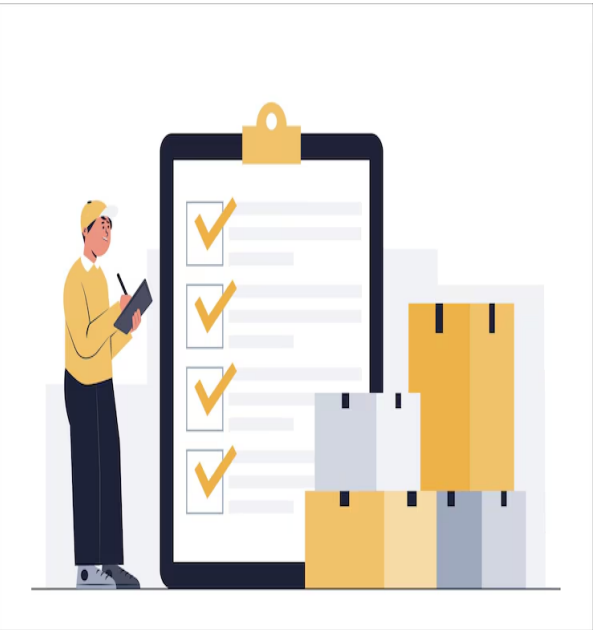
Actividad de Proyecto 6
Competencia Técnica
Tecnología en Coordinación de Procesos Logísticos
29/04/2026

Informe de aplicación al proyecto formativo del sistema de indicadores de gestión. GA6-260102013-AA1-EV01.

Para la construcción de los indicadores de gestión en la empresa se debe ser prudente y tener una visión amplia del entorno evaluado; es decir, una perspectiva de negocio que debe ser transversal, sobre toda la estructura organizacional de la empresa en la que está haciendo su proyecto formativo.

La información suministrada por cada indicador propio entregado por la empresa es comparada con los indicadores presentados en el mercado por los directos competidores, de tal manera que sea visible el estado en el que se encuentra la empresa con respecto a los actores del mercado y que tenga conocimientos sólidos para la toma de decisiones.



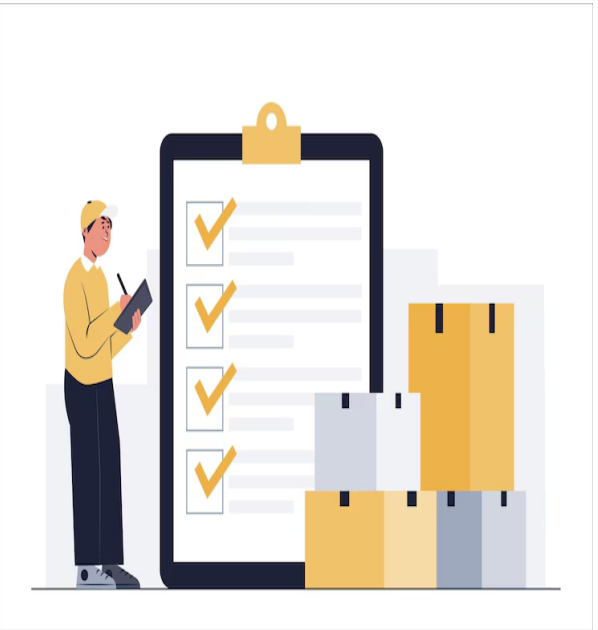
Pixabay

Informe de aplicación al proyecto formativo del sistema de indicadores de gestión. GA6-260102013-AA1-EV01.

1.Basado en la empresa en la que hace parte en el desarrollo de su práctica, se requiere desarrollar el informe de aplicación de los indicadores de gestión relacionado con la actividad del proyecto de formación diseñado.

2.Elabore el informe solicitado de una manera muy clara y precisa donde se relacionan los indicadores de gestión en la aplicación y ejecución del plan de monitoreo o control de los procesos logísticos, por medio de la aplicación del sistema de trazabilidad.

