



DISEÑO CURRICULAR DE LA ESPECIALIZACION “GESTION LOGISTICA y DE COMERCIO INTERNACIONAL” “CON ORIENTACION EN ALIMENTOS”

I- Introducción:

En la Argentina de los últimos tiempos, el sector Productivo crece, importa y exporta y moviliza recursos y productos / servicios-, a un ritmo más veloz que la capacidad de dar respuesta desde la cadena de valor –logística- mínima y eficiente, de costo adecuado y calidad suficiente.

Las exigencias de los mercados conducen a la asociación – integración del sector productivo-industrial – comercializador y a considerar en forma conjunta toda la problemática vinculada a la cadena, de modo de agregar valor y generar ventajas competitivas que se reflejen en la satisfacción del cliente.

La estrategia de ventajas competitivas se desarrolla a través de una adecuada gestión logística, en la que se asegure la calidad del proceso: servicio y producto, la gestión de costos vinculados al transporte, almacenamiento, refrigeración, etc., y el “*just in time*”, permitiendo llegar al consumidor de cada mercado en las condiciones acordadas.

La eficiente operación del transporte –aéreo, marítimo, y terrestre- constituye un eslabón en el sistema logístico al que se suman los servicios vinculados –almacenamiento, acopio, depósitos, servicios-, que debe ser eficiente para lograr un producto final puesto en cualquier mercado con la máxima calidad (tiempo y forma).

Por su parte, el Sector de los Agronegocios es uno de los que más está creciendo, enfrentándose más críticamente con el desafío actual y futuro, pues el engranaje que se necesita para poner en marcha y deslizar sin grandes pérdidas el producto que se traslada a lo largo de la Cadena de Valor, no sigue el ritmo del crecimiento de la economía argentina, constituyéndose en otra restricción con alto impacto en el productor agropecuario y en el consumidor. Por ello, una de las claves será trabajar durante la próxima década en la Logística e Infraestructura necesarias para administrar los volúmenes de materia prima, es decir insumos y alimentos.



Universidad Nacional de Tres de Febrero

El importante momento agro-exportador que atraviesa hoy la Argentina enfrenta a las empresas a asumir grandes desafíos, tales como la optimización de la logística en época de cosecha, los conceptos de previsión y temas claves como la exportación de valor agregado. La insuficiencia de obras de infraestructura como caminos, puertos, ferrocarriles, almacenamiento o vías navegables, lo que genera deficiencias en el acceso a los puertos, resultan la contra cara de una cosecha récord de 82 millones de toneladas. Este se constituye así en el desafío empresarial de la década que viene.

Las empresas pueden obtener valor agregado a partir de la incorporación de soluciones de negocios desarrolladas sobre la base de aplicaciones de inteligencia analítica y con esto sortear dificultades que plantea el escenario económico actual.

Las exigencias de los mercados conducen a la asociación, a la integración del sector productivo, industrial y comercializador, a considerar en forma conjunta toda la problemática vinculada a la cadena de valor, de modo que sea posible agregar valor y generar ventajas competitivas, las que se reflejen en la satisfacción del cliente, que no es más que el estudio y el análisis de la logística actual, la mejora de la misma y el agregado de calidad.

II- Fundamentación

La estrategia de ventajas competitivas se desarrolla a través de una adecuada gestión logística. Dentro del conjunto de procesos que forman parte de la logística, el aspecto más relevante resulta el poder brindar un servicio que se ajuste a los tiempos de entrega fijados en la política de la empresa, en una atención al cliente, respetando las normas de seguridad en la manipulación productos que transporta y su disposición.

El distribuidor debe ser consciente de que su desempeño incide directamente sobre la imagen de la compañía por tratarse del último y no menos importante eslabón de la cadena de distribución, en este sentido, se entiende que el lema de todo operador logístico debería ser: "El producto correcto, en el lugar correcto, en el momento correcto".

Asimismo, el crecimiento del supermercadismo en el país y las consecuentes necesidades planteadas a los clientes por las mayores exigencias y profesionalización del canal logístico, han



Universidad Nacional de Tres de Febrero

convertido esta actividad en una de las principales herramientas para lograr un óptimo nivel de eficiencia.

Dentro de este contexto, es que se propone la Especialización “**GESTION LOGISTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL c/ Orientación en Alimentos**” basado en el Curso de Postgrado de Alta Gerencia en la Logística y la Calidad de los Alimentos, -constituyendo este la primera etapa obligatoria- para cursar la segunda etapa correspondiente a la Especialización propiamente dicha- con el objeto de cubrir la temática, en forma general, y dirigida a los proveedores de logística y de la comercialización –quienes trabajan /operan y ejecutan la misma, y en forma específica, dirigida al sector agropecuario-alimentario, con el objeto de abarcar un nicho -focalizado en la Calidad e Inocuidad de los Alimentos- que hasta el momento no se ha considerado.

