

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS BASICAS TECNOLOGÍA E INGENIERIA
CURSO DE**

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y
LOGÍSTICA.**

Fase 6 Presentar y sustentar Proyecto Final

Logística en distribución de productos no perecederos:

Estudio de caso: Fuente de oro (Meta) y Viotá (Cundinamarca)

ELABORADO POR:

OSCAR ARDILA CORTES.

ELIANA NORIEGA.

YULIETH YADIRA PALACIO.

ALVARO DUARTE.

ANDRES FERNANDO AMAYA.

PERTENECIENTES AL GRUPO 207115_18

PRESENTADO A:

BENJAMIN PINZON HOYOS

DIRECTOR DE GRUPO

ANGELA BIBIANA TRIANA

TUTORA DE GRUPO

BUCARAMANGA


DICIEMBRE DE 2019





TABLA DE CONTENIDO


INTRODUCCION	3
OBJETIVOS	4
General	4
Específicos.....	4
DESARROLLO DE ACTIVIDADES	5
Red estructural.....	5
Diagrama de flujo de procesos por responsabilidades.....	9
vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de inventarios y almacenamiento en la red diseñada.....	9
Vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de transporte y distribución en la red diseñada.....	12
Vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente tecnológico en la red diseñada.....	16
Mapa de indicadores requeridos para la administración de la red estructural.....	18
Cadena de valor Potter.....	20
Iniciativas de competitividad, desarrollo de clústeres vigentes en Colombia para el sector analizado.....	21
Benchmark.....	29
Hoja de ruta.....	47
CONCLUSIONES	49
REFERENCIAS	50





INTRODUCCIÓN.

La elaboración de la fase final explora todos los contenidos planteados en el diplomado SCM, por medio de la aplicación de los conocimientos adquiridos, para solucionar un estudio de caso aplicado al sector productivo en Colombia. Elaboramos un proyecto donde pudimos analizar los factores que afectan positiva o negativamente las cadenas de abastecimiento del sector de productos perecederos y reforzamos las competencias conseguidas en todo el proceso formativo, reconociendo las ideas y aplicando los conceptos sobre el sistema y plataforma logística, manipulación, almacenamiento, distribución, transporte (interno y externo), tecnologías de información, comunicación e información, integración del Supply Chain y desempeño logístico.






OBJETIVOS

General

Aplicar los conocimientos adquiridos sobre Supply Chain, para resolver un estudio del caso Logística de Distribución de Productos perecederos aplicado al sector productivo en Colombia.

Específicos

- ✚ Diseñar la red estructural para el sector del caso seleccionado
 - ✚ Presentar la situación actual de la cadena de valor para el caso logística de distribución de productos perecederos.
 - ✚ Proponer un modelo de gestión logístico que permita a la producción y comercialización de productos perecederos en Fuente de Oro (Meta) y Viotá (Cundinamarca) construir una ventaja competitiva.
 - ✚ Identificar los procesos y procedimientos que intervienen en la cadena de suministros en la producción y distribución de alimentos perecederos.
 - ✚ Definir de manera clara la relación e influencia que existen entre los diferentes procesos que intervienen e integran la cadena de suministros del sector agricultor.
- 



DESARROLLO DE ACTIVIDADES

1. El grupo, debe escoger uno de los dos casos propuestos, procediendo a hacer lectura y dar respuesta a las siguientes preguntas:
 - a. **Diseñe la red estructural del sector analizado.**

RED ESTRUCTURAL

1. PROVEEDORES

Para la actividad económica de la Población de Fuente de Oro (Meta) y Viotá (Cundinamarca) cuenta con un grupo importante de proveedores en materiales e insumos como combustibles, plásticos para empaques, maderas para embalajes y entre otros usos, químicos para fumigaciones, semillas para los cultivos, entre otros.

✓ **Proveedores De Primer Nivel**

- **Primarios:** Todas aquellas compañías autónomas o unidades estratégicas de negocio que desarrollan actividades operativas o de Management en un proceso de negocio diseñado para producir un resultado específico para un cliente o mercado determinado.


Los proveedores de primer nivel primarios de Fuente de Oro (Meta) y Viotá (Cundinamarca) son los distribuidores principales de las materias primas para la explotación, procesamiento y comercialización de los productos percederos de la región y se encargan del abastecimiento de las zonas veredales para satisfacer las necesidades de la población.

✓ **Proveedores De Primer Nivel Primarios:**

- Metacol S.A
- Flotamin

✓ **Proveedores De Primer Nivel Secundarios:**





Su importancia radica en la calidad del componente final, puede ser en el suministro de materias primas, servicios o subcomponentes, Son:

- Gecolsa S.A.
- Gautier semillas
- Súper Comercial.
- ✓ **Proveedores De Segundo Nivel:**

Es la empresa encargada de promover los recursos, conocimientos, servicios o bienes para los miembros primarios del Supply Chain, Son:

- Proin Colombia S.A.S
- Plásticos PLESCO
- Plástico DAMEL


✓ **Proveedores De Tercer Nivel:**

Son las empresas encargadas de proveer los insumos, que cumplen con los parámetros y requerimientos de calidad exigidos, Son:

- Estación De Servicio BIOMAX
- Maderas SANTA RITA.

2. CLIENTES:

Los principales clientes de Fuente de Oro (Meta) y Viotá (Cundinamarca) distribuidoras de Insumos Agrícolas del país son.

- ✓ **Cientes De Primer Nivel:**
 - Cinagro Ltda.
 - Coagrohuila
 - Comité De Cafeteros
 - Agro insumos del Oriente S.A.S.
 - Agroaquim Ltda.
- 






✓ **Clientes De Segundo Nivel:**

- Almacén Insuagro Ltda.
- Almacén Agroferr
- Cosmoagro
- Alesant S.A.S

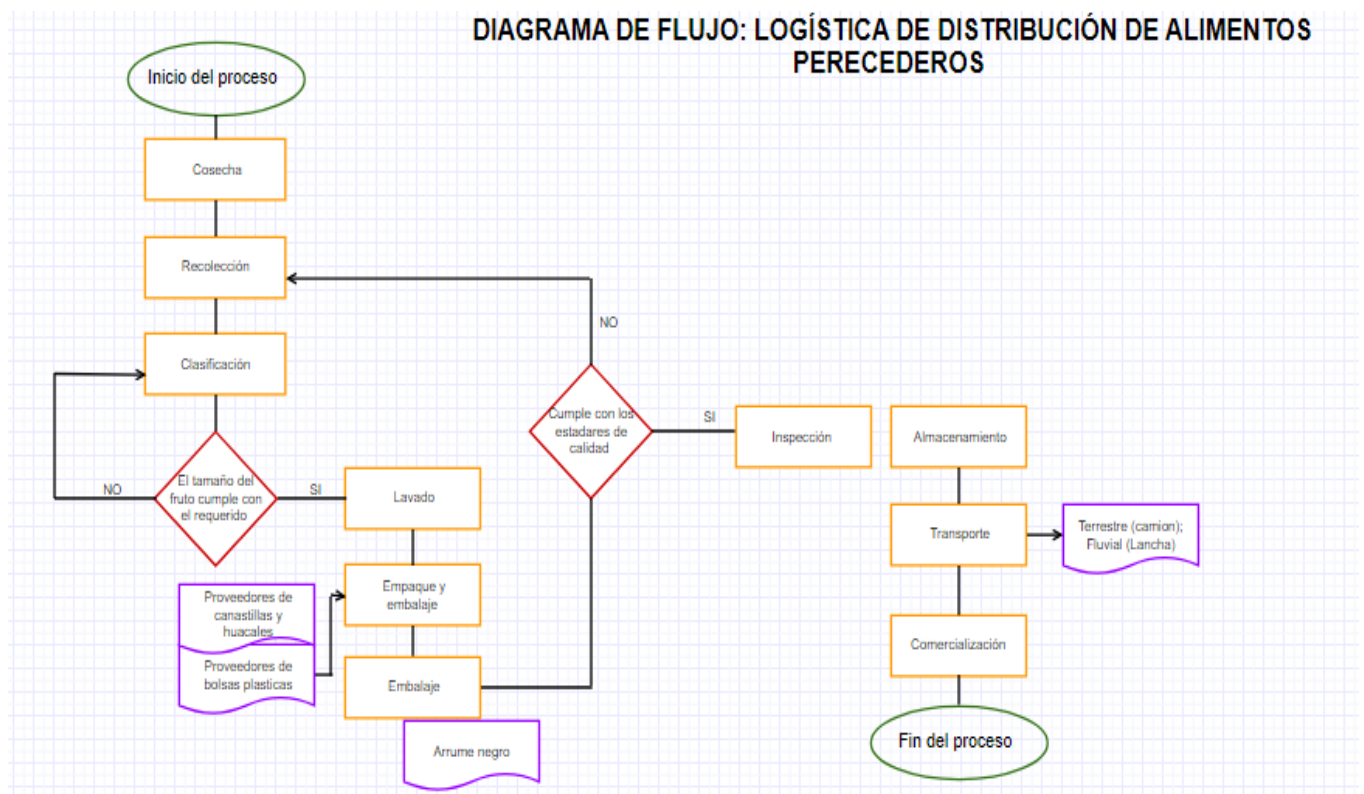
✓ **Clientes De Tercer Nivel:**

Son todos los clientes que comercializan el producto a nivel regional (pueblos y veredas).

- Almacén Agrícola Agromax
 - Insumos Campoalegre
 - Agroquímicos el campo
- 
- 
- 



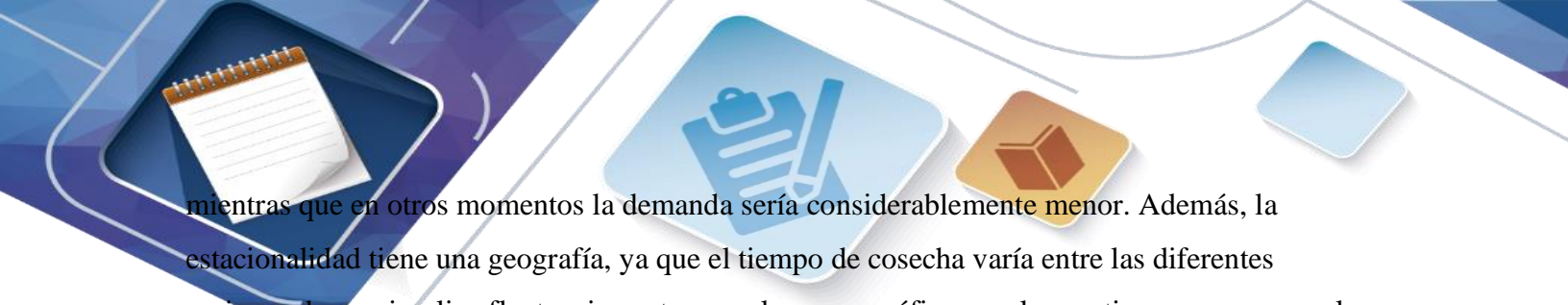
b. Realice un diagrama de flujo de proceso por responsabilidades; utilizando una herramienta web 2.0 e identificando los puntos críticos de control.



c. Evalúe la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de inventarios y almacenamiento en la red diseñada.

La cadena de valor del Proceso de Mercado Campesino (PMC) de los municipios de Fuente de Oro y Viotá en el Sistema Logístico comprende una cadena dispersa, en la cual cada actor satisface intereses y ventajas a su conveniencia, por lo que cada uno trabaja de manera independiente.

