

MANUAL PROCEDIMENTAL METODOLOGICO DE LOGISTICA INVERSA

RODRIGO ALEJANDRO GALEANO AVENDAÑO

UNIVERSIDAD ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS (EAN)

FACULTAD DE POSTGRADOS

ESPECIALIZACION EN GERENCIA LOGISTICA

BOGOTÁ D.C.

2013

MANUAL PROCEDIMENTAL METODOLOGICO DE LOGISTICA INVERSA

RODRIGO ALEJANDRO GALEANO AVENDAÑO

Trabajo de grado como requisito para para optar al título de:

Especialista en Gerencia Logística

Director:

Dr. David Ernesto Pulido

Profesional en Comercio Exterior

UNIVERSIDAD ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS (EAN)

FACULTAD DE POSTGRADOS

ESPECIALIZACION EN GERENCIA LOGISTICA

BOGOTÁ D.C.

2013

Por encima de todo, mi motor y padre celestial guía en mi camino DIOS. Los directos responsables de que pueda conquistar un triunfo más en mi vida son mis padres: José Rodrigo Galeano Gallego Y Judith Avendaño Ibáñez, quienes se convirtieron en mi aliciente diario y siempre creyeron en mí y en mis cualidades, así como mi amiga, compañera sentimental consejera y acompañante en el largo camino de la vida mi futura esposa Johanna Gómez a quien amo como la bendición que Dios me dio para afrontar los grandes retos de la vida juntos

.

Resumen

La empresa Servientrega S.A por sus antecedentes comerciales y logísticos de acuerdo a las directrices logísticas directas como: Infraestructura física, Inventario y transporte así como las directrices inter-funcionales como: Sistemas de información, abastecimiento y fijación de precios enmarcados dentro del Supply Chain Management de acuerdo a los indicadores esperados por el canal de comercialización corporativo se espera potencializar esta solución a sus Principales clientes donde se ve la necesidad de implementar un manual metodológico de logística inversa asegurando un cumplimiento presupuestal del 41,67% al cierre del 2013 ya que se lleva un aseguramiento del 58,33%, correspondiente a un total de ingresos al mes de diciembre del 2013 de \$2.246.242 directamente proporcionales a unos movilizados esperados al cierre del 2013 de 20.862 liquidados como mercancía premier cumpliendo con un 33,33% de ejecución a la fecha y adicionalmente estandarizar documentalmente esta unidad de negocio así como aumentar el superávit del supply chain management de la compañía en un 90%. Este manual de implementación metodológico además de cumplir con la normalización documental de operaciones (Cross Docking, recolección, Distribución y Almacenamiento) y crear rutinas de comunicación especificadas con el cliente y el cliente trascendental pretende fortalecer el conocimiento del portafolio de servicios logísticos a los administradores CSIC (Centro de soluciones in company), CSRD (Centro de soluciones retail directos) y supervisores de Programación & Recolección capacitándolos en dichos procedimientos operacionales en el año 2013, del cual se concluyo al finalizar este proyecto que los tiempos de entrega después de la implementación de este manual metodológico se estandarizaron de tal forma que se quedó registrado en el sistema de información de servientrega en el módulo de Red operativa, con el objetivo de brindar una respuesta más eficiente y certera al cliente, a través del diseño de este manual, la dirección comercial y logística de Servientrega S.A. puede controlar y monitorear a través de indicadores que hacen parte del sistema de gestión en planta, de manera más efectiva el ingreso de ventas vs número de movilizados en el cual interactúan los costos inmersos a la demanda implícita dentro del supply chain management, se identificaron los lineamientos legales con base en la ley 1369:2009, según la CRC resolución 3038: 2011 para mensajería expresa, que el gobierno colombiano maneja y divulga, en relación con la indemnización presentada a las novedades de la mercancía evidenciadas por perdida, saqueo, avería, espoliación e incumplimientos en tiempos de entrega, y cuyo cumplimiento es de carácter obligatorio para todas las empresas Operadores logísticos del país. Su desconocimiento y evasión, puede acarrear sanciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Comisión de Regulación de Comunicaciones, y lo más importante de todo, incremento en los costos logísticos directos, afectando el superávit de la cadena de suministros¹.

1. NTC 1486 de 2008 en base a la norma ISO 214 de 1976

Contenido

Resumen.....	4
Contenido.....	5
Lista de Figuras.....	8
Lista de Tablas	9
Lista de Abreviaturas	11
Introducción	13
1. Generalidades.....	15
1.1 Antecedentes.....	15
1.2 Planteamiento del Problema	16
1.2.1 Descripción del Problema.....	16
1.2.2 Formulación del Problema.....	17
1.3 Objetivos.....	18
1.3.1 Objetivo General.....	18
1.3.2 Objetivos Específicos.....	18
1.4 Justificación	18
1.5 Delimitación	19
1.5.1 Espacio.....	19
1.5.2 Tiempo	19
1.5.3 Contenido.....	19
1.5.4 Alcance	20
1.6 Marco Referencial	21
1.6.1 Marco Conceptual.....	21
1.6.2 Marco Histórico	26
1.6.3 Marco Legal	29
1.7 Metodología.....	52
1.7.1 Tipo de estudio.....	52
1.7.2 Fuentes de Información.....	53
1.8 Diseño Metodológico	53
1.8.1 Población.....	53
1.8.2 Instrumento	53

1.8.3	Etapas	53
2.	Recursos	55
2.1	Recurso humano	55
2.2	Recurso Financiero	55
3.	Descripción de la Empresa.....	56
3.1	Organización.....	56
3.1.1	Misión	56
3.1.2	Visión.....	57
3.1.3	Política de calidad integral.....	57
3.1.4	Política de calidad y seguridad	57
3.1.5	Proveedores.....	58
3.1.6	Productos.....	59
3.1.7	Clientes	61
3.1.8	Filosofía Organizacional.....	61
3.1.9	Mapa de Procesos	63
3.2	Clase y grado de riesgo (Clasificación).....	65
4.	Políticas.....	67
5.	Normas.....	64
5.1	Normas Generales.....	64
6.	Aprovisionamiento de Guías (Contratos de transporte de Carga)	139
6.1	Guía Virtual	139
6.2	Guía Física.....	139
7.	Generación de Guías (Contratos de Transporte de carga)	140
8.	Solicitud de Recolección.....	141
9.	Recolección y recepción en centros de soluciones	142
10.	Procesamiento y distribución.....	144
10.1	Aspectos a tener en cuenta en la recepción, almacenamiento y despachos de envíos: 146	
10.2	Aspectos a tener en cuenta para las operaciones correspondientes a salidas a zonas (urbanas y/o rurales), Regionales y franquicias:.....	147
10.3	Aspectos a tener en cuenta en el cierre operacional:.....	148

11. Esquema de liquidación	152
11.1 Kilos mínimos iniciales más kilo adicional.....	153
12. Key Performance Indicators Actuales	155
13. Compensaciones	156
14. Descripción del Proceso (UPS SCS (Colombia) LTDA)	157
15. Indicadores de Seguimiento.....	158
15.1 Ventas bajo esta solución.....	158
15.2 Mercancía movilizada bajo este producto.....	158
Conclusiones.....	160
Recomendaciones	161
Bibliografía	162

Lista de Figuras

Figura 1-1 Evolución histórica de la empresa. Fuente: Servientrega S.A.	26
Figura 3-1 Fachada general de la empresa. Fuente: Servientrega S.A.	56
Figura 3-2 Organigrama de Servientrega S.A. Fuente: Servientrega S.A.	63
Figura 3-3 Mapa de procesos general de la compañía Servientrega S.A. Fuente: Servientrega S.A.	64
Figura 5-1 Contrato de transporte logística inversa. Fuente: Servientrega S.A.....	74
Figura 5-2 Cadena de valor logística inversa de acuerdo a clasificación. Fuente: Servientrega S.A.	82
Figura 5-3 Cadena de suministro de empaque y embalaje. Fuente: Elaboración propia.....	91
Figura 5-4 Tipos de mercado de acuerdo al tránsito de mercancías. Fuente: Elaboración propia	92
Figura 5-5 Estructura ondular del cartón corrugado. Fuente: Elaboración propia	106
Figura 5-6 Modo de captura del código de barras. Fuente: Servientrega S.A.	119
Figura 14-1 Diagrama de procesos para el cliente UPS. Fuente: Servientrega S.A.	157

