

# ESTRATEGIAS Y FACILITADORES DEL PROCESO LOGÍSTICO

- ✓ La universidad más importante del país
- ✓ Más de 20.000 egresados
- ✓ Diplomas conducentes a MBA o Magíster



2010

VAS A CRECER

# OBJETIVOS DEL PROGRAMA

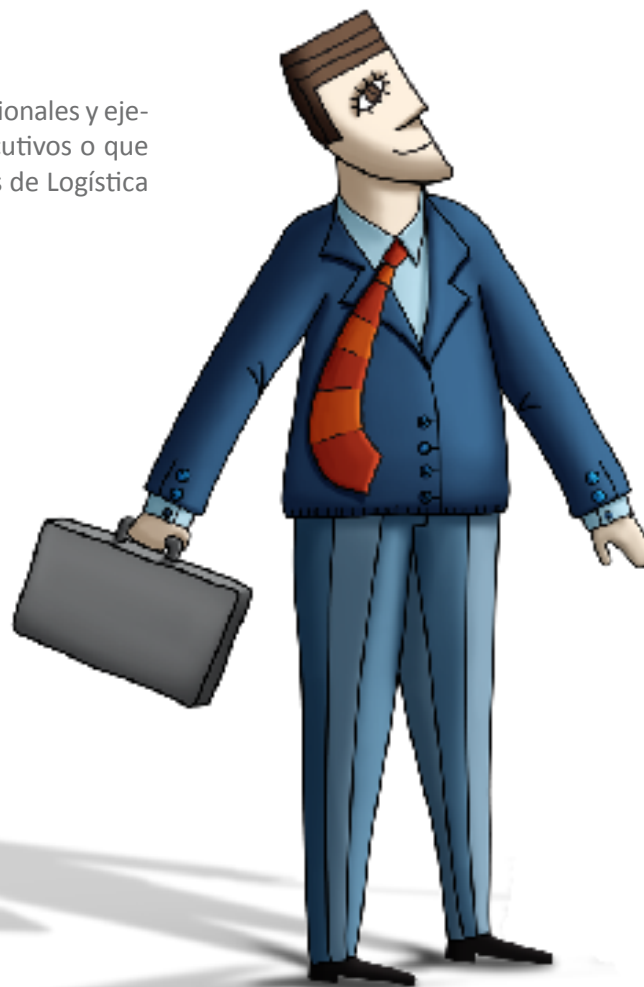
La misión fundamental de la Logística empresarial es colocar los productos adecuados (ya sean éstos bienes o servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a maximizar la rentabilidad de la firma.

La logística tiene como objetivo la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad requeridas por sus clientes y usuarios. Ella se encarga de la gestión de los procesos necesarios para alcanzar estos objetivos y para ello utiliza un gran número de metodologías, estrategias y técnicas que apoyan y facilitan su accionar.

Este programa apoya a los alumnos a entender, comprender y manejar las diferentes metodologías, técnicas y estrategias de apoyo a la Cadena de Logística en cada uno de los eslabones en que ella participa

# A QUIÉNES SE DIRIGE?

Este programa está orientado a los empresarios, profesionales y ejecutivos que se encuentren desempeñando cargos ejecutivos o que estén próximos a asumir dichas posiciones en las áreas de Logística y Operaciones de empresas y organizaciones.



# PLAN DE ESTUDIOS

## 1

### LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS: CREANDO VENTAJAS COMPETITIVAS

#### OBJETIVO

Comprender la naturaleza de las Alianzas Estratégicas en el entorno de los Procesos Logísticos y comprender como ellas entregan ventajas competitivas a las empresas. Establecer las formas y estrategias para su implementación y las acciones a ser desarrolladas para que ellas entreguen los resultados esperados por los socios.