Muchos productos, como los productos agrícolas, tienen una estacionalidad. Esto implica que en una región habrá un aumento de la demanda en momentos específicos del año,




mientras que en otros momentos la demanda sería considerablemente menor. Además, la estacionalidad tiene una geografía, ya que el tiempo de cosecha varía entre las diferentes regiones, lo que implica fluctuaciones temporales y geográficas; en lo que tiene que ver con el manejo de inventarios y almacenamiento, el Sistema Logístico en este caso no funciona adecuadamente ya que a pesar de contar con un comité de Comercialización que procura administrar la cadena, operadores como los transportadores de productos agrícolas han permanecido fuera de su área de operación.

El otro aspecto que influye en el componente de inventarios y almacenamiento, es el trabajo de los canales de comercialización que tienen aspectos y un completo acercamiento a la estrategia de periodos habituales de cosecha para asegurar órdenes de aprovisionamiento de numerosos clientes, y de esta manera reducir costos de procesamiento y suministro para el cliente y el proveedor, para esta actividad se han establecido días especiales en los que los clientes efectúan la compra de los productos a un precio competitivo, en términos por debajo del precio de mercado. Las esenciales contradicciones de esta estrategia se establecen en que no hay requisitos claros entre productores y compradores en cuanto a fijación de plazos para pedidos y fechas de entrega, forma de ejecución de órdenes de compra y términos de entrega.

El entorno de la demanda de mercado del PMC equivale a una demanda indeterminada por lo que resulta compleja su gestión; resultado de operaciones previsibles y de factores fortuitos del entorno, previsión de ventas apoyados en datos tradicionales del mismo proceso, lo que puede considerar una reducción de la fluctuación y el riesgo, en cuanto a escasez o exceso de la oferta en los dos canales de comercialización.

Dentro del análisis de vulnerabilidad y evaluación del proceso de aprovisionamiento tenemos los siguientes factores que influyen en el sistema logístico:

Planificación y Estrategia

- ❖ Posicionamiento estratégico poco claro
 - ❖ Bajo posicionamiento
 - ❖ Fundamentos de planificación inexactos
 - ❖ Ajuste de la estrategia de la cadena de suministro
- 

- 
- ❖ Objetivos estratégicos inconsistentes entre los miembros de la cadena de suministro
 - ❖ No se evidencia inversión estratégica

Producción

- ❖ Control inadecuado de procesos de producción.
- ❖ Capacidad de producción inelástica
- ❖ Bajo nivel de intercambio de información
- ❖ Restricciones de nivel técnico
- ❖ Control de inventario de producción menos riguroso


Compras

- ❖ Alto precio de compra
- ❖ Fluctuaciones frecuentes en los tipos de cambio para la compra de insumos agrícolas importados
- ❖ Selección de proveedores inapropiada
- ❖ No se pueden entregar los productos a tiempo por condiciones adversas del entorno
- ❖ Baja calidad de productos de adquisición

Suministro

- ❖ Proveedores clave que no ceden o pierden
- ❖ Tercerización de negocios de proveedores
- ❖ Capacidad de producción insuficiente de los proveedores
- ❖ No se pueden entregar los productos a tiempo
- ❖ Insuficiente capacidad de innovación técnica del proveedor
- ❖ Escasez de mercado de materias primas e insumos
- ❖ Elasticidad de oferta inadecuada del proveedor

En la red logística de los municipios de Fuente de Oro y Viotá, cada campesino despacha desde su propiedad los productos hacia el canal de comercialización; en la estructura se confirma el traslado de productos entre formas y sistemas de transporte sin que configure un sistema de distribución como el cross doking, ya que no existe consolidación o desconsolidación de carga.





d. **Evalúe la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de transporte y distribución en la red diseñada.**

Las etapas de producción de un bien ocurren en múltiples ubicaciones en una compleja red de relaciones y flujos a lo largo de la cadena de suministro. En consecuencia, la geografía de la cadena de valor está integrada a la geografía del sistema de transporte. Este proceso está fuertemente arraigado en la capacidad y eficiencia de los sistemas de transportes regionales, nacionales e internacionales.


Desde el componente de transporte y distribución en la red diseñada de los municipios de Fuente de Oro y Viotá se identificaron tres procesos en la operación logística:

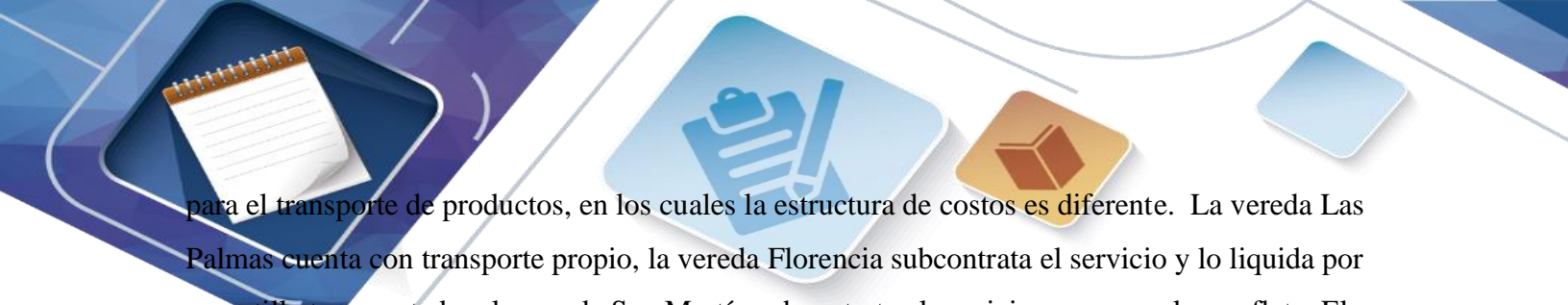
Cosecha y manejo de producto: Se efectúan labores de recolección, clasificación y empaque, algunas operaciones varían de acuerdo al producto; en Fuente de Oro las tareas comprenden el lavado de algunos productos, en Viotá esa labor, no se ejecuta. Respecto a métodos de clasificación, en ambas ciudades se hace por tamaño de fruto y no se contempla la variable de maduración. Las clases de empaque empleados varían con el producto, en Fuente de Oro, para el plátano se usa bolsa plástica, mientras en Viotá no se usa empaque, el transporte es en racimo.

Acopio: Se fijan en un solo punto los productos que se mercadearán, con el fin de proveer el transporte. En Fuente de Oro se lleva a cabo en el domicilio del productor en época de verano y en invierno se hace en la carretera veredal, ya que el trayecto entre el predio y la unidad de producción se inunda durante dicho período. En Viotá los productos son almacenados en la vivienda del productor y los cítricos son recolectados en la carretera veredal, punto donde se hace la clasificación.

Transporte: En Fuente de Oro, el servicio de transporte es subcontratado a través de un intermediario y pueden ocurrir dos situaciones determinadas por la variable climática. En verano se recurre a una sola forma y medio de transporte: El camión; en invierno se combinan, el modo fluvial y el terrestre, la vía veredal se inunda y los productos deben cruzar a través del río Ariari; por lo cual la ruta de desplazamiento implica más tiempo y costos.

La disposición de los productos en los distintos modos y medios de transporte se realiza en arrume de productos apilados tan alto como se pueda. En Viotá, se presentan tres procesos





para el transporte de productos, en los cuales la estructura de costos es diferente. La vereda Las Palmas cuenta con transporte propio, la vereda Florencia subcontrata el servicio y lo liquida por canastilla transportada y la vereda San Martín subcontrata el servicio pero cancela por flete. El transporte corresponde al modo terrestre y el apilamiento de productos se realiza también en arrume de productos apilados tan alto como se pueda. La variable climática no tiene preponderancia directa en el proceso.

Dentro del análisis de vulnerabilidad y evaluación del proceso de transporte y distribución tenemos los siguientes factores que influyen en el sistema logístico:

Factores:


Transporte


- ❖ Elección inadecuada de modos, rutas y medios de transporte
- ❖ Mayores costos logísticos por los subcontratos del transporte y el pago por unidad de empaque
- ❖ Falla de tecnología de entrega inmadura o equipo de distribución
- ❖ Oferta de transporte baja
- ❖ Transportadores no organizados
- ❖ Establecimiento de precios individuales
- ❖ Daño o pérdida del producto
- ❖ Gestión de personal de entrega no científica
- ❖ Modelo de distribución inapropiado
- ❖ Errores o demoras en la entrega
- ❖ Falta de infraestructura vial
- ❖ Prácticas inadecuadas en empaque y embalaje

Origen

- ❖ Estructura de cadena de suministro irracional
- ❖ Delegación inadecuada de la autoridad de la cadena de suministro

Gestión de devoluciones

- ❖ Gestión de activos de devolución imperfecta
 - ❖ Gestión de distribución de retorno imperfecta
- 

- 
- ❖ Gestión de inventario de devolución inadecuada
 - ❖ Datos de recopilación de devolución incompletos

Cultural

- ❖ Comprensión y énfasis insuficientes de los encargados de la cadena de suministro en el riesgo de conflicto multicultural
- ❖ Baja calidad de las habilidades culturales del personal
- ❖ Conciencia de riesgo débil y cultura de riesgo corporativa
- ❖ Valores culturales corporativos inconsistentes

Demanda

- ❖ Pérdida de clientes
- ❖ Baja satisfacción de las necesidades de los clientes
- ❖ Fluctuaciones de la demanda
- ❖ Mala reputación de ventas
- ❖ Muchas alternativas competitivas


Medio ambiente

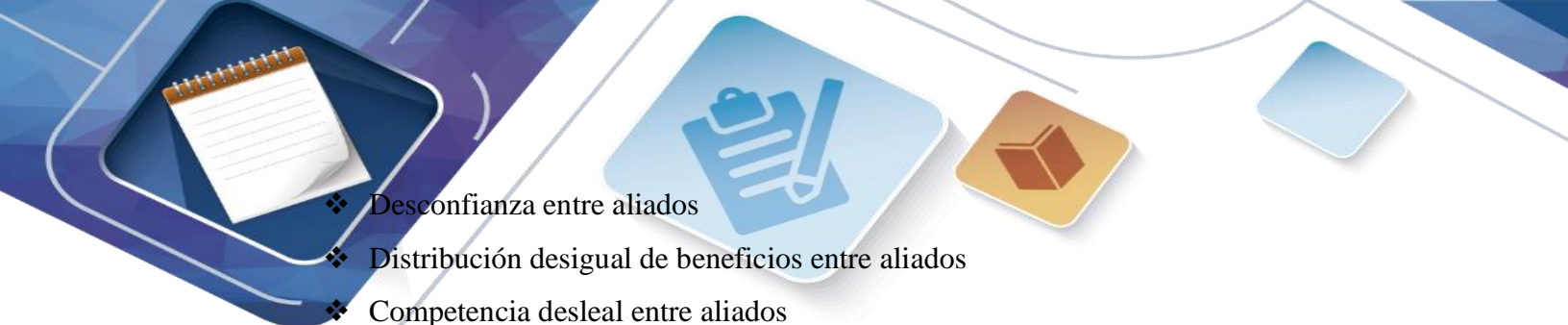
- ❖ Fluctuación macroeconómica
- ❖ Inestabilidad política e intervención gubernamental
- ❖ Restricciones de política empresarial
- ❖ Desastres naturales y demás.
- ❖ Insuficiente en el suministro de servicios públicos

