



## ASIGNATURA: GESTIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

### 1. IDENTIFICACIÓN

**Nombre del Curso:** GESTIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

**Código:** 300ANM012

**Tipo de curso:** ENFASIS EN MERCADEO/OPCION COMPLEMENTARIA

**Créditos Académicos:** 3

**Número de horas:** 48 horas de trabajo presencial + 96 horas de trabajo independiente = 144 horas total

**Prerrequisitos:** Desarrollo de productos y servicios – Estadística inferencial

**Palabras clave:**

Estrategia, Logística, Cadenas, Procesos, Canales, Costos, Rentabilidad, Merchandising, Indicadores, Tecnologías, Pronósticos, Inventario, Transporte, CPFR, ECR, EDI, EPC, Crossdocking, VMI, OMS, TMS, WMS, ERP, LPI

**Departamento:** Gestión de Organizaciones

**Campos de Conocimiento:** Mercadeo y Logística

**Formato de Circulación:** Digital e impreso

### 2. INTRODUCCIÓN:

La temática de la asignatura comienza por una revisión de los conceptos de la logística comercial y de la gestión de las cadenas de abastecimiento, como fundamento conceptual para que los alumnos entiendan el rol de la logística en la economía global y en las organizaciones; para posteriormente brindar todos los elementos conceptuales, procedimentales y actitudinales necesarios para el aprendizaje de las técnicas y metodologías utilizadas en los canales de distribución comercial desde las perspectivas del mercadeo y de la logística de negocios.

Esta temática del curso, relacionada con la enseñanza de las técnicas y metodologías utilizadas en los canales de distribución comercial, tiene especial importancia para los estudiantes en la medida que lo aborda desde el enfoque del pensamiento sistémico, que les asegura la apropiación de los conocimientos necesarios para intervenir, desde su profesión y campo de desempeño, en los procesos y modelos de gestión comercial y logística existentes en las empresas colombianas.

Elaborado: Pedro Pablo Meza Fecha: Julio 2009	Revisado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité Carrera Administración de Empresas Fecha:
--	---	---	--



El proceso formativo se lleva a cabo mediante la implementación de pedagogías activas que facilitan el desarrollo de actividades prácticas, en las cuales, los estudiantes, en grupos de trabajo y con la guía del docente, van ejecutando las acciones necesarias para aplicar las técnicas de mercadeo y utilizadas en los canales de distribución comercial.

En resumen, este curso permite comprender las actividades logísticas y de mercadeo requeridas en la gestión efectiva de los canales de distribución comercial. En el se analizan casos empresariales a nivel nacional e internacional, se observan vídeos empresariales y se realizan talleres prácticos. De esta forma se facilita comprender la problemática de la comercialización de productos de consumo masivo y su gestión logística en los diferentes canales de distribución.

### 3. JUSTIFICACIÓN:

“La economía global exige de las organizaciones mayor competitividad mediante la mejora de la productividad en las áreas operativas donde se agrega mayor valor. La gestión logística aporta en los países desarrollados más del 10% del producto interno bruto ( Ballou, 2004) y es una de las herramientas estratégicas que tienen las empresas colombianas para generar mayor impacto en la satisfacción de los clientes y la minimización de los costos. Por lo tanto, la integración de los procesos claves de proveedores, fabricantes y clientes en las cadenas de abastecimiento existentes, será una de las estrategias empresariales más poderosas para enfrentar la competencia internacional generada por los tratados de libre comercio que se firmarán en el futuro.”

Es por esto que la gestión logística es fundamental en la implementación exitosa de las estrategias de mercadeo en los canales de distribución comercial, ya que permite agregar valor de lugar y de tiempo , de tal manera que los tiempos de respuesta al mercado son reducidos, de la manera más eficiente e innovadora posible y con el mejor nivel de servicio ofrecido a los clientes y consumidores.

### 4. OBJETIVO

Brindar los elementos conceptuales, procedimentales y actitudinales necesarios para la comprensión del proceso administrativo a seguir en la planeación, implementación y seguimiento de modelos de gestión de la logística comercial y de mercadeo, utilizados en los canales de distribución comercial que permitan asegurar la calidad, productividad y competitividad de las organizaciones. Este enfoque permitirá desarrollar la habilidad en los estudiantes para analizar y mejorar la gestión de distribución comercial a través de la implementación de estrategias de mercadeo y de sistemas logísticos que aseguren la satisfacción de los clientes.