3. Luego aplicar un estudio estratégico por medio de la matriz DOFA, en la cual se logre identificar realmente cómo se encuentra manejando la empresa y cómo a partir de una propuesta se puede generar una mejora en la prestación de los procesos de negocio según el modelo de gestión.



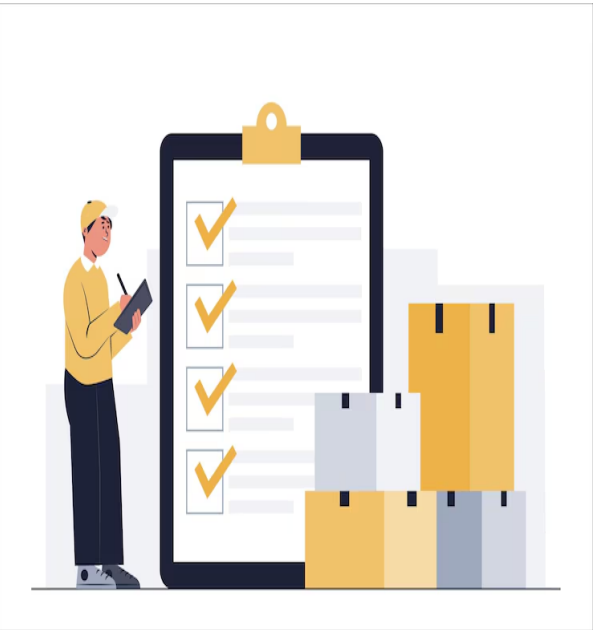
Pixabay

Informe de aplicación al proyecto formativo del sistema de indicadores de gestión. GA6-260102013-AA1-EV01.

4. Identificar con las empresas de competencia directa por medio de fuentes de información secundaria como Internet o fuentes primarias como observación o investigación etnográfica, los indicadores de gestión visibles para identificar oportunidades de mejora a partir del benchmarking.

5.En el informe debe estar estructurado el diseño de un plan de trabajo de mejora continua del buen uso de los indicadores de gestión en la prestación del servicio en la empresa.

6. Presentar el informe de una forma sincrónica a través de un Vídeo.



Pixabay

ACTIVIDADES INTEGRADORAS

Evidencia N°1.

Informe indicadores de gestión en los costos logísticos. GA6-210303025-AA1-EV01

Evidencia N°2.

Informe de aplicación al proyecto formativo del sistema de indicadores de gestión. GA6-260102013-AA1-EV01

Cargar la evidencia N°2 EN AMBOS ESPACIOS DE ZAJUNA.

Fecha máxima de entrega 10 de mayo 2026

Informe de aplicación al proyecto formativo del sistema de indicadores de gestión. GA6-260102013-AA1-EV01.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** informe de propuesta de mejora en la prestación de los procesos de negocio según modelo de gestión
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Informe de aplicación al proyecto formativo del sistema de indicadores de gestión. GA6-260102013-AA1-EV01.**

Procesos logísticos

Los **procesos logísticos engloban todas aquellas actividades por las que discurre un producto** desde que se fabrica hasta que se entrega al cliente final, pasando por el transporte, el almacenaje y su posterior distribución. El objetivo es entregar la cantidad de materiales solicitada en el momento y lugar adecuados y al precio acordado de antemano.

01



Compras

02



Servicio al cliente

03



Gestión de inventarios

04



Almacenamiento

05



Transporte

Procesos logísticos



Planeación estratégica.

La empresa dentro de su programa de diseño orgánico establece metas y objetivos basados en las proyecciones supeditadas a la capacidad de producción y condiciones del mercado. De tal manera, son creados los planes estratégicos como herramientas que contengan un horizonte específico (corto, mediano y largo plazo), responsables de ejecución, recursos a utilizar y las acciones a tomar en determinadas circunstancias del mercado.

Los elementos a tener en cuenta en el desarrollo de un plan estratégico de la empresa son los siguientes:



Planeación estratégica.