La ventaja competitiva que brinda esta capacitación es lograr una clara diferenciación de los servicios brindados por las empresas de logística, permitiendo posicionarse por calidad en un mercado signado por la elección de las empresas por el menor precio o costo presupuestado, sin existir a la fecha la posibilidad de demostrar diferenciación, calidad y valor agregado de una actividad fundamental para la economía de los sectores productivos.

La Especialización prevé cubrir diversidad de sectores o productos con los diferentes requisitos, las normativas vigentes en materia de logística y comercial, así como la nueva tecnología a aplicar en los productos agroalimentarios para alcanzar altos niveles de calidad en el manejo y distribución.

El cliente final de las cadenas alimentarias son los hipermercados, supermercados, mayoristas, distribuidores, etc. quienes traccionan de la cadena exigiendo calidad, siendo ésta otra fortaleza de la Especialización, dado que asegura cubrir una necesidad insatisfecha de estos clientes.

La Especialización propone formar técnicos y profesionales del sector en los que se integre el conocimiento sistémico de la Gestión de la Logística Comercial con el desarrollo de las capacidades necesarias no sólo para su aplicación efectiva, sino también para generar un aprendizaje sustentable del mismo.



Universidad Nacional de Tres de Febrero

Dado que la Especialización “**GESTION LOGISTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL c/ Orientación en Alimentos**” se encuentra articulada con la **MAESTRÍA EN RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES**, los cursantes podrán optar además por completar su formación tomando parte en las asignaturas restantes.

De esta manera, la articulación con la Maestría se propone brindar a sus participantes todas las herramientas e instrumentos necesarios para elaborar diagnósticos de la situación en la que se inscriben las acciones relativas al comercio internacional y para diseñar propuestas de gestión que lleven a buen término los objetivos que las organizaciones, tanto del sector público como del sector privado, persiguen en esta área de las Relaciones Internacionales.

Al finalizar el período de formación de Maestría se espera contar con investigadores, analistas y profesionales capaces de conocer y desarrollar las acciones conducentes al logro de la proyección internacional de empresas medianas y pequeñas, de instituciones financieras y empresariales y/o organismos públicos de apoyo al sector privado.

III Objetivos

La Especialización en “**GESTION LOGISTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL c/ Orientación en Alimentos**”, focalizada en la gestión de la Calidad y del Comercio Internacional de los alimentos está dirigida a la capacitación de profesionales, funcionarios, técnicos y empresarios vinculados al sector agroalimentario desde la logística y el comercio internacional, que ejercen la coordinación de las cadenas de valor.

- Especialización: orientada a profesionales de carreras de grado y con experiencia en la alta gerencia del sector de los alimentos.(quitar)
- Posgrado (Resolución 2026/2005): orientado a la logística aplicada y dirigido a profesionales, técnicos, empresarios idóneos que cuenten con titulación universitaria y tengan experiencia en la operatoria y gerencia del Sector de logística.(quitar)

El objetivo de esta capacitación es proporcionar los conocimientos y las herramientas necesarias que permitan a los participantes realizar un correcto análisis y una acertada toma de decisiones en lo vinculado a la logística, así como explorar los determinantes de competitividad y del desarrollo económico exitoso desde una perspectiva que parte de lo micro-económico y avanza



Universidad Nacional de Tres de Febrero

sobre los aspectos económicos, políticos e institucionales referentes tanto al sector público como privado, a nivel regional y nacional.

Un segundo objetivo es la trasmisión de las experiencias vividas por los profesionales que imparten el programa y su contraste con las de los propios asistentes, para llegar a la determinación de posibles modelos de aplicación en cada caso.

El programa abarca las grandes áreas de la logística, de la Gestión de la Calidad y del Comercio Internacional, con el objeto de estudiar sus características y particularidades y analizar desde lo comercial y desde un punto de vista práctico sus procesos, así como la metodología que permita optimizar resultados por área y en forma global, teniendo en cuenta los mercados locales e internacionales y sus requerimientos.

IV Destinatarios

La Especialización “**GESTION LOGISTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL c/ Orientación en Alimentos**” esta dirigida a graduados de distintas disciplinas cuya actividad profesional se vincula directa ó indirectamente con el sector agroindustrial/ agropecuario. Está destinado a aquellos que posean conocimientos del tema y quieran ampliar y/o ejercitar su exposición o experiencia.