#### CONTENIDO

El contexto de la Cadena de Logística y sus imperativos

Introducción a las Alianzas estratégicas

La definición de las Alianzas Estratégicas  
Las Mejores prácticas en el desarrollo de las Alianzas Estratégicas

La Metodología para el desarrollo de las Alianzas Estratégicas

## 2

### EL MANEJO DE PRODUCTOS – LA ADMINISTRACIÓN DE PRODUCTOS POR CATEGORÍA (CATEGORY MANAGEMENT)

#### OBJETIVO

La “Administración de Productos por Categoría”, cobra una alta importancia en el flujo y manejo de los diferentes productos que comercializan las compañías sobre sus Cadenas de Logística, partiendo desde las bodegas de sus Proveedores, pasando por la compra, abastecimiento y exhibición en los puntos de ventas, hasta la venta de ellos en los diferentes canales de comercialización.

Por consiguiente, esta administración de productos es un punto crítico, para lograr una correcta gestión sobre cada uno de los productos comercializados

El objetivo de este modulo es comprender cabalmente la importancia de la administración de productos en la gestión logística y las operaciones de las empresas.

#### CONTENIDO

Introducción a la Administración por

Categoría y su relación con la Logística  
La definición de las Categorías de Productos  
El Rol que deben cumplir de las Categorías de Productos  
La evaluación de las Categorías de Productos definidas  
Las mediciones de las Categorías de Productos – Scorecard de Categorías  
La definición de las Estrategias de las Categorías de Productos  
La definición de las Tácticas de las Categorías de Productos  
El Plan de Implementación de la Administración por Categorías de Productos

## 3

### LOS PROCESOS DE OUTSOURCING EN LA LOGÍSTICA

#### OBJETIVO

Conocer las tendencias actuales de outsourcear los procesos Logísticos de las compañías, comprendiendo las acciones a seguir y los cuidados a tener presente para una correcta toma de decisiones es estas acciones.

#### CONTENIDO

Introducción al concepto de Outsourcing

Los procesos de Outsourcing en las

# PLAN DE ESTUDIOS

compañías

Por qué se toman las decisiones de Outsourcing

Qué características se deben buscar con los Proceso de Outsourcing

Los diferentes modelo de Outsourcing

La metodología para la implementación de procesos de Outsourcing

## 4

### EL PROCESO DE REPOSICIÓN DE PRODUCTOS EN LA CADENA DE LOGÍSTICA

#### OBJETIVO

El éxito en la ejecución de los programas de reposición de productos en la Cadena de Logística dependerá en gran medida de las capacidades de los proveedores y de los Centro de Distribución, de desarrollar y mantener una sólida base en aspectos específicos del negocio y los sistemas. La reposición de productos crea un lazo fuerte e importante entre estos dos participantes del proceso, tanto es así que el potencial de esta relación puede generar mejoras en las utilidades, reducciones en los costos operacionales y lo más importante, una atención oportuna al consumidor.

La reposición no es solo el uso de una tecnología avanzada, sino más bien un concepto simple que trata de relacionar el negocio a través de diferentes tecnologías de sistemas e intercambios de información, con el objeto que los productos y/o insumos se encuentren siempre dispuestas para los clientes en las cantidades que éstos requieran.

Para implementar la reposición es recomendable que la empresa se encuentre preparada mental, operacional y organizacionalmente, teniendo una infraestructura integrada de manera de obtener de forma más rápida, los beneficios de ella. Sin embargo la reposición de productos puede ser incorporada dentro de la organización con grados de sofisticación, dependiendo del compromiso de cada empresa.

Los objetivos de este módulo son el comprender y analizar todos los aspectos relacionados con los proceso de reposición de productos sobre las cadenas de logística.

#### CONTENIDO

Introducción al concepto de Reposición y Reposición Automática

Los conceptos mas importantes en los procesos de reposición

Criterios a utilizar en la reposición de productos

Consideraciones a tener presente en la implementación de los procesos de reposición

Metodología para la implementación de los procesos de reposición

Factores Críticos de Éxito en los procesos de reposición.