### 5. COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

Elaborado: Pedro Pablo Meza Fecha: Julio 2009	Revisado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité Carrera Administración de Empresas Fecha:
--	---	---	--



Los contenidos específicos de la asignatura, al tiempo que contribuyen en la formación de las competencias generales definidas en el perfil del egresado de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, aportan al estudiante los elementos de conocimiento (conceptuales, procedimentales y actitudinales) necesarios para alcanzar las siguientes competencias:

### **Competencias cognitivas:**

- **Interpretativas:**  
Analizar y comprender la logística empresarial y el mercadeo de consumo masivo y de servicios.
- **Argumentativas:**
  - ↳ Explicar el proceso metodológico para la gestión estratégica de los canales de distribución.
  - ↳ Explicar las metodologías existentes para formular estrategias comerciales y de logística.
- **Propositivas:**
  - ↳ Plantear estrategias logísticas y comerciales que permitan aprovechar las oportunidades existentes en los canales de distribución comercial.
  - ↳ Proponer soluciones a problemas propios de la logística en los canales de distribución

### **Competencias Laborales:**

Al término del curso el estudiante estará en capacidad de participar de manera efectiva, en diferentes tipos de organizaciones, en procesos de:

- ↳ Elaboración de pronósticos de ventas para productos terminados.
- ↳ Evaluación integral de estrategias comerciales en los canales.
- ↳ Aplicación de modelos de gestión de inventarios de materiales y de producto terminado.
- ↳ Administración de las ventas mayoristas y minoristas.

### **Competencias Axiológicas:**

Los contenidos de la asignatura, las estrategias didácticas y la orientación del docente, contribuirán, además, a desarrollar en el estudiante, las siguientes capacidades de comportamiento, necesarias en el entorno en que llevará a cabo su futuro desempeño laboral:

- ↳ Desarrollar las acciones propias de su desempeño y compromiso organizacional en el marco de los valores y principios sociales fundamentales.
- ↳ Proceder con equidad en todas sus actuaciones dentro y fuera de una organización.
- ↳ Acatar la legislación, normas y reglas que aseguren el mantenimiento de una interacción respetuosa y mutuamente beneficiosa con todos los colaboradores de cualquier organización

### **Competencias Generales:**

Elaborado: Pedro Pablo Meza Fecha: Julio 2009	Revisado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité Carrera Administración de Empresas Fecha:
--	---	---	--



Además de las competencias anteriores, esta asignatura contribuirá al desarrollo de las siguientes competencias generales:

Solución de problemas concretos, capacidad de trabajar en equipo, creatividad e innovación, aprendizaje autónomo, iniciativa y espíritu emprendedor, habilidades para manejar bases de datos, comunicación oral y escrita en la propia lengua, comprensión de textos en inglés, liderazgo, capacidad de integración de conocimientos, responsabilidad social y ética, contextualización, toma de decisiones responsable, capacidad de participación y diálogo, orientación al logro, capacidad de negociación.

## 6. PRESENTACION DE LAS UNIDADES

### 1 . Cadena de suministro del siglo XXI

- 1.1 La revolución de la cadena de suministro
- 1.2 Modelo generalizado de cadena de suministro
- 1.3 Administración integral de proveedores y distribuidores
- 1.4 Capacidad de respuesta
- 1.5 Aspectos financieros
- 1.6 Globalización (Logistics Performance Index)
- 1.7 Responsabilidad Social empresarial y ambiental en la cadena

### 2. Logística en la cadena de abastecimiento

- 2.1 Rol e impacto de la logística en la economía global
- 2.2 Conceptos claves de logística de negocios
- 2.3 Funciones de la logística de negocios
- 2.4 Operaciones de la logística: flujos de información e inventario
- 2.5 Disposiciones operativas logísticas
- 2.6 Estructura flexible
- 2.7 Sincronización de la cadena de suministro

### 3. Atención al cliente

- 3.1 Mercadeo orientado al cliente
- 3.2 Servicio al cliente
- 3.3 Satisfacción del cliente
- 3.4 Técnicas logísticas de medición del servicio
- 3.5 Pronósticos de demanda futura
- 3.6 Métodos estadísticos de pronóstico
- 3.7 Alianzas colaborativas: CPFR