V Duración

La Especialización tiene una duración de 460 (220 horas del I Bloque y 240 horas del II Bloque) horas de las que el 70% corresponde a conocimientos teóricos y el 30% a la aplicación de dichos conocimientos.

VI- Perfil del Egresado

La Especialización desarrolla un Perfil para el egresado que le permite aplicar las nuevas habilidades y conocimientos –tanto en el sector publico como privado, para:

- ❖ Implantar y gestionar estrategias logísticas en la organización.
- ❖ Comprender la importancia que tiene la gestión de la cadena de suministro –transporte, distribución, almacenaje, cadena de frío, otros- en un mercado globalizado y el proceso de su integración.



Universidad Nacional de Tres de Febrero

- ❖ Entender y facilitar las relaciones entre compradores, vendedores y operadores logísticos.
- ❖ Manejar los principales condicionantes de la logística planteada en el mercado local e internacional.
- ❖ Entender y aplicar las principales características de la logística en el marco de la economía del conocimiento en el marco de la empresa.
- ❖ Establecer la importancia estratégica de la gestión de la calidad y analizar los diferentes niveles que la componen así como los requisitos del mercado interno y externo.
- ❖ Manejar conceptos y las diferencias de cultura organizativa, liderazgo, poder, autoridad y mando, exponiendo las funciones, objetivos y actividades del área de la calidad en toda la empresa (Six Sigma).
- ❖ Comprender el funcionamiento – herramientas y requisitos del mercado internacional
- ❖ Manejar herramientas y conceptos para las negociaciones comerciales internacionales
- ❖ Conocer comprender y aplicar el derecho en las relaciones comerciales internacionales.
- ❖ Implementar y gestionar la inocuidad, calidad y calidad total o excelencia empresarial, así como los principios fundamentales para su gestión en la empresa y en el comercio internacional.
- ❖ Adquirir y aplicar los conocimientos en lo relacionado al Comercio de los agro-alimentos en los distintos mercados.

VII- Requisitos de evaluación y graduación

Para acceder al título de Especialista en **“GESTION LOGISTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL c/ Orientación en Alimentos”** de la Universidad Nacional Tres de Febrero, el aspirante debe:

- Aprobar la totalidad de las materias obligatorias.
- Aprobar el Trabajo Final de Especialización.

VIII- Estructura Organizativa - Programa y Contenidos de la Especialización



Universidad Nacional de Tres de Febrero

Los contenidos del programa articulan las políticas y estrategias, con la organización y la cultura que las hacen posibles. Se analizarán los vectores de la Logística y distribución-conducción, estrategia, administración, tecnología, gestión de la calidad, comercialización y cambio. Se incorporan las herramientas necesarias para tomar decisiones como para los abordajes que desarrollan las habilidades interpersonales.

La Especialización abarca la producción primaria, las etapas de industrialización y distribución en los complejos agroalimentarios. Considera como eje central el concepto de innovación, incorporando de esta forma no sólo las tecnologías de producto y proceso sino también las posteriores modificaciones, tan importantes como las primeras que son las técnicas de logística y de organización efectuadas por los diversos usuarios de la cadena productiva, así como integrar la calidad en los procesos que afectan todos los recursos de la empresa y la organización facilitando la gestión en el comercio internacional.

IX- Estructura Organizativa de la Unidad Académica: se prevé:

Dirección de la Especialización

Coordinación I (Bloque Básico)

Coordinación II (Bloque Especialización Avanzada)

Área de Apoyo Logístico

X- Contenidos Mínimos:

BLOQUE BASICO

Módulo 1: LOGÍSTICA INTEGRAL (Supply Chain Management)

Módulo 2: SISTEMA DE GESTION ORIENTADA A LA CALIDAD Y LIDERAZGO

Módulo 3: REINGENIERÍA DE LA LOGÍSTICA DE DISTRIBUCION .

Módulo 4: GESTION DE PROCESOS. ESTADISTICA y SEIS SIGMA

Módulo 5: HERRAMIENTAS Y TECNOLOGIAS PARA LA PREPARACION DE PEDIDOS.

Módulo 6.: LOGÍSTICA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL Y MARKETING

Módulo 7: GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTOS Y COMPRAS.

Módulo 8: EFICACIA EN LA GESTION DE TRANSPORTES



Universidad Nacional de Tres de Febrero

Módulo 9: GESTIÓN GLOBAL DE STOCKS. HERRAMIENTA DE COMPETIVIDAD

Módulo 10: DIRECCIÓN DE OPERACIONES.