Lista de Tablas

Tabla 1-1 Balance Score Card	16
Tabla 1-2 Principales clientes logística inversa	17
Tabla 1-3 Alcance del trabajo	20
Tabla 2-1 Distribución de los recursos financieros empleados para el trabajo.....	55
Tabla 3-1 Listado de Proveedores.....	58
Tabla 3-2 Clasificación de las empresas según su tipo de riesgo	65
Tabla 5-1 Tarifas Solución Logística.....	66
Tabla 5-2 Productos de Servientrega S.A.	67
Tabla 5-3 Matriz de novedades Cross Docking.....	68
Tabla 5-4 Causal de devoluciones	69
Tabla 5-5 Casales de devolución del contrato de transporte. Ley 1369/2009	70
Tabla 5-6 Descripción de las causales de devolución.....	71
Tabla 5-7 Instructivo de entrega y retorno.....	76
Tabla 5-8 Tipo de empaque sobreporte y cajaporte.....	77
Tabla 5-9 Tipo de producto y material sobreporte - cajaporte.....	78
Tabla 5-10 Clasificación de movilizadores por medio de la solución logística inversa	80
Tabla 5-11 Matriz de venta empaque y embalaje	85
Tabla 5-12 Criterios de empaque de la mercancía.....	86
Tabla 5-13 Verificación de especificaciones de empaque a cliente	87
Tabla 5-14 Cuadro de liquidación empaque y embalaje.....	90
Tabla 5-15 Tipos de carga contenerizada	92
Tabla 5-16 Naturaleza de la carga	93
Tabla 5-17 Riesgos considerados en el transporte de la carga.....	95
Tabla 5-18 Riesgos considerados en el transporte de la carga.....	97
Tabla 5-19 Clasificación de pallets según carga ISO 3394/2012	102
Tabla 5-20 Características según tipo de cartón	105
Tabla 5-21 Tipos de onda del cartón corrugado	106
Tabla 5-22 Funciones características del empaque.....	107
Tabla 5-23 Materiales de fabricación de envases	108
Tabla 5-24 Principales clases de envases.....	109
Tabla 5-25 Tipos de cierre	111
Tabla 5-26 Clasificación europea de los envases	111
Tabla 5-27 Tipos de etiqueta.....	113
Tabla 5-28 Ventajas y aplicaciones de los códigos de barras.....	115
Tabla 5-29 Características de acuerdo a los códigos de barras.....	117
Tabla 5-30 Impresión de los códigos de barras	120
Tabla 5-31 Pictogramas sobre la manipulación de la carga.....	120
Tabla 5-32 Matriz de materiales	123
Tabla 5-33 Tipo de empaque por categoría	128

Tabla 5-34 Referencias de empaque y embalaje en Servientrega S.A.	131
Tabla 5-35 Ficha técnica de los empaques de Servientrega S.A.	135
Tabla 10-1 Eventualidades presentadas en el ciclo logístico.....	145
Tabla 10-2 Variables Cross Docking según novedad.....	149
Tabla 11-1 Tipos de trayecto logística Inversa.....	152
Tabla 12-1 Formulación matemática KPI'S de R&D logística inversa	155
Tabla 15-1 Facturación para clientes bajo la logística inversa	158
Tabla 15-2 Variación de tarifas por meses	159

Lista de Abreviaturas

ACOLOG. Asociación Colombiana de Logística Colombia.

APS. Sistema de planificación avanzada.

CAD. Diseño asistido por Computador.

CAM. Manufactura Asistido por computador.

CDS. Centro de Soluciones.

CIS. Centro Integral de Seguros.

CIL. Centro principal de procesamiento de envíos.

CLM. Gerencia del Concejo logístico.

CPFR. Colaboración, planificación, pronósticos, Reabastecimiento.

CRM. Administración de relaciones del cliente.

CRP. Planificación de Requerimientos de Capacidad.

DRP I/DMS. Planificación de requerimientos de distribución.

DRPII. Planificación de Recursos de Distribución.

ECP. Código Electrónico del producto.

ECR. Respuesta Eficiente al Cliente.

ELA. Asociación Logística Europea

EOQ. Cantidad de orden Económica, Inventarios.

GSCM. Global supply chain management.

ISCM. Internal Supply Chain Management

ISO. Instituto Internacional de estandarización.

JIT. Justo a Tiempo.

LO. Logística

MM. administración de materiales.

MRP. Planificación de Requerimiento de Materiales.

MRPII. Planificación de Recursos de Manufactura.

QM. Administración de la calidad.

QR. Respuesta Rápida al cliente.

RIT. Registro de Información Tributaria.

SCM. Administración optima de la cadena de suministros.

SD. Ventas y distribución.

SKU. Unidad de Inventario.

SRM. Suppliers Relationship Management, Gerencia de las relaciones a proveedores

TMS. Sistema de Administración de transporte.

TPS. Sistema de Producción de Toyota

TQM. Administración Total de la Calidad.

WMS/SGA. Sistema de Gestión de Almacén, Sistema de administración de almacén.

Introducción

La compañía Servientrega S.A, reconocida empresa orientada a ofrecer soluciones de logística en los procesos de recolección, transporte, almacenamiento, empaque y distribución de documentos y mercancías, certificado en normas de altos estándares de calidad como: SG de Calidad ISO 9001:2008, SG en Seguridad y Salud Ocupacional Ohsas 18001:2007, SG en Seguridad de la Información ISO 27001:2007, SG en Control y Seguridad BASC V3:2008, Calificación GRI 3.1:2002 (Global Reporting Initiative – Enfoque RSE), y en vía de certificación Calificación RUC V3:2007 (Registro Único de Contratistas – Enfoque Ambiental), SG Ambiental ISO 14001: 2004, e implementación de buenas prácticas operacionales como: SG en Continuidad del Negocio BS 25999-2:2007, SG en Responsabilidad Social ISO 26000:2010, SG de Riesgos ISO 31001:2009 con el fin de garantizar flujos de proceso enmarcados en indicadores de calidad, tiempo, costo y productividad lo cual la compañía se destaca por ser la primera empresa de servicios de carga y mensajería expresa logística en Colombia en recibir una certificación ICONTEC, no obstante ha sido objeto de postulaciones a premios de alta estandarización y calidad como el premio nacional a la excelencia en la innovación en gestión otorgada por la corporación de calidad, con la firme convicción que Servientrega es una empresa ejemplar y de que tiene todos los componentes de una compañía líder, merecedora de tan importante distinción, dispuesta a continuar fortaleciendo la cultura de la excelencia y el mejoramiento continuo la cual se ha caracterizado durante sus 30 años de vida empresarial.

Para la elaboración del diseño de este manual se ha consolidado bajo los parámetros de la Norma Técnica Colombiana NTC ISO 9001:2008, Sistemas de Gestión de la calidad así como asegurar las actividades necesarias para dar cumplimiento a las disposiciones sobre el Servicio Postal establecidas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Comisión de Regulación de Comunicaciones resolución 3038:2011 en el desarrollo de la agenda reglamentaria y regulatoria de la Ley 1369/09 en materia de novedades de acuerdo al transporte de la mercancía del cliente con responsabilidad el operador logístico, en este trabajo se recogen los conceptos fundamentales de lo que se ha denominado Logística inversa como una solución logística enmarcada bajo la solución de mercancías premier, con la finalidad de que los trabajadores y empleadores estén capacitados en esta manual metodológico y en su implementación y desarrollo.

Como principio básico para poder implementar esta herramienta es necesario establecer las pautas para entender, implantar y mantener una respuesta logística como medida de solución de acuerdo a los requerimientos de la demanda en materia de portafolio de servicios en la empresa, a partir del cual se pueden sentar las bases de lo que se conoce como el KAIZEN o mejora continua, y de unas mejores condiciones de calidad, seguridad, y medio ambiente en toda la empresa de Servientrega S.A.

No obstante es necesario tras una breve introducción a su metodología, detallar los beneficios adicionales que se lograran en la implementación de esta solución enmarcada bajo el producto de mercancía premier, analizar como una mejora en el portafolio de servicios de la compañía, repercute significativamente en un aumento en la productividad, esto se debe básicamente a:

- Retorno eficiente
- Virtualización
- Fidelización
- Trazabilidad
- Garantías

1. Generalidades

1.1 Antecedentes

La fuerza comercial es el contacto directo para los clientes corporativos de Servientrega, siendo una fuente de retroalimentación para los diferentes procesos de la compañía, mediante la recepción, gestión y solución de las inquietudes a los clientes asignados. En caso de presentarse una queja por parte del cliente el facilitador comercial asegura que esta queja sea canalizada al proceso de servicio al cliente con el objetivo de lograr que se aplique el procedimiento correspondiente de tratamiento y respuesta.

