



A.N.E.P.

Consejo de Educación Técnico Profesional
(Universidad del Trabajo del Uruguay)

	DESCRIPCIÓN	CÓDIGO
TIPO DE CURSO	Curso Técnico Terciario	050
PLAN	2013	2013
ORIENTACIÓN	Logística	52A
SECTOR DE ESTUDIOS	Comercio y Administración	012
AÑO	---	0
MÓDULO	4	4
ÁREA DE ASIGNATURA	Logística	1745
ASIGNATURA	Previsión Abastecimiento Logístico	33930
ESPACIO CURRICULAR	-----	-----

TOTAL DE HORAS/CURSO	128
DURACIÓN DEL CURSO	16 semanas
DISTRIB. DE HS /SEMANALES	8

FECHA DE PRESENTACIÓN	04-11-2013
FECHA DE APROBACIÓN	
RESOLUCIÓN CETP	

**PROGRAMA PLANEAMIENTO EDUCATIVO
ÁREA DISEÑO Y DESARROLLO CURRICULAR**

1-ANTECEDENTES

En la actualidad es posible conceptualizar a la logística¹ como el arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información con el fin de gerenciar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales la organización y su canal de distribución se encauzan

En el año 2009 el Cluster de Logística y Transporte, dentro del programa PacPymes, realizó un estudio de la oferta y demanda de capacitación en el sector logístico. De dicho estudio surge la existencia clara de carencias de capacitación en diversos niveles, pero especialmente en el nivel de mandos medios, con visión integradora del proceso.

En el estudio se destaca además la importancia del entrenamiento práctico complementario a la formación general.

El Consejo de Educación Técnico Profesional-Universidad del Trabajo del Uruguay (CETP-UTU) viene desarrollando una serie de políticas educativas que apuntan a la concreción de los lineamientos estratégicos propuestos en el marco del Proyecto del Presupuesto 2010-2014 del CETP-UTU, que fueron iniciados en el quinquenio anterior pero que se profundizarán en este periodo. En ese marco aspira a acompasar las propuestas educativas al ritmo de cambio del mundo de la cultura y del trabajo.

Con relación al sector logístico en particular, el C.E.T.P viene instrumentando una serie de acciones tendientes a acompañar y ponerse en consonancia con el crecimiento del flujo comercial en la región, donde el Uruguay es visualizado como un puente para el MERCOSUR. Entre dichas acciones se destacan, la reciente aprobación del curso de Capacitación en logística “*Gestión de almacenes y control de stock*” y la creación de una Tecnicatura.

¹ El término “*logística*”, originalmente utilizado en el ámbito militar ha sido adoptado en el ámbito empresarial con diversos alcances.

Derivado del término inglés “*logistics*”, es definido por la Real Academia Española como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

Distintos autores han ensayado diferentes definiciones poniendo el acento en alguna de sus características: Ronald Ballou la definió como “... todo almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un costo razonable”; Marcelo Méndez, como “... la cualidad estratégica de los Estados y empresas modernas para potenciar la eficiencia y eficacia de todo proceso operativo, gestión administrativa y flujo de información para satisfacer todo requerimiento y necesidad del cliente en el tiempo, lugar y cantidad apropiados”; Douglas Lambert, como “la parte de la gestión de la cadena de suministro que planifica, implementa y controla el flujo eficiente y efectivo de materiales y el almacenamiento de productos, así como la información asociada desde el punto de origen hasta el consumo, con el objeto de satisfacer a los clientes”; Edward Frazelle pone el acento en “...el flujo de información, materiales y dinero entre los consumidores y los proveedores”.

La oferta educativa en logística y particularmente de creación de un Curso Técnico Terciario de Logística constituye una oportunidad fundamental para la formación de profesionales calificados en uno de los sectores que presenta mayor dinamismo en la economía nacional.

2-FUNDAMENTACIÓN

El aumento de la población mundial, y en especial el aumento del bienestar y poder de compra de los países asiáticos y otros países emergentes, empujan un aumento sostenido del comercio internacional e influyen fuertemente en la demanda y en los precios de los principales productos agropecuarios para los que nuestro país está en condiciones naturales de producir de manera competitiva. En la última década, por ejemplo, la producción agropecuaria nacional incrementó su volumen más de 4 veces, siendo más del 70 por ciento de este volumen destinado al exterior.

La localización geográfica del Uruguay, le otorga condiciones muy favorables para actuar como lugar de tránsito de este comercio creciente, sirviendo como pasaje de productos de los países sin salida al mar, así como entrada y salida de regiones de los países vecinos que encuentran ventajas en el uso de las infraestructuras del Uruguay menos saturadas que las propias. En el presente, el movimiento de mercaderías en tránsito representa más del 50 por ciento de toda la actividad de comercio exterior, superando en valores absolutos al volumen de importaciones y exportaciones.