Módulo 11: DIRECCIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS – SUPERMERCADOS-
TRANSPORTE Y DISTRIBUCION

Total de Horas: 220 (Doscientas veinte)

Título: Curso de Postgrado Alta Gerencia en **Logística y Calidad en los Alimentos**

BLOQUE II- “GESTION LOGISTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL”

Modulo 12: CONCEPTO Y DISEÑO DE ALMACENES

Modulo 13: TÉCNICAS DE INTERRELACION Y NEGOCIACION INTERNA

Modulo 14: LA CADENA LOGISTICA Y LA INTEGRACION DE PROVEEDORES

Modulo 15: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y LA CADENA DE VALOR

Modulo 16: TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Modulo 17: NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

Modulo 18: POLITICA COMERCIAL EXTERNA

Total Horas: 240 (Horas totales obligatorias para la Especialización 460 hs.)

Título: Especialista en “**GESTION LOGISTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL c/ Orientación en Alimentos**”

ARTICULACIÓN CON LA MAESTRÍA en Relaciones Comerciales INTERNACIONALES

DERECHO EN LAS RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

OPERACIONES COMERCIALES

DERECHO DE LA INTEGRACIÓN

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

TALLER DE TESIS

XI- Seminarios Teóricos y Discusión de Casos



Universidad Nacional de Tres de Febrero

Se prevé la organización de Seminarios Teóricos y de Discusión de Casos, dictados por especialistas de los distintos sectores, con el objeto de analizar temas teóricos específicos o casos de aplicación práctica real.

Se dictan 6 (seis) Seminarios Teóricos a cargo de profesores de universidades nacionales y/o extranjeras, con el objetivo de intercambiar modelos conceptuales en Gestión y acceder a distintas escuelas de pensamiento en gestión de calidad, logística aplicada y relaciones comerciales internacionales.

Estos Seminarios tienen el carácter de obligatorio para los que cursan la Especialización, y el de optativo para los que cursan el Postgrado.

XII- Tesis de Graduación

La Tesis será un análisis y estudio de casos vinculados con la problemática de la Cadena de Valor, la Logística Aplicada, la gestión de la Calidad y las Relaciones Comerciales Internacionales, desde lo económico, comercial, social y tecnológico de las cadenas agroalimentarias o sus componentes, o bien un trabajo de investigación original realizado de acuerdo a las normas epistemológicas aceptadas para trabajos científicos.

XIII- Requisitos de admisión

Para la Especialización:

- ❖ Tener título de grado de una carrera de cuatro años de duración como mínimo en universidad argentina o extranjera.
- ❖ Realizar una entrevista de admisión con la Dirección de la Unidad de Negocios Area Académica.

XIV Requisitos de inscripción

- ❖ La inscripción se realizará hasta el 25 de abril del 2007 o hasta la cobertura de las vacantes disponibles.
- ❖ Se admite un máximo de 40 participantes.



Universidad Nacional de Tres de Febrero

- ❖ La inscripción se realiza en la UNTREF de lunes a viernes de 9:30 a 19:00 horas. Se puede realizar una preinscripción por e-mail a la dirección logistica-pg@untref.edu.ar
- ❖ Para completar la inscripción los participantes deberán entregar la siguiente documentación:
 - Foto 4x4
 - Fotocopia del título de grado (o constancia de título en trámite).
 - Curriculum vitae.
 - Carta dirigida al Director de la Especialización solicitando la admisión en la Especialización y explicando los motivos de su interés por participar.

XV- Costo

- ❖ El costo de la Especialización es de \$ 9.800

Las alternativas de pago y financiamiento se definirán cerca del inicio del curso. La Dirección contempla bajo determinadas condiciones, el otorgamiento de un determinado número de becas parciales.

XVI- Modalidad de Dictado de las capacitaciones:

La Especialización es presencial.

XVII- Cronograma académico 2007 –Especialización-

Desde el 27 de abril 2006 al 30 de abril 2008

XVIII- Días y Horarios de Cursada

Para el primer Bloque el último Viernes y Sábado de cada mes x 10 meses y el del II Bloque el segundo viernes y sábado de cada mes x 12 meses.

XIX- Lugar

Sede Centro Cultural Borges - Viamonte y San Martín 3 piso, Pabellón de Las Naciones

(1053) Ciudad de Buenos Aires



Universidad Nacional de Tres de Febrero

TE : (011) 4311-7447 / 4314-0022.

borges@untref.edu.ar



ANEXO I – Contenidos del Programa Especialización y Curso de Postgrado

BLOQUE BASICO FUNDAMENTAL

Módulo 1: LOGÍSTICA INTEGRAL – 24 horas

La empresa Agroalimentaria y sus objetivos tradicionales. La estrategia empresarial actual. Análisis de las causas del cambio y sus consecuencias. El concepto de logística integral. Concentración y políticas de cero stocks. Las respuestas iniciales "Business-units" y los actuales "Procesos" La evolución de la logística en la empresa. La "Logística Integral" como respuesta al cambio empresarial. Los procesos logísticos en la empresa: Aprovisionamientos-Producción-Distribución en la empresa Agroalimentaria. La coordinación entre los 3 procesos. La planificación global. La gestión de stocks actual-Teoría de errores. La planificación actual - Planificación reactiva. Objetivos y prioridades de los procesos logísticos. La evolución actual de la logística. El concepto de Supply Chain Management y el Agile Logistics. La relación entre logística y Marketing. Cuadro de mando integral. -Concepto de ratios de gestión. -Su estandarización.