No obstante la rentabilidad de todas las negociaciones debe ser monitoreada permanentemente enfocada a generar alineación con los objetivos de rentabilidad de la compañía, asegurando la confiabilidad, integridad y disponibilidad de la información relacionada con los clientes corporativos mediante la correcta utilización del sistema de información asignado para la gestión de clientes.

Los clientes corporativos de Servientrega, están segmentados por sectores económicos como: sector gobierno, sector industrial y sector servicios, con el fin de:

- Identificar las necesidades en la cadena de valor de un sector específico y proponer nuevas soluciones integrales para satisfacer los requerimientos del mercado.
- Lograr una comunicación más asertiva con el cliente, en la medida en que la fuerza comercial se especializa en el sector.
- Generar nuevas oportunidades de crecimiento en el mercado enfocados a obtener ventajas competitivas.

Esta segmentación y cubrimiento del nicho de mercado se logra mediante la explotación del portafolio de servicios razón por la cual la compañía mediante su Balance Score Card (Perspectiva financiera, Perspectiva cliente, Perspectiva procesos internos y Perspectiva aprendizaje y desarrollo) mediante los KPI'S organizacionales realiza el respectivo seguimiento el cual directamente proporcional tiene afectación en dos indicadores:

- Participación Productos NO TRADICIONALES
- % Cumpl Ppto Cred (Porcentaje de cumplimiento presupuesto canal crédito)

Teniendo en cuenta que el cumplimiento del presupuesto de la compañía 2013 según el BSC se encuentra al 90%, la compañía se ve la necesidad de potencializar la estrategia comercial y logística que ampara la solución de logística inversa a sus clientes y clientes tecnológicos por el alto valor declarado de la mercancía que se moviliza actualmente en una operación Cross Docking teniendo en cuenta las diferentes clases de trayectos, a partir de allí se toma la decisión de tener un manual de procedimiento metodológico logística inversa donde el incremento de ventas y mercancía transportada será medida en el BSC mensual (véase la Tabla 1-1).

Tabla 1-1 Balance Score Card

PERSPECTIVA	INDICADOR	META
PERSPECTIVA FINANCIERA	% Rentabilidad	8%
	% Saldo Faltante vs. Vta Cont	3%
	Vta Prom Cred	9.000
	% CumpI Ppto Cred	100%
	% Cumplimiento Ppto Costos y Gastos	90%
	Rotacion de Cartera	0%
	Vta Prom Cont	11.500
	% CumpI Ppto Cont	100%
	% Part Gast Vs Ventas	10%
	% Part Cost Vs Ventas	40%
	Costo Nm Envío Procesado	104%
	% Saldo Faltante	15%
	PERSPECTIVA CLIENTE	Cant Clie
Cant Cds		98%
t Oport Entrega Orig		36
t Oport Entrega Dest		36
% Part Indem Vs Venta		0,5%
% Prueba Entrega Pend		1,0%
PERSPECTIVA PROCESOS INTERNOS	% Dev Cred Dest	5%
	% Dev Cont Dest	5%
	% Dev Rem Origen Cred	1,5%
	% Dev Rem Origen Cont	1,0%
	t Resp Tarea Orig	24
	t Resp Tarea Dest	24
	Ciclo Logístico	95%
	% Oportunidad Facturación Crédito	45%
	T. Oportunidad Confirmaciones	24
	Participacion Productos NO TRADICION	150%
PERSPECTIVA APRENDIZAJE Y DESARROLLO	% Utiliz Data Móvil	100%
	% Utilz Portal Franquicias	100%
	Índice de Accidentalidad	90%
	Indice de Investigación Accide	80%
	Piezas Mov Orig	100%
	Piezas Mov Dest	100%
	Rotación Talento Humano	4,5%

Fuente. Servientrega S.A.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Descripción del Problema

La empresa Servientrega S.A por sus antecedentes comerciales y logísticos de acuerdo a las directrices logísticas directas como: Infraestructura física, Inventario y transporte así como las directrices inter-funcionales como: Sistemas de información, abastecimiento y fijación de precios enmarcados dentro del Supply Chain Management de acuerdo a los indicadores esperados por el

canal de comercialización corporativo se espera potencializar esta solución a sus Principales clientes (véase la Tabla 1-2). Donde se ve la necesidad de implementar un manual metodológico de logística inversa asegurando un cumplimiento presupuestal del 41,67% al cierre del 2013 a partir de junio ya que se lleva un aseguramiento del 58,33%, correspondiente a un total de ingresos al mes de diciembre del 2013 de \$2.246.242 directamente proporcionales a unos movilizados esperados al cierre del 2013 de 20.862 liquidados como mercancía premier cumpliendo con un 33,33% de ejecución a la fecha y adicionalmente estandarizar documentalmente esta unidad de negocio así como aumentar el superávit del supply chain management de la compañía en un 90%. Este manual de implementación metodológico además de cumplir con la normalización documental de operaciones (Cross Docking, recolección, Distribución y Almacenamiento) y crear rutinas de comunicación especificadas con el cliente y el cliente trascendental pretende fortalecer el conocimiento del portafolio de servicios logísticos a los administradores CSIC (Centro de soluciones in company), CSRD (Centro de soluciones retail directos) y supervisores de Programación & Recolección capacitándolos en dichos procedimientos operacionales en el año 2013.

Tabla 1-2 Principales clientes logística inversa

Clientes Logística Inversa
Compañía de Cosméticos Votre Passions S.A.
Alcanos de Colombia S.A.
Casamotor S.A.S.
Herutage Group S.A.
IZC Mayoristas S.A.
Panasonic de Colombia S.A.
Pix de Colombia S.A.S.
Productos Familia S.A.
UPS SCS (Colombia Ltda.

Fuente. Elaboración propia

1.2.2 Formulación del Problema

Se quiere diseñar un manual procedimental metodológico de Logística con cobertura nacional, que permita comunicar las políticas y condiciones de tránsito necesarias asegurando la Estandarización y Organización de las operaciones realizadas en los Centros de soluciones directos autorizados e In-company de esta unidad de negocio asegurando ventas mensuales mínimas correspondientes a \$185.773; ya que la posibilidad de que se presenten novedades en el cumplimiento del presupuesto y disminución de la rentabilidad, es mayor debido a la falta de oferta comercial de productos no tradicionales.

Este estudio está identificando las principales políticas operativas a lo que se deben estandarizar con indicadores de movilizados/Ventas por canal de comercialización corporativo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Plantear los lineamientos preliminares para aplicar la metodología descrita en las políticas de logística inversa en la empresa Servientrega S.A, que le brinde a los clientes una solución y por medio de esto potencializar los lazos comerciales para lograr el mejoramiento continuo.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Comprometer a todo el personal de los canales de comercialización (Facilitadores comerciales, administradores in company, administradores CDS y Franquicias), en la parametrización, cumplimiento y metodología de liquidación según tarifas socializadas (Cuadro 5) medibles en indicadores de gestión relacionado con la unidad de negocio.
- Lograr que la estandarización y cumplimiento de la Presente directriz incentive a los procesos de ventas involucrados a ofertar este servicio al cliente, generando valor agregado frente a la competencia.
- Asegurar el cumplimiento de la rentabilidad mínimo en un 12% anual de acuerdo al direccionamiento estratégico de la compañía para el 2013 disminuyendo los gastos inmersos en la operación y cumpliendo con los ingresos de ventas en un 90%.
- Aumentar los ingresos de ventas bajo esta solución de \$2.229.284 correspondientes en el 2012 a \$2.246.242 para el cierre del 2013 asegurando su conformidad mensual movilizand 2000 envíos mensuales en promedio.

1.4 Justificación

Esta Directriz, en cada regional, pretende normalizar, potencializar y generar esquemas de liquidación claros y definidos; desarrollando este proyecto se obtendrán beneficios para la empresa Servientrega S.A no solo en su desempeño operativo, sino en su competitividad, pero esta logística inversa es más compleja de manejar que la logística directa por la alta variabilidad en factores como: Pronósticos de demanda, capacitación al personal de acción sobre el modo operativo logístico, tiempos de entrega, trayectos (Zonal, nacional, urbano y especial), almacenamiento de los envíos en los CDS y Preservación del producto en el transporte de la mercancía asegurando las condiciones de envío óptimo, estandarización, confiabilidad en las entregas y Trazabilidad.