Control

- ❖ Sistema financiero imperfecto
- ❖ Sistema de seguridad laboral imperfecto
- ❖ Mecanismo de respuesta al riesgo fallido
- ❖ Control de costo de producto inapropiado
- ❖ Producto deficiente
- ❖ Derechos de propiedad intelectual y otras cuestiones legales

Relaciones

- ❖ Comportamiento egoísta de los aliados
- 

- 
- ❖ Desconfianza entre aliados
 - ❖ Distribución desigual de beneficios entre aliados
 - ❖ Competencia desleal entre aliados

Fallas del proceso de retorno

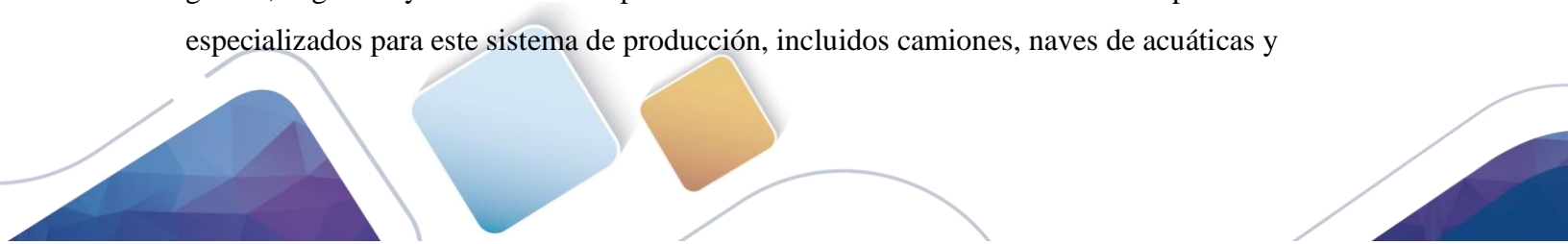
- ❖ Sin consenso con el cliente
- ❖ Sin consenso con el proveedor
- ❖ Ruta de retorno incorrecta
- ❖ Procedimiento de devolución
- ❖ Proceso y reglas de devolución imperfecta

Teniendo en cuenta que la mayoría de las regiones, como en este caso, los municipios de Fuente de Oro y Viotá; la extracción de productos perecederos tiende a ubicarse tierra adentro, mientras que la fabricación y el consumo tienden a tener lugar más en las regiones marginales, el transporte y distribución de productos perecederos se basa en una estrecha interacción entre los puertos de entrada y las terminales interiores. Los puertos están desempeñando un papel importante como puntos de almacenamiento, distribución y transbordo de productos perecederos. Una parte cada vez mayor del transporte internacional de estos productos se está poniendo en contenedores.

La integración de los movimientos de mercancías dentro de los sistemas de distribución en contenedores implica un nuevo conjunto de desafíos, ya que sus dinámicas difieren. Aun así, existe un potencial sustancial de crecimiento en el uso de contenedores para transportar diversos productos en los mercados mundiales, entre los cuales se encuentra los perecederos. Con el continuo crecimiento de la población mundial, el sector agrícola y sus cadenas de productos básicos tienen mucho que ganar con la velocidad, la ubicuidad y la flexibilidad de la distribución de carga en contenedores.

Dado que muchos productos alimenticios son perecederos, los modos a menudo tienen que adaptarse a estas limitaciones específicas con el transporte refrigerado. Entre los principales sectores de integración entre el transporte y las cadenas de valor se encuentran:

Sector Agrícola: Incluyen una secuencia de fertilizantes y equipos como insumos; granos, vegetales y animales como productos. Se utilizan varios modos de transporte especializados para este sistema de producción, incluidos camiones, naves de acuáticas y



vagones de ferrocarril. Los envíos agrícolas tienden a ser altamente estacionales con el flujo y reflujo de los períodos de cosecha regionales.

Cadena de frío: Una cadena de suministro de temperatura controlada vinculada al material, equipo y procedimientos utilizados para mantener envíos de carga específicos dentro de un rango de temperatura apropiado. Comúnmente se refiere a la distribución de alimentos, productos perecederos y farmacéuticos.

Los resultados deberían ser una velocidad mejorada de carga, una disminución de la fricción de la distancia y una división espacial de la producción.

e. Evalúe la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente tecnológico en la red diseñada.

La vulnerabilidad de un sistema tecnológico refiere a la debilidad de la capacidad de ese sistema para mantener su integridad funcional.

La vulnerabilidad del sistema está vinculada al funcionamiento de los subsistemas, los componentes de los sistemas, y a las rutinas y las prácticas laborales. Por lo tanto el análisis de riesgo en el nivel de los componentes puede ser útil para evaluar los Municipios y sus sistemas.

En la conceptualización de la sociedad como una combinación de sistemas meramente sociales y sistemas tecnológicos no se reconoce adecuadamente esta omnipresencia la falta de tecnología en la recolección, Manipulación, distribución de los productos perecederos hacen que se tengan disminución de ingresos con la relación de factores de calidad como se indica en la tabla

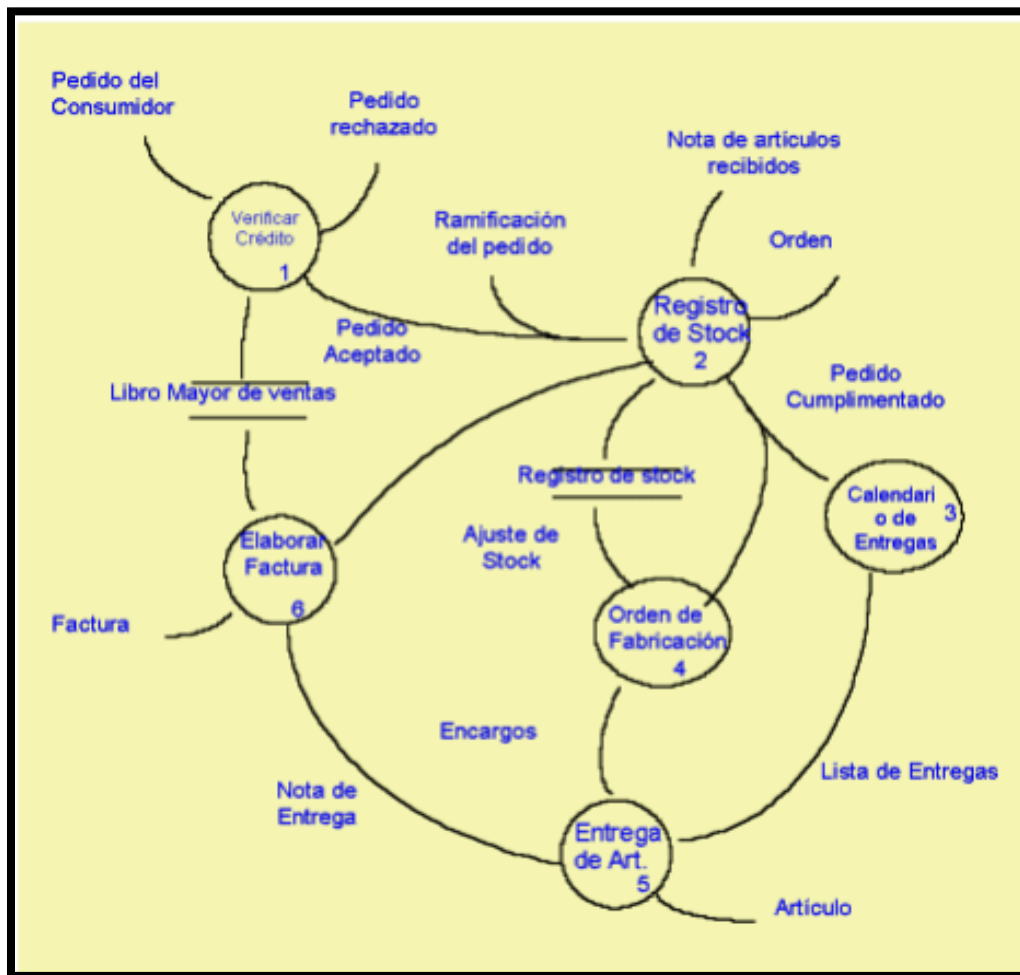
Tabla 6. Disminución ingreso con relación a factores de calidad de los productos.

	Fuente de Oro (%)	Viotá		
		Las Palmas (%)	Florencia (%)	San Martín (%)
Maltrato de producto	4	12	15	12
Pudrición de producto	5	5	7	4
Ennegrecimiento del plátano ¹	8	1		2
Variación total	17	18	22	18

¹Se supone que se vende el producto al 50% de su precio normal.

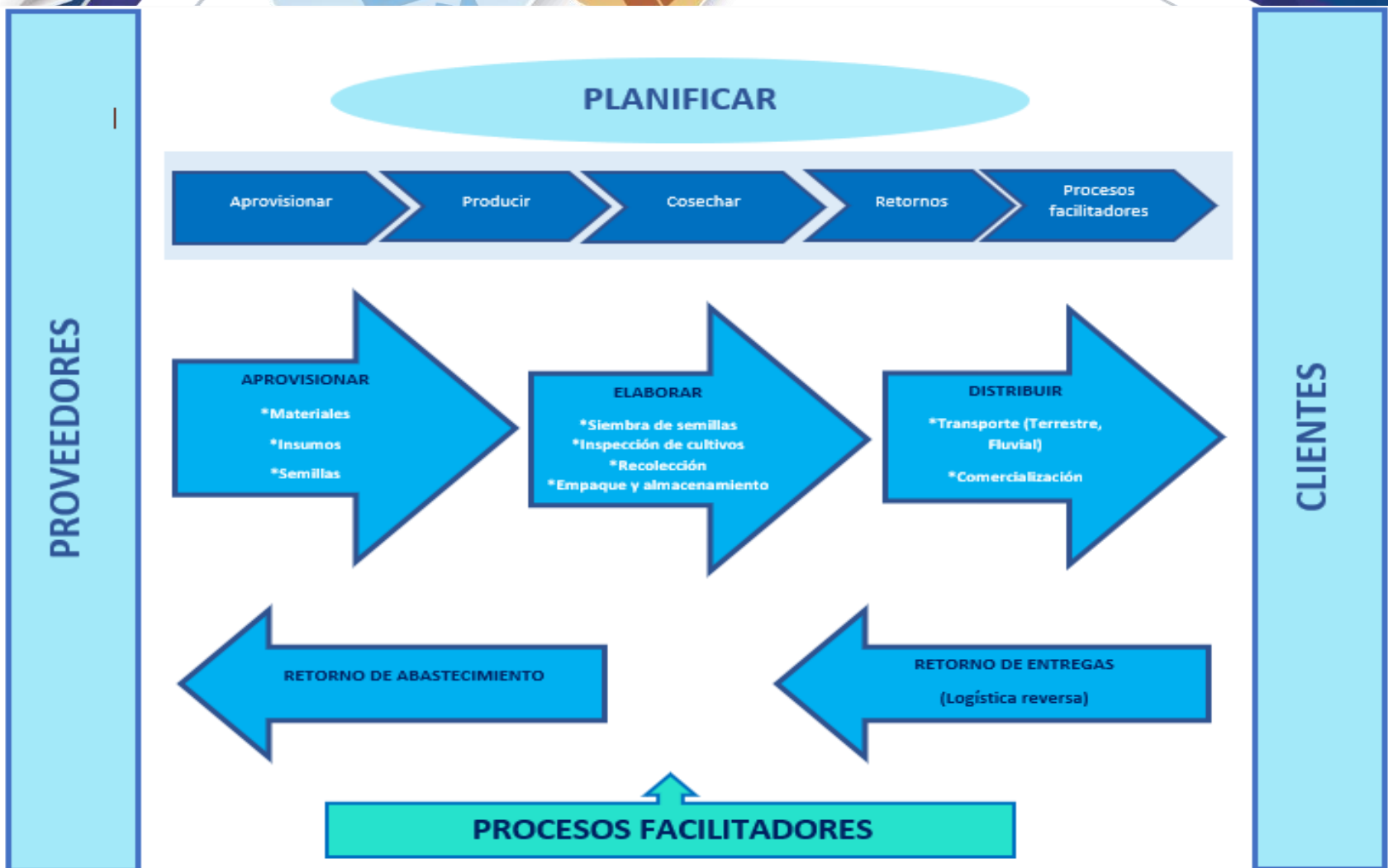
En este diagrama se desarrolla una tecnología de la distribución logística, desde que se corta el producto hasta que llega al consumidor satisfecho, en la red se demuestra como interactúa la tecnología desde que se su vehículo es tanqueado de combustible hasta el desplazamiento que debe hacer para hacer parte de la red de distribución de los producto perecederos, aunque inconscientemente, participamos de la logística tecnológica, para las regiones que evaluamos se evidencia que no se tiene en cuenta esta tecnología que es ignorada por el proveedor, el cliente y el consumidor, no se dimensiona la importancia de la organización que se hace para impulsar los mercados.

