEROPUERTO ANHUI




El canal de distribución que elegimos y empleamos es el directo, ya que nos permite ir al consumidor directamente, es beneficioso para nosotros puesto que nos permite conocer de primera mano la opinión de los consumidores, además que también hacemos uso de las plataformas digitales.

- Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar (refiérase a la **Evidencia 2: Presentación interactiva "Ficha técnica y clasificación arancelaria de los productos"**, perteneciente a la actividad de proyecto 3).



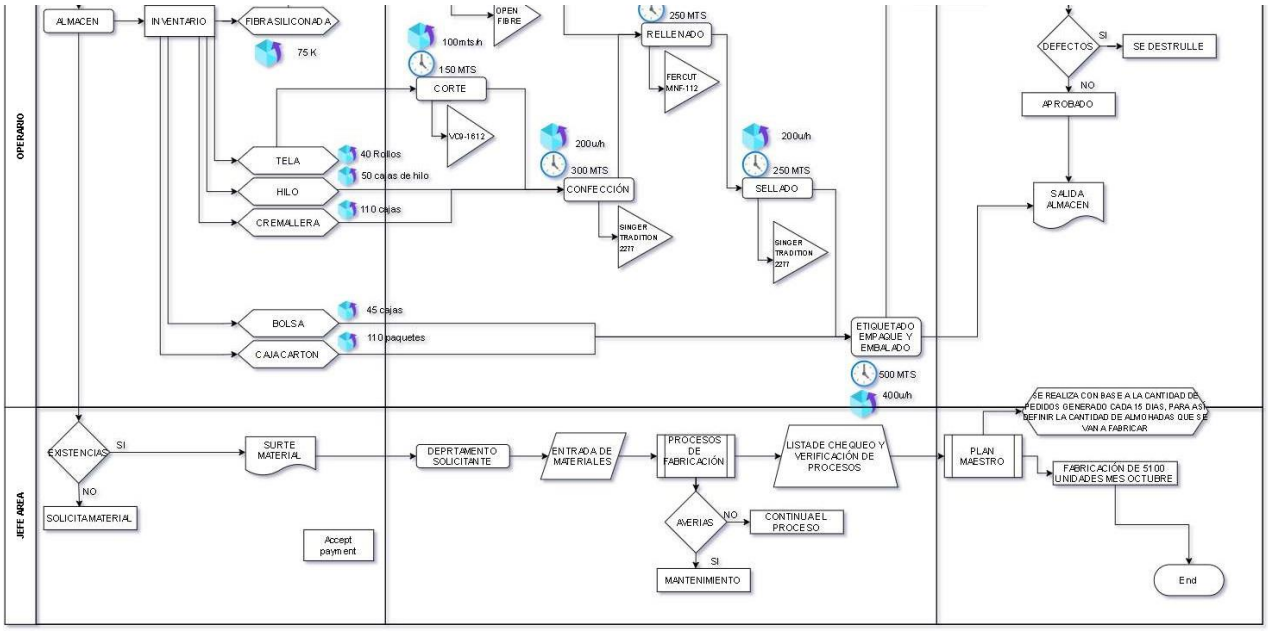
9404		Somieres; artículos de cama y artículos similares (por ejemplo: colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pufes, almohadas), bien con muelles (resortes), bien rellenos o guarnecidos interiormente con cualquier materia, incluidos los de caucho o plástico celulares, recubiertos o no.
9404.10.00.00		- Somieres
		- Colchones:
9404.21.00.00		- - De caucho o plástico celulares, recubiertos o no
9404.29.00.00		- - De otras materias
9404.30.00.00		- Sacos (bolsas) de dormir
9404.90.00.00		- Los demás

Anterior 1 1 Siguiente

ARIAN	**9404.90.00.00**	01-ene-2007
Descripción	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas Somieres; artículos de cama y artículos similares (por ejemplo: colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pufes, almohadas), bien con muelles (resortes), bien rellenos o guarnecidos interiormente con cualquier materia, incluidos los de caucho o plástico celulares, recubiertos o no. - Los demás	01-ene-2007
Unidad física	u - Unidades o artículos	01-ene-2007



- Adjunte el diagrama de flujo del proceso de producción (refiérase a la **Evidencia 3: Flujograma "Describir el funcionamiento de un plan de producción"**, de la actividad de proyecto 8).



- Especifique el método de almacenamiento (refiérase a la **Evidencia 1: Catálogo "Elaborar etiquetas, que permitan la comercialización y distribución de un producto a nivel internacional"**, perteneciente a la actividad de proyecto 7).

- Nombre los riesgos más relevantes que identificó dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos (refiérase a la **Evidencia 1: Plande contingencia para el proceso de distribución**, de la actividad de proyecto 9).

- Incluya el canal de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución (refiérase a la **Evidencia 1: Presentación interactiva "Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales"** , perteneciente a la actividad de proyecto 10 y la **Evidencia 2: Video "Diseñar unared geográfica"**, de la actividad de proyecto 12).

- Describa el proceso de trazabilidad de su producto y justifique porqué es importante realizar dicho seguimiento (refiérase a la **Evidencia 1: Informe "Elaborar la trazabilidad de un producto"**, perteneciente a la actividad de proyecto 12).

- Resuma las estrategias que definió para integrar los actores de la cadena de suministro (refiérase a la **Evidencia 1: Taller "Determinar el plan de integración**

de la cadena de suministro”, de la actividad de proyecto 13).

- Indique el software que utilizó para optimizar el proceso de distribución física, con sus respectivas características (refiérase a la **Evidencia 3: Cuadro comparativo “Determinar el software para consolidar la información en la cadena de abastecimiento”**, perteneciente a la actividad de proyecto 2 y a la **Evidencia 2: Instructivo “Elaborar un plan de producción y su ejecución”**, de la actividad de proyecto 8).

- Cite el proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto. Tenga en cuenta los términos de negociación y sus condiciones (refiérase a la **Evidencia 2: Taller “Realizar el proceso de negociación internacional y la elaboración de un contrato de compraventa”**, perteneciente a la actividad de proyecto 14, a la **Evidencia 3: Presentación interactiva “Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación”** y a la

Evidencia 6: Video "Realizar un proceso de importación" que hacen parte de la actividad de proyecto 15).

- Adjunte la matriz de costos para el proceso de exportación (refiérase a la **Evidencia 4: Informe "Identificar el diseño de una red de transporte internacional, apoyado en los canales de distribución y la tecnología"**, perteneciente a la actividad de proyecto 10).

- Mencione los cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades (refiérase a la **Evidencia 1: Taller "Perfil de cargo basado en las competencias y políticas de contratación"**, de la actividad de proyecto 11, a la **Evidencia 7: Diagrama de Gantt "Describir los cargos de unaempresa"**, perteneciente a la actividad de proyecto 13 y a la Evidencia 5: Plan de mejoramiento "Determinar las acciones a tener en cuenta en las evaluaciones de desempeño", de la actividad de proyecto 16).

- Enuncie los indicadores de gestión logística y productividad que utilizó para medir el desempeño de la distribución física (refiérase al material de formación **"Diseño del producto, plan de producción e indicadores de gestión para cubrir la demanda futura"**, de la actividad de proyecto 8, a la **Evidencia 4: Informe "Identificar los indicadores de gestión logísticos"**, perteneciente a la actividad de proyecto 13 y a la **Evidencia 1: Taller "Reconocer el correcto funcionamiento de los procesos logísticos"**, de la actual actividad de proyecto.

- Defina las estrategias utilizadas para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer el cliente (refiérase al material de formación de esta actividad de proyecto).

CONCLUSIONES.

- La distribución física internacional es un proceso de doble dirección en donde se intercambia de manera asertiva productos.
- Es importante identificar la ruta operativa y metodológica que nos permita una relación comercial asertiva y dinámica.

Actividad de proyecto 17

Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional.

Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa

EDGAR FREDY ZAMORA PANTOJA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

TECNOLOGO EN DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

2023.

Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa

Una organización siempre debe estar en pro de mejorar todos sus procesos, para ser cada vez más competitiva dentro de un mercado que día a día es más exigente, por lo que debe realizar propuestas de mejora que puedan contribuir a que la compañía sea más sobresaliente que otras empresas.