Se recomienda en la empresa Servientrega S.A. implemente las políticas de este manual procedimental como una herramienta que le permita Estandarizar y desarrollar las operaciones descritas en esta unidad de negocio y así aumentar el ingreso de ventas comerciales fortaleciendo los lazos con los clientes corporativos, contribuyendo de esta manera al cumplimiento del presupuesto de la regional.

Un factor que impide que tanto la gerencia y los Administradores de los puntos de servicio en los diferentes canales de comercialización así como los auxiliares Cross Docking y auxiliares de camioneta se preocupen por el desarrollo sistémico y operacional de esta solución, es la falta de cultura de un producto no tradicional que funcione de manera armónica y proactiva, por eso tanto la gerencia como los directores de área deben velar porque este manual sea difundido a todo el personal de la organización retroalimentando a capacitaciones futuras, resultados de auditorías internas realizadas por el comité táctico de la planta de operaciones Cross Docking, y diligenciamiento de sus respectivos estándares de productividad en cada una de las zonas de distribución para posteriormente consolidar la información en un indicador, cada líder de área, tendrá la obligación y responsabilidad ante los objetivos y metas de productividad de la empresa Servientrega S.A. de formar equipos de trabajo en su área, tomando en cuenta la idoneidad del trabajo y equipos que estos usan (se debe aprovechar las reuniones de los grupos de mejoramiento).

1.5 Delimitación

1.5.1 Espacio

Nombre de la empresa: Servientrega S.A.
Dirección: Cll 80 km 1.5 vía Siberia Costado Norte
Barrio: Cota
Ciudad: Bogotá D.C.
Teléfono: (57+1) 7052850

1.5.2 Tiempo

El proyecto tiene una duración y seguimiento constante, comenzando el por la oficialización del manual en el mes de mayo.

1.5.3 Contenido

INTRODUCCIÓN

1. GENERALIDADES

2. RECURSOS

3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

4. POLITICAS.

5. NORMAS

6. APROVISIONAMIENTO DE GUIAS (CONTRATOS DE TRANSPORTE DE CARGA)

7. GENERACION DE GUIAS (CONTRATOS DE TRANSPORTE DE CARGA)

8. SOLICITUD DE RECOLECCION

9. RECOLECCION Y RECEPCION EN CENTROS DE SOLUCIONES

10. PROCESAMIENTO Y DISTRIBUCION

11. ESQUEMA DE LIQUIDACION

12. KEY PERFORMANCE INDICATORS ACTUALES

13. COMPENSACIONES

14. DESCRIPCION DEL PROCESO

15. INDICADORES DE SEGUIMIENTO

11. CONCLUSIONES

12. RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

1.5.4 Alcance

En el proyecto se diseñará un manual de implementación metodológica logística inversa donde el alcance tiene cobertura a los siguientes procesos de Servientrega S.A. específicamente en el MECE y CCM.

Tabla 1-3 Alcance del trabajo

ARQUITECTURA		
MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO
MECE	Logística	Cross Docking Recolección y Distribución
	Soluciones Retail	-
	Soluciones Corporativas	-
	Soluciones In Company	-
	Almacenamiento e inventarios	-
	Infraestructura Tecnológica	-
CCM	Centro de control de calidad	Servicio al cliente Compensaciones

ARQUITECTURA		
MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO
	Centro de control de riesgos	Seguridad Logística y de Infraestructura
GEOGRAFIA		
INTERNACIONAL	NACIONAL	ALIADAS
N.A	Todas las Regionales	N.A

1.6 Marco Referencial

1.6.1 Marco Conceptual

3PL. Operadores Logísticos, Outsourcing, contratista (Logística de terceros), es un proveedor de servicios logísticos terciarizados que abarcan todo lo que implica la gestión de la forma como se transfieren los recursos a las áreas donde se requiere.

ACUERDOS DE SERVICIOS LOGISTICOS PARA LOS CSIC (CENTRO DE SOLUCIONES IN COMPANY). Documento donde se describe la especificidad de los requisitos de los clientes de soluciones in company, para cada una de las soluciones ofrecidas.

ADD - VALUE. Valor Agregado.

ADMINISTRADOR CENTRO DE SOLUCIONES IN COMPANY. Colaborador especializado en la administración de correspondencia interna, externa, archivo, recepción de envío y la comercialización del portafolio de productos de la compañía SERVIENTREGA S.A.

ALISTAMIENTO. Proceso mediante el cual se preparan los pedidos de forma adecuada de acuerdo a sus características, el medio de transporte y las solicitudes del cliente., Puede incluir etiquetado, empaçado y armado de promociones.

CAUSALES DE DEVOLUCION. Toda razón por la cual en Servientrega S.A se genera devolución de un envío de Zona de Distribución.

CENTRO DE SOLUCIONES IN COMPANY. Oficina de SERVIENTREGA S.A. Ubicada en las instalaciones del cliente, con el fin de optimizar los procesos de administración de correspondencia interna y externa y distribución de mercancías, que cuenta con colaboradores capacitados e idóneos para la administración de los procesos logísticos.

CLIENTE TRASCENDENTAL. Es el cliente de nuestro cliente crédito corporativo o consumidor final.

CODIGO DE AUTORIZACION. Número asignado para identificar la devolución autorizada del cliente a su representante/ cliente trascendental para la clasificación F.

CODIGO UNICO NUMERICO – CUN. Código de radicación que permitirá a los usuarios identificar en todo momento el trámite de su PQR o de su solicitud de indemnización, el cual será suministrado por la Superintendencia de Industria y Comercio a Servientrega, quien a su vez lo asignará a las PQR o solicitudes de indemnización que presenten los usuarios.

CONDUCTOR. Colaborador encargado de conducir los camiones y camionetas para la recolección y distribución de envíos.

CONFIRMACION EFECTIVA. Establecer comunicación vía telefónica o realizar búsqueda de la información utilizando fuentes de información para corroborar que la información escrita en la guía, sea correcta de acuerdo a las indicaciones del Cliente.

COURIER. Persona motorizada encargada de hacer la recolección y distribución de los envíos.

EDI. Es una herramienta logística que facilita el Intercambio Electrónico de datos el cual permite intercambiar información entre empresas mediante un formato común, haciendo innecesaria la intervención humana, ya que las operaciones se llevan a cabo, íntegramente, a través de ordenadores. Con la generalización de Internet, el EDI cobra un nuevo protagonismo en el escenario del B2B (Business to Business) comercio o negocios electrónico entre empresas

EMBALAJE. Proceso mediante el cual se hace el alistamiento de un artículo debidamente empacado, facilitando su manipulación y traslado, garantizando protección externa al empaque.

EMPAQUE. Proceso mediante el cual se da protección externa a un artículo, utilizando los materiales necesarios que garanticen su conservación a través del tiempo y/o la distancia.

ENVIOS DECLARADOS EN REZAGO. Son aquellos que por cualquier razón, transcurridos tres (3) meses no ha sido posible su entrega al destinatario o la devolución al remitente.

ENVIOS PENDIENTES EN BODEGA. Son aquellos envíos que cuentan con una trazabilidad (Entradas), en las bodegas del centro logístico y que al momento de realizar el informe de control Teórico Vs. Físico no reflejan en el sistema de información ningún otro movimiento.

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO. Espacio físico, un local o tienda donde se ofrece servicios para la venta. También se conoce como punto de venta o comercio.

EXPERTO SEGURA EXTERNO. Servicio especializado en la realización de gestiones y trámites externos del cliente.

EXPERTO SEGURA INTERNO. Servicio especializado en el manejo del flujo de correspondencia interna del cliente.

GUÍA. Contrato de Transporte que regula la relación comercial entre el Cliente y Servientrega.

GUÍA DE REEMPLAZO. Guía que se elabora cuando se presentan novedades con la original como: pérdida, deterioro, avería, envíos trocados, entre otros, la cual se adhiere al envío para identificarlo en el transcurso del ciclo logístico.

