



	<b>Gestión Estratégica de Costos Logísticos</b> COD. SENCE: 12-37-78-27-24	<b>30 horas</b>
--	---	-----------------

## FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA

La gestión actual de la cadena del transporte precisa que todos los actores que participan de ella, especialmente los relacionados con las actividades de soporte (agenciamiento y puertos), estén actualizados en las técnicas de gestión de resultados tendientes a mantener un servicio de calidad y rentable dentro del ambiente competitivo actual. La toma de decisión que realiza cada empresa responsable de una o varias fases del proceso incidirá sustantivamente sobre el resultado final del servicio en términos de satisfacción o rechazo del servicio contratado por un cliente interno - externo o directo e indirecto. El éxito y la cadena de valor agregado de cada eslabón de la cadena de transporte, dependerá del conocimiento e integración de todas las actividades que la componen.

## OBJETIVOS

Incorporar Los Fundamentos De La Logística De Análisis De Costos A Través De Sus Herramientas Esenciales, Para Reducir Los Costos Logísticos Y Aumentar La Eficiencia Empresarial. Asimismo Brindar Conocimientos Sobre Nuevas Técnicas De Administración Del Costo Empresarial, Rentabilidad De La Empresa, Comercialización Alianzas Estratégicas, Transportes, Packaging Y Servicio Post Venta Integrando El Subsistema De Distribución En El Sistema Logístico, Empresarial.

<b>Unidad Temática I</b> <b>Objetivos</b> La Rentabilidad Empresarial		1.1 El concepto de rentabilidad 1. Las medidas de rentabilidad 2. La rentabilidad sobre ventas 3. La rentabilidad económica 4. La rentabilidad financiera 5. Los factores de la rentabilidad
<b>Unidad Temática II</b> <b>Objetivos</b> La Rentabilidad Sobre Ventas		2.1 El precio como variable de marketing 1. Clasificación de los costos 2. Los costos y la cadena de valor 3. Costos de conversión y de posicionamiento 4. La contribución marginal 5. El punto de equilibrio empresarial 6. Margen sobre ventas y margen sobre costos 7. Margen del canal de distribución
<b>Unidad Temática III</b> <b>Objetivos</b> Los Costos y la Toma de Decisión		3.1 Comprar o fabricar un producto? 1. Eliminar o no un producto? 2. Incorporar o no un nuevo producto?
<b>Unidad Temática IV</b> <b>Objetivos</b> Los Costos y los Precios		4.1 Decisiones sobre precios 1. Métodos de fijación de precios 2. El valor percibido por el consumidor
<b>Unidad Temática V</b> <b>Objetivos</b> El Manejo de la Rentabilidad Empresarial		5.1 La contribución marginal unitaria y total 1. La contribución marginal absoluta y porcentual 2. Portafolio de productos y su relación con el ciclo de vida 3. Clasificación ABC de productos
<b>Unidad Temática VI</b> <b>Objetivos</b>		6.1 Presupuesto económico 1. Presupuesto financiero 2. Control del presupuesto

Presupuestos		
<b>Unidad Temática VII</b> <b>Objetivos</b> CONCEPTOS, CARACTERÍSTICAS Y EJEMPLOS DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS.		7.1 Tipos. 1. Objetivos, motivos para formar Alianzas
<b>Unidad Temática VIII</b> <b>Objetivos</b> QUE SE DEBE TENER EN CUENTA PARA SELECCIONAR UN SOCIO		8.1 Qué debe tener en cuenta para seleccionar un socio
<b>Unidad Temática IX</b> <b>Objetivos</b> Control de la Alianza Estratégica		9.1 Control de la Alianza Estratégica
<b>Unidad Temática X</b> <b>objetivos</b> Instrumentos para Establecer una alianza.		10.1 Instrumentos para Establecer una alianza.
<b>Unidad Temática XI</b> <b>Objetivos</b> Tipos de Alianzas		11.1 Alianzas orientadas a las Operaciones 1. Alianzas orientadas al desarrollo del negocio 2. Según la Fase de la Cadena de Valor que ocupan los socios 3. Según vinculo de Unión.(Alianzas de Capital, Alianzas Contractuales) 4. Según Horizonte Temporal
<b>Unidad Temática XII</b> <b>Objetivos</b> PROVEEDORES. SELECCIÓN DE UN PROVEEDOR		12.1 Proveedores. Selección de un Proveedor.
<b>Unidad temática XIII</b> <b>Objetivos</b> ALIANZAS CON DISTRIBUIDORES Y ALIANZAS DE LOGÍSTICA COMERCIAL. ALIANZAS CON DEPÓSITOS. ALIANZAS CON TRANSPORTISTAS. CREACIÓN DE REDES LOGÍSTICAS		13.1 Alianzas con distribuidores y Alianzas de logística comercial. 13.2 Alianzas con Depósitos. 13.3 Alianzas con transportistas. 13.4 Creación de Redes Logísticas.
<b>Unidad Temática XIV</b> <b>Objetivos</b> COMO REALIZAR MEDICIÓN DE RESULTADOS		14.1 Como realizar medición de Resultados.
<b>Unidad Temática XV</b> <b>Objetivos</b> Enfoque MRP y enfoque JUST IN TIME		15.1 Enfoque MRP enfoque JUST IN TIME
<b>Unidad Temática XVI</b> <b>Objetivos</b> CONTRATOS EMPRESARIOS COMO BASE DE UNA ALIANZA: CUAL CONVIENE DE ACUERDO A TIPO DE OBJETIVO, ALIANZA, PRODUCTO, MERCADO Y LEGISLACIÓN		16.1 Distribución Comercial, 1. Suministro, 2. Concesión, 3. Franquicia, 4. Transferencia de Tecnología .Variantes, 5. Consorcio de Exportación, 6. Uso De Marcas Y Patentes. Licencias, 7. Participación Societaria,



		8. Joint Venture, 9. Merchandising, 10. Tradings y Brokers, Empresas Binacionales
<b>Unidad Temática XVII</b> <b>objetivos</b> EL SOPORTE INFORMÁTICO DE UNA ALIANZA ESTRATÉGICA.		17.1 El soporte informático de una Alianza Estratégica.