Misión

Es el motivo por el cual ha sido creada la empresa, detalla el fin comercial y las características específicas del desempeño operativo.



Visión

Es el objetivo final de la empresa, indica las condiciones donde se desea llegar a futuro (2, 5 y 10 años). La visión se construye con la proyección de un nuevo lugar de acción donde se verá la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Planeación estratégica.

Objetivos estratégicos.

Comprenden las líneas principales por las cuales la empresa aborda el mercado, los productos que ofrece, las áreas objetivo y los clientes tipo, sensibles de ser cuantificables y medibles.





Planeación estratégica-Objetivos estratégicos

Balance Score Care.
Es un sistema de gestión pensado específicamente para alcanzar los objetivos de la organización de acuerdo a las perspectivas inherentes a cada organización.
Metodología de gestión de empresas que se encarga de alinear la **estrategia de las organizaciones** con los indicadores de gestión.

FINANCIEROS	Enfocados en garantizar la rentabilidad, el crecimiento de ingresos y la estabilidad económica de la organización.
DEL CLIENTE	Centrados en mejorar la satisfacción, fidelidad y experiencia de los clientes, alineando los productos o servicios con sus expectativas.
DE PROCESOS INTERNOS	Dirigidos a optimizar los procesos operativos y administrativos para aumentar la eficiencia y reducir costos.
DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Relacionados con el desarrollo del talento humano, la innovación y la mejora continua dentro de la organización.

Planeación estratégica-Objetivos estratégicos

Ejemplo de Balanced Scorecard en una Empresa de Salud

Perspectiva	Objetivo	Metas	Indicador	Iniciativa
Perspectiva Financiera	Mejorar la Salud Financiera	Lograr un aumento del 10% en el ingreso neto	Tasa de crecimiento del ingreso neto	Optimizar los procesos de facturación y codificación
Perspectiva del Cliente	Mejorar la Satisfacción del Paciente	Lograr una puntuación de satisfacción del paciente del 95%	Encuestas de satisfacción del paciente	Implementar sistemas de retroalimentación del paciente
Perspectiva de Procesos Internos	Mejorar los Resultados Clínicos	Reducir las tasas de readmisión hospitalaria en un 15%	Tasas de readmisión	Adoptar prácticas clínicas basadas en evidencia
Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento	Mejorar la Competencia del Personal	Proveer 50 horas de capacitación por miembro del personal	Horas de capacitación por miembro del personal	Desarrollar un programa de capacitación integral

https://www.youtube.com/watch?v=MR87o2CxGy0

Planeación estratégica.

Objetivos Operativos.

Define los objetivos para cada uno de los unidades operacionales o áreas de la organización, supeditados a las estrategias planteadas, con el fin de cumplir las metas planteadas por la organización. Estos objetivos están diseñados para mejorar la eficiencia, productividad y rentabilidad de la empresa a través de acciones concretas.

Ejemplos.

Reducir el tiempo de ciclo de producción:
Disminuir el tiempo que lleva completar un proceso productivo, desde la materia prima hasta el producto terminado, para aumentar la capacidad de producción.

Mejorar la calidad del producto/servicio:
Implementar medidas para garantizar que los productos o servicios cumplan con los estándares de calidad establecidos, reduciendo errores y devoluciones.



Planeación estratégica.

Plan de acciones.
Determina los objetivos asignados a cada área y persona responsable de las actividades comprometidas en las líneas estratégicas, para que tomen acciones necesarias en la asignación de recursos y en el control de los resultados.

Programas.
Describe la totalidad de acciones, ejecutores y horizonte requeridos para llevar a la práctica los planes del negocio.

Presupuestos.
Es la etapa fundamental del plan estratégico, debido a que se asignan los recursos necesarios para implementar las estrategias, la cual es útil como herramienta en el control de resultados por medio del cumplimiento del presupuesto.