INCOTERMS. Es un Término Comercial Internacional el cual establece un conjunto de reglas para la interpretación de los términos comerciales en un contrato de venta, son publicados y actualizados regularmente por la Cámara Internacional de Comercio (ICC) y Ayudan a prevenir malos entendidos entre comprador y vendedor en el contrato de venta. Existen once Incoterms para la revisión del 2010, a diferencia de los trece incoterms que existían en la revisión del 2000 y cada uno de ellos se utiliza para una situación específica.

INDICADOR. Dato o información que sirve para conocer un hecho.

INTERCONEXION. Utilización parcial o total de las redes postales entre operadores postales habilitados.

JOINT VENTURE. Alianzas

MANIFIESTO. Documento que ampara los envíos y las guías capturadas en el procesamiento.

MANIFIESTO DE SALIDA A REGIONAL. Documento que ampara los envíos y las guías de los envíos que son enviados a las Regionales.

MATRICULA MERCANTIL. Obligación legal que tienen todos los comerciantes y que consiste en el registro de la sociedad en la cámara de comercio de su domicilio principal, a través de un formulario especial donde se consignan datos importantes de la sociedad como su dirección, teléfonos, actividad económica y situación financiera, entre otros.

NOVEDAD. Todo suceso relacionado con los envíos que altere el desarrollo normal del proceso.

NOVEDAD INJUSTIFICADA. Novedad que no corresponde a la causal de devolución del envío y no existen pruebas o justificaciones convincentes.

NTC 5500. Norma Técnica Colombiana avalada por el ICONTEC para certificar en transporte en Colombia.

OPERADOR INTERCONECTADO. Es el operador que recibe los envíos del remitente y a través de la interconexión utiliza la red otro operador para realizar la entrega.

OPERADOR INTERCONECTANTE. Es el aquel que recibe de otro operador los envíos para hacer la entrega final al usuario.

PACKING. Se podría decir que es el empaque, embalaje y envase. Se origina desde el momento que cada producto tiene propiedades físicas, comportamientos químicos e inclusive biológicos

que deben ser tomados muy en cuenta en la decisión de la presentación frente al consumidor y consecuentemente en su introducción en cadenas de abastecimiento logístico y de distribución, en forma particular en los procesos de almacenamiento y transporte. Se caracteriza por tres elementos de protección del producto.

El envase (Presente el producto al consumidor), el empaque (integra lotes comerciales del producto envasado) y el embalaje (permite adicionar lotes de productos empacados en unidades de carga para su transporte y en fracciones de la misma utilizada en el almacenamiento).

PARAMETRO. Valor numérico o dato fijo que se considera en el estudio o análisis de una cuestión. Variable que, incluida en una ecuación modifica el resultado de ésta.

PESO REAL DEL ENVIO. El mayor entre el peso de báscula y el volumétrico.

PETICION, QUEJA O RECLAMO Y RECURSO – PQR. Manifestación formulada por cualquier medio por parte del usuario ante Servientrega, relacionada con la prestación del servicio y que contribuye al adecuado ejercicio de sus derechos.

PICKING. Proceso mediante el cual se hace una clasificación de mercancías para agilizar el alistamiento de pedidos, En el campo de la logística, el Picking es denominado el proceso de recogida de material extrayendo unidades o conjuntos empaquetados de una unidad de empaquetado superior que contiene más unidades que las extraídas. En general, es un proceso en el que se recoge material abriendo una unidad de empaquetado. Puede ser un picking de unidades cuando se extraen productos unitarios de una caja o un picking de cajas cuando se recogen cajas de una paleta o de un contenedor también llamado Packing.

PROCESAMIENTO DE ENVIOS. Es el tratamiento que se le da a los envíos en bodega una vez que son recogidos por los Courier y conductores de zona, que incluye su captura por lector óptico de barras, verificación de peso y volumen, reempaque, emisión de manifiestos y cargue de vehículos operativos.

RECURSO DE APELACION. Cualquier manifestación de inconformidad del usuario respecto de la decisión del operador que se presenta ante este último, en subsidio y de manera simultánea al recurso de reposición, y en virtud del cual el operador deberá remitirlo a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para que ésta lo resuelva.

RECURSO DE REPOSICION. Cualquier manifestación de inconformidad del usuario respecto de la decisión de Servientrega, expresada ante ésta para que aclare, modifique o revoque una decisión en el trámite de una PQR o solicitud de indemnización.

RED POSTAL. El conjunto de instalaciones, equipos y demás dispositivos destinados a la prestación de los servicios postales ofrecidos al público en general de manera directa o indirecta. Hacen parte de la red los centros de solución y los centros logísticos.

RFID. Radiofrecuencia. Sistema de identificación por Radiofrecuencia avanzado el cual una vez introducida masivamente en el mercado, la identificación por radiofrecuencia posibilitara hacer seguimiento o rastreo en tiempo real del ciclo de vida de la mercancía, desde la materia prima, fabricación y el despacho del producto terminado al centro de distribución, hasta la llegada a la góndola de la tienda y finalmente el consumidor. La idea y la gran meta es lograr que todas las referencias individuales tengan adherida una etiqueta de RDFI satisfaciendo las necesidades de los sectores industriales y de servicios. Ya existe todo un movimiento mundial de evolución hacia este sistema liderado por Walmart (EEUU) y Metro (Alemania) además están probando el ECP (Electronic Code Product). La empresa que está realizando estos sistemas llamados Avery Dennison. La identificación por radiofrecuencia consiste en la transmisión de datos sin cables o conexiones, mediante una tarjeta inteligente electrónica adherida a las mercancías, cajas o estibas de interés. Es uno de los sistemas ópticos más confiables y rápidos donde una etiqueta puede manejar miles de datos individuales (64 y 96 bytes) de programación en cada microchip y un número seriado para C/U de los artículos. En consecuencia, la gran meta es lograr que todas las referencias individuales tengan adheridas una etiqueta de RDFI. Su gran ventaja es que es muy difícil su falsificación, donde las etiquetas son ubicadas en las puertas de las bodegas, almacenes, en los muelles del centro de distribución y en los camiones. Esta información (un código de barras y un número seriado) son enviadas a una base de datos electrónicas, que estarán a disposición de los proveedores y los minoristas en portales de Internet. La información la pueden ver minoristas y proveedores pero es restringida para su seguridad. Hoy en día se realizan etiquetas con ultra alta frecuencia (UHF por sus siglas en ingles) y están van desde 860-930 megahertz, en Europa es de 860 y 870 megahertz y en EEUU es de 900-930 MHZ. Las de 125 kiloHertz son utilizadas en los hatos ganaderos para el manejo de semovientes. Las etiquetas de 13.5 MHZ sirven de registro en las bibliotecas y el control de acceso a recintos, sin embargo también existen de 2.45GHZ por radiofrecuencia o por microondas para altas torres de transmisión que envían señales a varios kilómetros. En resumen un sistema de RDFI consta de 3 componentes:

1. Hardware: Son los lectores que reciben la información donde Cada lector tiene su propia antena y puede ubicarse en el CD o en el punto que se requiera.
2. Software: Se pretende integrar la información recolectada mediante la identificación de radiofrecuencia.
3. El consumible: representado en las etiquetas de RDFI que se adhieren a las cajas o estibas.

S.I.S. Sistema de información en red empleado por Servientrega para la entrega de datos correspondientes a los envíos y hacerles seguimiento desde su recepción hasta su entrega.

SINIESTRO. Daño que se causa a los envíos entregados por los clientes en custodia a la organización, incluidos aquellos que sean objeto de reclamación o no ante la aseguradora.

SOLICITUD DE INDENMIZACION. Solicitud que hace el usuario para que Servientrega le reconozca el pago de la indemnización por concepto de la avería, pérdida o expoliación del envío.

TROCADOS. Novedad ocurrida cuando se asigna a un envío una guía que corresponda a otro.

USUARIO. Persona natural o jurídica beneficiaria de la prestación de un servicio postal, como remitente o destinatario.

1.6.2 Marco Histórico

Servientrega S.A. es una compañía orientada a ofrecer soluciones de logística en los procesos de recolección, transporte, almacenamiento, empaque y distribución de documentos y mercancías.

Servientrega fue creada el 29 de noviembre de 1982 por los hermanos Luz Mary y Jesús Guerrero Hernández, oriundos de Jenesano Boyacá, que siendo empleados en empresas de Transporte de carga, detectaron la oportunidad de incursionar con soluciones que mejoraran los niveles de servicio para la categoría de documentos y paquetes. Su evolución se ha estructurado por quinquenios a los cuales se les dio un nombre de acuerdo con la estrategia adoptada (ver Figura 1-1):



Figura 1-1 Evolución histórica de la empresa. Fuente: Servientrega S.A.