## 5

### LOS PROCESOS DE NEGOCIACIÓN EN LA CADENA DE LOGÍSTICA DE LAS EMPRESAS

#### OBJETIVO

La negociación es uno de los aspectos fundamentales al interior de cada uno de los procesos logísticos, por cuanto esta cadena tiene una muy fuerte interrelación con los clientes internos de la compañía y con los proveedores y clientes externos de la empresa.

El objetivo de este módulo es que sus participantes dispongan de un modelo de negociación que permita establecer acuerdos de beneficio mutuo basados en el Modelo de Negociación de Harvard e incorporen herramientas para comprender a la otra parte y establecer relaciones a largo plazo

#### CONTENIDO

Introducción al Modelo de Negociación de Harvard

Los Conceptos fundamentales de la

# PLAN DE ESTUDIOS

negociación – El arte de llegar a un acuerdo

La Planificación (El Antes)

El Proceso de negociación (El Durante)

El Proceso de Cierre (El Después)

## 6

### RISK SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

#### OBJETIVO

La cadena de logística de las empresas se ha transformado en una de las piezas fundamentales de la cadena de valor de los negocios sobre la cual no solo se satisfacen las demandas y requerimientos de los clientes, si no que además sobre ella operan los diferentes puntos de contacto y relación con los clientes. Es por ello que esta cadena de logística debe estar carente de riesgos o sobre aquellos que sean imposible de prevenir, deben existir mecanismos y acciones que apoyen y faciliten la administración en tiempos de crisis. La administración de los riesgos está siendo una de las acciones prioritarias de las compañías sobre aquellos procesos que son críticos para el desenvolvimiento de sus negocios. Este módulo les permitirá a sus asistentes comprender la estrategia

de administración de riesgos sobre las cadenas de logística y el diseño e implementación de planes y programas para su control y mitigación.

#### CONTENIDO

Conceptualización de los Riesgos sobre la Cadena de Logística

Introducción al Modelo de Control de Riesgos – Coso II

Su operacionalización sobre las Cadenas de Logística

El proceso de implementación y control

de opinión en los temas que a ellos les conciernen, y por lo tanto, nosotros debemos ser capaces de transmitirles a través de nuestros puntos de contacto con ellos sobre la cadena de logística; este conocimiento y nuestra visión de los problemas.

La Administración de nuestros conocimientos como así también la capacidad de entregarlo adecuadamente a quién lo necesite, nos potenciará como Firma e individualmente a cada uno de los Profesionales que lo entrega – La tarea no es fácil, pero requiere la adopción de nuevos estándares y formas de operar.

Este módulo les permitirá a sus asistentes comprender la estrategia de administración del conocimiento sobre las cadenas de logística y el diseño e implementación de los modelo de Business Intelligence.

## 7

### EL KNOWLEDGE MANAGEMENT Y EL BUSINESS INTELLIGENCE SOBRE LAS CADENAS DE LOGÍSTICA

#### OBJETIVO

Los Clientes de la cadena de Logística esperan siempre que seamos capaces no solo de mover nuestros productos y servicios, si no que seamos líderes

#### CONTENIDO

Introducción a los conceptos de Knowledge Management y Business Intelligence

La nueva ERA—La ERA de la Información  
Las actividades de Knowledge Management

Diseñando e Implementando Modelos de Business Intelligence

# PLAN DE ESTUDIOS

## 8

### LA INTERNACIONALIZACION DE LAS CADENAS DE LOGÍSTICA

#### OBJETIVO

Las nuevas presiones y formas de trabajo, como así el uso de nuevas tecnologías, han hecho que cada día mas la internacionalización de los negocios y de las operaciones de las compañías sea un tema mas frecuente. No ajeno a ello las Cadenas de Logísticas de las empresas han tenido que internacionalizar sus operaciones ya sea por efectos de las exportaciones, importaciones o simplemente por una mayor cobertura de sus diferentes centros y operaciones de negocios.