Matriz FODA –PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

Es una herramienta analítica que permite trabajar la información de la organización sobre sus fortalezas, oportunidades, debilidades (ambiente interno) y amenazas (ambiente externo), convirtiéndose en un mecanismo de control para identificar oportunidades de mejora y fortalecer las ventajas en el área logística.



Esta metodología es aplicable a las diferentes áreas, dependencias, productos, funciones específicas o a toda la empresa, con el fin de conocer el estado y aspectos relevantes de análisis interno y externo, a fin de identificar estrategias para minimizar las amenazas - debilidades y potencializar las fortalezas - oportunidades.

Matriz FODA –PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

Oportunidades y amenazas.

El análisis de la matriz FODA inicia con la recopilación de información externa, es decir, los aspectos que no son manipulados por la empresa, como la competencia directa o su entorno operativo; condiciones de tráfico con la flota de transporte, actualidad económica y política de la región donde esté operando la empresa.

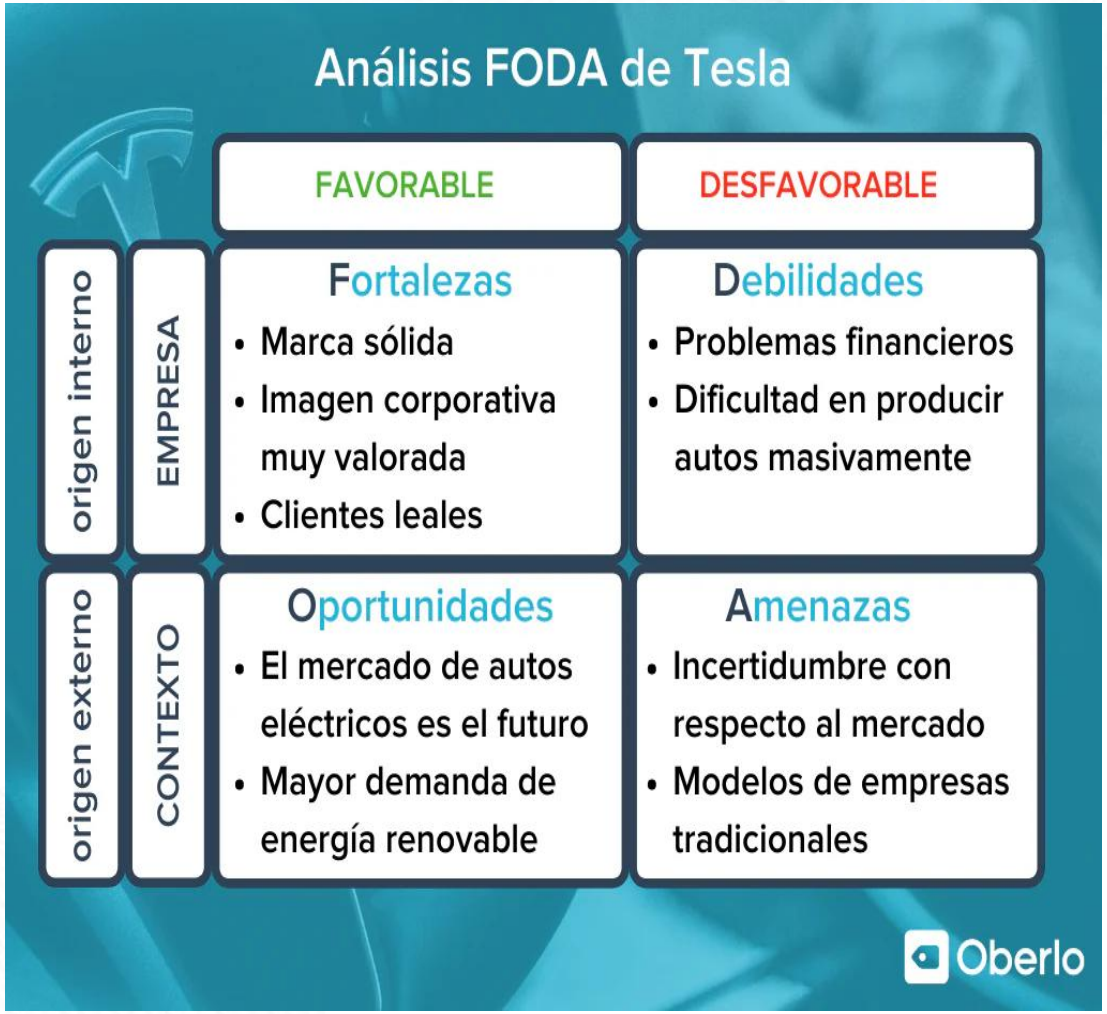


Fortalezas y debilidad

Es el diagnóstico interno con base en las debilidades y fortalezas de la organización, desde el punto de vista operativo, administrativo, orgánico y presupuestal. Las fortalezas son los atributos o factores positivos útiles para crear oportunidades y poseer una ventaja competitiva. Las debilidades son los aspectos internos perjudiciales que obstaculizan la ejecución del objetivo, así las cosas, es necesario reconocerlas con el fin de elaborar estrategias.

Matriz FODA –PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

Matriz FODA	Análisis del entorno	
	Oportunidades	Amenazas
Análisis interno		
Fortalezas	Estrategias ofensivas	Estrategias de defensa
Debilidades	Estrategias de adaptación	Estartegias de supervivencia



htp://www.youtube.com/watch?v=gHaDGlix0DYtps

PLAN DE OPERACIÓN LOGÍSTICA

El plan de operación logística analiza la totalidad de las acciones involucradas en los procesos productivos de la organización, a partir del abastecimiento de los productos básicos para la elaboración de los productos comercializados hasta la entrega del producto final al cliente.