Módulo 2: SISTEMA DE GESTION ORIENTADA A LA CALIDAD Y LIDERAZGO. 42 horas

Instrumentos de Diferenciación de Productos y de Creación de Ventajas Competitivas. Calidad en los alimentos: Calidad e Inocuidad. Nueva Filosofía. Nomenclatura técnica. Competitividad: Propiedad Intelectual. Denominaciones de Origen y Marcas. Organización del Sistema. Protocolos de Calidad. Agregado de Valor. Sistemas de Calidad. Normas y Modelos de Calidad. Normas ISO 9000/2000. Buenas Prácticas Agrícola y de Manufactura. Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos. Cliente. Identificación y Segmentación. Desarrollo de relación con el cliente. Gerenciamiento de la calidad, enfocados en el cliente. Identificación de los grupos de clientes. Expectativas de los clientes. Benchmarking. Equipos. Tipos y trabajo en equipo. Beneficios y principios. Comunicación. Reuniones. Agenda. Roles, responsabilidades, y relaciones. Desarrollar grupos en equipos. El nuevo rol del líder en el equipo. Estilos de liderazgo y estilos de los seguidores. Líder versus Gerente.

Módulo 3: REINGENIERÍA DE LA LOGÍSTICA DE DISTRIBUCION. 18 horas.

El concepto de reingeniería. Los nuevos valores en la logística de distribución. Métodos de diseño de un proceso de Distribución Física. La necesidad de la Visión Comercial. Políticas de Valor Añadido y sus condicionantes en el planteo de la Distribución Física. La imagen negativa



Universidad Nacional de Tres de Febrero

de la excelencia. Los condicionantes de control y trazabilidad. La Gestión de incidencias. - Management por excepción. Supermercadismo. Los condicionantes de la presión sobre stocks - La distribución centralizada. Los condicionantes de la amplitud de mercados. - El Stock virtual. Los condicionantes de coste: - La externalización. - La filosofía del Transporte Directo. - El Cross-Docking. - El Supply Chain Management. La repercusión del concepto de logística integral: - El desdoblamiento de Orígenes. - La Frontera Flexible. - La localización industrial. Sistemática de ubicación de almacenes y centros logísticos. Procedimientos de optimización del transporte y la manipulación diarios. Las consecuencias de la globalización en la cadena logística de distribución física. Las nuevas figuras de distribución global. La ubicación de almacenes y centros logísticos en un entorno global.

Módulo 4: LA GESTION DE PROCESOS. ESTADISTICA y SEIS SIGMA 18 horas

Conceptos. Estadística Aplicada. Sistemas de Información. fundamentos de la Producción Cuantitativa de Datos. Indicadores Económicos. Marco Normativo para la Producción de Estadísticas Públicas. Aplicaciones de Software Estadístico. Consumidores y Estudios de Mercado. Teoría y Técnicas de Muestreo. Bases de Datos Aplicadas a la Generación de Información Estadística. Introducción de modelos Probabilísticos. ¿Qué es seis sigma?. -Coste de la no calidad. -Estrategia de negocio a través de 6 sigma. Comparacion de las diferentes estrategias de mejora. -Deming, Juran, Ishikawa. -PDCA. -Priorización. Caracterización, Optimización, Realización (Implantación). Herramientas básicas en 6 sigma. -Caso Practico. Cultura Seis Sigma. -Objetivos, figuras organizativas, beneficios. -Estrategias de proyecto seis sigma. -Planes de implantación, comentarios sobre una experiencia real.

Módulo 5: HERRAMIENTAS Y TECNOLOGIAS PARA LA PREPARACION DE PEDIDOS. 12 horas.

El concepto de picking. Factores clave en la selección del sistema de preparación de pedidos. El diseño del área de preparación de pedidos. Tecnologías de información aplicada al proceso de picking. El concepto de automatización selectiva. Modalidades de picking de material paletizado. Factores determinantes de la solución óptima. Modalidades de picking de pequeño material. Factores determinantes de la solución óptima. Cadena de frío.