Además, toda empresa debe intentar ser cada día mejor que el anterior y para lograrlo, debe sin duda realizar ajustes en cada proceso que de alguna forma impacte positivamente su funcionamiento.

Basado en lo anterior, es importante realizar acciones de mejora, en las cuales se especifiquen las actividades que deben realizarse para alcanzar los objetivos planteados, para ello hay que determinar las tareas, las diferentes acciones a desarrollar, el período de obtención y los indicadores de seguimiento de las mismas.

Por lo anterior, elabore un plan de mejoramiento que contenga los siguientes aspectos:

1. Seleccione un proceso de distribución física que haya realizado para la empresa con la que ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

2. Asigne los responsables (puede ser un departamento de la empresa o específicamente un funcionario de ella) de las actividades a ejecutar y del seguimiento a estas.

3. Asigne los recursos, tiempo y dinero que se van a utilizar para implementar dichas actividades.

4. Explique la forma en la cual va a desarrollar estas actividades.

5. Determine el calendario que cada actividad requiere.

6. Establezca indicadores con los cuales pueda medir su desempeño.

7. Seleccione una estrategia de mejora y explique cómo puede implementarla en la organización.

8. Envíe el plan de mejoramiento al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	4
Objetivo	5
Beneficios	6-7
Plan de Capacitación	8
Beneficiarios	9
Metas	10-11
Financiamiento-Presupuesto	12
Cronograma	13
Conclusiones	14



4-INTRODUCCION

Nuestra empresa proporciona recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo. Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.

La razón fundamental de capacitar, es la de desarrollar o formar al personal, darle los conocimientos, aptitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño no solo satisfactorio, sino de alto rendimiento, para que innove y proponga mejoras en y para su puesto de trabajo.

OBJETIVOS

♣ Establecer las orientaciones conceptuales, pedagógicas, temáticas y estratégicas de esta política en el marco de la calidad y las competencias laborales.

♣ Contribuir al mejoramiento institucional, fortaleciendo las competencias de los funcionarios y la capacidad técnica de las áreas que aportan a cada uno de los procesos y procedimientos.

♣ Promover el desarrollo integral del recurso humano y el afianzamiento de una ética del servidor público.

♣ Elevar el nivel de compromiso de los empleados con respecto a las políticas, los planes, los programas, los proyectos, los objetivos y los procesos y procedimientos de la entidad.

♣ Fortalecer la capacidad, tanto individual como colectiva, de aportar conocimientos, habilidades y actitudes, para el mejor desempeño laboral y para el logro de los objetivos institucionales.

BENEFICIOS

La razón fundamental de capacitar, es la de desarrollar o formar al personal, darle los conocimientos, aptitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño no solo satisfactorio, sino de alto rendimiento, para que innove y proponga mejoras en y para su puesto de trabajo.

Establecer las orientaciones conceptuales, pedagógicas, temáticas y estratégicas de esta política en el marco de la calidad y las competencias laborales.

1. Perfeccionamiento de las habilidades existentes y el desarrollo de nuevas

En un mundo corporativo tan competitivo, los colaboradores pueden frustrarse ante un estancamiento profesional, pues cuando ingresan a una compañía desean desarrollar su propia carrera y tener un crecimiento personal.

Un proceso de capacitación es clave para mejorar sus habilidades actuales y brindarles nuevas herramientas para enfrentar los desafíos futuros.

Además, con ayuda del sistema de gestión de RRHH podrás diseñar sus propios planes de carrera acertadamente. Ya que, te ayudará a analizar sus perfiles profesionales (experiencia, desempeño, aspiraciones, etc.), a identificar qué necesitan mejorar y reconocer sus avances para recompensarlos o ascenderlos de puesto.

2. Incrementar la productividad

La capacitación y desarrollo de las habilidades, técnicas y procesos de trabajo de cada uno de tus empleados mejora el desempeño, tanto en sus puestos de trabajo, como al colaborar con el resto del equipo.

Pero, no solo necesitan capacitarse para eficientar sus tareas diarias, también necesitan ser más proactivos con la tecnología. El software especializado les permite liberar múltiples actividades repetitivas por medio de la automatización y mejorar la atención al cliente.

Para sacar el máximo provecho de estas herramientas, nosotros te ofrecemos sesiones de capacitación con base en el sistema que elijas y tus áreas de oportunidad, pues sabemos que en una empresa todos debemos remar hacia el mismo lado.

3. Formar profesionales líderes

Un personal capacitado y productivo es capaz de desempeñarse correctamente de forma individual o colectiva, pero ¿cómo debe de ser un buen líder? Para formar profesionales comprometidos, necesitas alinear tu programa de formación a la misión, visión y valores de la empresa.

Asimismo, es importante brindarle el conocimiento y las herramientas de trabajo necesarias para dirigir los esfuerzos del equipo a la consecución de los objetivos de negocio. Por ejemplo, cuando cuentas con un software puedes empoderar a tus colaboradores, ya que a través del portal del empleado ellos pueden resolver sus solicitudes de forma inmediata.

4. Mayor margen de beneficio para nuestra empresa

Muchas veces ante la falta de habilidad y productividad del equipo de trabajo tienen que recurrir a proveedores de servicios externos. Pero, la capacitación genera beneficios globales para toda la compañía

Impulsar el profesionalismo y la productividad de cada empleado es el primer paso para que una organización cumpla con sus metas de negocio con más efectividad, ahorrando sus recursos (tiempo, esfuerzo, capital humano y económico).

Las empresas que invierten en la capacitación de los empleados disfrutan de un margen de beneficio superior en un 24% en comparación con las empresas que no lo hacen.

5. Aumenta la retención del talento

Uno de los principales argumentos que tienen los directivos para negar al departamento de RRHH el desarrollo de políticas de capacitación, es la preocupación de invertir en la formación de un colaborador y que al tener más habilidades decida irse.

Pero, con un buen **plan de capacitación y desarrollo de recursos humanos** ocurre todo lo contrario. Pues está comprobado que los empleados buscan un ambiente que les brinde la posibilidad de desarrollarse profesionalmente, más que solo ganar un salario.

Sin embargo, es importante generar planes de carrera que realmente los motiven a seguir creciendo dentro de la empresa y el software permite adecuarlos a sus características y áreas de oportunidad para garantizar mejores resultados.

PLAN DE CAPACITACION

PRESENTACIÓN

El Plan de Capacitación y Desarrollo de Recursos Humanos, para el II Semestre del año 2022 constituye un instrumento que determina las prioridades de capacitación de los colaboradores de COffecol Colombia con domicilio en Ibagué, Tolima vía Picaleña km 2 , Colombia y número de identificación/registro fiscal VAC14156734YW representada Por Yudis Marrugo Arellano-, Gerente General, 1-Asistente de Gerencia: Sandra Rocío Castillo Montero 2-Asistente de Gerencia:Nelson Calero.

La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral. Como componente del proceso de desarrollo de los Recursos Humanos, la capacitación implica por un lado, una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a lograr la integración del colaborador a su puesto en la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la empresa. Y, por otro un conjunto de métodos técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la empresa para su normal desarrollo. En tal sentido la capacitación constituye factor importante para que el colaborador brinde el mejor aporte en el puesto asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar el rendimiento, la moral y el ingenio creativo del colaborador.

BENEFICIAROS

TRABAJADORES	EMPRESA
Personal de planta y de contrato	Dueños, socios y directivo.
Mantiene el control, registro y archivo de información.	Mejora la imagen de la empresa.
Resalta el trabajo bien hecho y fortalece el trabajo en equipo.	Apoya buenas prácticas laborales.
Apoya la documentación de procesos y procedimientos.	Reduce costos administrativos.
Motiva la movilización interna de los trabajadores.	Mejora el clima laboral y el compañerismo.
Motiva el auto gestión y auto capacitación.	Motiva la calidad de los procesos y Procedimientos.
Promueve la delegación de responsabilidades.	Facilita la gestión de cambio.
Incentiva el mejoramiento continuo.	Promueve la cultura de mejoramiento Continuo.