Dichas acciones se encuentran concatenadas y dirigidas hacia un objetivo en común, el cual es satisfacer al cliente con la obtención de la mercancía adquirida, de conformidad a los requerimientos inicialmente pactados entre las partes.



PLAN DE OPERACIÓN LOGÍSTICA

El plan de operación logística establece y diseña las metodologías de distribución, adicionando a la red terceros que soportan las actividades en la cadena de suministro. Una visión holística del Plan de Operación Logístico (POL) integra las actividades de aprovisionamiento, producción y distribución física a su estructura sinérgica, cuyo objetivo es cumplir con los ciclos internos de operación.



Aprovisionamiento

Es el proceso de adquisición de materias primas requeridas en el proceso de producción.



Producción

Establece y gestiona las metodologías, programas y acciones requeridas en la obtención de un producto (servicio o bien), de conformidad con un nivel óptimo de calidad, potenciando recursos para desarrollar el producto final en los tiempos establecidos por la organización.



Distribución física

Tiene como ocupación las acciones asociadas a la planificación, desarrollo y control del flujo físico de las mercancías desde el lugar de producción hasta el sitio de consumo final.

PROMESA DE VALOR.

Comprende los aspectos cuantitativos y cualitativos asociados al elemento ofrecido por la compañía. Lo cuantitativo hace referencia a la disminución de costos operativos y al incremento de los beneficios monetarios generados por la actividad económica. El factor cualitativo consta de la experiencia del cliente al momento de adquirir el producto.

Beneficios: ¿Qué gana el cliente al usar el producto o servicio?
Diferenciación: ¿Qué hace que la oferta de la empresa sea única y destaque entre la competencia?
Solución de problemas: ¿Cómo resuelve el producto o servicio las necesidades o problemas del cliente?



PROMESA DE VALOR.

FedEx se destaca por ofrecer un servicio de entrega global rápido y confiable, proporcionando a sus clientes la tranquilidad de que sus paquetes llegarán a tiempo y en perfectas condiciones. Su propuesta de valor se centra en la eficiencia logística y la atención al detalle, brindando soluciones integrales para satisfacer las necesidades de envío de empresas y consumidores en todo el mundo.

¿Cuál es su propuesta de valor? Administra tus entregas a domicilio

Título: administra tus entregas a domicilio.