1.6.2.1 1er quinquenio (1982-1987):

Servientrega inicia operaciones con tres envíos diarios bajo la modalidad de “entregas en 24 horas”, entre las ciudades de Bogotá, Cali y Buenaventura. Gracias a la calidad del servicio y a la confianza de los clientes rápidamente, la operación se expandió a las ciudades de Medellín, Barranquilla, Pereira, Cartagena, Santa Marta, Valledupar, Montería y Cúcuta. La marca se dio a conocer a través de volantes que eran distribuidos en sitios aledaños a los puntos de servicio

1.6.2.2 2do quinquenio (1988-1992):

La Compañía adopta parámetros de administración moderna y con la profesionalización de su personal se aplicaron diversas teorías, diseñando un Modelo de Gestión Gerencial, como contribución a consolidar la unidad empresarial.

En 1990 Servientrega es Líder del sector, con amplias oportunidades en el mercado internacional y es así como se inicia el proceso de internacionalización a través de la creación de Servientrega World wide que incursionó en los mercados de Estados Unidos, Venezuela y Ecuador.

La Compañía adopta parámetros de administración moderna y con la profesionalización de su personal se aplicaron diversas teorías, diseñando un Modelo de Gestión Gerencial, como contribución a consolidar la unidad empresarial.

1.6.2.3 3er quinquenio (1993-1997):

Para soportar la creación de otros servicios como Documentos Masivos, Valores y Hoy Mismo se diseñan las estrategias “Servientrega más servicio” y “Nadie entrega tanto a los Colombianos como Servientrega”. Con el crecimiento de la empresa se amplió el equipo de profesionales con una estructura organizacional plana no jerarquizada. Se inaugura en el aeropuerto internacional el dorado de Bogotá capital de Colombia, el Centro Internacional de Logística (CIL).

1.6.2.4 4to. quinquenio (1998-2002):

Cumplidos quince años, Servientrega una marca Líder en la categoría, pionera en la creación e innovación de servicios y la cobertura más amplia del país, incursiona en la televisión con los primeros comerciales bajo el concepto “Hemos creado una cultura” y “Más de mil puntos”.

Servientrega certifica sus procesos en normas internacionales de calidad como la primera empresa colombiana que ofrece servicios integrales de logística bajo estándares de calidad.

1.6.2.5 5to. quinquenio (2003-2007):

Bajo la estrategia de Integración Servientrega se estructura en dos frentes:

- Integración Interna: Con el propósito de optimizar los recursos físicos, tecnológicos, los procesos y la productividad del Talento Humano se crean los “CGC” (Centros de Gestión Corporativa).
- Integración Externa: Integrando múltiples servicios al mercado “Centro de Soluciones” ofreciendo soluciones en transporte aéreo y terrestre, almacenamiento, pick & pack, distribución y medios de pago; procesos que se soportan en los portafolios de las Aliadas

La incursión de jugadores internacionales y el fortalecimiento de la red en otros países genera el establecimiento de alianzas con operadores *globales*.

1.6.2.6 6o. quinquenio (2008-2012):

Dentro del direccionamiento estratégico para el presente quinquenio, Servientrega implementa la filosofía de la expansión que está enfocada a la conciencia racional y emocional “MENTE Y ALMA” para convertirnos en Conquistadores y Colonizadores del mundo. El direccionamiento estratégico define las políticas, objetivos y estrategias, orientando la organización hacia un

mismo fin. Las estrategias establecidas están clasificadas en Metaproyectos, integrados por globalización e innovación; Megaproyectos en los cuales está la flexibilización, la modernización, la Integración y el desarrollo corporativo; y Programas institucionales y básicos.

Reverdeciendo América es la visión del presente quinquenio, con el objetivo de conquistar el mercado internacional, ampliando nuestra cobertura mediante la apertura de centros de soluciones en Latinoamérica.

- PRIORIZAR
- PROFUNDIZAR
- DES JERARQUIZAR
- DEMOCRATIZAR
- DESENTRALIZAR
- SOFISTICAR
- INVADIR
- SOSTENER

A lo largo de estos 30 años, las condiciones de mercado y otros factores han planteado el reto de diseñar e implementar un plan estratégico como lineamiento para atender adecuadamente las necesidades de servicios logísticos dentro del exigente y difícil entorno actual, no obstante la necesidad del Proceso de Soluciones corporativas y Mece (Macroproceso estratégico del cliente externo) logística, en uno de sus servicios la cual habla de la logística inversa que buscan la necesidad de implementar una nueva solución que busca ofrecer un modelo a sus clientes para el óptimo flujo de los retornos de mercancías de sus clientes en los siguientes casos: Devoluciones de clientes, Garantías, Inventarios estacionales, Retorno de inventario en exceso y caja porte-sobreporte.

Viendo esta notable necesidad y requisito, la alta gerencia tomo la decisión de implementar tal solución a basado en un cronograma establecido y siguiendo una serie de procedimientos generando una cultura de mejora continua en cuanto a los formatos de implementación y nivel de seguimiento.

La Logística Inversa ayuda entre otras cosas a mejorar Retorno eficiente de los contratos de transporte de carga, Virtualización, Fidelización, Trazabilidad y Garantías.

Este manual metodológico de logística inversa le garantiza a la empresa Servientrega S.A. orientar a todo el personal, en la implementación (técnicas, procedimientos y auditorias) y en especial a los dos canales de comercialización como al proceso de operaciones asumir un rol de facilitadores al interior de sus áreas, motivando a su personal. En este trabajo se recogen los conceptos fundamentales de lo que se ha denominado *Metodología Logística Inversa*.

Se darán las pautas para entender, implantar y mantener una solución de logística inversa en la empresa Servientrega S.A, a partir del cual se pueden sentar las bases de la mejora continua (*kaizen*).

No obstante se aconseja a los directores de área y a los administradores CDS e In Company, supervisores de recolección & Distribución y supervisores del CDS retail tener en cuenta: Todas las guías deben estar identificadas con el sello característico de logística inversa y deben ser solicitadas previamente, Para el caso de las guías virtuales, estas son generadas con marca de agua, Para el caso de la recepción en CDS solo estará habilitada la red directa.

Así pues, con este manual estandarizado Logístico se pretende establecer unas normas básicas de actuación en la empresa Servientrega S.A, para facilitar no solo la aplicación de las exigencias legales, sino también su operatividad. El alcance de las normas que se implanten para garantizar el modo de operatividad y condiciones de almacenamiento y transporte así como los tiempos de entrega definidos en la red operativa. La implantación operativa y eficaz solo se logra si parte de un compromiso expreso de la dirección en tal sentido, seguido de una difusión de tal compromiso asumido, de modo que todo trabajador sea conocedor de los objetivos que ha marcado la dirección y de la necesidad y obligatoriedad de participar y los medios con los que va a participar para colaborar en la consecución de tales objetivos. Lo anterior implicara la elaboración de un plan de acción que defina de manera inequívoca los objetivos a conseguir y las acciones para llevarlos a cabo y establecer los mecanismos de vigilancia y control necesarios para garantizar su cumplimiento.

Con el fin de gestionar correctamente todo lo relacionado, es imprescindible facilitar la comunicación y la participación de los trabajadores para mejorar la forma de hacer las cosas, fomentando la creación de nuevos hábitos de trabajo, implantando rigor en lo establecido y responsabilizando individualmente a mandos intermedios y a todos los trabajadores sobre el tema.

Así pues, la solución de logística Inversa exige un compromiso total por parte de la línea jerárquica para provocar un cambio en los comportamientos y actitudes del personal implicado a todos los niveles.

1.6.3 Marco Legal

Las condiciones de transporte con relación a la manipulación de mercancía bajo esta solución logística se rige bajo los parámetros de la ley 1369/2009 en materia de indemnización la cual enuncia que:

Artículo 1°. Ámbito de aplicación, objeto y alcance. La ley señala el régimen general de prestación de los servicios postales y lo pertinente, a las entidades encargadas de la regulación de estos servicios, que son un servicio público en los términos del artículo 365 de la Constitución Política. Su prestación estará sometida a la regulación, vigilancia y control del Estado, con

sujeción a los principios de calidad, eficiencia y universalidad, entendida esta última, como el acceso progresivo a la población en todo el territorio nacional.