Además, los regímenes legales existentes como las zonas francas, el puerto libre y aeropuerto, han permitido agregar ventajas a lo anterior, haciendo del país una excelente opción para actuar como centro de almacenaje y distribución para la región. Asimismo, la seguridad institucional, el ambiente de negocios y la apertura a la inversión extranjera han convertido al Uruguay en un destino seguro de inversiones.

A ello se suma la creciente tendencia de las empresas a jerarquizar sus procesos de distribución en el mercado local, de manera de satisfacer el también creciente nivel de consumo y la necesidad de posicionar los productos de manera competitiva y permanente en los puntos de venta.

La formación de profesionales en el área logística es hoy un requerimiento de todas las empresas y de todos los sectores económicos del país, que buscan integrar personas capaces de resolver las tareas operativas diarias y que logren llevar a cabo planificaciones incrementando las oportunidades de mejoras de cada sector. Profesionales con la capacidad necesaria para relacionar y articular los distintos sectores de la empresa; sabiendo interactuar entre clientes internos y externos.

Es una continuidad de Transporte Logístico I; siendo complementaria y especialmente sustancial sobre el contenido de la asignatura. Se apunta a brindar formación e información más específicas sobre todo aquellos temas relacionados directamente con el transporte: unidades de medidas, formas de embalaje, lenguaje y simbología de transporte y estibas, tipos de contenedores, etc.

Es fundamental instruir y formar al alumno ente los distintos y diferentes características específicas del transporte. No obstante, existe una relación directa con el resto de los módulos subsiguientes y así, de éste forma, la conectividad y en enlace permite seguir una línea de conexión necesaria para el curso.

La propuesta de secuenciación de las diferentes unidades de contenidos será la siguiente:

Unidad 1: Función de compras y proveedores en la cadena logística.

Unidad 2: Articulación de procesos con los distintos actores de abastecimiento.

Unidad 3: Gestión de compras.

Unidad 4: Análisis de proveedores.

Unidad 5: Análisis de tiempos de abastecimiento.

Unidad 6: Análisis de costos.

Unidad 7: Fijación de precios.

Para su posterior desarrollo cada unidad se subdividen en unidades temáticas menores, según su importancia, grado de dificultad y extensión relativa, con un carácter abierto y flexible por parte de los docentes. En cada unidad temática se indican:

- Competencias a desarrollar por el alumno.
- Contenidos Conceptuales.
- Sugerencias Metodológicas.

Unidad 1: Función de compras y proveedores en la cadena logística.

La función de compras dentro de la cadena logística y la selección de proveedores debe cumplir con ciertos criterios metodológicos para reforzar éste engranaje con el resto de los procesos logísticos.

Competencias específicas:

- ✓ Generalmente, el departamento o el área de compras (locales o internacionales) trabajan separados del resto de los sectores de la empresa, establecer ése nexo y enlace es una estrategia que ahorra tiempos y economiza el flujo de mercaderías entrante.

Contenidos Conceptuales:

- 1.1** Función de compras y proveedores en la cadena logística.
 - 1.1.2 Cuándo se compra
 - 1.1.3 Cómo es el proceso de compras
 - 1.1.4 A quién se compra
 - 1.1.5 Quién elije los proveedores y cómo se los clasifica

Unidad 2: Articulación de procesos con los distintos actores de abastecimiento.

Cuál es la estrategia de comprar y abastecernos de mercaderías según el rubro de la empresa y su asociación con la estrategia de producción o ventas.

Competencias específicas:

- ✓ Saber establecer el cómo, cuándo, cuánto es fundamental para el proceso y la cadena logística. Esto, también es fundamental ligarlo al qué comprar y dónde comprar.

Contenidos Conceptuales:

- 2.1 Articulación de procesos con los distintos actores de abastecimiento:
 - En función a Compras
 - ✓ Planeamiento estratégico

- ✓ Planeamiento táctico
- ✓ Planeamiento operativo
- ✓ Marketing
- En función a Producción
 - ✓ Producción de Proveedores (materia prima)
 - ✓ Producción de la empresa:
 - ✚ Marketing
 - ✚ Zafral
- En función a Importación
 - ✓ ETD (Tiempo Estimado de Zarpe)
 - ✓ ETA (Tiempo Estimado de Arribo)
- En función a Ventas
 - ✓ Determinación de ventas futuras
 - ✓ Ciclos de Vida del o los productos
- Disponibilidad del espacio físico

Unidad 3: Gestión de compra.

La gestión de compras es un proceso en el cual deben participar todos los sectores involucrados e interesados (producción, ventas, stock, procesos, etc). La gestión es una acción de administrar y equilibrar los distintos intereses en juego y ponerlos en discusión para implementar políticas de compras locales e internacionales.

Competencias específicas:

- ✓ Establecer la importancia debida como sector estratégico dentro de la cadena logística y la empresa.
- ✓ Conocer la importancia de la relación con el resto de los sectores de una empresa.