Subtítulo/Párrafo: enviar y recibir paquetes es conveniente y seguro para las personas que desean enviar ideas e innovaciones a todo el mundo.



CADENA DE SUMINISTROS.

Es la gestión e integración de los productos, servicios e información de los procesos clave del negocio, de los proveedores, productores y distribuidores, que permiten adicionar valor y satisfacer las necesidades de los clientes y los “stakeholders”

Con respecto a las funciones de la cadena de suministro se les ha dado un sentido más holístico actualmente:

01



Optimizar: de forma independiente las actividades del negocio proporcionan eficiencia en la estructura organizacional.

02



Integrar: considera la totalidad de las acciones internamente en la compañía.

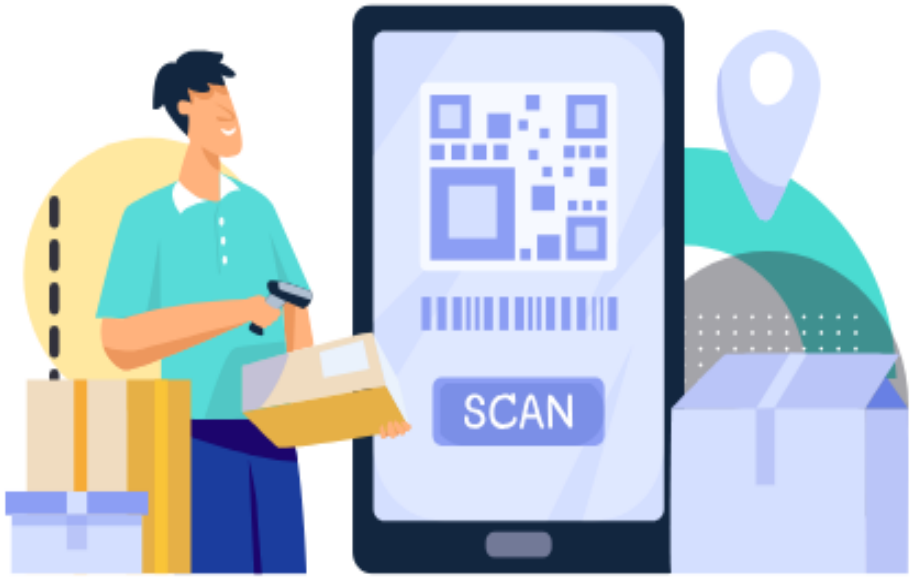
03



Colaborar: extendiendo el espíritu de colaboración que debe vincular a clientes y proveedores con la misma organización.

CARACTERÍZACIÓN DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS.

Los **procesos logísticos engloban todas aquellas actividades por las que discurre un producto** desde que se fabrica hasta que se entrega al cliente final, pasando por el transporte, el almacenaje y su posterior distribución. El objetivo es entregar la cantidad de materiales solicitada en el momento y lugar adecuados y al precio acordado de antemano.



Elementos de entrada:

son la pauta de inicio de todos los procesos como el requerimiento de compra hecho por la compañía a los proveedores.

Elementos de salida:

estos elementos generan la finalización de los procesos como la elaboración de los registros de trazabilidad.

CARACTERÍZACIÓN DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS.



1 **Objeto del proceso**

El por qué de la creación del proceso.



2 **Responsable**

Responsables del proceso.



3 **Partes interesadas**

Las personas que intervienen en el proceso.



4 **Controles**

Controles asociados al proceso para asegurar que se lleva a cabo de manera correcta.



5 **Registro**

Documentos de registro y control asociados al proceso para asegurar que se lleva a cabo correctamente.



6 **Indicadores**

Indicadores de gestión relacionados con el rendimiento y desempeño de los procesos.



7 **Acciones**

Acciones sucesivas internas de los procesos.



8 **Riesgos**

Riesgos inherentes al proceso.

CARACTERÍZACIÓN DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS.