### 4. Canales de distribución comercial

Elaborado: Pedro Pablo Meza Fecha: Julio 2009	Revisado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité Carrera Administración de Empresas Fecha:
--	---	---	--



- 4.1 Los canales de marketing y las cadenas de valor
- 4.2 La función de los canales de marketing
- 4.3 Decisiones sobre el diseño de un canal
- 4.4 Decisiones sobre la administración del canal
- 4.5 Integración y sistemas de canal
- 4.6 Conflictos, cooperación y competencia
- 4.7 Marketing y comercio electrónico

#### 5. Administración de las ventas minorista, de la venta mayorista y de la logística de mercado

- 5.1 La venta minorista
- 5.2 Marcas privadas
- 5.3 La venta mayorista
- 5.4 Logística del mercado

#### 6. Sistemas basados en tecnología de información

- 6.1 Funcionalidad de un sistema de información
- 6.2 Tecnologías de comunicación
- 6.3 Razón para implementar un sistema ERP
- 6.4 Sistema de información logístico: OMS, TMS y WMS
- 6.5 Diseño de un sistema de información para la cadena de abastecimiento

#### 7. Infraestructura del transporte y del almacenamiento

- 7.1 Conceptos claves de transporte multimodal y plataformas logísticas
- 7.2 Política nacional logística: CONPES 3547
- 7.3 Tipos de transporte
- 7.4 Servicio de transporte
- 7.5 Costo del transporte en Colombia

#### 8. Gestión de inventarios de demanda independiente

- 8.1 Funciones y definiciones de inventario
- 8.2 Inventario de costo por existencias
- 8.3 Planeación del inventario
- 8.4 Administración de la incertidumbre
- 8.5 Políticas de administración de inventario: métodos de administrar inventarios
- 8.6 Prácticas de administración del inventario

#### 9. Desempeño operativo, financiero y social

- 9.1 Medición de objetivos del sistema

Elaborado: Pedro Pablo Meza Fecha: Julio 2009	Revisado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité Carrera Administración de Empresas Fecha:
--	---	---	--



- 9.2 Evaluación operativa
- 9.3 Evaluación financiera
- 9.4 Problemas sociales en la medición del desempeño

## 7. METODOLOGÍA

- Exposición magistral del docente de los conceptos claves de cada tema
- Análisis de Casos Empresariales
- Aprendizaje basado en problemas (PBL)
- Exposición de algunos temas por parte de los estudiantes
- Presentación de videos que complementan lo visto en la clase

## 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Tipo de Evaluación	Frecuencia	Valor unitario	Valor total
Exámenes parciales	Tres (3)	17%	51%
Examen Final	Uno (1)	19%	19%
PBL - Canales	Uno (1)	10%	10%
Talleres en grupo	Cuatro (4)	5%	20%
		<b>Total</b>	<b>100%</b>

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- **BALLOU**, Ronald; *Logística: Administración De La Cadena De Suministro*. 5a ed. Méjico: Pearson educación, 2004
- **BOWERSOX**, Donald; **CLOSS** D. y **COOPER** M. *Supply Chain Logistics Management*. 3<sup>rd</sup>. ed. Mc Graw Hill. 2009
- **KOTLER**, Philip; **KELLER** K. *Dirección de marketing*. Pearson Prentice Hall, 2006
- **LOBATO** Francisco. *Gestión Comercial Y Marketing. Marketing En El Punto De Venta*. Thomson-Paraninfo. 2006
- **STOCK**, James; **LAMBERT** , Douglas; *Strategic Logistics Management*. 5th ed. New York: McGraw-Hill, 2007
- **VASQUEZ**, Rodolfo; **J TRESPALACIOS**, Juan A.. *Estrategias De Distribución Comercial*. Thomson. 2006
- **VIGARAY** Maria Dolores: *Comercialización Y Retailing. Distribución Comercial Aplicada*. Pearson. 2005

Elaborado: Pedro Pablo Meza Fecha: Julio 2009	Revisado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: Agosto 24 de 2009	Aprobado: Comité Carrera Administración de Empresas Fecha:
--	---	---	--