Contenidos Conceptuales:

3.1 Gestión de compra

- Bill of Materials **BOM** –*Lista de Materiales*-
- Sistemas Material Requirements Planning **MPR** –*Planificación de Requerimientos de Materiales*-
- Sistema EDI –*Intercambio Electrónico de Datos*-
- Políticas de Compras
- Negociaciones

Unidad 4: Análisis de proveedores.

Dentro de ése desafío que representa determinar cuándo y qué comprar; aparece otro factor de vital importancia para establecer tiempos operativos entre la necesidad generada, la comprar y la entrega del proveedor.

Competencias específicas:

- ✓ Los estándares de cada proveedor son fijados por la empresa (cliente) y deben reunir ciertas cualidades y características específicas.
- ✓ Hacer una selección y clasificación de proveedores es una planificación estudiada y medida que marca un punto de inflexión.

Contenidos Conceptuales:

4.1 Análisis de proveedores

- Según la Naturaleza de la compra
 - ✓ Materias primas para alimentación
 - ✓ Materias primas para fabricación
 - ✓ Productos terminados o
 - ✓ Servicios
- Según las distintas variables de exigencias y requerimientos
 - ✓ Calidad
 - ✓ Disponibilidad
 - ✓ Tiempos de producción y o entrega
 - ✓ Precio

Unidad 5: Análisis de tiempos del abastecimiento.

Los tiempos de abastecimiento de un proveedor pueden determinar muchas cosas, pero es un valor que contamos para hacer efectivos nuestros cálculos de cantidades a comprar.

Competencias específicas:

- ✓ Se intenta hacer una realización entre; el análisis de proveedor según sus características comerciales pero también con nuestro métodos de cálculos de cantidades comprar según el tiempo de "transito" y entrega de nuestro proveedor.
- ✓

Contenidos Conceptuales:

5.1 Análisis de tiempos del abastecimiento

- Previsión Vs Margen de Error de Previsión
- Previsión Vs Tiempo de entrega

Unidad 6: Análisis de Costos.

El costo de los productos determina impactos económicos; pero también nos obliga a establecer ordenes de ecuaciones entre beneficios de calidad, tiempo de vida de un producto, tiempo de entrega, etc.

Competencias específicas:

- ✓ Es imprescindible conocer y distinguir entre los distintos costos a los cuales nos podemos enfrentar; esto conlleva a realizar análisis profundos que pueden reflejar nuestros planeamientos operativos, tácticos y estratégicos.

Contenidos Conceptuales:

6.1 Análisis de Costos.

- Fijos
- Variables
- Distinción entre: inversión, gasto, valor agregado, pérdida, descuentos

Unidad 7: Fijación de precios.

Fijar un precio también es una tarea en la cual deben intervenir varios sectores, todos aquellos que tengan una vinculación y relación directa con los clientes.

Competencias específicas:

- ✓ Hay muchas variables que pueden determinar un precio; buscar y encontrar la ecuación más adecuada y beneficiosa comercialmente (no quiere decir solo determinar una ganancia económica) que nos permita mantener una excelente relación con nuestros clientes.

Contenidos Conceptuales:

7.1 Fijación de precios.

- Concepto de “precio”, objetivos, estrategias y políticas
- Fijación de precios en función de los costos
- Fijación de precios en función de los mercados
- El precio y las demás variables del marketing
- Según las cualidades técnicas del cliente y los consumos particulares de cada cliente.

Pautas metodológicas:

Hoy en día, el docente se ha transformado en animador y conductor del grupo de alumnos. Estos se han convertido en protagonistas activos de su propio aprendizaje. El hilo conductor de la metodología a emplear es el fomento del trabajo autónomo, crítico y reflexivo del alumno, elementos fundamentales para “aprender a pensar” y “aprender a actuar” con responsabilidad y eficiencia.

Esta forma de trabajo comporta replanteo en la dinámica de aula tradicional, lo que hace que el alumno cambie de rol, convirtiéndose en sujeto activo de su propio aprendizaje y el docente se convierte, a su vez, en el facilitador de un proceso educativo en el cual los estudiantes abordan y van descubriendo conjuntamente el objeto de conocimiento. La trasmisión de conocimientos y experiencias retroalimenta el propio planto pedagógico y contenido de las asignaturas; el proceso educativo gana terreno con cada aporte, cada exposición de casos y cada discusión de criterios y puntos de vistas ante las situaciones presentadas.

El docente pasa a ser un sujeto más en el proceso. Su tarea será, sobre todo, la de acompañar, coordinar, promover y desencadenar procesos cognitivos; utilizando para ellos el diálogo, el debate y la práctica profesional. Más que dar respuestas deberá plantear preguntas, a fin de que la respuesta surja de los propios alumnos; en este caso, la interpelación se transformará en una herramienta sumamente valiosa.