#### CONTENIDO

Conceptos de Globalización de los Mercados

La internacionalización de los Mercados y el Impacto en las Cadenas de Logística

Los Factores Importantes a ser considerados en el proceso de logística en la Internacionalización de los negocios

La puesta en marcha de una Logística internacionalizada

# CUERPO ACADÉMICO

PABLO BARBERIS A.

Ingeniero Comercial y Postítulo en Marketing Gerencial de la Universidad de Santiago de Chile. Comunicador Social del DUOC. Actualmente es empresario de EMPRESER S.A., Servicios de Outsourcing y Gestión en Logística y Retailers. Ha sido Gerente de Negocios de EAN Chile y Director Ejecutivo de ECR Chile. Miembro Fundador y Director de la Asociación Chilena de Proveedores de Servicios Logísticos (ACHILOG). Miembro Fundador y Director del Comité de Logística de la Cámara Nacional de Comercio. Gerente Comercial de variadas empresas del mercado Retail y consumo masivo, y Director de distintos fondos de empresas emprendedoras.

LEONCIO LIZANA G.

MBA del MIT – Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile e Ingeniero Civil Mecánico de la Universidad de Concepción.

Ha sido Gerente de Operación y Sub Gerente General del INP, Asesor de la Gerencia de Desarrollo del Banco Sud Americano, Gerente Trainee del Área de Operaciones Wall Mart en Bentonville – EE.UU, Gerente de Logística y Gerente de Operaciones de ABC Comercial, y Gerente y Director de Ernst & Young en mas de 8 Países.

Además ha sido asesor de Alta Gerencia de las más importantes compañías de Retail de la Región entre las que se cuentan a: Falabella, Sodimac, Sande y Jumbo en Chile, Casino, Disco y Zara en Argentina, Wong en Perú, Wall Mart y Pan de Azúcar en Brasil, Almacenas Éxito en Colombia, Fin de Siglo en Venezuela, La Sirena en el Caribe y JC Penney, Pier 9, Home Depot y Macy's en EE.UU.

También fue durante mas de 4 años Subject Matter Expert y Director de la Practica de Retail – Suply Chain de nuestra Firma para toda la Región Sur (México al Sur).

Actualmente se desempeña como Socio – Gerente y Director de diversas compañías y como Académico en la Facultad de Ingeniería de la Universidad Católica de Valparaíso, Facultad de Ciencias Económica y Administrativas de la Universidad de Chile y de la Facultad de Negocios de la Universidad de las Américas.

# ESTRATEGIAS Y FACILITADORES DEL PROCESO LOGÍSTICO 2010

## VALORES Y HORARIOS

Nº DE HORAS: 23

VALOR: UF 23

HORARIO: VIERNES DE 18:00 A 21:00 HRS.  
SÁBADO DE 9:00 A 13:00 HRS.

INICIO: 30/7/2010

TÉRMINO: 27/8/2010

## FECHAS:

VIERNES 30 DE JULIO

VIERNES 6 DE AGOSTO

SÁBADO 7 DE AGOSTO

VIERNES 20 DE AGOSTO

SÁBADO 21 DE AGOSTO

VIERNES 27 DE AGOSTO

## ANTECEDENTES DE POSTULACIÓN

Solicitud de inscripción en página Web

## REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL DIPLOMA

Aprobar todos los cursos del programa

Asistencia mínima de 75% del total de sesiones

## INFORMACIONES Y MATRÍCULAS

Programa de Desarrollo Gerencial

Universidad de Chile

Diagonal Paraguay 257, Piso 10, Of. 1004

Teléfono: (56 2) 978 3380

E-mail: [contacto@unegocios.cl](mailto:contacto@unegocios.cl)

Web: [www.unegocios.cl](http://www.unegocios.cl)

Horario de atención continuado de 9:00 hrs. a 20:00 hrs.



Facultad de  
Economía y  
Negocios

Desarrollo Gerencial