Universidad Nacional de Tres de Febrero

Módulo 6: LOGÍSTICA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL Y MARKETING – 24 horas.

El comercio internacional y la globalización. -Conceptos básicos. -Las empresas de nuestro país frente al comercio internacional. Estrategia internacional. -Investigación de mercados. -Plan de marketing: precio, producto, comunicación y distribución. Logística operativa internacional. Incoterms 2000 como utilizarlos. Transporte internacional. Cobertura de riesgo físico. Las aduanas. Cobertura de riesgo económico. La ambigua definición de e-Logistics. Las consecuencias del e-Logistics en el área de Compras y Aprovisionamiento. El concepto de Marketplace. e-sales y e-Procurement. El concepto de e-Marketplace y su situación actual. Componentes. Diferentes tipos de subastas y su utilización. Futuro de las compras con el e-Marketplace.

Módulo 7: LA GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTOS Y COMPRAS. 18 horas.

El proceso de aprovisionamiento y su campo de actividad. Compras. Centro de beneficios. Su justificación. Los condicionantes logísticos de la función de compras. Técnicas, tácticas y estrategias de la función. Nociones de negociación. El concepto de coste integral de aprovisionamiento y de rentabilidad del mismo. El pedido rentable. Cuánto comprar. Cómo conseguir el "Just in Time" con el proveedor. Aplicaciones informáticas en la gestión de aprovisionamientos. La Gestión de Aprovisionamiento como estratégica en la gestión actual de las empresas.

Módulo 8: EFICACIA EN LA GESTION DE TRANSPORTES 24 horas.

La optimización de la unidad de transporte desde el punto de vista de la unidad de carga. Modos de transporte de granos, animales vivos, bebidas y alimentos. Las Infraestructuras logísticas como base del desarrollo de los diversos modos de transporte. Cámaras y Organizaciones transportistas. Sus funciones y responsabilidades. Los aspectos comerciales en el marco de la contratación del transporte. Procedimientos de colaboración mutua con el proveedor. Convenio Internacionales en Transporte. Seguros en Transporte y la asignación y limitación de responsabilidades. Transportes Especiales. Temperatura controlada. La Legislación aplicada. Las nuevas posibilidades de contratación de vehículos a través de los marketplaces dedicados. Habilitaciones. Figuras Gremiales.

Módulo 9: GESTIÓN GLOBAL DE STOCKS. HERRAMIENTA DE COMPETIVIDAD 12 horas.

Los condicionantes actuales de la Gestión de Stocks. Diferencia entre "artículo" y "sku" (Stock Kipping Unit). Stock de Pipeline. Noción de Relación Standard e Instalación por referencia.



Universidad Nacional de Tres de Febrero

Costos asociados a la gestión de stocks. Influencia del costo integral de aprovisionamiento. Parámetros comunes a los modelos: Punto de Pedido, Stock de Seguridad, Stock Mínimo, Puntos de Llamada. Periodo de Revisión para uno o varios artículos. Tipos de reposición de stocks. -Fecha fija. -Periodo variable. -Métodos heurísticos. Gestión de stocks de productos perecederos. Análisis de los casos especiales. -Descuentos por cantidad de compra. -Inflación. -Financiación de existencias. -Gestión de lotes de producción. Evolución y análisis de los inventarios. Índice de Fisher.

Módulo 10: DIRECCIÓN DE OPERACIONES. 24 horas

Captura de datos en planta, automatización y CIM. Costos reales de fabricación. Ratios de productividad. Outsourcing industrial. Gestión por flujo de materiales (Just In Time). Conceptos e historia del JIT. Sistema de puesta en marcha del flujo de fabricación. Teoría de las 5S y reducción del desperdicio (las 7 pérdidas). Reducción de tiempos de preparación (SMED). Polivalencia y autocontrol. Células de fabricación (U, FMS) . Cadenas de montaje, Andon y Jidoka. Mantenimiento (correctivo, preventivo, predictivo, TPM). Mejora continua (KAIZEN).

Módulo 11: DIRECCIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS – SUPERMERCADOS-TRANSPORTE Y DISTRIBUCION - 4 horas

La empresa y los Alimentos. Concepto de la empresa como sistema. Componentes de la empresa. Management. Líneas básicas: evolución del Management. El papel de la persona. La persona en la organización. La conciliación de objetivos una utopía. El éxito empresarial. Largo plazo. Corto Plazo. Los objetivos. Conceptos básicos sobre objetivos. La dinámica en el trabajo con objetivos. La construcción estratégica. La cúpula estratégica. Misión visión y valores. La operación estratégica. Factores claves de diferenciación, Objetivos y acciones. El nuevo papel del directivo. La persona sus actitudes. Innovación en la organización. Ideas centrales. Innovación como proceso sistemático. Aspectos estratégicos de la innovación. La innovación actividad en equipo. Criterios para conformar equipos creativos.