METAS

Capacitar al 100% Gerentes, jefes de departamento, secciones y personal operativo de la empresa COffecol Colombia con domicilio en Ibagué, Tolima vía Picaleña km 2 , Colombia y número de identificación/registro fiscal VAC14156734YW representada Por Yudis Marrugo Arellano-, Gerente General, 1-Asistente de Gerencia: Sandra Rocío Castillo Montero 2-Asistente de Gerencia:Nelson Calero.

ESTRATEGIAS

Las estrategias a emplear son.

– Desarrollo de trabajos prácticos que se vienen realizando cotidianamente.
– Presentación de casos casuísticos de su área.
– Realizar talleres.
– Metodología de exposición – diálogo.

TIPOS, MODALIDADES Y NIVELES DE CAPACITACION

Tipos de Capacitación

Capacitación Inductiva: Es aquella que se orienta a facilitar la integración del nuevo colaborador, en general como a su ambiente de trabajo, en particular.

Normalmente se desarrolla como parte del proceso de Selección de Personal, pero puede también realizarse previo a esta. En tal caso, se organizan programas de capacitación para postulantes y se selecciona a los que muestran mejor aprovechamiento y mejores condiciones técnicas y de adaptación.

Capacitación Preventiva: Es aquella orientada a prever los cambios que se producen en el personal, toda vez que su desempeño puede variar con los años, sus destrezas pueden deteriorarse y la tecnología hacer obsoletos sus conocimientos.

Esta tiene por objeto la preparación del personal para enfrentar con éxito la adopción de nuevas metodología de trabajo, nueva tecnología o la utilización de nuevos equipos, llevándose a cabo en estrecha relación al proceso de desarrollo empresarial.

Capacitación Correctiva: Como su nombre lo indica, está orientada a solucionar «problemas de desempeño». En tal sentido, su fuente original de información es la Evaluación de Desempeño realizada normal mente en la empresa, pero también los estudios de diagnóstico de necesidades dirigidos a identificarlos y determinar cuáles son factibles de solución a través de acciones de capacitación.

Capacitación para el Desarrollo de Carrera:

Estas actividades se asemejan a la capacitación preventiva, con la diferencia de que se orientan a facilitar que los colaboradores puedan ocupar una serie de nuevas o diferentes posiciones en la empresa, que impliquen mayores exigencias y responsabilidades.

Esta capacitación tiene por objeto mantener o elevar la productividad presente de los colaboradores, a la vez que los prepara para un futuro diferente a la situación actual en el que la empresa puede diversificar sus actividades, cambiar el tipo de puestos y con ello la pericia necesaria para desempeñarlos.

Modalidades de Capacitación

Los tipos de capacitación enunciados pueden desarrollarse a través de las siguientes modalidades:

Formación: Su propósito es impartir conocimientos básicos orientados a proporcionar una visión general y amplia con relación al contexto de desenvolvimiento.

Actualización: Se orienta a proporcionar conocimientos y experiencias derivados de recientes avances científico – tecnológicos en una determinada actividad**.**

Especialización: Se orienta a la profundización y dominio de conocimientos y experiencias o al desarrollo de habilidades, respecto a un área determinada de actividad.

Perfeccionamiento: Se propone completar, ampliar o desarrollar el nivel de conocimientos y experiencias, a fin de potenciar el desempeño de funciones técnicas, profesionales, directivas o de gestión.

Complementación: Su propósito es reforzar la formación de un colaborador que maneja solo parte de los conocimientos o habilidades demandados por su puesto y requiere alcanzar el nivel que este exige.

Niveles de Capacitación

Tanto en los tipos como en las modalidades, la capacitación puede darse en los siguientes niveles:

Nivel Básico: Se orienta a personal que se inicia en el desempeño de una ocupación o área específica en la Empresa. Tiene por objeto proporcionar información, conocimientos y habilidades esenciales requeridos para el desempeño en la ocupación.

Nivel Intermedio: Se orienta al personal que requiere profundizar conocimientos y experiencias en una ocupación determinada o en un aspecto de ella. Su objeto es ampliar conocimientos y perfeccionar habilidades con relación a las exigencias de especialización y mejor desempeño en la ocupación.

Nivel Avanzado: Se orienta a personal que requiere obtener una visión integral y profunda sobre un área de actividad o un campo relacionado con esta. Su objeto es preparar cuadros ocupacionales para el desempeño de tareas de mayor exigencia y responsabilidad dentro de la empresa.

ACCIONES A DESARROLLAR

Las acciones para el desarrollo del plan de capacitación están respaldadas por los temarios que permitirán a los asistentes a capitalizar los temas, y el esfuerzo realizado que permitirán mejorar la calidad de los recursos humanos, para ello se está considerando lo siguiente:

TEMAS DE CAPACITACIÓN

SISTEMA INSTITUCIONAL

Planeamiento Estratégico
Administración y organización
Cultura Organizacional
Gestión del Cambio

IMAGEN INSTITUCIONAL

Relaciones Humanas
Relaciones Públicas
Administración por Valores
Mejoramiento Del Clima Laboral

CONTABILIDAD:

Auditoria y Normas de Control
Control Patrimonial

RECURSOS

HUMANOS: Lo conforman los participantes, facilitadores y expositores especializados en la materia, como: licenciados en administración, contadores, Psicólogos, etc.

MATERIALES:

INFRAESTRUCTURA.- Las actividades de capacitación se desarrollaran en ambientes adecuados proporcionados por la gerencia de la empresa.

MOBILIARIO, EQUIPO Y OTROS.- está conformado por carpetas y mesas de trabajo, pizarra, plumones, total folio, equipo multimedia,
TV-VHS, y ventilación adecuada.

DOCUMENTOS TÉCNICO – EDUCATIVO.- entre ellos tenemos: certificados, encuestas de evaluación, material de estudio, etc.

FINANCIAMIENTO

El monto de inversión de este plan de capacitación, será financiada con ingresos propios presupuestados de la institución.

PRESUPUESTO

DESCRIPCION	UNID.	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pasajes Terrestres	Psje.	10		
Viáticos	h/dia	09		
Plumones de colores	Unid.	06		
Alquiler retroproyector	Unid.	01		
Alquiler datashow	Unid.	01		
Fólder	Unid.	60		
Separatas anilladas	Unid.	60		
Certificados	Unid.	60		
Lapiceros tinta seca	Unid.	65		
Papel A4-80 gramos	Ciento	03		
Refrigerios	Unid.	70		
Honorarios de expositores	Global			
Imprevistos	%			
TOTAL PRESUPUESTO				

XIII. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES A DESARROLLAR	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Seminario: Planeamiento Estratégico	_											
Conferencia: Cultura Organizacional		_										
Taller: Relaciones Humanas			_									
Curso: Administración y organización					_							
Seminario: Control Patrimonial						_						
Conferencia: Relaciones Públicas							_					
Seminario: Mejoramiento Del Clima Laboral								_				
Cursillo: Gestión del Cambio									_			
Seminario: Auditoria y Normas de Control										_		
Conferencia: Administración por Valores											_	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La capacitación en una empresa y en la vida debe entenderse como la oportunidad que se tiene para aumentar la capacidad y competitividad de una persona o empresa. Es fundamental que se estructure un programa sistemático que defina las necesidades reales de una capacitación y que no se desperdicien recursos que no son relevantes para las metas de dicho programa. Debe entenderse que por si solo un programa de capacitación no garantiza el éxito de un empresa ni unos empleados comprometidos con ella, si no que forma parte de una serie de actividades que las organizaciones deben realizar para mantener la competitividad reduciendo costos de capacitación, costos de oportunidad, costos de clientes insatisfechos por una mala ejecución de los procesos de la empresa etc. sólo por mencionar algunos costos relacionados con una mala capacitación. Debido a la apertura de los mercados y en un entorno globalizado la tecnología forma parte de los activos fijos que le permiten brindar bienes y servicios a la comunidad sin embargo la unidad mas importante y mas valiosa para las empresas seguirán siendo los empleados quienes deberán estar identificados con la organización mediante la motivación, pero más importante aún con la capacitación, ya que de ninguna forma se le podrá exigir a un empleado resultados satisfactorios si no existió un procedimiento de inducción de acuerdo a las actividades que desempeñaría en el puesto. Por tal motivo es relevante que un programa de capacitación estructurado no sea solo de manera inicial si no que mantenga un seguimiento constante en los empleados. Recomendaciones: Con fines de reducir costos y aumentar competitividad las empresas deben priorizar a los empleados

desarrollando un programa de capacitación estructurado con bases simples pero practicas que sean muy puntuales en sus temas y en la forma de aplicarlos, los tiempos modernos no permiten largas sesiones o largos periodos de prueba que no impacten de manera significativa en los bienes de la empresa es por esto que la planeación, ejecución, evaluación y seguimiento de un programa de capacitación es fundamental para el desarrollo del recurso humano de las empresas. Es sumamente importante que se identifiquen las necesidades reales para establecer un programa de capacitación que cumpla con los objetivos esperados y no sea meramente un trámite para cumplir con un proceso si no que realmente cubra las necesidades de la empresa e influya directamente en la satisfacción del empleado y en su proceder diario.