Es importante que la red estructural haga parte de la tecnología de los mercados en cuestión de organización desde el pedido hasta la entrega final.



f. Defina el mapa de indicadores requeridos para la administración de la red estructural, tomando como referente el modelo transaccional de SCOR – APICS.

MAPA DE INDICADORES PARA LA ADMINISTRACION DE LA RED ESTRUCTURAL MODELO TRANSACCIONAL SCOR-APICS	
Atributo	Indicador
Confiabilidad de entrega y cumplimiento	Retorno de entrega, cumplimiento de entrega eficaz de pedido
Flexibilidad	Tiempo de cumplimiento en la entrega del pedido
Capacidad de resolución en la cadena	Tiempo de respuesta de la cadena
Costos	Costos de gestión Costo de mercancías no aptas para su comercialización Recursos disponibles (Humano) Valor agregado a la productividad Garantía de los costos y los retornos
Activos	Inventario diario disponible



2. A partir del caso escogido, el grupo de trabajo colaborativo debe explorar la situación del sistema logístico del sector analizado en Colombia (sector agroindustrial o sector textil confección) a partir de fuentes secundarias que incluye:

a. Defina la cadena de valor Potter del sector analizado

CADENA DE VALOR					
Estudios de caso Fuente de Oro (Meta) y Viotá(Cundinamarca)					
Actividades SOPORTE	APROVISIONAMIENTOS - compras Combustibles, semillas, químicos para fumigación, Madera, Plásticos (Componentes, productos, servicios, etc.)				
	DESARROLLO TECNOLÓGICO Transportes (fluvial; terrestre, etc), Investigación y desarrollo, diseño productos, etc.				
	RECURSOS HUMANOS Comité de comercialización ,Promotor regional, Productor, Transportista ect.				
	INFRAESTRUCTURA de la EMPRESA Fuente de Oro (meta), Viotá (Cundinamarca) y zonas veredales comercialización de productos perecederos				
Actividades PRIMARIAS	LOGÍSTICA INTERNA	OPERACIONES	LOGÍSTICA EXTERNA	MARKETING y VENTAS	
	SERVICIOS POSTVENTA				
	<p>Almacenamiento (Acopios temporales)</p> <p>materiales y-o productos (productos perecederos)</p> <p>Recepción datos (Zonas veredales), proveedores, clientes</p>	<p>Fabricación (N/A)</p> <p>Prestación servicios (venta de productos perecederos)</p> <p>Platano Yuca Limón Citricos Aguacate naranja Mango Mandarina</p>	<p>Pedidos,Platano Yuca Limón Citricos Aguacate naranja Mango Mandarina</p> <p>distribución, Fuente de Oro (alto sardinata), Viotá(San Martín, las palmas y florencia)</p> <p>entrega, Fuente de Oro (alto sardinata), Viotá(San Martín, las palmas y florencia)</p> <p>almacenaje tránsito se realizan las actividades de recolección, clasificación y empaque, las últimas dos actividades varían acorde con el producto</p> <p>Acopio: consolidación en un solo lugar de los productos que van a ser comercializados, con el fin de facilitar su transporte</p> <p>transporte en fuente de oro es subcontratado a través de un comisionista y se pueden presentar dos escenarios definidos por la variable climática. En época de verano es utilizado un solo modo y medio transporte que es un camión; en invierno se utilizan dos modos, el fluvial y el terrestre, la carretera veredal se inunda y los productos deben atravesar el río Ariari; por lo cual la ruta de desplazamiento resulta ser más larga y costosa</p> <p>En Viotá, se pueden presentar tres casos para el transporte de los productos, en los cuales la estructura de costos es</p>	<p>Promoción, Los costos de los productos se manejan según los valores de los transportes, ya que también en algunas ocasiones se ven afectados por los ambientes climáticos, estos oductos son de facil distribución pero a muy bajos costos y alzas en los medios de transportes por eso no se ve reflejada las promociones</p> <p>posicionamiento,Oro , Viotá</p> <p>ventas, (alto sardinata)San Martín, las palmas y florencia), en los mercados campesinos, clientes</p>	<p>Servicio</p> <p>atención cliente</p> <p>y postventa</p>



b. **Identifique las iniciativas de competitividad, desarrollo de clústeres vigentes en Colombia para el sector analizado.**

Las iniciativas clúster son acciones proyectadas para agrupar fuerzas en el desarrollo de concentraciones económicas en regiones y sectores comunes.


Un prototipo de ello son las Rutas Competitivas que ha desarrollado la *Unidad de Gestión de Crecimiento Empresarial del Gobierno Nacional (INNpursa)* junto a Cámaras de Comercio locales, por medio de las que elaboran itinerarios y propuestas para fortalecer algunas de las posturas productoras territoriales.

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) de Colombia, ha determinado procesos productivos agropecuarios y agroindustriales con posibilidad para lograr bienestar regional e impulsa estas acciones, entre otras se encuentra la generación de clústeres, con el propósito de lograr esa meta.

Con el propósito de presentar información real y exacta del tema planteado, se realizan consultas basadas en plataformas gubernamentales y de agrupaciones particulares (Cámaras de Comercio, Concejo Privado de Competitividad de Colombia, entidades académicas, el DANE, etc.), artículos de revistas científicas, de negocios y de artículos web.

Clúster: El término determina la unión de organizaciones suplementarias e interrelacionadas, establecidas en una idéntica actividad productora y en una misma zona geográfica. Esta clase de prácticas se ejecutan en aquellos niveles que son competitivos para una delimitada región, y alcanzar el encadenamiento de las entidades y fomentar el incremento financiero de la provincia.

Competitividad: Es un criterio muy empleado en el medio corporativo en todo el mundo. En los últimos años, las tácticas organizacionales se fundamentan en alcanzar superioridad frente a la oposición y sostenerla. Así mismo, es la aptitud que tiene una sociedad para incrementar sus intereses competitivos con relación a sus competidores y conseguir una condición manifiesta en su entorno.



Realizada una revisión bibliográfica encontramos las siguientes iniciativas de competitividad relacionadas con el caso: “Logística de distribución de productos perecederos: estudio de caso: Fuente de Oro (Meta) y Viotá (Cundinamarca)”.

. A continuación, se aprecia el listado de algunas las iniciativas clúster del país que se han inscrito en la plataforma de la *Red Clúster Colombia*:

ID	NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTOS	AÑO DE CREACIÓN
1	Iniciativa Adu	Risaralda	2013
2	Lácteos competitivos	Cesar	2012
3	Iniciativa CaféPlus	Nariño	2012
4	Iniciativa Láctis	Nariño	2013
5	CONFIQUE	Cauca	2013
6	Cluster de derivados lácteos de Boyacá	Boyacá	2013
7	Iniciativa Cafénix - cafés de calidad suprema del Tolima	Tolima	2010
8	Banafuturo	Magdalena	2012
9	Cluster de Insumos Agroindustriales	Atlántico	2012
10	Clúster de carne de Arauca	Arauca	2013
11	Iniciativa Kaldia	Quindío	2012
12	Proteína Blanca	Cauca Valle del Cauca	2014
13	Ruta competitiva snacks	Meta	2013
14	Cluster de fruta fresca del Valle del Cauca	Valle del Cauca	2013
15	Cluster Café de Antioquia	Antioquia	2013

ID	NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTOS	AÑO DE CREACIÓN
16	Macrosnacks	Valle del Cauca	2014
17	Iniciativa cluster frutícola	Meta	2014
18	Cluster Cacao de Antioquia	Antioquia	2014
19	Clúster de cacao Arauca	Arauca	2014
20	Iniciativa clúster de gastronomía	Bogotá D.C.	2014
21	Iniciativa clúster de lácteos	Bogotá D.C. Cundinamarca	2014
22	Cafés especiales de Risaralda	Risaralda	2011

Fuente: <https://redclustercolombia.com/clusters-en-colombia/lista-de-iniciativas>

Iniciativa Adu:

La Iniciativa Adu es un esfuerzo por promover la competitividad de las empresas relacionadas con el sector Mora en el Departamento de Risaralda. Es promovida por la Cámara de Comercio de Pereira en alianza con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo a través de la Unidad de Desarrollo e Innovación de Bancoldex, iNNpulsa Colombia; la Gobernación de Risaralda; la Comisión Regional de Competitividad de Risaralda; la Universidad Tecnológica de Pereira y la Universidad de Santa Rosa de Cabal UNISARC y su desarrollo se encuentra a cargo de la empresa consultora Competitiveness, consultora internacional especializada en estrategia y desarrollo económico regional (www.competitiveness.com).

Rutas Competitivas

Iniciativa ADAU

Bienvenido al sitio de la Iniciativa Adu para el Refuerzo de la Competitividad del sector Mora en el departamento de Risaralda.



Fuente: <https://www.camarapereira.org.co/rutascompetitivas>

Iniciativa CaféPlus



Fuente: <https://iniciativacafeplus.wordpress.com/>

INICIATIVA LACTIS

INICIO ¿QUÉ ES LA INICIATIVA LÁCTIS? LÍNEAS DE ACCIÓN CONTÁCTENOS

Bienvenido al sitio web de la iniciativa para el refuerzo de la competitividad de la cadena del sector lácteo en el departamento de Nariño. Ésta iniciativa forma parte del programa Rutas Competitivas, en el cual el Ministerio de Comercio Industria y Turismo a través de la unidad de desarrollo e innovación de Bancoldex, Innpulsa Colombia, la Comisión Regional de Competitividad de Nariño y la Cámara de Comercio de Pasto, suman esfuerzos para promover la competitividad de la cadena productiva del sector lácteo en el departamento.