BLOQUE DE ESPECIALIZACION AVANZADA

Módulo 12: CONCEPTO Y DISEÑO EN ALMACENES - CONTRATACION DE SERVICIOS LOGISTICOS - 24 horas.

La sistemática del diseño de un almacén. Tipos funcionales de almacenes. Los condicionantes físicos y Operacionales del diseño . Unidades de almacenaje RAL. Diagramas de flujo y áreas a distribuir en planta. Concepto del área de reserva. Dimensionamiento. Análisis comparativo de las diversas alternativas de almacenaje. Procedimiento de selección de la solución óptima. Storage solutions. El cálculo de los recursos necesarios. La visión global del diseño de un almacén. Las razones que justifican la externalización de la función. Modalidades de externalización. Criterios de optimización del rango de actividades a externalizar. Las diferentes estrategias que rigen la contratación. Los condicionantes necesarios para un cambio de estrategia. La selección del proveedor idóneo. Técnicas y tácticas a aplicar en la contratación de las diversas modalidades de externalización. el Márketing de los prestatarios de Servicios Logísticos. El ámbito actual de la contratación logística y sus tendencias de futuro.

Módulo 13: TECNICAS DE INTERRELACION Y NEGOCIACION INTERNA – 24 horas-

Introducción al análisis transaccional. Técnicas de presentación. -La presentación efectiva. Técnicas básicas de negociación (transacción) internas. Ejercicio de negociación. Del grupo al equipo de trabajo. -Estilos de dirección de equipos. -Roles en el grupo, características, equilibrio. -Participación, los diferentes perfiles. -Equipos de alto rendimiento. La gestión del talento humano: El comportamiento humano en las organizaciones. Administración de personal. El Planeamiento estratégico del Personal: Rotación de personal. Diseño de tareas: modelos, enfoques actuales. El puesto a cubrir. Definición de las características personales del candidato, conocimientos, habilidades y experiencia. Identificación de competencias. Competencias y su articulación con la evaluación del potencial. Socialización organizacional. Evaluación de desempeño. Objetivos y finalidades. Capacitación tradicional y capacitación diferencial. Detección de necesidades de formación. Compensaciones e incentivos. Política de remuneraciones. Conceptos no tradicionales: Sinergia – Empowerment – Outplacement – Reingeniería – Reestructuración. Coaching. La identidad Organizacional. La comunicación efectiva y su valor agregado. El tablero de control en RR.HH. La organización / institución del intelecto. Bases para una buena gestión del manager de RR.HH.



Universidad Nacional de Tres de Febrero

Módulo 14 LA CADENA LOGÍSTICA Y LA INTEGRACIÓN DE PROVEEDORES 24 horas

Los condicionantes que el modelo logístico impone en el aprovisionamiento. La política de Cero Defectos aplicada a plazos y calidad. La homologación de proveedores La selección de los proveedores. El desarrollo de los proveedores. El proceso mixto de mejora continua. Las relaciones comerciales en el marco de colaboración. El co-maker. La gestión de alianzas estratégicas. Introducción a la simulación de procesos industriales y logísticos. Desarrollo de los sistemas de simulación. Diseño de la capacidad a medio plazo. Análisis de alternativas. Valoración de los planes de producción y servicio logístico. Optimización de recursos. Adecuación de capacidades. Técnicas de simulación de escenarios.

Módulo 15: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y LA CADENA DE VALOR - 24 horas

Su concepto y las razones que justifican su aparición. Sus orígenes. El ECR. Sus campos de aplicación y la supresión de los eslabones no provechosos. La Planificación Global y el Reaprovisionamiento continuo. La Gestión de Stocks Global. La determinación de la cantidad óptima de pedido. La sinergia de las logísticas de Distribución Física y Aprovisionamiento. La influencia del e-Logistics en el SCM. Sus consecuencias en la Organización y en la Logística de las Empresas. El concepto de cadena de valor - agile logistics. La problemática de Hoy - La velocidad. Sus razones. La compresión del tiempo aparente y real. Sus consecuencias en la cadena logística. El Efecto Bullwhip (Forrester). Los grados de colaboración Proveedor-Cliente. El CPFR -Collaborative Planning Forecasting & Remplenishment. El concepto de Agile Logistics. La logística compartida. Compartiendo información con la competencia el c-commerce