Los Servicios Postales están bajo la titularidad del Estado, el cual para su prestación, podrá habilitar a empresas públicas y privadas en los términos de esta ley.

Artículo 2°. Objetivos de la Intervención del Estado. La intervención del Estado en los servicios postales tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar la prestación eficiente, óptima y oportuna de los servicios postales.
2. Asegurar la prestación del Servicio Postal Universal.
3. Garantizar el derecho a la información y a la inviolabilidad de la correspondencia.
4. Asegurar que las tarifas permitan recuperar los costos eficientes de prestación del servicio y que reflejen los distintos niveles de calidad ofrecidos por los Operadores Postales.
5. Promover la libre competencia y evitar los abusos de posición dominante y las prácticas restrictivas de la competencia.
6. Estimular a los Operadores a incorporar los avances tecnológicos en la prestación de los servicios postales.
7. Sancionar las fallas en la prestación de los servicios y el incumplimiento de la normatividad vigente.
8. Facilitar el desarrollo económico del país.

Artículo 3°. Definiciones. Para todos los efectos, se adoptan las siguientes definiciones:

Servicio Postal Universal. Es el conjunto de servicios postales de calidad, prestados en forma permanente y a precios asequibles, que el Estado garantiza a todos los habitantes del territorio nacional con independencia de su localización geográfica a través del Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo.

Servicios Postales. Los Servicios Postales consisten en el desarrollo de las actividades de recepción, clasificación, transporte y entrega de objetos postales a través de redes postales, dentro del país o para envío hacia otros países o recepción desde el exterior. Son servicios postales, entre otros, los servicios de correo, los servicios postales de pago y los servicios de mensajería expresa

Servicio de Correo. Servicios Postales prestados por el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo:

Envíos de Correspondencia. Es el servicio por el cual el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo recibe, clasifica, transporta y entrega objetos postales.

Envíos prioritarios y no prioritarios de correo de hasta dos (2) kilogramos.

Envíos prioritarios de correo. Envíos hasta 2 kg de peso transportados por la vía más rápida, sin guía y sin seguimiento.

Envíos no prioritarios de correo. Envíos en los cuales el remitente ha elegido una tarifa menos elevada, lo que implica un plazo de distribución más largo, sin guía y sin seguimiento.

Encomienda. Servicio obligatorio para el Operador Postal Oficial o Concesionario de correo, que consiste en la recepción, clasificación, transporte y entrega no urgente, de objetos postales, mercancías, paquetes o cualquier artículo de permitida circulación en el territorio nacional o internacional, con o sin valor declarado, hasta un peso de 30 kg, conforme a lo establecido por la Unión Postal Universal.

Servicio de Correo Telegráfico: Admisión de telegramas y su transmisión mediante el operador habilitado para prestar el servicio de telegrafía, y posterior entrega a un destinatario de manera física.

Otros Servicios de Correo. Todos aquellos servicios que sean clasificados como tales por la Unión Postal Universal.

Servicios Postales de Pago. Conjunto de servicios de pago prestados mediante el aprovechamiento de la infraestructura postal exclusivamente. Se consideran servicios postales de pago entre otros:

Giros Nacionales. Servicio mediante el cual se ordenan pagos a personas naturales o jurídicas por cuenta de otras, en el territorio nacional, a través de una red postal. La modalidad de envío podrá ser entre otras, física o electrónica.

Giros Internacionales. Servicio prestado exclusivamente por el Operador Postal oficial o concesionario de Correo, mediante el cual se envía dinero a personas naturales o jurídicas por cuenta de otras, en el exterior. La modalidad de envío podrá ser, entre otras, física o electrónica. Los giros internacionales están sometidos a lo señalado en la Ley 9ª de 1991, sus modificaciones, adiciones y reglamentos.

Otros. Servicios que la Unión Postal Universal clasifique como tales.

Servicio de Mensajería Expresa. Servicio postal urgente que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega de objetos postales hasta de 5 kilogramos. Este peso será reglamentado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

El servicio de mensajería expresa debe contar al menos con las siguientes características:

Registro individual. Todo servicio de mensajería expresa debe tener un número de identificación individual que cumpla las veces de admisión o guía.

Recolección a domicilio. A solicitud del cliente.

Curso del envío: Todo envío de mensajería expresa debe cursar, con una copia del recibo de admisión adherido al envío.

Tiempo de entrega. El servicio de mensajería expresa se caracteriza por la rapidez en la entrega.

Prueba de entrega: Es la constancia de la fecha, hora de entrega e identificación de quien recibe.

Rastreo. Es la posibilidad de hacer un seguimiento al curso del envío desde la recepción hasta la entrega.

Otros Servicios Postales. Servicios que la Unión Postal Universal clasifique como tales.

Objetos Postales. Objetos con destinatario, presentados en la forma definitiva en que deban ser transportados por el Operador de Servicios Postales. Se consideran objetos postales entre otros las cartas, tarjetas postales, telegramas, extractos de cuentas, recibos de toda clase, impresos, periódicos, cecogramas, envíos publicitarios, muestras de mercaderías y pequeños paquetes. A continuación se definen los siguientes objetos postales:

Carta. Es toda comunicación escrita de carácter personal con indicación de remitente y destinatario, movilizada por las redes postales. Su peso puede ser hasta de dos (2) kilogramos.

Impresos. Es toda clase de impresión en papel u otro material. Los impresos incluyen, folletos, catálogos, prensa periódica y revistas de hasta dos (2) kg.

Telegrama. Es una comunicación escrita y breve para ser entregada mediante el servicio de correo telegráfico.

Cecograma. Impresiones que utilicen signos de cecografía en sistema braille, braille tinta o alto relieve destinadas exclusivamente para el uso de personas no videntes o con limitación visual. Se incluyen dentro de los cecogramas los libros, revistas, libros hablados digitales y el papel destinado para el uso de los ciegos. Los cecogramas tienen un peso de hasta de siete (7) kg.

Saca que contiene diarios, publicaciones periódicas y documentos impresos similares, consignados a la dirección del mismo destinatario y con el mismo destino, de hasta treinta (30) kg.

Objetos postales masivos. Número plural de objetos postales que se entregan a un operador postal para ser repartido entre un plural de destinatarios.

Pequeño paquete. Es un objeto de hasta dos (2) kg de peso.

Los cecogramas, las Sacas M y los telegramas solo pueden ser transportados por el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo.

Operador de Servicios Postales. Es la persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que ofrece al público en general servicios postales, a través de una red postal. Los operadores de servicios postales pueden tener tres categorías:

Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo. Persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que mediante contrato de concesión, prestará el servicio postal de correo y mediante habilitación, los servicios de Mensajería expresa y servicios postales de pago, a nivel nacional e internacional.

El Servicio Postal Universal a que se refiere el artículo 13 de la presente ley, la Franquicia, el servicio de giros internacionales y el área de reserva señalada en el artículo 15 de la presente ley, serán prestados por el Operador Postal Oficial de manera exclusiva en concordancia con lo dispuesto en la presente ley.

Operador de Servicios Postales de Pago. Persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para prestar servicios postales de pago, y está sometido a la reglamentación que en materia de lavado de activos disponga la ley y sus decretos reglamentarios.

Operador de Mensajería Expresa. Es la persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Comunicaciones para ofrecer al público un servicio postal urgente con independencia de las redes postales oficiales de correo nacional e internacional, que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega.

Franquicias. Derecho que adquieren algunas personas jurídicas, públicas o privadas, para eximirse del pago de la tarifa por el envío de los servicios postales de correspondencia y de correo telegráfico que presta el Operador Postal Oficial o Concesionario de correo, al momento de su imposición. El esquema de financiación de las franquicias se regirá por lo dispuesto en el artículo 47 de la presente ley.

Consolidación. Acto mediante el cual un operador integra varios objetos postales en un solo paquete postal.

Redes Postales. Son el conjunto de instalaciones, equipos y demás dispositivos destinados a la prestación de los servicios postales ofrecidos al público en general de manera directa o indirecta por los Operadores de Servicios Postales. Hacen parte de la Red Postal los puntos de atención a los usuarios de servicios postales.

Remitente. Persona natural o jurídica que utiliza los servicios postales, con el fin de enviar objetos postales, a un destinatario local, nacional o internacional.

