



Actividad de aprendizaje # 1

Competencia: Atender requerimientos de los clientes de acuerdo con procedimiento técnico y normativa de procesos de negocios.

Resultado de aprendizaje: Caracterizar la formalidad de Servicio al cliente según políticas de la organización

Secuencia didáctica: Actividad 1 tercer periodo	
Pasos	Desarrollo
1	Lea la actividad 3.4 presente en la guía de análisis suministrada por el SENA. Guía de análisis: https://drive.google.com/file/d/1_ZeKQbliv9QmtICXiuzWoyM7QU_c0VRQ/view?usp=sharing
2	3.4. ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO Con ayuda de su instructor técnico y/o Docente, ubique una empresa comercial en Colombia que le permita contextualizar su sistema logístico.
3	De acuerdo a la empresa antes seleccionada construya un documento escrito considerando los siguientes elementos: - Represente de manera gráfica la cadena logística asociada a la empresa. - Describa el negocio, precise la misión, visión y objetivos. - Presente el organigrama de la empresa. - Describa el o los servicios que presta la compañía. - Caracterice los clientes de la compañía y los requerimientos logísticos de cada uno de ellos. - Identifique las políticas de servicio al cliente que posee la compañía.
4	Forma de entrega: El trabajo se entrega de forma escrita con la siguiente estructura. - Portada - Introducción - Desarrollo de la actividad - Conclusiones - Referencias bibliográficas
Fecha de entrega: 22 de septiembre de 2021	Valoración: Calificación 1. Trabajo escrito Calificación 1. Sustentación

1

Actividad de aprendizaje # 2

Competencia: Maniobrar equipos de manipulación de la mercancía según manual del fabricante y normativa de seguridad.

Resultados de Aprendizaje:

- ✓ Mantener el equipo de acuerdo con las instrucciones de la empresa y el fabricante.
- ✓ Determinar los equipos de manipulación de acuerdo con las especificaciones del fabricante Planteamiento de actividades según Guía de Análisis y planeación SENA.

Secuencia didáctica: Actividad 2 tercer periodo	
Pasos	Desarrollo
1	3.2. Actividades de Contextualización. Lea el planteamiento de la actividad 3,2 de la guía de planeación suministrada por el SENA que se encuentra en el siguiente link. https://drive.google.com/file/d/1P3ATOucyr8QYZgieUjjWVGpXJURx1OPw/view?usp=sharing
2	De manera individual, para el desarrollo de la presente actividad es importante que considere la situación expuesta en la actividad anterior y observe detenidamente el video "Carga, descarga y almacenaje" que encontrará en el siguiente link: https://www.youtube.com/watch?v=G55Kd5uDPLg
3	De acuerdo al video antes observado encuentre las palabras ocultas en la sopa de letras relacionadas con el video "Carga, descarga y almacenaje"
4	Complete las frases planteadas con las palabras encontradas en la sopa de letras del paso 3.
5	Forma de entrega: El trabajo se entrega de forma escrita con la siguiente estructura.



	<ul style="list-style-type: none"> - Portada – Actividad 3.2 de Contextualización. - Desarrollo de la actividad - Referencias bibliográficas
Fecha de entrega:	06 de octubre de 2021

Actividad de aprendizaje # 3

Secuencia didáctica: Actividad 3 tercer periodo	
Pasos	Desarrollo
1	3.3.ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN Lea el planteamiento de la actividad 3,3 de la guía de planeación suministrada por el SENA que se encuentra en el siguiente link. https://drive.google.com/file/d/1P3ATOucyr8QYZgieUjjWVGpXJURx1OPw/view?usp=sharing
2	De manera individual, realice lectura al documento “Equipos básicos para la logística en bodegas” del siguiente link: https://www.nikecolombiana.com/equipos-basicos-para-la-logistica-en-bodegas/
3	Una vez leído el material sugerido de manera individual usando la herramienta tecnología de su preferencia realice un Mapa conceptual muestre la tipología de equipamientos logísticos y sus características.
4	Complete las frases planteadas con las palabras encontradas en la sopa de letras del paso 3.
5	Forma de entrega: El trabajo se entrega de forma escrita con la siguiente estructura. <ul style="list-style-type: none"> - Portada – Actividad 3.2 de Contextualización. - Desarrollo de la actividad - Referencias bibliográficas
Fecha de entrega:	20 de octubre de 2021

2

Conceptos teóricos Actividad 1

¿Qué es la cadena logística?