Fuente: <https://iniciativalactis.wordpress.com/>

Cluster Café Medellín y Antioquia

Marco estratégico

La Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia está comprometida con el Desarrollo Regional desde una mirada integral y de impacto a partir de la especialización productiva. En esta línea, y luego de un proceso de validación con los diferentes actores, en 2013 se prioriza la estructuración de la iniciativa *Cluster* Café de Antioquia, conscientes de que es una de las actividades con mayor potencial en el Departamento:

93 mil familias que producen cerca de 1,5 millones de sacos de café

En Colombia el consumo de café se estima que crezca entre el 2011 y 2017 un 30 %

En el mundo, el consumo de café crece tres veces más en valor que en volumen (7 % vs 2 %)

El objetivo de *Cluster* Café de Antioquia es incrementar la competitividad del sector cafetero en la región a través de la generación de valor en los segmentos de café verde y café tostado. En este sentido, los productores / empresas invitadas a participar son aquellas que tienen una clara orientación hacia mercados especializados y entidades de soporte del negocio que implementan acciones con el fin de apoyar la gestión en dichos mercados.



Fuente: <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/que-es-la-estrategia-cluster>

Inicio / Comunidad Cluster / Gestión Regional / Iniciativas Cluster Regionales / Iniciativa Cluster Cacao

Iniciativa Cluster derivados Cacao

La Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia en proyecto conjunto con la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño y con la Cámara de Comercio de Urabá, trabajan en la estructuración del cluster de cacao, en las regiones del Bajo Cauca, Urabá, Magdalena Medio y Nordeste, las cuales representan el 92% de la producción del departamento.




**Iniciativa Cluster
Cacao**
Antioquia

- Participación de 41 asociaciones de productores
- 21.740 empleos directos generados en la región

El objetivo de esta Cluster Cacao de Antioquia es incrementar la competitividad del sector cacaocultor en Antioquia a través de la generación de valor en los segmentos de cacao en grano y cacao transformado. En este sentido, los productores / empresas invitadas a participar son aquellas que tienen una clara orientación hacia mercados especializados y entidades de soporte del negocio que implementan acciones con el fin de apoyar la gestión en dichos mercados.

Fuente: <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster>



Iniciativa clúster de gastronomía



La Iniciativa Cluster de Gastronomía –que cuenta con el liderazgo y apoyo institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá– es un escenario neutral donde líderes empresariales, Gobierno, entidades de apoyo y academia trabajan colaborativamente para incrementar la productividad y competitividad del sector. La Iniciativa Cluster de Gastronomía está integrada por actividades económicas relacionadas con la hotelería, restaurantes, catering, proveedores, academia y entidades del Gobierno nacional. La Iniciativa Cluster de Gastronomía cuenta con más de 240 actores participando activamente en diferentes proyectos y acciones que se realizan en beneficio de esta industria.

Fuente: <https://redclustercolombia.com/clusters-en-colombia>

Iniciativa clúster de lácteos




La Iniciativa Cluster de Lácteos –que cuenta con el liderazgo y apoyo institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá– es un escenario neutral donde líderes empresariales, Gobierno, entidades de apoyo y academia trabajan colaborativamente para incrementar la productividad y competitividad del sector. Está integrada por empresas que realizan actividades ganaderas con orientación a la producción de leche, así como a las empresas dedicadas a la elaboración de derivados lácteos. Congrega, además, a las empresas proveedoras de maquinaria, insumos y servicios para la industria láctea. La Iniciativa Cluster de Lácteos cuenta con más de 70 actores participando activamente en diferentes proyectos y acciones que se realizan en beneficio de esta industria.

Fuente: <https://redclustercolombia.com/clusters-en-colombia>



Producto	Satisfacción	Clúster
Lácteos	18.465	Cauca (en desarrollo), Nariño (en desarrollo), César (potencial).
Cacao, chocolate, confitería	17.078	Antioquia (establecido), Cauca (en desarrollo), Huila (potencial).
Azúcar	16.804	Valle (establecido), César (potencial), Risaralda (potencial)
Carne y derivados	15.057	Risaralda (en desarrollo), Santander (en desarrollo), Bolívar (en desarrollo), Caquetá (potencial), César (potencial), Guaviare (potencial), Putumayo (potencial).
Pescado y derivados	13.627	Bolívar (establecido), Atlántico (en desarrollo).
Molinería, panadería y concentrados	12.950	Huila (en desarrollo), Meta (potencial), Tolima (potencial), Córdoba (potencial), César (potencial).
Compuestos de frutas y hortalizas	12.005	Antioquia (establecido).
Bebidas alcohólicas	10.911	Bogotá-Cundinamarca (establecido), Bolívar (potencial)
Productos de tabaco	9.627	Antioquia (establecido)
Aceites y grasas	7.530	Santander (establecido), Atlántico (en desarrollo), Magdalena (en desarrollo), Córdoba (potencial).
Panela	5.830	Valle (establecido).
Café y derivados	4.896	Caldas (en desarrollo), Cauca (establecido), Nariño (en desarrollo), Tolima (en desarrollo), Córdoba (en desarrollo), Magdalena (potencial)
Bebidas no alcohólicas	4.461	Bolívar (establecido), Boyacá (en desarrollo), Tolima (potencial), Cauca (potencial), Córdoba (potencial).
PIB per cápita Colombia PPP USD 8 510		

Fuente: Mapa de clúster agroindustriales en Colombia, Consejo Privado de Competitividad de Bogotá (2010).



En el cuadro se advierten diversos clústeres potenciales cuyo proceso es todavía elemental. Fundamentalmente, es viable demostrar que en Colombia esta clase de iniciativas se halla aún en una fase incipiente y que, como resultado, tiene significativas posibilidades para desarrollarse hacia el futuro.

c. Realice un Benchmark de prácticas logísticas mundiales aplicables al sector y compare con el caso colombiano (explore mínimo 5 fuentes internacionales).

PERFIL ESTRATEGICO DEL ENTORNO

Perfil estratégico del entorno

FACTORES

• Veredas seleccionadas:

FUENTE DE ORO

Sardinata

VIOTÁ

San Martín

Las palmas

Florencia

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

• Dimensión económica:

PIB

Inflación

Balanza de pagos

Paro

Productividad

Mercado de capitales

Recursos energéticos

Política industrial

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

• Dimensión tecnológica:

Política de I D

Conocimientos tecnológicos y científicos

Infraestructuras cient y tecnl

Madurez tecnologías actuales

disponibilidad de nuevas tecnologías

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

• **Dimensión político-legal**

Situación política

Política económica

Legislación económico social

Política fiscal

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

Tabla 1. Área de estudio – veredas seleccionadas por municipio.

Municipio	Vereda	% de oferta del municipio	Productos ofertados	Nombre botánico
Fuente de Oro	Alto Sardinata	60	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i> L.
			Yuca	<i>Manihot esculenta</i> Crantz.
			Aguacate	<i>Persea americana</i> Mill.
			Limón	<i>Citrus aurantifolia</i> (Christm.)
			Naranja	<i>Citrus × sinensis</i> Osbeck
Viotá	San Martín	11	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i> L.
			Aguacate	<i>Persea americana</i> Mill.
	Las Palmas	22	Naranja	<i>Citrus × sinensis</i> Osbeck
			Limón	<i>Citrus aurantifolia</i> (Christm.)
	Florencia	18	Mandarina	<i>Citrus reticulata</i> Blanco
			Mango	<i>Mangifera indica</i> L.

Tabla 2. Actividades de cosecha y manejo de producto Fuente de Oro (Meta).

Producto	Corte	Lavado	Selección	Empaque	Almacenamiento
Plátano	x	x	x	x	
Aguacate	x		x	x	x
Limón	x	x	x	x	x
Yuca	x			x	

Tabla 3. Actividades de cosecha y manejo de producto Viotá (Cundinamarca).

Producto	Corte	Lavado	Selección	Empaque	Almacenamiento
Plátano	x				x
Aguacate	x		x	x	x
Cítricos	x		x	x	
Mango	x		x	x	

Tabla 4. Tipos de empaques y presentación en los dos municipios.

Producto	Viotá		Fuente de Oro		
	Canastilla	Racimo	Bolsa	Huacal	Canastilla
Plátano		x	x		
Aguacate	x		x	x	
Cítricos	x				x
Yuca			x		
Mango	x				

Tabla 6. Disminución ingreso con relación a factores de calidad de los productos.

	Fuente de Oro (%)	Viotá		
		Las Palmas (%)	Florencia (%)	San Martín (%)
Maltrato de producto	4	12	15	12
Pudrición de producto	5	5	7	4
Ennegrecimiento del plátano ¹	8	1		2
Variación total	17	18	22	18

¹Se supone que se vende el producto al 50% de su precio normal.

En el perfil estratégico del entorno se denota el poco desarrollo de las Regiones para la comercialización de los Productos perecederos ya que la población comercial no se visiona las problemáticas de su entorno, tanto políticos, financieros, estratégicos, etc, esta distribución depende de un 70% de las rutas de distribución ya que no se cuenta con vías alternas o rutas fluviales propias del Proveedor, siempre debe estar sostenida y acorde aún tercero (pago por ruta).

PERFIL ESTRATEGICO DE LA EMPRESA

FACTORES	Baja	Media	Alta	Producto
• AREA COMERCIAL				
Cuota de mercado				
Imagen de marca				
Retorno de la publicidad				

Fuerza de ventas
 Fidelidad de la clientela
 Calidad del producto
 Calidad del servicio
 Red de distribución
 Atención al cliente
 Eficacia de la gestión del precio
 Eficacia de los vendedores

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

• AREA DE PRODUCCION	Baja	Media	Alta	Producto
Estructura de costes				
Control de calidad				
Productividad				
Bienes de equipo				
Instalaciones				
Economías de escala				
Capacidad de producción				
Economías de alcance				
Numero de errores				

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

•AREA FINANCIERA	Baja	Media	Alta	Producto
Estructura financiera				
Coste de capital				
Rentabilidad de inversiones				
Solvencia financiera				
Cashflow				
Liquidez				
Deudores e impagados				

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

• AREA TECNOLOGICA	Baja	Media	Alta	Producto
Tecnología disponible				
Esfuerzo en I + D				
Asimilación tecnológica				
Patentes				

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

• **RECURSOS HUMANOS**

- Sistema de incentivos
- Clima social
- Nivel de formación
- Nivel de participación

Baja

Media

Alta

Producto

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

• **DIRECCION Y ORGANIZACIÓN**

- Estilo de dirección
- Estructura organizativa
- Cultura empresarial
- Implicación de los empleados