Proyecto 17. Evidencia 4. Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa

Gabriel Stiven Macea Reyes

Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)

Distribución física internacional

2023

Contenido

1. Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa 3

1.1. Proceso de distribución física para Valentina´s Bakery 3
1.2. Responsables 4
1.3. Asignación de recursos 4
1.4. Desarrollo de las actividades 5
1.5. Horario para el desarrollo de las actividades 5
1.6. Indicadores de desempeño 6
1.7. Estrategia de mejora 6
1.7.1. Capacitación del personal 6

1. Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa

1.1. Proceso de distribución física para Valentina´s Bakery

Recepción y almacenamiento de materias primas: en Valentina´s Bakery se reciben las materias primas para sus productos de repostería y seguidamente se almacenan en frío, teniendo en cuenta el cumplimiento de las condiciones adecuadas de temperatura, humedad y limpieza.

Producción de productos de repostería: una vez que se tienen todas las materias primas en el almacén, se procede a la producción de los productos de repostería, siguiendo los procesos y estándares de calidad establecidos por la empresa.

Empaque y etiquetado: los productos se empacan y etiquetan de acuerdo con los estándares de la empresa.

Almacenamiento en frío: los productos de repostería se almacenan en frío para su conservación y para evitar la proliferación de bacterias y microorganismos que puedan afectar la calidad y seguridad de los productos.

Distribución: los productos se distribuyen a los clientes directamente.

Monitoreo y seguimiento: durante todo el proceso de distribución, se debe hacer un monitoreo constante de la satisfacción del cliente.

1.2. Responsables

Responsable	Actividad
Germán Valencia	Compras: Se encarga de adquirir las materias primas necesarias para la producción.
Valentina	Producción: Se encarga de fabricar los productos de repostería.
Daniel Méndez	Control de Calidad: Verifica que los productos cumplan los estándares de seguridad y calidad de la empresa, realizando pruebas periódicamente.
Fabian Diaz	Atención al cliente: Encargado de gestionar las órdenes de compra, facturación y entrega de productos a los clientes.
Anahí Lopéz	Mercadeo: Encargada de promocionar los productos y a la marca a través de plataformas digitales y convencionales.

1.3. Asignación de recursos

Responsable	Actividad	Recursos	Tiempo (horas x semana)	Dinero
German Valencia	Compras	• Vehículo.	20	1 salario mínimo
Valentina	Producción	1. Materia prima. 2. Utensilios.	30	2.5 salarios mínimo
Daniel Méndez	Control de Calidad	• Herramientas informáticas.	10	2 salarios mínimo
Fabian Díaz	Atención al Cliente	3. Caja registradora. 4. Uniforme.	20	1 salario mínimo
Anahí López	Mercadeo	• Herramientas informáticas.	20	2 salarios mínimo

1.4. Desarrollo de las actividades

Actividades	
Compras: Se encarga de adquirir las materias primas necesarias para la producción.	1. Gestión de proveedores. 2. Negociación de precios. 3. Comprar.
Producción: Se encarga de fabricar los productos de repostería.	4. Elaboración de masa. 5. Decoración. 6. Empaquetado.
Control de Calidad: Verifica que los productos cumplan los estándares de seguridad y calidad de la empresa, realizando pruebas periódicamente.	7. Revisión de productos. 8. Pruebas de calidad. 9. Notación de documentos escritos.
Atención al cliente: Encargado de gestionar las órdenes de compra, facturación y entrega de productos a los clientes.	10. Gestión de órdenes. 11. Coordinación de entrega. 12. Registro en la caja.
Mercadeo: Encargada de promocionar los productos y a la marca a través de plataformas digitales y convencionales.	13. Estudio de mercado. 14. Plan de comunicación. 15. Diseño y publicación.

1.5. Horario para el desarrollo de las actividades

Responsable	**Calendario Semanal**
German Valencia	Horario de oficina
Valentina	Horario de oficina
Daniel Méndez	Horario de oficina
Fabian Díaz	Horario de oficina
Anahí López	Horario de oficina

1.6. Indicadores de desempeño

Actividad	Indicadores
Compras	● Número de proveedores nuevos / totales. ● Costo de materias primas en relación con el presupuesto establecido. ● Tasa de retorno de materiales (desperdicio).
Producción	1. Tasa de producción (unidades / hora). 2. Número de unidades producidas en relación con el objetivo establecido. 3. Tiempo promedio de fabricación por unidad.
Control de Calidad	● Porcentaje de productos que cumplen con los estándares de calidad. ● Tiempo promedio de detección y corrección de defectos.
Atención al Cliente	4. Número de quejas o reclamaciones recibidas. 5. Porcentaje de satisfacción del cliente.
Mercadeo	● Número de clientes potenciales contactados. ● Tasa de efectividad de las estrategias de marketing. ● Número de publicaciones creadas y compartidas.

1.7. Estrategia de mejora

1.7.1. Capacitación del personal

Valentinas Bakery, puede ofrecer capacitación a su personal para mejorar sus habilidades técnicas y de servicio al cliente, lo que permitiría mejorar la calidad de los productos y la atención a los clientes. También se podría considerar la posibilidad de establecer incentivos para el personal que alcance metas de ventas o desempeño.

Actividad de proyecto 17

Actividad de aprendizaje 1: Implementar el plan de mejora de los procesos logísticos con base en los análisis y valoraciones encontrados en la cadena de Distribución Física Internacional

Implementar planes de mejoramiento en los procesos de la empresa

Una organización siempre debe estar en pro de mejorar todos sus procesos, para ser cada vez más competitiva dentro de un mercado que día a día es más exigente, por lo que debe realizar propuestas de mejora que puedan contribuir a que la compañía sea más sobresaliente que otras empresas.

Además, toda empresa debe intentar ser cada día mejor que el anterior y para lograrlo, debe sin duda realizar ajustes en cada proceso que de alguna forma impacte positivamente su funcionamiento.

Basado en lo anterior, es importante realizar acciones de mejora, en las cuales se especifiquen las actividades que deben realizarse para alcanzar los objetivos planteados, para ello hay que determinar las tareas, las diferentes acciones a desarrollar, el período de obtención y los indicadores de seguimiento de las mismas.

Por lo anterior, elabore un plan de mejoramiento que contenga los siguientes aspectos:

1. Seleccione un proceso de distribución física que haya realizado para la empresa con la que ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

   El proceso que se llevará a cabo, es la programación de los envíos para la empresa **Fragaria** “Profesionales en fresa”

2. Asigne los responsables (puede ser un departamento de la empresa o específicamente un funcionario de ella) de las actividades a ejecutar y del seguimiento a estas.