De manera simple, la cadena logística es la suma de etapas y procesos que movimientan los productos o mercancías desde el proveedor, pasando por el fabricante y llegando al cliente que he encomendado.

O sea, la cadena abarca los procedimientos de almacenamiento, transporte y custodia de productos. Podemos ejemplificar el término de ella cuando un producto llega al supermercado, al cliente que lo encomendó o a la próxima etapa industrial de producción.

Diferencia entre las cadenas: logística y suministro

La principal diferencia entre las dos cadenas es que, la cadena de suministro organiza todos los procesos de abastecimiento, almacenamiento y envío de la empresa.

Ella analiza la calidad de materia prima, organiza la integración de servicios y sectores y garantiza la entrega rápida para el consumidor o próximo paso de producción.

Ya la cadena de distribución logística preocupase solo con el transporte de esos elementos para la próxima etapa, o sea, ella lleva la materia prima para producción, el producto pronto para almacenamiento y lo despacha para el cliente.

Importancia de la cadena logística

La cadena logística de una empresa es esencial para que plazos sean cumplidos y para que puedas entregar exitosamente sus mercancías y productos para los pasos siguientes.

Pero, la logística puede generar datos de mercado y comportamiento interesantes para la empresa, lo que posibilita análisis que garanticen una buena actuación de la compañía en el mercado.

Alguna de las atribuciones de la cadena logística: Identifica fluctuación de oferta y demanda de productos, gestiona el inventario de la empresa, controla y planifica la flota y rota de transporte,

Resultados de una cadena bien empleada

Se la cadena de transporte y logística fue bien estructurada, es posible generar y observar los datos arriba dichos y optimizar todo el proceso. Eso impacta positivamente en la empresa, desde su sector económico hasta la distribución de flota.

Tomado de: <https://polyexcel.com.br/es/esp-industria/conozca-que-es-la-cadena-logistica-y-su-importancia/>

Ejemplo: Cadena logística - Postobón

Misión y visión

Misión: describe el motivo o la razón de ser de una organización, empresa o institución. Se enfoca en los objetivos a cumplir en el presente. Debe estar definida de manera precisa y concreta para guiar al grupo de trabajo en el día a día. Por ejemplo: La misión de la compañía es mejorar la calidad de los automóviles.

Visión: describe una expectativa ideal sobre lo que se espera que la organización sea o alcance en un futuro. Debe ser realista,



pero puede ser ambiciosa; su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo. Por ejemplo: La visión de la compañía es en el 2025 convertirse en la productora de automóviles de mejor calidad del mercado local.

Ejemplo:

Empresa Lacoste

Misión. Compartir nuestra visión de la elegancia casual, nuestro optimismo y fe en el futuro, es el propósito de nuestro negocio. Es el orgullo y la pasión de cada persona que trabaja para Lacoste.

Visión. Nuestro objetivo principal es ser el líder en el mercado premium de ropa casual. Nos dedicaremos a lograr esta ambición en los próximos años.

Objetivos empresariales

¿Cómo se establecen los objetivos organizacionales?

Para establecer los objetivos organizacionales de una empresa hace falta una metodología lógica que tenga en cuenta lo siguiente:

Misión y visión de la empresa. Todo lo contenido en la misión y la visión es clave para determinar el objetivo general de la empresa, y de allí la serie de objetivos específicos que se desprenden. A fin de cuentas, en ellos está el cometido de la organización.

Las prioridades empresariales y su escala. Se debe planificar la escala de prioridad de la empresa, es decir, cuáles son los cometidos urgentes y cuáles no, cuáles son los más importantes y los superfluos. Sólo así pueden tenerse objetivos certeros y aplicables.

La identificación de los estándares empresariales. Es necesario definir el costo, factibilidad y tiempo de cada objetivo, de acuerdo a las capacidades y conveniencia de la empresa, ya que estas medidas servirán de control y contraloría para el cumplimiento de las metas y su eventual modificación o adaptación.