El propósito de la caracterización de procesos es:

- Diagnosticar el estado del arte de la estructura organizacional.
- Proponer procesos sensibles de cambio y de mejora.
- Determinar posibles riesgos en los procesos.
- Identificar etapas obsoletas que estén produciendo algún traumatismo.
- Vincular indicadores, controles y registros a los procesos.

El desarrollo de una caracterización de procesos puede realizarse por medio de una ficha. En la siguiente figura se presenta un ejemplo de esta, preste atención a cada uno de los elementos que se relacionan:

Flujo, procesos y procedimientos de la cadena de suministros.

La cadena de suministro está compuesta principalmente por tres flujos:

01



Flujo de productos: consta de la dinámica de productos desde los proveedores hacia los clientes y viceversa por concepto de devoluciones.

02



Flujo de información: representa la gestión de datos asociados a los pedidos y sus estados en la entrega.

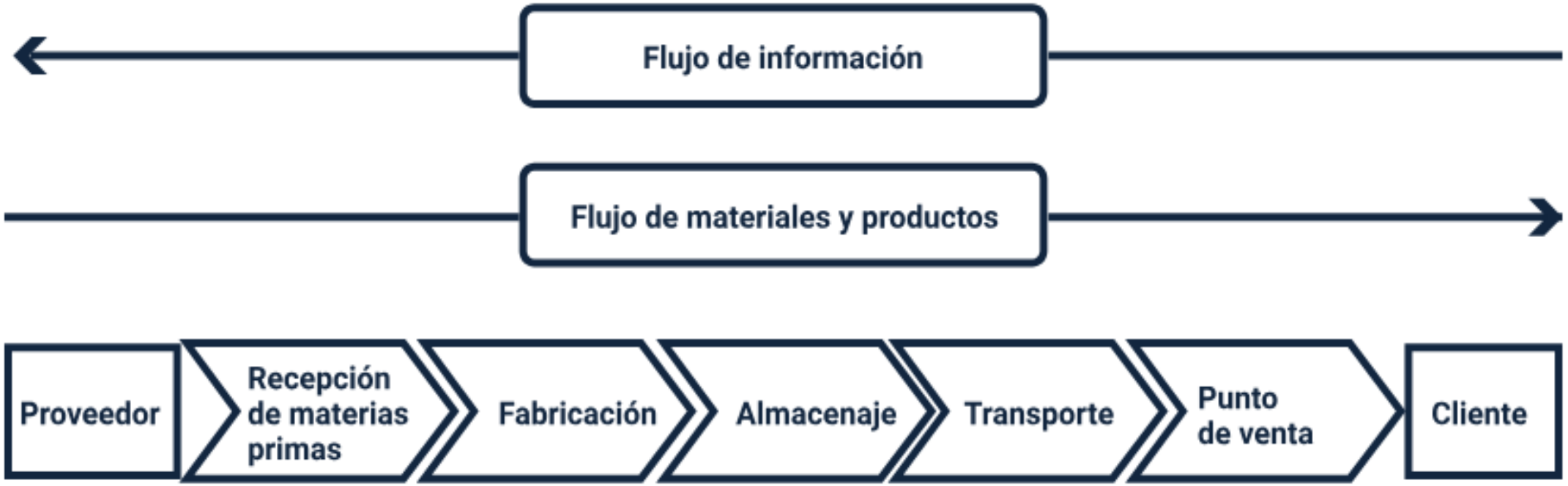
03



Flujo financiero: está conformado por los créditos, fechas de pago y manejo de caja menor.

Flujo, procesos y procedimientos de la cadena de suministros.

Figura 2. Actores y elementos del flujo de la cadena de suministro



La cadena de suministro se encarga tanto del suministro de materias primas, como de la fabricación y la distribución, veamos a continuación cuáles son los actores involucrados en la cadena de suministro.

Flujo, procesos y procedimientos de la cadena de suministros.