Módulo 16: TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL - 46 Horas

Ventajas comparativas. Nueva teoría – Escala, especialización, competencia imperfecta, rendimientos crecientes, curva de aprendizaje. La protección del mercado interno como promoción de las exportaciones. Como crear ventajas comparativas dinámicas cuando no se poseen elementos favorables para la localización de inversiones. El sentido de las ZPE. Apreciación del tipo de cambio: la enfermedad holandesa. La “ maldición de los recursos naturales abundantes” o la “ trampa del financiamiento”. La innovación tecnológica continua como atracción de la inversión y mejor ingreso permanente de los PD con respecto a los PED: renta y justificación del derecho de propiedad intelectual. Economía y comercio internacional. La globalización acerca o agranda las distancias. “*The world is spiky*” o las diferencias – caída de las barreras - tienden a nivelarse vía información, comunicación, conocimiento. Etapa de crecimiento actual, la globalización permite el *soft landing* de los desajustes estructurales vía



Universidad Nacional de Tres de Febrero

productividad norteamericana, china, india y de los otros países del sudeste asiático o se repite un desajuste como los habidos en las décadas de los 80 y 90: ¿Nuevo escenario o historia reciente? Los motores del crecimiento: USA y China. El voraz consumidor del ahorro mundial y la máquina productiva. Problemas estructurales de ambas economías, en gran parte complementarias. El comercio como vector del crecimiento, más para la región del sudeste asiático que para LAC. ¿Los ALC son útiles para el desarrollo? – Pros & Cons: Corea, Taiwan, México y Chile. Resultados importantes en comercio y mediocre en crecimiento: el caso de Brasil. Resultados en comercio y desarrollo: el caso de Irlanda. ¿Es este éxito replicable en LAC? Visión desde la perspectiva Argentina. Crecimiento y desarrollo sostenible. El comercio como vector. Problemas de oferta exportable. Nuevas tendencias en la exploración y explotación de ventajas comparativas dinámicas. Un posible “home grown business plan”.

Módulo 17: NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES - 46 Horas

La política exterior, la política económica, la política comercial. El sistema multilateral de comercio – la OMC– antecedentes – Los acuerdos de la ronda Uruguay. Reglas multilaterales y acuerdos – proceso de integración regional. Trato especial y diferenciado. Instrumentos de política comercial – bienes (derechos de importación, barreras no arancelarias, otros gravámenes y cargas, defensa de la tarifa (AD– CVD), salvaguardias, reglas de origen – valor en aduana, licencias de importación, derechos de exportación, subsidios). Comercio de servicios. Acuerdo general. Compromisos. Movimiento de capitales. Balanza de pagos. Organismos financieros internacionales. Movimiento de personas (derechos laborales) y comercio. Nuevos temas: inversiones, medio ambiente, política de competencia, compras gubernamentales. derechos de propiedad intelectual y el comercio. Transparencia y participación sociedad civil. Teoría de las negociaciones comerciales. Negociaciones comerciales de Argentina (MERCOSUR, ALCA, Unión Europea, ALADI – América Central – Caribe, otros (Sudáfrica – India), OMC– Ronda de Doha.

Módulo 18: POLÍTICA COMERCIAL EXTERNA – 46 horas.

La Política Comercial Externa como política instrumental de los lineamientos macroeconómicos. Discusión entre Bienes Nacionales o Libre Comercio. Cambios fundamentales como consecuencia del proceso de globalización. Aplanamiento del Mercado Mundial. Instrumentos de Aplanamientos. Nuevas Regiones Dinámicas. Desafío al concepto de Estado País. Instrumentos de política comercial y sus efectos distributivos. Aranceles y medidas conexas. Restricciones cuantitativas y medidas no arancelarias. Clasificación y discriminación. Ayudas estatales y



Universidad Nacional de Tres de Febrero

subvenciones, medidas antidumping y compensatorias. Acuerdo de Limitaciones de exportaciones. Requisito de contenido nacional. PIB y las cuentas nacionales. Demanda agregada. Funcionamiento del modelo IS-LM en una economía cerrada y en una economía abierta. Tipo de cambio. Balanza comercial y Balanza de Pagos. Tipo de cambio y política comercial. Características básicas de la política comercial Argentina y su evolución. El grado de apertura de la economía y la vulnerabilidad sectorial. Participación del sector externo en el PBI. Política industrial y sectores con tratamiento especial. (Automotriz, textiles, cueros, azúcar, siderúrgico). Comparación con otras economías. La política comercial y la promoción de exportaciones. Mecanismos de Promoción de exportaciones. Reintegros, Drawbacks, Admisión Temporal, etc. Ferias internacionales. Cumplimiento de normas técnicas. Certificado de origen. Definición de lineamientos de la política comercial para una política exportadora. Discusión de base de la propuesta.