Baja

Media

Alta

Producto

Flexibilidad y capacidad de respuesta

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

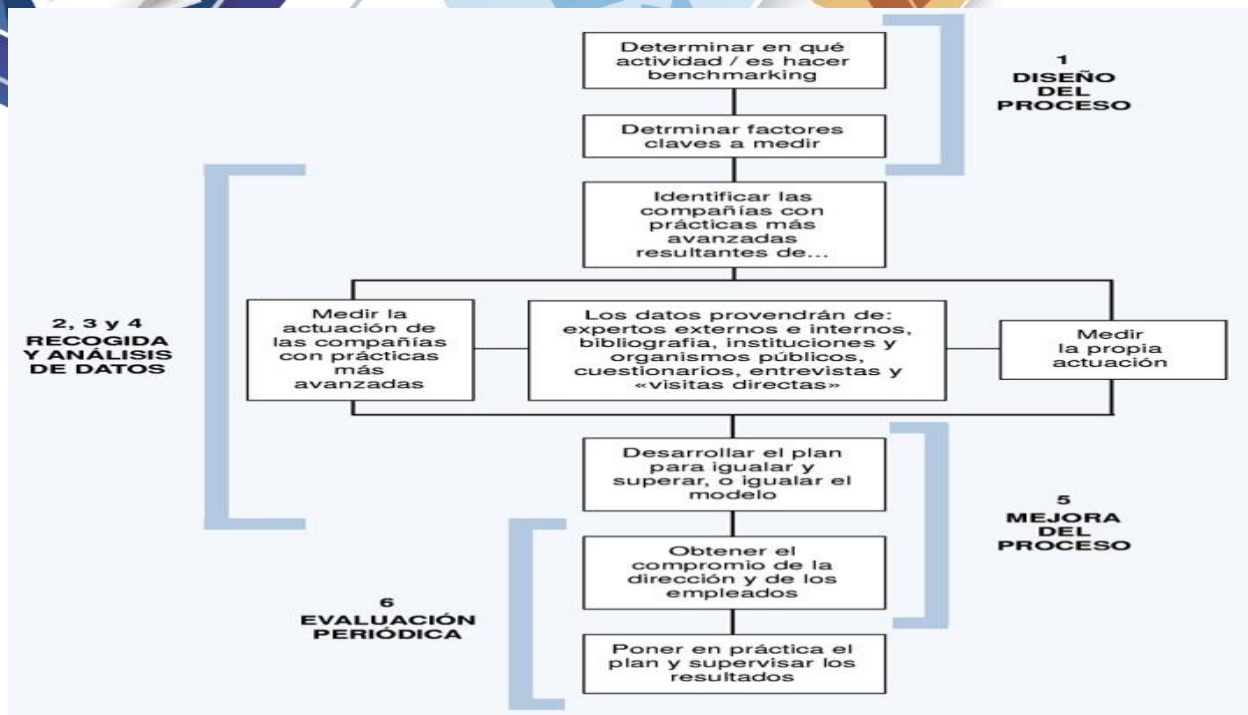
En el Perfil estratégico de la Regiones se realiza un estudio más detallado para valorar y concientizar el costo, la estructura organizacional, la flexibilidad en la manera de la recolección y el acopio de los productos perecederos que serán distribuidos en las diferentes comunidades, es donde se hace un gana a gana del producto y de la manera de distribuir y comercializar los productos.

Esta estrategia analiza a fondo el direccionamiento y la viabilidad de crear nuevos mercados y nuevas rutas.

CADENA DE VALOR BENCHMARKING



Fuente: Cadena de valor Michel E Porter



Proceso de realización de Benchmarking

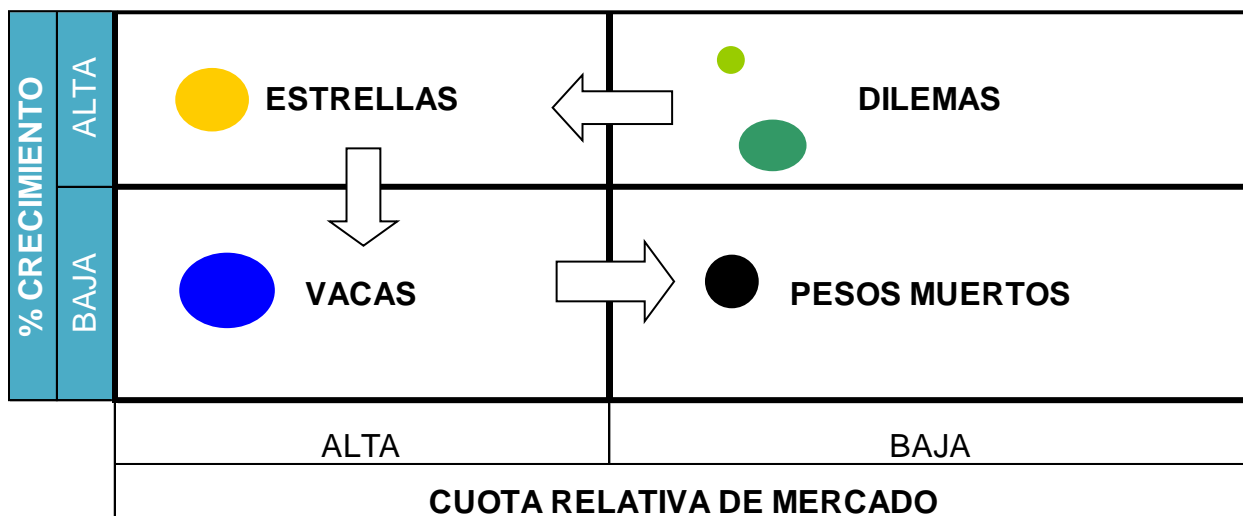
MATRIZ DE CREDIMIENTO CUOTA DE MERCADO BCG

Este modelo de análisis estratégico fue desarrollado por el Boston Consulting Group (BCG) en los años 70 para analizar el mercado mediante una matriz bidimensional que relaciona la tasa de crecimiento del mercado y la cuota relativa de mercado para cada producto, división o unidad estratégica de negocio.

En el eje horizontal se representa la participación relativa que tiene cada producto o negocio, calculada frente al líder del sector o, como en este caso, frente al mayor competidor de la empresa analizada. Muestra por tanto la fortaleza o debilidad de la firma en esa actividad. Se representa en escala logarítmica, de más a menos a partir del eje de coordenadas, para que el dato sea consistente con la curva de experiencia.

En el eje vertical se representa el crecimiento del mercado, mediante una tasa simple. Por ejemplo, el % de crecimiento desde la misma fecha del año anterior de menos a más a partir del eje de coordenadas.

Si trazamos una línea horizontal para un determinado crecimiento (por ejemplo 10%) y una vertical para una determinada cuota relativa de mercado (por ejemplo 1), el resultado es una matriz de cuatro casillas donde se representan los óvalos de cada unidad estratégica de negocio ubicados en función de la tasa de crecimiento y cuota de mercado correspondiente, y del tamaño proporcional al total de la cartera de negocio que estamos analizando. Su posición nos indica en qué etapa evolutiva se encuentran conforme al siguiente gráfico. Las flechas indican la secuencia evolutiva normal.



CUADRANTES	CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO
DILEMAS	
<ul style="list-style-type: none"> Ventas en ascenso Exige muchas inversiones Gasto en I+D Gasto en comercialización y formación Genera déficit de fondos 	INTRODUCCIÓN
ESTRELLAS	
<ul style="list-style-type: none"> Ventas altas Cuota de mercado consolidada Generación de fondos Aprovechamiento curva experiencia Entrada en beneficios 	CRECIMIENTO
VACAS	
<ul style="list-style-type: none"> Poco crecimiento del mercado Poca necesidad de fondos 	ESTANCAMIENTO

Gran cuota de mercado

MADUREZ

Recogida de frutos de inversiones ant.

Madurez del sector

PESOS MUERTOS

CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO

Producto en declive

Retirada estratégica

Consume pocos recursos

Opción: desinvertir

DECLIVE

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

CUADRO DE MANDO INTEGRAL

FINANCIERA	CLIENTE	PROCESO INTERNO	APRENDIZAJE
Ingresos por trabajador	Nº de clientes	Tiempo prestación servicio	Tasa de rotación
Deuda total	Cuota de mercado	Entrega puntual	Nivel de estudios
Suma activos	Fidelidad	Porcentaje de defectos	Tiempo de formación
	Captación nuevos clientes	Productividad	Absentismo
	Rentabilidad por cliente	Impacto ambiental	Productividad
	Nº de quejas	Relación de stocks	Porcentaje de trabajó fijos
	Cientes perdidos		
	Grado satisfacción con el servicio		

Fuente: Elaboración propia apoyada logística de distribución de productos perecederos.

PLAN DE MARKETING

<i>Análisis externo:</i>	<i>Análisis interno</i>	<i>DAFO</i>	<i>Cuantitativos:</i>	<i>Cualitativos:</i>	<i>Las estrategias definen los métodos generales a usar para;</i>	<i>Herramienta para llevar a cabo las estrategias de marketing</i>	<i>Establecer el presupuesto de las acciones a llevar a cabo respecto a la inversión que suponen.</i>
Evolución del PIB	Recursos humanos		Aumentar la participación en el mercado	Aumentar la notoriedad e imagen del producto	Mejorar con respecto a la competencia	Como modificar los servicios	Control
Tasa de desempleo,	Materiales utilizados		Aumentar la rentabilidad	Potenciar la orientación al mercado	Captar y mantener clientes o distribuidores	Mejorar la calidad	Revisa los resultados de las estrategias y plan de marketing y establece medidas correctoras
Consumo privado	Estrategia de producto		Aumentar el volumen de ventas	Incrementar la calidad de servicio y personalización	Sacar partido a los recursos	Incorporar nuevas marcas	Identificación de los objetivos, lo que la empresa quiere conseguir
IPC	Estrategia de precios		Aumentar el nivel de satisfacción	Mejorar la posición relativa a	Primer nivel: Misión, visión, negocio y	Reducir las tarifas	Medición resultados: objetivos de

			alcanzar en un mercado	estrategia competitiva	venta, benéficos, idealización de clientes...
Evolución y tendencias turismo internacional	Estrategia de distribución	Aumentar la fidelidad de los clientes	Segundo nivel: Detalle de las combinaciones producto – mercado a desarrollar	Aumentar los canales de distribución	Valoración resultados
Características culturales	Estrategia de ventas	Mejorar la cobertura de distribución	Tercer nivel: Estrategias de segmentación y posicionamiento	Realizar campañas de publicidad	Medidas correctoras
Número de viajes	Estrategia de comunicación	Aumentar la penetración en el mercado	Cuarto nivel: combinación instrumentos de Marketing- mix	etc	
Duración de los desplazamientos	Estrategia de marketing	Aumentar los benéficos o el margen de contribución			
Segmentos del mercado	Análisis de los objetivos de marketing				
Perfil de los segmentos					
Competidores					
Cambios en la demanda					
Cambios en la toma de decisiones					

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Los nuevos patrones de comportamiento de la demanda

La distribución de productos perecederos se establece como categoría de bien de consumo de primera necesidad.

Se triplicará la exportación de productos perecederos a nivel mundial en el año 2.020.

Nuevas tendencias de la demanda:

Embalaje de productos en Huacal, canastilla, racimo y bolsa

control de cosechas y manejo del producto con la BPMA

capacitación del personal

Mayor capacidad de gasto.

Valora altamente la calidad del servicio.

Dispone de mano de obra calificada

Tiene más experiencia y es más exigente.

Nuevos esquemas de valor en la práctica de recolección del producto: mayor valoración de aspectos culturales y medioambientales. El mercado deberá conjugarse con el desarrollo sostenible.

Segmentación de la demanda por nuevas motivaciones: Negocios, exportación nacional e internacional

Nuevas exigencias condicionadas por cambios sociodemográficos:

Disminuye el consumo de productos en regular estado

variación de los productos en cosecha

Tabla 1. Área de estudio – veredas seleccionadas por municipio.

Municipio	Vereda	% de oferta del municipio	Productos ofertados	Nombre botánico
Fuente de Oro	Alto Sardinata	60	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i> L.
			Yuca	<i>Manihot esculenta</i> Crantz.
			Aguacate	<i>Persea americana</i> Mill.
			Limón	<i>Citrus aurantifolia</i> (Christm.)
			Naranja	<i>Citrus × sinensis</i> Osbeck
Viotá	San Martín	11	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i> L.
			Aguacate	<i>Persea americana</i> Mill.
	Las Palmas	22	Naranja	<i>Citrus × sinensis</i> Osbeck
			Limón	<i>Citrus aurantifolia</i> (Christm.)
	Florencia	18	Mandarina	<i>Citrus reticulata</i> Blanco
Mango			<i>Mangifera indica</i> L.	