Objetivos organizacionales

Algunos ejemplos posibles de objetivos organizacionales pueden ser:

- Maximizar las ganancias anuales.
- Crece hasta duplicar la nómina de personal.
- Expandirse a un nuevo mercado.
- Recuperar el capital perdido durante una crisis.
- Minimizar los riesgos de inversión.
- Incrementar la participación en el mercado.
- Alcanzar las ganancias proyectadas.
- Sobrevivir a la depresión del sector comercial.

Organigrama empresarial

¿Qué es un organigrama de empresa?

El organigrama es un esquema organizacional que representa gráficamente la estructura interna de una empresa. Es especialmente útil para el departamento de Recursos Humanos, ya que le permite visualizar rápidamente la jerarquía de la empresa por equipos, en función de quién reporta a cada persona, o quién está al cargo de cada equipo o empleado.

Ápice estratégico

Esto se refiere a los altos directivos de la empresa. Se encargan de la toma de las decisiones que más afectan a la empresa y su imagen, son quienes más procesos necesitan aprobar, más control de los demás departamentos tendrán y más tareas delegarán a sus subordinados (que estarán bien indicados en el organigrama).

Línea media

Esto son los mandos intermedios de la empresa, y hacen de puente entre los altos directivos y los trabajadores que están a cargo de llevar a cabo acciones que afectarán directamente a la empresa. Por este motivo, la comunicación para este grupo de

empleados es crucial, y el organigrama será su mejor aliado para gestionar equipos.

Núcleo de operaciones

Trabajadores que están en contacto directo con las funciones de la empresa propiamente dichas. Ya sea producción o distribución del bien o el servicio, este grupo de empleados son los que pasarán más tiempo desarrollando acciones concretas que han sido, en su mayor parte, decididas por el ápice estratégico o, como mínimo, aprobadas por este.

Personal de apoyo

En muchas ocasiones estos trabajadores no forman parte completamente de la empresa, sino que se subcontrata. Sea como sea, su función es apoyar a los trabajadores que desarrollan una actividad concreta para que el rendimiento final sea mejor.

Tener un organigrama con todos los trabajadores de una empresa resulta muy útil para visualizar de manera clara y rápida la estructura interna, los roles y los diferentes equipos y departamentos. Ilustrar este aspecto del negocio ayudará a los empleados a mejorar la comunicación interna.

No importa si tu empresa es grande o pequeña, contar con un organigrama será una buena solución para organizarse, y ya sabemos que la organización es clave para cumplir objetivos (y cumplirlos de la mejor manera posible). Se trata de un paso más a la hora de diseñar la estrategia general del negocio.

¿Para qué sirve un organigrama empresarial? (Beneficios)

Un organigrama de una empresa permite analizar de manera ordenada todas y cada una de las estructuras de la organización representada.

Un organigrama permite conocer información esencial del funcionamiento de la empresa para coordinar distintos aspectos del negocio y proyectos que se quieran llevar a cabo. Además, es un buen indicador del crecimiento de un negocio, y este estará mejor dimensionado si cuenta con una herramienta como el organigrama. Además de todo esto, contar con un organigrama tiene otros beneficios:

¿Qué tipos de organigrama de empresa existen?

Hay muchísimos tipos de organigrama y, de hecho, en cuanto a diseño, no tienen límite siempre que sea la mejor manera de reflejar la información que contienen. Veamos qué tipos de organigramas podemos definir según distintos parámetros.

Según el tipo de información

1. Los organigramas informativos: Ofrecen una visión simplificada de toda la organización ya que solo muestran la información más relevante.
2. Los organigramas analíticos: Muestran datos mucho más detallados y específicos de la organización.
3. Los organigramas formales: Representan el modelo de funcionamiento planificado o formal de una empresa y requieren de aprobación previa.
4. Los organigramas informales: En este caso el organigrama no ha sido aprobado por la organización.

Según la organización

1. Organigrama jerárquico. Es el más común, pues depende del poder o control dentro de la empresa (de mayor a menor), siguiendo un diseño piramidal.
2. Organigrama matricial. Es típica en empresas con más de un director, o más de un responsable por proyecto, o más de un superior por departamento o trabajador.
3. Organigrama plano. Un organigrama sin cargos de mando intermedios, dejando solo dos roles; directivos y empleados.

Según las necesidades de la empresa

1. Organigrama general. Se especifican los cargos hasta llegar a los departamentos.
2. Organigrama integral. Llega un paso más allá, entrando en todas las unidades administrativas.