Fase a mejorar	Plan de acción	Actividades para el plan de acción	Indicador de meta	Valor del indicador de meta	Meta	Modo de verificación	Recursos	Responsables	Inicio	Final
Realizar la programación de manera sincrónica	Generar satisfaccion cumpliendo con las expectativas	Implementacion de encuentas de satisfaccion al cliente	Porcentaje de satisfaccion	50%	100%	Validacion, checklist y seguimiento	Listado, coordinador de despacho y logistica	Coordinador de despacho y logistica	8/05/2023	8/06/2023
Realizar la programación de manera sincrónica	Contar con la organización adecuada	Verificar el modo de recepcion	Porcentaje de satisfaccion	50%	100%	Validacion, checklist y seguimiento	Listado, coordinador de despacho y logistica	Coordinador de despacho y logistica	9/05/2023	9/06/2023
Realizar la programación de manera sincrónica	Organización y reduccion de gastos	Verificacion del desrrollo de adquisicion	Porcentaje de satisfaccion	50%	100%	Validacion, checklist y seguimiento	Listado, coordinador de despacho y logistica	Coordinador de despacho y logistica	10-may	10/06/2023

3. Asigne los recursos, tiempo y dinero que se van a utilizar para implementar dichas actividades.

   Los recursos que se asignan para llevar a cabo la programación de los envíos de manera sincrónica son:

   - Recursos: Listado de validación en conformidad con la necesidad y 6 horas de trabajo diarias durante 45 días, enfocados únicamente en dicha labor.
   - Tiempo estimado: 220 horas (Durante los 45 días)
   - Presupuesto: Se destinarán $45´000.000

4. Explique la forma en la cual va a desarrollar estas actividades.

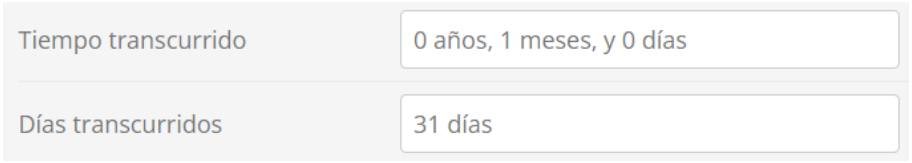
   Para llevar a cabo la programación de los envíos de manera sincrónica, satisfactoriamente, se debe destinar al personal autorizado exclusivamente para dicha labor, en este caso, el coordinador de despacho y logística.

   Es importante que se haga un control de manera diaria, por medio de los listados de validación, esto con el fin de que se de cumplimiento al cronograma establecido, de la misma manera realizar la correcta implementación de las encuestas de satisfacción

5. Determine el calendario que cada actividad requiere.

   Se determina un mes de plazo entre cada uno de los indicadores de gestión, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, en caso de que no se llegue a la meta, se solicita un cumplimiento del 95% de 100%.





6. Establezca indicadores con los cuales pueda medir su desempeño

   Se hace uso del INDICADOR DE EFICIENCIA:
   El cual permite detectar de manera precisa, las falencias que presenta el proceso evaluado.
   Mide de manera objetiva los esfuerzos que se requieren para llegar a la meta planteada, sin dejar de un lado el rendimiento de recursos para llevar a cabo la programación de los envíos de manera sincrónica.

7. Seleccione una estrategia de mejora y explique cómo puede implementarla en la organización.
   Aumento en la eficiencia y en los resultados obtenidos, los cuales se enfocan en realizar los envíos de la mercancía de manera simultánea, sincrónica, logrando la medición y optimización del tiempo según su código e información del receptor con el fin de logran una efectividad del 100%,

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

FECHA INICIAL: 01/05/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 31/05/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	0,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

ACTIVIDAD DE PROYECTO 17

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1: IMPLEMENTAR EL PLAN DE MEJORA DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS CON BASE EN LOS ANÁLISIS Y VALORACIONES ENCONTRADOS EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

DETALLAR LA GESTIÓN DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL DE UNA EMPRESA

APRENDIZ:

JOSÉ DAVID EBRATT RAMOS

INSTRUCTORES:

WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

JANETH MOTTA MARTINEZ

Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA
Distribución Física Internacional
Ficha 2404846
2023

Tabla de Contenido

RESUMEN 3
INTRODUCCIÓN 4
EXPORTACIÓN DE ALMOHADAS VISCOELÁSTICAS DESDE COLOMBIA HASTA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA 5
Descripción del producto 5
Descripción de las variables del entorno que afectan el proceso de Distribución Física 6
País al cual va a exportar el producto y explique porqué lo eligió: Estados unidos 7
Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar 8
Diagrama de flujo del proceso de producción 9
Método de almacenamiento en bodega y para trasporte internacional 10
Almacenamiento en bodega: 10
Transporte internacional: 10
Los riesgos más relevantes dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos 11
Canales de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución 12
- Canal de distribución: 12
- Modo y medio de transporte: 12
- Red geográfica de distribución: 12

Proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto, teniendo en cuenta los términos de negociación y sus condiciones 13
Matriz de costos para el proceso de exportación 14
Cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades 15
Indicadores de gestión logística y productividad que se utilizaron 16
Estrategias para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer al cliente: 16
CONCLUSIÓN 18

RESUMEN

El presente trabajo aborda el proceso de distribución física internacional de almohadas viscoelásticas desde Colombia hacia Estados Unidos. Se describe el producto y su proceso de fabricación, se identifican las variables del entorno que afectan el proceso de distribución y se mencionan los requisitos para exportar. Se explican detalladamente los métodos de almacenamiento y transporte utilizados, así como los canales de distribución y la red geográfica de distribución. También se presenta un análisis de los riesgos involucrados en el proceso de distribución y las medidas para mitigarlos.

Asimismo, se describe el proceso de negociación con el cliente y los términos de la negociación, incluyendo los aspectos relacionados con los costos y los plazos de entrega. Se presentan indicadores de gestión logística y productividad utilizados para medir el desempeño de la distribución física y se proponen estrategias para optimizar el proceso y satisfacer al cliente.

INTRODUCCIÓN

La distribución física es un proceso crucial en cualquier empresa que busque exportar sus productos a otros países, ya que garantiza la entrega efectiva y eficiente de los mismos. En este sentido, la optimización de este proceso se convierte en un factor clave para lograr la satisfacción del cliente y el éxito en el mercado internacional. En este trabajo se abordará el proceso de distribución física de las almohadas viscoelásticas exportadas desde Colombia a Estados Unidos, se describirán las variables del entorno que afectan el proceso de distribución física, se detallará el método de almacenamiento y transporte, se definirán las estrategias utilizadas para optimizar el proceso y se presentará una matriz de costos y una evaluación de los indicadores de gestión logística y productividad utilizados para medir el desempeño del proceso.

EXPORTACIÓN DE ALMOHADAS VISCOELÁSTICAS DESDE COLOMBIA HASTA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Descripción del producto

Una almohada viscoelásticas es un tipo de almohada que está hecha de espuma viscoelástica de alta densidad. Esta espuma es conocida por su capacidad de adaptarse a la forma del cuerpo, lo que significa que la almohada puede proporcionar un soporte personalizado para la cabeza y el cuello. La espuma viscoelástica se comprime lentamente en respuesta a la presión y luego vuelve a su forma original lentamente cuando se elimina la presión. Esto permite que la almohada proporcione un soporte uniforme y estable durante toda la noche.

La almohada viscoelástica tiene una firmeza media a firme, lo que significa que proporciona un nivel de soporte adecuado para la mayoría de las personas. Además, la funda de la almohada está hecha de 100% algodón, lo que proporciona una superficie suave y cómoda para descansar la cabeza.

En cuanto a su tamaño, la almohada viscoelástica suele tener unas dimensiones de 60 cm x 40 cm x 10 cm, lo que la convierte en una almohada de tamaño estándar. Además, su peso suele ser de alrededor de 1.2 kg, lo que la hace fácil de manejar y transportar.

En resumen, la almohada viscoelástica es un producto diseñado para proporcionar un soporte personalizado y cómodo para la cabeza y el cuello durante el sueño.

Ficha Tecnica	
Característica	**Descripción**
Nombre del Producto	Almohada Viscoelásticas
Material	Espuma viscoelásticas de alta densidad
Tamaño	60 cm x 40 cm x 10 cm
Peso	1.2 kg
Firmeza	Media a firme
Funda	100% Algodón
Color	Blanco
Clasificación Arancelaria	9404.90.00

Empaque	Bolsa Plástica
Embalaje	Paquete o Bulto x 30 unidades
Características Físicas	Suave Indeformable Anatómica Confortable Antialérgica Flexible
Vida Útil	Dependiendo del cuidado un aproximado que varía entre 2 a 5 años
Fotografía	

Descripción de las variables del entorno que afectan el proceso de Distribución Física

Algunas de las variables del entorno que pueden afectar el proceso de distribución física para las Almohadas Viscoelásticas en la exportación desde Colombia a otros países:

- Factores económicos: Las fluctuaciones en las tasas de cambio de divisas, las políticas arancelarias y los impuestos sobre las importaciones pueden afectar los costos de transporte y los precios de venta al cliente final.