Tabla 2. Actividades de cosecha y manejo de producto Fuente de Oro (Meta).

Producto	Corte	Lavado	Selección	Empaque	Almacenamiento
Plátano	x	x	x	x	
Aguacate	x		x	x	x
Limón	x	x	x	x	x
Yuca	x			x	

Tabla 3. Actividades de cosecha y manejo de producto Viotá (Cundinamarca).

Producto	Corte	Lavado	Selección	Empaque	Almacenamiento
Plátano	x				x
Aguacate	x		x	x	x
Cítricos	x		x	x	
Mango	x		x	x	

Tabla 4. Tipos de empaques y presentación en los dos municipios.

Producto	Viotá		Fuente de Oro		
	Canastilla	Racimo	Bolsa	Huacal	Canastilla
Plátano		x	x		
Aguacate	x		x	x	
Cítricos	x				x
Yuca			x		
Mango	x				

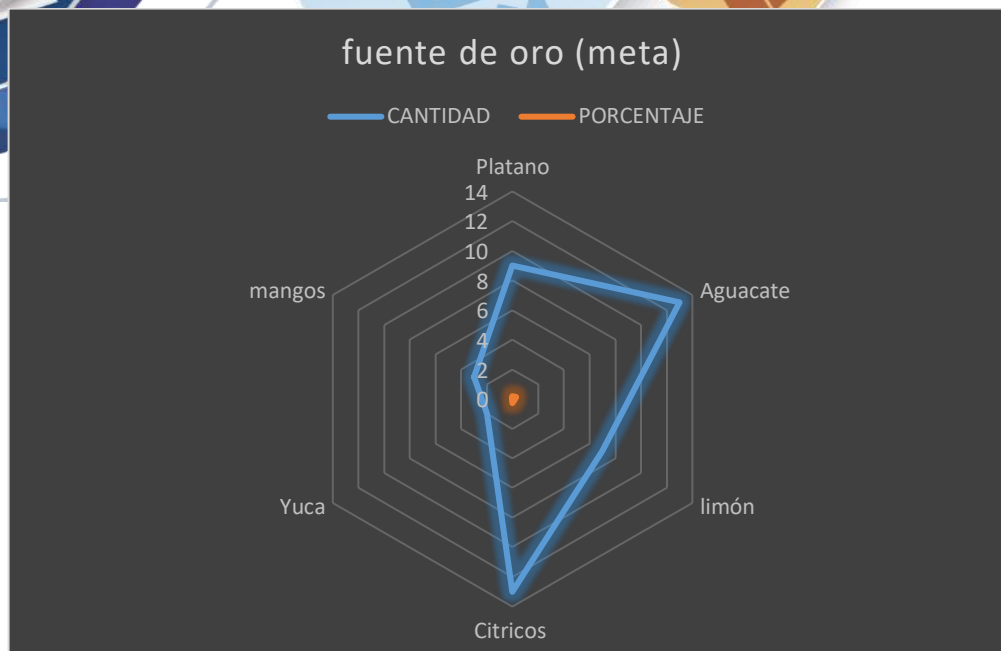
Tabla 6. Disminución ingreso con relación a factores de calidad de los productos.

	Fuente de Oro (%)	Viotá		
		Las Palmas (%)	Florencia (%)	San Martín (%)
Maltrato de producto	4	12	15	12
Pudrición de producto	5	5	7	4
Ennegrecimiento del plátano ¹	8	1		2
Variación total	17	18	22	18

¹Se supone que se vende el producto al 50% de su precio normal.

¿Cuál sería el producto más rentable para exportar?

PRODUCTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Plátano	9	19%
Aguacate	13	28%
limón	7	15%
Cítricos	13	28%
Yuca	2	4%
mangos	3	6%

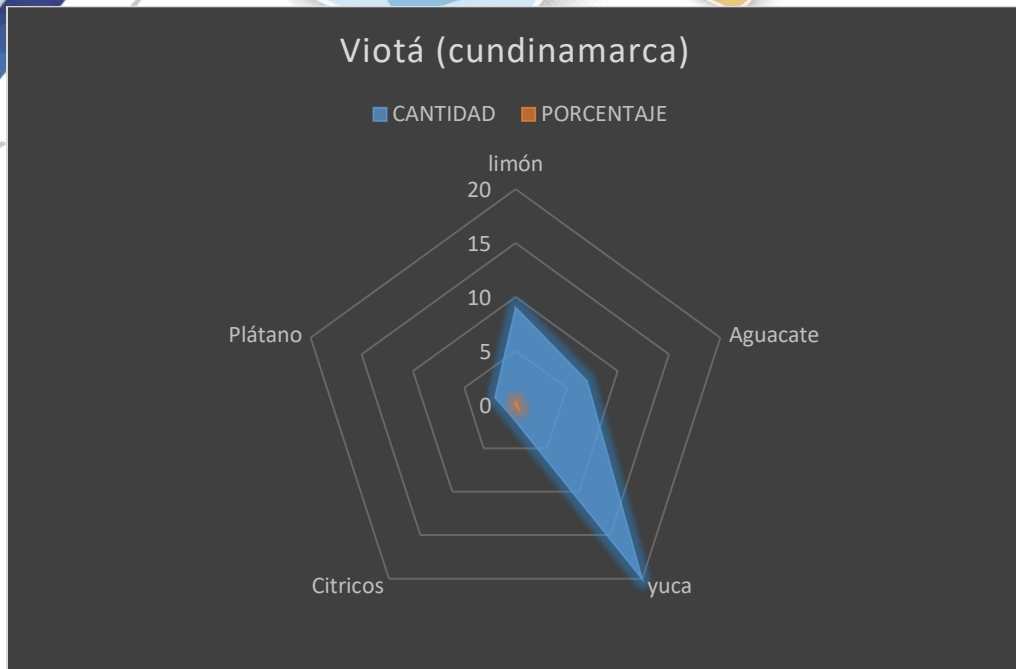


En el análisis del producto más relevante a exportar nos señala que es el aguacate, ya que para otros países es el producto que Colombia exporta a un valor medio y muy competitivo frente a países de Europa.

El producto más bajo del mercado para exportar es la Yuca, en Colombia es un producto de mucha utilidad pero para otros países es un producto de poca durabilidad y tendencia a perderse y no adquirir una ganancia, este producto puede llegar a tener una pérdida del 100% del producto.

¿Productos perecederos que tienden a ser perdida en la exportación?

PRODUCTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
limón	9	23%
Aguacate	7	18%
yuca	20	51%
Cítricos	1	3%
Plátano	2	5%



Como se refleja en la Exportación el producto que tiende a una pérdida del 100% es la Yuca, el limón por ser una fruta delicada y de tendencia de madurez ligera es muy comercializado en otros países y su valor agregado es por canastilla el cual es muy rentable a la hora de ser comercializad, aunque se refleje su daño a la hora de ser exportado, su corte debe ser en estado primario (verde en su totalidad).

¿Porcentaje de oferta de cada municipio?

VEREDA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alto Sardinata	1	60%
San Martín	6	11%
La palmas	13	22%
Florencia	10	18%



Las palmas y Florencia son las Regiones más comerciales y productivas de los Municipios, demuestra un desarrollo a pesar de sus dificultades hacen que la distribución seas positivas.

Ante alto de sardinata y San Martín a pesar de su posición Geográfica, en las regiones se pueden distribuir los productos a un precio muy bajo que lo que ofrece el mercado, no se cuenta con claridad con desarrollo de pedidos, orden de venta ni de compra.

¿Presupuesto o costos para las exportaciones nacionales?

COSTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de 500 euros	5	16%
500 euros	3	10%
750 euros	6	19%
1000 euros	10	32%
Más de 1000 euros	5	16%
Otro	2	6%

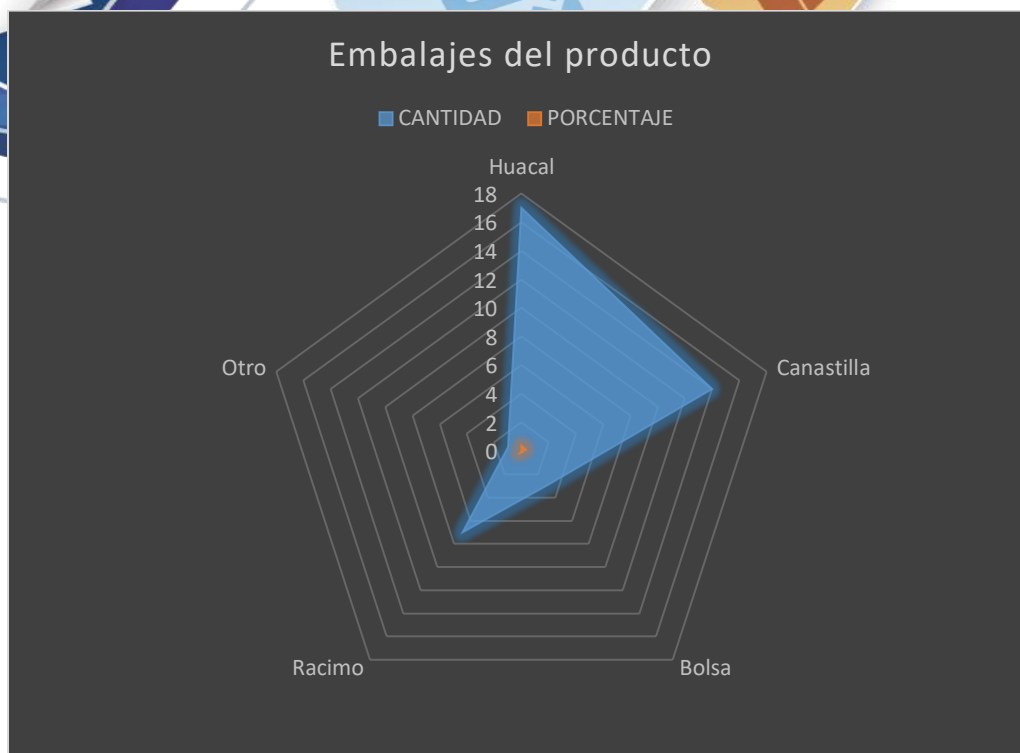


Las exportaciones se disminuyen o incrementan según los cambios climáticos, esto afecta las exportaciones ya que los valores pueden aumentar o disminuir en los costos logísticos, la calidad y el costo del producto a comercializar son notorios a la hora de competir con otros mercados.

¿Qué tipo de embalaje para exportar elegirías?

EMBALAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Huacal	17	40%
Canastilla	14	33%
Bolsa	3	7%
Racimo	7	17%
Otro	1	2%





En la comercialización de productos perecederos nacional en su mayoría son distribuidos en huacales o canastillas según el Producto, pero para su exportación se hacen en plásticos al vacío esto para proteger los productos de hongos y otros daños que les pueda ocasionar el traslado del producto como la Yuca, el plátano, los demás son comercializados en canastillas, en racimos y entre otras formas según el distribuido o proveedor.