3. Organigrama funcional. Se especifican todos los puestos que existen en la empresa, e incluso pueden añadirse las tareas que dependen de cada rol.

Según la representación visual

1. Organigrama vertical: Los datos se representan en forma de pirámide. En la cúspide de la pirámide se encuentran los directivos de la empresa o entidad más importantes, y abajo están los trabajadores con menos poder de toma de decisiones.
2. Organigrama horizontal: Se ordenan de izquierda a derecha. Los niveles de jerarquía se representan en forma de columna.
3. El organigrama circular: En el centro está la dirección y alrededor los demás miembros ocupando un puesto en base a su cargo y poder.
4. El organigrama mixto: Incluye elementos verticales y horizontales para completar las posibilidades de graficación.

Servicios empresariales

Los servicios son un conjunto de actividades que produce una determinada empresa (pública o privada) con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes, sin necesidad de tener por qué ofrecerle un producto tangible para ello.

Características de los servicios

La característica principal que diferencia un bien de un servicio es su tangibilidad: los servicios no se pueden ver ni tocar. Mientras que los bienes sí, con los servicios los consumidores tendrán que quedarse con la experiencia y la satisfacción de haberlo consumido. Esto tiene una importante repercusión a la hora de valorar la calidad del mismo, pues resulta más complejo y subjetivo valorarlo.

Tipos de servicios

La clasificación que podemos usar para categorizar los servicios la podemos dividir en dos grupos: la tipología por el ámbito de actuación y el carácter público o privado que tenga.

Ámbito de actuación

Se trata de los diferentes sectores en los que los servicios tienen cabida: el transporte o movilidad, el servicio de hostelería, la gastronomía y los servicios financieros son los principales.

Por otro lado, también son importantes aquellos más dirigidos al sector público como lo son la educación o la sanidad.

Origen

Los servicios también se pueden clasificar en función de su carácter:

Público para servicios que el gobierno o Estado realiza

Privado son aquellos que los servicios son realizados por empresas que no son públicas ni del Estado

No obstante, en la práctica también encontramos iniciativas público-privadas en la sociedad.

Políticas de una empresa

¿Qué son las políticas de una empresa?

Cuando se habla de las políticas de una empresa, o también de su política organizacional, se hace referencia a un sistema estructurado y deliberado de principios que orientan la toma de decisiones de la empresa y que aspiran a lograr resultados racionales.

Dicho en otras palabras, se trata de una declaración de principios, que se implementa como un protocolo o un procedimiento por la junta directiva de la organización, así como por los funcionarios ejecutivos. Cualquier decisión, objetiva o subjetiva, pasará necesariamente por lo dictaminado en las políticas empresariales.

El concepto de las políticas de una empresa puede ser tan amplio como ésta lo necesite. Pueden incluir diferentes reglas básicas y normativas, que rigen el comportamiento de la organización y de sus partes, así como los procedimientos a seguir en los diversos casos posibles, o incluso las acciones concretas que definen el "espíritu" de la empresa.

Estas políticas empresariales pueden ser de dos tipos:

Generales. Aplican a todos los niveles de la empresa sin distinción, dado que son políticas críticas, de alto impacto, que tienen que ver con asuntos cruciales como el presupuesto, las políticas de compensación, la seguridad integral, etc.

Específicas. Aplican en cambio a procesos determinados, delimitadas según el alcance de estos mismos, o inscritos en determinados sectores de la organización, como políticas de ventas, políticas de pagos, etc.

Ejemplos de políticas de una empresa

Algunos ejemplos de políticas de una empresa pueden ser: Brindar un curso de capacitación obligatorio a todo nuevo ingreso a la organización.

Aportar soluciones a las necesidades de la comunidad que rodea la empresa como parte de los resultados finales de la misma.

Demostrar cero tolerancia a la corrupción, especialmente entre sus cargos altos y medios.

Manejar precios siempre accesibles al consumidor.

Contribuir con la formación de una generación de trabajadores nacionales de manera directa e indirecta.

Siempre brindar a sus clientes lo que desean.

Fomentar el espíritu de trabajo desde los líderes hacia los trabajadores.

Brindar a los empleados de la empresa un entorno amigable, divertido y reconfortante para sus labores cotidianas.

Valorar la ley y el bienestar común por encima de cualquier tipo de ingreso económico u oportunidad de mercado.