- Infraestructura de transporte: La calidad de las carreteras, los puertos y los aeropuertos puede afectar el tiempo y el costo del transporte de las almohadas. También es importante considerar la disponibilidad de transporte terrestre, marítimo y aéreo para llegar a los distintos destinos.

- Regulaciones y requisitos aduaneros: Es importante conocer las regulaciones y requisitos aduaneros del país de destino, ya que pueden variar en cuanto a la documentación necesaria, el etiquetado, los permisos y los requisitos de seguridad.

- Competencia en el mercado: La competencia en el mercado de las almohadas viscoelásticas en el país de destino también puede afectar el proceso de

distribución física. Es importante conocer a los competidores y la oferta disponible en el mercado.

- Factores culturales: Los gustos y preferencias culturales en cuanto a los tamaños, colores, diseños y materiales de las almohadas pueden variar de un país a otro, por lo que es importante adaptar el producto a las necesidades del mercado local.

- Condiciones climáticas: Las condiciones climáticas pueden afectar la calidad de las almohadas durante el transporte, especialmente en caso de temperaturas extremas o alta humedad.

- Disponibilidad de mano de obra y materiales: La disponibilidad y los costos de la mano de obra y los materiales pueden variar de un país a otro, lo que puede afectar los costos de producción y, por lo tanto, los precios de venta.

- Estas son solo algunas de las variables que pueden afectar el proceso de distribución física para las Almohadas Viscoelásticas en la exportación desde Colombia a otros países. Es importante considerar estas variables para desarrollar una estrategia de distribución efectiva y eficiente.

País al cual va a exportar el producto y explique porqué lo eligió: Estados unidos

Transportes EBRATT ha elegido Estados Unidos como país al cual exportar las almohadas viscoelásticas, a continuación, explico algunas de las razones por las cuales se toma esta decisión:

- Gran mercado potencial: Estados Unidos es uno de los países más grandes y poblados del mundo, lo que significa que existe un gran mercado potencial para las almohadas viscoelásticas. Además, la industria de la ropa de cama y los accesorios para el hogar en Estados Unidos es muy desarrollada, lo que podría indicar una alta demanda de este tipo de productos.

- Bajo arancel: Aunque las políticas arancelarias pueden variar según el producto y el país de origen, generalmente los aranceles para las importaciones de almohadas viscoelásticas desde Colombia a Estados Unidos son relativamente bajos en comparación con otros países, lo que podría hacer que el producto sea más competitivo en el mercado estadounidense.

- Conocimiento del mercado: Transportes EBRATT ya ha exportado almohadas viscoelásticas a Estados Unidos por lo cual ya se tiene conocimiento del mercado y de los requisitos aduaneros, lo que simplifica el proceso de exportación.

- Estabilidad política y económica: Estados Unidos es un país con una economía y un sistema político estable, lo que significa que hay menos riesgo de fluctuaciones en el mercado o de cambios repentinos en las políticas gubernamentales que podrían afectar las exportaciones.

- Facilidad de comunicación: El idioma oficial de Estados Unidos es el inglés, que es un idioma ampliamente hablado y entendido en todo el mundo, lo que puede facilitar la comunicación y la comprensión de las necesidades del mercado.

Indique la posición arancelaria y los requisitos para exportar

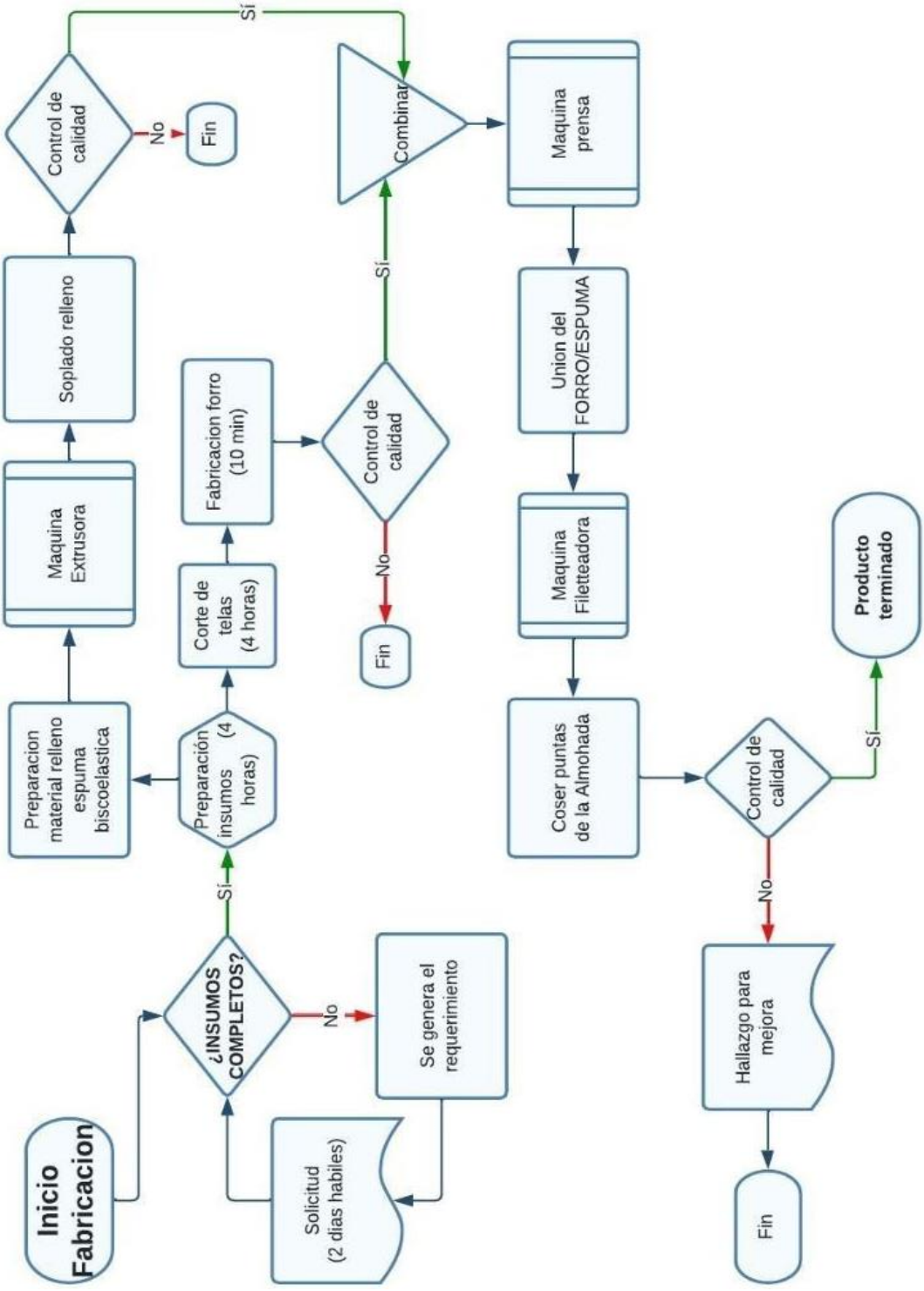
La posición arancelaria de una Almohada viscoelástica es:

Producto	Almohadas viscoelásticas
Posición arancelaria	9404.90.5080

Requisitos de exportación

- Registro de exportación ante la DIAN
- Obtener un Certificado de Origen que acredite que el producto es de origen colombiano
- Cumplir con las normas técnicas y de calidad establecidas por Estados Unidos para productos textiles
- Presentar la documentación necesaria para el despacho aduanero, incluyendo factura comercial, packing list y conocimiento de embarque
- Pagar los aranceles y otros impuestos establecidos por las autoridades aduaneras de Estados Unidos
- Cumplir con las normas de etiquetado y rotulado establecidas por las autoridades estadounidenses

Diagrama de flujo del proceso de producción



Método de almacenamiento en bodega y para trasporte internacional

Para el almacenamiento en bodega y transporte internacional de las almohadas viscoelásticas, se deben considerar varios aspectos técnicos para garantizar que los productos lleguen a su destino final en óptimas condiciones. A continuación, se detallan estos aspectos:

Almacenamiento en bodega:

- Selección de la bodega: es importante elegir una bodega que cumpla con los requisitos de almacenamiento de las almohadas viscoelásticas. Se debe considerar la temperatura y humedad adecuadas para evitar el deterioro del producto.