GRAFICOS

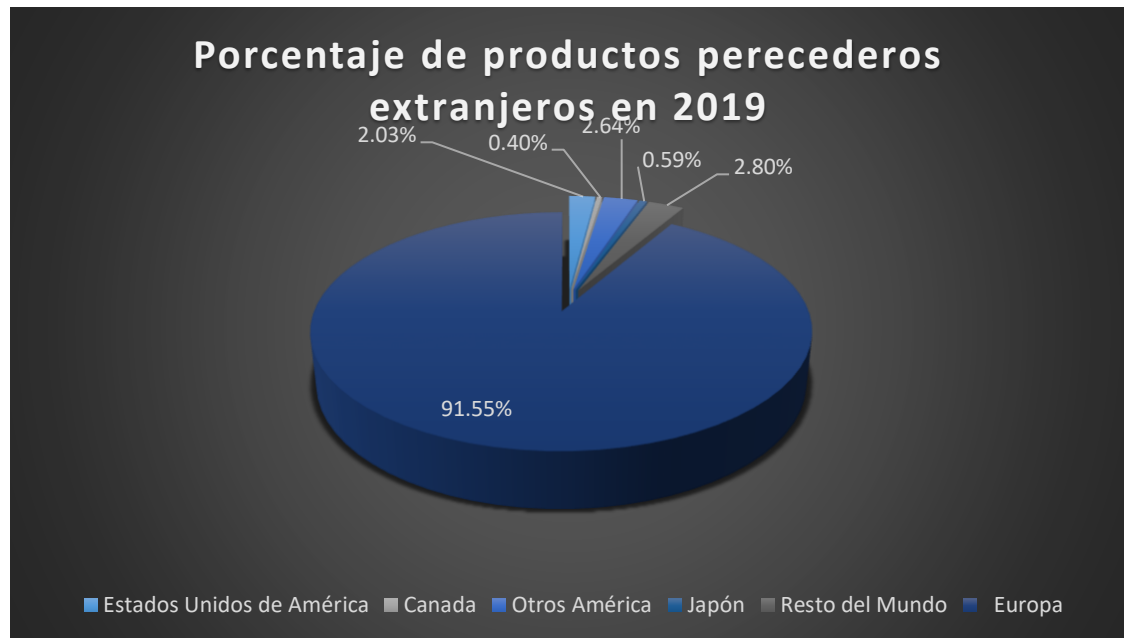
Porcentaje De Productos Perecederos Extranjeros En 2019

Total países	Agrupado
Estados Unidos de América	2,03%
Canadá	0,40%
Otros América	2,64%
Japón	0,59%
Resto del Mundo	2,80%
Europa	91,55%
	100,00%

Total en número de productos exportados

56.694.300

En las exportaciones a otros países Colombia tiene una gran variedad de productos que son apetecidos sin importar su costo entre ellos tenemos a Europa que un pilar fundamental en acceder a nuestros productos de gran consumo.

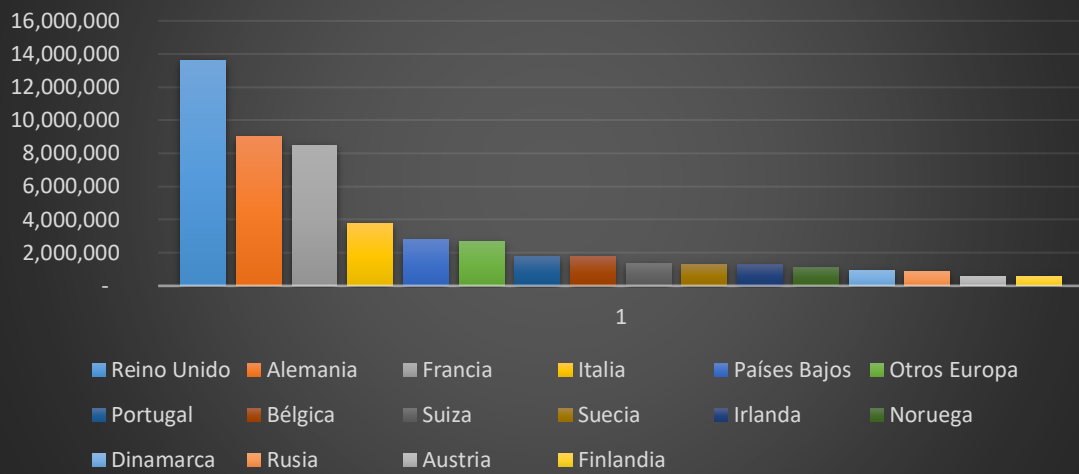


Productos Perecederos Colombia Vs Otros Países De Exportación

País	productos perecederos	Porcentaje
Reino Unido	13.611.003	24,01%
Alemania	9.030.697	15,93%
Francia	8.498.430	14,99%
Italia	3.766.597	6,64%
Países Bajos	2.776.058	4,90%
Otros Europa	2.666.952	4,70%
Portugal	1.787.705	3,15%
Bélgica	1.779.073	3,14%
Suiza	1.373.643	2,42%
Suecia	1.282.911	2,26%
Irlanda	1.280.465	2,26%
Noruega	1.117.375	1,97%

Dinamarca	921.048	1,62%
Rusia	858.545	1,51%
Austria	586.539	1,03%
Finlandia	564.834	1,00%
	51.901.875	91,55%

Productos perecederos Colombia VS otros países de exportación



Producto Exportado

Producto perecedero	Exportado
Plátano	13.767.684
yuca	10.187.690
limón	10.099.465
aguacate	7.884.875
cítricos	5.383.340
mango	4.606.471
Total destino	51.929.525



La comercialización de productos perecederos con mayor exportación es el plátano y la más baja es el mango, para los países de gran desarrollo deben tener en cuenta las especificaciones técnicas de manipulación para poder realizar todo en las dimensiones indicadas de acuerdo a la presentación del producto y distribución lógica.

d. Proponga una hoja de ruta para mejorar el sistema logístico del sector analizado desde el componente operacional y tecnológico a nivel estratégico, táctico y operativo.

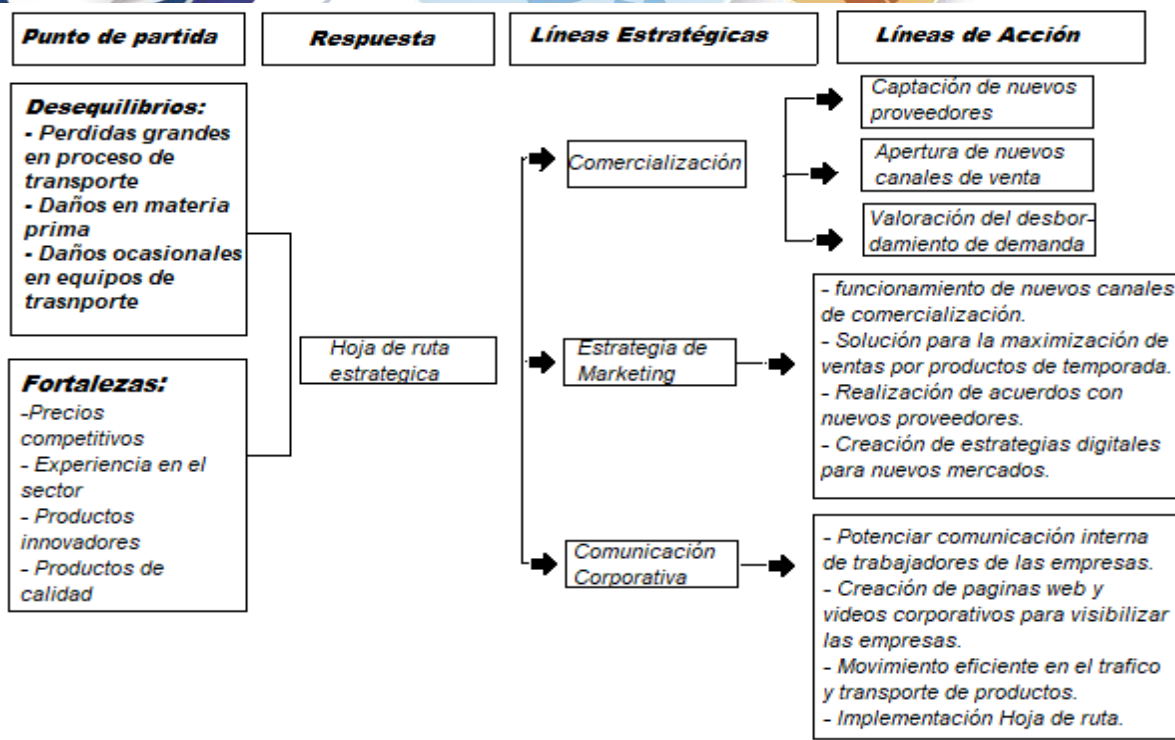
Hojas de ruta, ¿Cómo hacer una?

-Hay que partir de la situación real de la empresa, y compararla con la del mercado en general y con la de nuestra competencia más directa. Tenemos que enfrentarnos con claridad a los desequilibrios y saber aprovechar las fortalezas actuales para que nuestra Hoja de Ruta se adapte a nuestras necesidades reales.

-En segundo término, hay que definir los objetivos de una forma clara, concisa y directa.

-Una vez marcados, hay que diseñar las líneas estratégicas específicas, mostrando las etapas a seguir de forma ordenada y estableciendo prioridades.

-Estas líneas de actuación se desarrollan posteriormente en diferentes planes de acción.





ENLACES DE LA SUSTENTACIÓN DEL PROYECTO

Estudiante: ELIANA NORIEGA PEDROZA

<https://www.youtube.com/watch?v=oNsNQNmIrM&feature=youtu.be>

<https://youtu.be/OLs1pSDI254>






CONCLUSIONES

La gestión de la cadena de aprovisionamiento se encuentra en constante cambio y evolución, por lo que el dinamismo de los mercados, la constante evolución tecnológica en el campo de la logística, las tecnologías de la información y la comunicación debe disminuir el tiempo de ciclo del producto, son factores que hacen necesario un cambio constante esto en virtud de manejar eficientemente los inventarios y el flujo de información, así como la flexibilidad hacia al cliente y un menor costo de los suministros.

Con el diseño de la nueva red estructural para el caso seleccionado logramos identificar la situación actual de la cadena de valores en la distribución de los productos perecederos.

Se logró proponer un modelo de gestión logístico el cual permite la producción y la comercialización de los productos perecederos en Fuente de Oro (meta) y Viotá (Cundinamarca) construyendo una ventaja en la competitividad.

La Cadena de Valor de Porter es el instrumento más utilizado para realizar un análisis que permita extraer implicaciones estratégicas para el mejoramiento de las actividades, En este caso el mejoramiento de las operaciones logísticas y de distribución de los municipios de fuente de oro (Meta) y Viotá (Cundinamarca) en el marco de mercados campesinos.





BIBLIOGRAFIA

Castellanos, R. A. (2009). Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías. Bogotá, CO: Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/detail.action?docID=10458226&p00=modos+medios+transporte>

Pinzón, B. (2005). Distribución. Presentaciones. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/5666>

Ingeniería logística. (2020, 19 de enero). *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Fecha de consulta: 21:28, marzo 7, 2020 desde https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Ingenier%C3%ADa_log%C3%ADstica&oldid=122888318.

Pinzón, B. (2005). DFI. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/5669>

RMG Marketing & Comunicación; Hoja de ruta; citado en: <https://www.rmg.es/hoja-de-ruta/>