Los procedimientos dentro de un contexto global abarcan la planificación y ejecución integrada de los procesos necesarios para gestionar el movimiento de materiales, información y capital financiero en actividades que incluyen, en general, la planificación de la demanda (TechTarget, 2021) y para esto se requiere:

1. **Planeación de la relación demanda - oferta, con el fin de suplir las necesidades del consumidor.**
2. **Abastecimiento por medio de programas y asociaciones con aliados estratégicos que reduzcan los costos operativos.**
3. **Celeridad en el proceso manufacturero, con el fin de ser competitivos y ajustarse a la dinámica del mercado.**
4. **Despachos eficientes desde los centros de envío a los clientes finales.**

Los integrantes del equipo de control de procesos en la cadena de suministros deben tener como norma el conocimiento de los procesos significativos, los cuales están involucrados en el desarrollo y cumplimiento de los objetivos empresariales.

Gestión procesos dentro de la cadena de suministros.

Gestión de las relaciones con el cliente (CRM, Customer Relationship Management)

Los procesos de la cadena de suministro están orientados a la satisfacción del cliente, por esto, la gestión de las relaciones con el cliente entabla contacto directo y experiencia al adquirir un producto.



Gestión del servicio al cliente (Customer Service Management)

Cuando se tiene una estrecha relación cliente-organización, el flujo bidireccional de información permite mantener las características acordadas inicialmente sobre la disponibilidad y ubicación actual del producto, desde la división de producción hasta el departamento de distribución.

Gestión procesos dentro de la cadena de suministros.

Gestión de la demanda (Demand Management).
La información suministrada por los puntos de venta y datos de los clientes ayuda a disminuir la incertidumbre en cuanto el balance de la demanda y las necesidades de producción. Los sistemas de planificación coordinan actividades de aprovisionamiento, con el objetivo de disminuir costos y tiempos de almacenamiento.



Cumplimiento de los pedidos (Order fulfillment)
Una visión holística debe tenerse en cuenta para el desarrollo de los sistemas de adquisición, elaboración, transporte y distribución, así las cosas, el cliente será el directo beneficiado al establecer una relación de valor con la organización.

Gestión procesos dentro de la cadena de suministros.

Gestión de la producción (Manufacturing Flow Management)

El cliente decreta condiciones de fabricación, conforme a sus necesidades, y la organización que ofrece el producto flexibiliza sus procesos productivos para mantenerse vigente en la dinámica comercial. Los sistemas “just in time” generan tiempos de ciclo reducidos y mejor servicio al cliente con disminución en los tiempos de entrega.



Gestión del proceso de aprovisionamiento o compras.

Este proceso establece planes y estrategias con los proveedores, con el objeto de soportar la adquisición de materias primas que promuevan productos innovadores.

Gestión procesos dentro de la cadena de suministros.

Desarrollo y comercialización de productos (Product Development and Merchandising)

El área de servicio al cliente, en conjunto con el encargado de comercializar, deberán laborar los resultados productivos con la finalidad de crear una articulación en toda la cadena productiva con el mercado.



Gestión de las devoluciones (returns) .

El manejo de las devoluciones o producto no conforme, tiene aspectos positivos como la identificación de falencias en la cadena productiva, para corregirlas y mejorarlas, convirtiéndose en una fortaleza hacia la competencia del mercado.

CADENA LOGÍSTICA DE VALOR.

Se define como la unión de acciones y labores concatenadas que son realizadas dentro de la estructura de la organización, enfocadas en el desarrollo del producto o productos que motivan la creación de la empresa. El objetivo de toda cadena logística de valor es incrementar el potencial de la empresa y a su vez, reducir los costos operativos con la optimización de los recursos.

CADENA DE VALOR MICHAEL PORTER





https://www.youtube.com/watch?v=XR_JxeWbGgs

GRACIAS

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

Líneas de atención al ciudadano, empresarios y PQRS:
Bogotá: +(57) 601 736 60 60
Línea gratuita resto del país: 018000 91 02 70
Línea nacional: +(57) 601 546 15 00