- Diseño del layout: es importante diseñar el layout de la bodega teniendo en cuenta las dimensiones de las almohadas viscoelásticas y los estantes o racks a utilizar. Se deben considerar las dimensiones de los pasillos para la circulación de los equipos de manejo de materiales y asegurar que los estantes o racks estén colocados de manera segura y estable.

- Preparación del área de almacenamiento: se deben preparar las áreas de almacenamiento con la limpieza, iluminación y ventilación adecuadas para asegurar que las almohadas viscoelásticas no se dañen o deterioren durante el almacenamiento.

- Manejo de las almohadas viscoelásticas: se deben manipular las almohadas viscoelásticas con cuidado para evitar deformaciones o daños en el material. Se recomienda utilizar equipos de manejo de materiales como montacargas, apiladores y carros de plataforma para mover las almohadas con seguridad.

- Control de inventario: se debe llevar un registro detallado de la cantidad y ubicación de las almohadas viscoelásticas en la bodega para garantizar la disponibilidad de los productos y evitar pérdidas o extravíos.

- Seguridad: se deben seguir las normas de seguridad establecidas en la bodega para prevenir accidentes y garantizar la integridad de los trabajadores y los productos almacenados.

Transporte internacional:

- Selección del tipo de contenedor: se debe elegir el tipo de contenedor adecuado para el transporte de las almohadas viscoelásticas. Se

recomienda utilizar contenedores secos con temperatura controlada para mantener la temperatura y humedad adecuadas durante el transporte.

- Preparación de la carga: se debe preparar la carga de manera adecuada para evitar que las almohadas viscoelásticas se muevan o sufran daños durante el transporte. Se recomienda utilizar materiales de embalaje como plástico de burbujas, papel kraft y cinta adhesiva para asegurar la estabilidad de la carga.

- Selección del modo de transporte: se debe seleccionar el modo de transporte adecuado para las almohadas viscoelásticas. Se recomienda utilizar transporte marítimo o aéreo para garantizar la seguridad y rapidez en el envío.

- Seguimiento de la carga: se debe hacer un seguimiento de la carga durante el transporte para garantizar su llegada a destino en tiempo y forma.

Para el almacenamiento en bodega y transporte internacional adecuado de almohadas viscoelásticas se deben considerar aspectos técnicos como la selección de la bodega, el diseño del layout, la preparación del área de almacenamiento, el manejo cuidadoso de los productos, el control de inventario, la seguridad en la bodega.

Los riesgos más relevantes dentro de su proceso de distribución y señale las acciones para mitigarlos

Riesgo	Descripción	Impacto	Acción de mitigación
Retraso en la entrega	El retraso en la entrega puede ser causado por problemas con el transporte, retraso en la documentación, o problemas en la aduana.	Pérdida de confianza del cliente y posibles sanciones contractuales.	✓ Establecer una planificación y programación adecuada de los envíos. ✓ Realizar un seguimiento constante del estado del transporte y de la documentación necesaria. ✓ Trabajar en colaboración con agentes de aduanas para asegurar la documentación y cumplimiento de regulaciones.
Pérdida o daño del producto	Durante el proceso de transporte y manipulación, las almohadas viscoelásticas pueden ser dañadas o extraviadas.	Pérdida de confianza del cliente y pérdidas económicas.	✓ Emplear embalajes resistentes y adecuados para proteger las almohadas. ✓ Capacitar a los empleados en la manipulación correcta de los productos. ✓ Realizar una inspección de calidad antes de realizar los envíos. ✓ Contratar un seguro de transporte.

Incumplimiento de regulaciones aduaneras	El incumplimiento de regulaciones aduaneras puede resultar en demoras en la entrega, sanciones y multas.	Retraso en la entrega, pérdida económica y sanciones contractuales.	✓ Contratar un agente de aduanas con experiencia en el cumplimiento de regulaciones aduaneras. ✓ Realizar una revisión exhaustiva de la documentación necesaria antes de realizar los envíos.
Pérdida de información	La pérdida de información importante, como la información de los clientes, puede resultar en problemas de logística y problemas financieros.	Pérdida económica y posible pérdida de confianza del cliente.	✓ Implementar medidas de seguridad de datos adecuadas. ✓ Realizar copias de seguridad y tener planes de contingencia en caso de pérdida de información. ✓ Capacitar a los empleados en el manejo adecuado de la información de los clientes.

Canales de distribución, modo y medio de transporte, red geográfica de distribución

A continuación, se presenta una descripción de los aspectos relacionados con el canal de distribución, modo y medio de transporte y red geográfica de distribución para las almohadas viscoelásticas de Transportes EBRATT en la exportación desde Colombia a Estados Unidos:

- Canal de distribución: Se utilizará un canal de distribución indirecto, donde se trabajará con distribuidores y mayoristas en Estados Unidos que se encargarán de la comercialización y venta del producto a nivel local.

- Modo y medio de transporte: Se utilizará el transporte marítimo para exportar las almohadas viscoelásticas desde Colombia a Estados Unidos, desde Cartagena se exportarán las almohadas viscoelásticas a través de un buque que viajará hasta el puerto de Nueva York en Estados Unidos. El tiempo de tránsito marítimo puede variar entre 8 y 12 días, dependiendo de las condiciones climáticas y el itinerario del buque. El uso del transporte marítimo permite transportar grandes volúmenes de carga a un costo relativamente bajo, lo que es especialmente importante para la exportación de productos. Las almohadas viscoelásticas se transportarán en contenedores marítimos que ofrecen una mayor protección y seguridad durante el transporte.

- Red geográfica de distribución: Una vez llegadas las almohadas viscoelásticas al puerto de Nueva York, se distribuirán a los diferentes distribuidores y mayoristas en Estados Unidos. La idea es llegar a la mayor cantidad de consumidores posible en diferentes ciudades y regiones de Estados Unidos. La red geográfica de distribución se establecerá en función de los distribuidores y mayoristas con los que se establezcan acuerdos comerciales en Estados Unidos. Se buscará trabajar

con distribuidores y mayoristas que tengan una amplia cobertura geográfica y una buena presencia en el mercado. La idea es llegar a la mayor cantidad de consumidores posible en diferentes ciudades y regiones de Estados Unidos.

Proceso de negociación utilizado desde el contacto inicial con el cliente, hasta la entrega del producto, teniendo en cuenta los términos de negociación y sus condiciones

Para la exportación de Almohadas Viscoelásticas de Colombia a Estados Unidos se llevó a cabo el siguiente proceso de negociación:

i. Contacto inicial: El cliente estadounidense, interesado en importar almohadas viscoelásticas desde Colombia, se pone en contacto con nuestra empresa, Transportes EBRATT, mediante nuestro sitio web. A través de nuestra plataforma en línea, el cliente puede realizar una cotización y solicitarnos información detallada sobre los productos que desea importar.

ii. Primera reunión: Una vez que recibimos la solicitud del cliente, nos ponemos en contacto con él para programar una reunión. Durante esta reunión, discutimos los detalles del producto, el precio, la cantidad requerida y los términos de pago.

iii. Elaboración de la oferta: En base a los acuerdos establecidos en la primera reunión, elaboramos una oferta con los detalles de la transacción, incluyendo el precio, la cantidad de almohadas, los términos de pago y las condiciones de entrega.

iv. Revisión y negociación de la oferta: Una vez que el cliente recibe nuestra oferta, tiene la oportunidad de revisarla y negociar los términos y condiciones. En este punto, discutimos cualquier detalle que deba ser aclarado o modificado para llegar a un acuerdo.

v. Confirmación del contrato: Una vez que hemos acordado los términos de la transacción, elaboramos un contrato de exportación que incluye todos los detalles acordados previamente. Ambas partes firman el contrato y se establece una fecha de entrega.

vi. Preparación y entrega del producto: Una vez que se ha firmado el contrato, procedemos a la preparación y embalaje del producto en nuestras instalaciones. Luego, organizamos el transporte del producto desde nuestras instalaciones en Bogotá hasta el puerto de Cartagena, donde se llevará a cabo la exportación. Finalmente, el producto es entregado en el puerto de destino en Estados Unidos.

En cuanto a los términos de negociación, estos pueden variar según las necesidades y preferencias del cliente, pero por lo general incluyen aspectos como:

- Precio unitario por almohada
- Cantidad mínima de pedido
- Condiciones de pago, como el pago anticipado o el pago a plazos
- Tiempo de entrega
- Costos de transporte y seguro
- Responsabilidad en caso de daños o pérdidas durante el transporte.

Matriz de costos para el proceso de exportación

Concepto de costos	Descripción	Costo (USD)
Producción	Costo de producción de las almohadas viscoelásticas	15.000
Empaque	Costo de los materiales de empaque (cajas, plástico, etiquetas)	2.000
Transporte interno	Costo del transporte interno desde la fábrica hasta el puerto de Cartagena	1.500
Flete marítimo	Costo del flete marítimo desde Cartagena hasta Nueva York	4.000
Seguro de carga	Costo del seguro de carga durante el transporte marítimo	1.000
Gastos aduaneros	Costo de los trámites aduaneros en Colombia y Estados Unidos	2.500
Transporte terrestre	Costo del transporte terrestre desde el puerto de Nueva York hasta el destino final	1.800
Total		28.800

Gastos Administrativos	Monto (USD)
Honorarios de abogado para la elaboración del contrato de exportación	1,500
Gastos de trámite de permisos y licencias de exportación	1,200
Costos de gestión de aduanas y despacho de carga en Colombia	2,500
Costos de gestión de aduanas y despacho de carga en Estados Unidos	3,000
Costos de seguros de transporte internacional	1,800
Total	10,000

Cargos de mayor relevancia en la distribución física de su producto y sus responsabilidades

Cargo	Responsabilidades
Gerente de Logística	Planificar y coordinar el proceso de distribución física, establecer políticas y procedimientos de transporte y almacenamiento, supervisar el personal encargado de la logística, mantener registros y reportes precisos.
Jefe de Almacenamiento	Organizar y supervisar el almacenamiento de las almohadas viscoelásticas, controlar el inventario, asegurarse de que se cumplan los procedimientos de seguridad y salud ocupacional, y garantizar la eficiencia y eficacia en el uso del espacio.
Jefe de Transporte	Coordinar el transporte terrestre y marítimo de las almohadas viscoelásticas, asegurarse de que se cumplan los plazos de entrega y que se garantice la integridad del producto, coordinar la documentación necesaria para la exportación, y mantener contacto con los transportistas y proveedores.
Coordinador de Exportaciones	Coordinar y gestionar el proceso de exportación, asegurarse de que se cumplan los requisitos legales y aduaneros, gestionar los permisos y autorizaciones necesarios, coordinar el despacho de la mercancía, y mantener contacto con los agentes aduaneros y las autoridades pertinentes.
Personal de Embalaje	Preparar y empacar las almohadas viscoelásticas para el transporte, asegurarse de que se cumplan los requisitos de embalaje y etiquetado, garantizar la integridad del producto durante el transporte, y mantener registros precisos.

Indicadores de gestión logística y productividad que se utilizaron

Los siguientes son los Indicadores que se utilizaron para el desempeño de la distribución física en la empresa

Indicador de gestión logística	Fórmula	Descripción
Nivel de servicio al cliente	(Pedidos entregados a tiempo / Total de pedidos) x 100%	Mide el porcentaje de pedidos entregados en el plazo acordado con el cliente.
Tasa de devoluciones	(Número de devoluciones / Total de envíos) x 100%	Mide el porcentaje de envíos que resultaron en una devolución de producto.
Costo total de la cadena de suministro	Costo de adquisición + Costo de transporte + Costo de almacenamiento + Costo de manejo de pedidos	Mide el costo total de la cadena de suministro desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto al cliente.
Rotación de inventario	Costo de ventas / Promedio de inventario	Mide el número de veces que el inventario se ha vendido y reemplazado durante un período de tiempo.
Tiempo de ciclo de pedido	Tiempo total de procesamiento de un pedido	Mide el tiempo desde que se recibe un pedido hasta que se entrega el producto al cliente.
Precisión de inventario	(Número de inventarios exactos / Total de inventarios) x 100%	Mide la precisión del inventario al comparar el número de inventarios exactos con el número total de inventarios registrados en el sistema.

Estrategias para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer al cliente:

En la Empresa Transportes Ebratt se desarrollaron estrategias para optimizar el proceso de distribución física internacional y satisfacer al cliente, así:

- Mejora continua: Se debe buscar constantemente la mejora en todos los aspectos del proceso logístico, desde la recepción de materiales hasta la entrega al cliente. Esto implica una evaluación constante de los procesos y la implementación de mejoras para garantizar una mayor eficiencia y eficacia.

- Personalización del servicio: Cada cliente tiene necesidades únicas, por lo que se deben ofrecer soluciones personalizadas para satisfacer sus requerimientos específicos. Esto implica una mayor comunicación con el cliente para entender sus necesidades y expectativas, lo que permite ofrecer un servicio más personalizado.

- Reducción de tiempos de entrega: El tiempo de entrega es uno de los factores más importantes en la satisfacción del cliente. Por lo tanto, se deben implementar estrategias que permitan reducir los tiempos de entrega sin comprometer la calidad del servicio.

- Aseguramiento de la calidad: La calidad del producto y del servicio debe ser una prioridad en el proceso de distribución física. Se deben implementar controles de calidad en cada etapa del proceso para garantizar que el producto cumpla con los requisitos del cliente.

- Utilización de tecnología: La tecnología puede ser una herramienta valiosa para optimizar el proceso de distribución física. Se pueden implementar soluciones tecnológicas para mejorar la visibilidad de la cadena de suministro y reducir los tiempos de procesamiento de los pedidos.

- Capacitación del personal: El personal encargado de la distribución física debe estar capacitado en las mejores prácticas del proceso logístico y en el manejo adecuado de la tecnología. Esto permitirá una mayor eficiencia en la gestión de los procesos y una mayor satisfacción del cliente.

- Colaboración con proveedores: Los proveedores son una parte importante del proceso de distribución física. Se deben establecer relaciones sólidas con ellos para garantizar una buena comunicación y colaboración en la gestión de la cadena de suministro. Esto permitirá una mayor eficiencia en el proceso de distribución física y una mayor satisfacción del cliente.

CONCLUSIÓN

El proceso de distribución física internacional de almohadas viscoelásticas requiere una planificación cuidadosa y una gestión eficiente para asegurar la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa. A través de este trabajo, hemos identificado los principales factores que afectan el proceso de distribución física, como los requisitos arancelarios, los riesgos logísticos y los desafíos geográficos.

Para mitigar estos riesgos y optimizar el proceso, se han implementado diversas estrategias, tales como la selección cuidadosa de canales de distribución, medios y modos de transporte, el uso de tecnología de información y comunicación, la mejora de la eficiencia en la gestión de almacenes y bodegas, el seguimiento de indicadores de gestión logística y productividad y la implementación de políticas de atención al cliente.

Con estas estrategias, se logra garantizar la entrega oportuna y confiable de las almohadas viscoelásticas a sus destinos, lo que permite satisfacer las necesidades del cliente y mantener la competitividad de la empresa. Además, se pueden reducir los costos y aumentar la eficiencia en la gestión de la cadena de suministro, lo que beneficia tanto a la empresa como a los consumidores finales.

En resumen, la distribución física internacional es un proceso clave para cualquier empresa que busque exportar sus productos. La planificación cuidadosa, la gestión eficiente y la implementación de estrategias innovadoras son fundamentales para garantizar el éxito en el mercado global y la satisfacción del cliente.