Destinatario. Persona natural o jurídica a quien se dirige por parte del remitente un objeto postal.

Registro de Operadores Postales. Es un listado abierto por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para que los Operadores Postales se inscriban como tales, incluyendo y actualizando la información solicitada de conformidad con la presente ley.

La solicitud de habilitación debe ser resuelta por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones dentro del término que fije la respectiva reglamentación.

Autoprestación. Los servicios de envío de objetos postales en los que interviene la misma persona natural o jurídica, sin uso de las redes postales para manejar sus propias piezas postales. Esta ley no se aplica a la autoprestación de servicios postales.

TITULO II CONDICIONES Y REQUISITOS PARA LOS OPERADORES POSTALES

Artículo 4°. Requisitos para ser operador postal. Para ser operador postal se requiere estar habilitado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y estar inscrito en el registro de operadores postales. La habilitación por parte del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, causará una contraprestación periódica a favor del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y se otorgará previamente al cumplimiento de los siguientes requisitos:

Acreditar ser una persona jurídica nacional o extranjera legalmente establecida en Colombia y que su objeto social principal sea la prestación de servicios postales.

Demostrar un capital social mínimo de mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Definir las características del servicio a prestar en cuanto al ámbito geográfico en el cual desarrollará su actividad; tipo de servicio a prestar; y estructura operativa, que permita asegurar la idoneidad y capacidad para prestar el servicio. Las condiciones operativas deberán ser verificadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Pagar el monto derivado de su habilitación previamente a la suscripción o expedición del correspondiente acto administrativo de habilitación.

El término de duración del título habilitante para la prestación de los servicios postales no podrá exceder de diez años. Las prórrogas no serán gratuitas ni automáticas. El interesado debe manifestar en forma expresa su intención de prorrogarlo con tres meses de anticipación a su vencimiento.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones podrá fijar requisitos adicionales a los operadores postales en cuanto al patrimonio y a las características de la red.

Será obligación del operador actualizar las modificaciones de los datos que figuran en el registro de operadores postales, dentro de los tres meses siguientes a que estos tengan lugar.

Parágrafo 1°. Para los operadores que soliciten por primera vez su habilitación como operadores postales, el requisito dispuesto sobre estructura operativa en el literal c) de este artículo se entenderá cumplido con la presentación de un Plan detallado sobre las especificaciones técnicas de la red postal que implementará para prestar sus servicios, el cual debe contemplar el cubrimiento nacional en el cual desarrollara su actividad dentro de los tres (3) meses siguientes a recibir la respectiva habilitación. Este requisito será verificado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones una vez cumplido dicho plazo.

Parágrafo 2°. Para el caso particular de los Operadores de Servicios Postales de Pago, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará dentro de los doce (12) meses siguientes a la expedición de la presente ley, los requisitos de tipo patrimonial y de mitigación de riesgos, que se deberán acreditar para la obtención del respectivo Título Habilitante, adicionales a los contemplados en los literales a, c y d del presente artículo. Las empresas que actualmente prestan el servicio de giros postales a través de Servicios Postales Nacionales, se les garantizará su operatividad con el cumplimiento de los requisitos.

Artículo 5°. Requisitos para ser Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo. Para ser Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo se necesitará tener el carácter de Operador Postal y, adicionalmente, un contrato de concesión otorgado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para prestar el servicio postal de correo de manera exclusiva.

Para la prestación de los demás servicios postales, el Operador Postal Oficial debe cumplir con los requisitos señalados en esta ley para el otorgamiento de las respectivas habilitaciones.

Artículo 6°. Contrato de Concesión. El contrato de concesión para el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo se regirá por el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.

El término de la concesión para la prestación de los Servicios de Correo no podrá exceder de diez (10) años, pero podrá prorrogarse antes de su vencimiento por términos iguales al originalmente pactado, sin que esto implique que la renovación sea automática ni gratuita. No obstante, el contrato de concesión vigente a la fecha de promulgación de la presente ley, continuará hasta su vencimiento y será prorrogable en los términos aquí señalados.

Artículo 7°. Libre Acceso a las Redes Postales. Todo Operador Postal podrá utilizar la totalidad o parte de las Redes Postales de cualquier otro Operador, siempre que pague las tarifas correspondientes, salvo que el Operador de la red que se pretende utilizar, demuestre que técnicamente no puede ofrecer dicho acceso. La contraprestación al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones será exigible únicamente al primer operador.

Parágrafo. No se consideran redes postales, las de personas jurídicas que sin contar con la habilitación respectiva prestan servicios al público en general. En consecuencia, cualquier envío valiéndose de las mismas se considerará ilegal y estará sujeto a las sanciones correspondientes.

Artículo 8°. Régimen Contractual de los Operadores Postales. Todos los Operadores Postales tendrán el régimen contractual del Derecho Privado.

Artículo 9°. Utilización del "Código Postal de la República de Colombia". El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones estructurará, administrará y difundirá el sistema de codificación postal denominado "Código Postal de la República de Colombia", y definirá los mecanismos de difusión de dicho Código.

Las entidades del orden nacional y territorial adoptarán el Código Postal, dentro de los plazos y condiciones establecidas por el Gobierno Nacional.

Artículo 10. Del Servicio Filatélico. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones es el único autorizado para emitir sellos postales con carácter oficial, y podrá realizar la custodia de las nuevas emisiones, promoción, venta y desarrollo comercial de la filatelia a través del Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo, quedándole al Ministerio reservado para estos fines el uso de los términos "Colombia" y "República de Colombia" y todo aquel que identifique al Estado o al Territorio Nacional. Dicho sello se integrará a las colecciones nacional e internacional.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberá regirse por la normatividad internacional de la Unión Postal Universal (UPU), la cual establece las condiciones para la emisión de sellos postales por parte de cada uno de los operadores postales oficiales de los países miembros.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones será el encargado de fijar las políticas, directrices y lineamientos que reglamentan la prestación del servicio filatélico, así como el fomento de la cultura filatélica a través de los sellos y los productos filatélicos postales.

Parágrafo 1°. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones se abstendrá de emitir sellos postales, cuando en la norma que los ordena, no se exprese claramente el mecanismo y fuente de financiamiento.

Parágrafo 2°. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones solo podrá emitir con cargo al Fondo de Tecnologías de Información y Comunicaciones, los sellos postales de la Unión Postal Universal –UPU– y de la Unión Postal de las Américas, España y Portugal -UPAEP.

TITULO III REGIMEN DE TARIFAS

Artículo 11. Entidad competente. La Comisión de Regulación de Comunicaciones -CRC, es la Autoridad competente para regular el régimen de tarifas y los niveles de calidad de los Servicios Postales distintos a aquellos pertenecientes al Servicio Postal Universal.

Parágrafo 1°. Contribución a la CRC. Con el fin de recuperar los costos del servicio de regulación que preste la CRC, las personas y entidades sometidas a su regulación deberán pagar una contribución anual que se liquidará sobre los ingresos brutos que obtengan, en el año anterior a aquel al que corresponda la contribución, por la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones (excluyendo terminales) o por la prestación de servicios postales, y cuya tarifa, que será fijada para cada año por la propia Comisión, no podrá exceder del uno por mil (0.1%).

Para la determinación de la tarifa, la Comisión deberá tener en cuenta el costo presupuestado del servicio de regulación para el respectivo año, y atenderá las siguientes reglas:

Por costo del servicio se entenderán todos los gastos de funcionamiento e inversión de la Comisión, incluyendo la depreciación, amortización u obsolescencia de sus activos, en el período anual al cual corresponda la contribución.

El costo de referencia para fijar la tarifa debe determinarse teniendo en cuenta el proyecto de presupuesto, presentado al Congreso de la República, para el año en el que debe pagarse la contribución. En caso de que, al momento de fijarse la tarifa, ya se haya expedido la respectiva ley de presupuesto, el costo de referencia será el establecido en esa ley.

La Comisión realizará una estimación de los ingresos brutos de los contribuyentes con base en la información con que cuente al momento de expedir la resolución mediante la cual fije la tarifa. Esta información podrá provenir, entre otras fuentes, de la información suministrada por los contribuyentes o de cruces de información con otras entidades.

La tarifa fijada debe ser aquella que, aplicada a la base gravable a que se hace referencia el literal c) de este artículo, solamente arrojará lo necesario para cubrir el costo del servicio.

La suma a cargo de cada contribuyente equivaldrá a aplicar la tarifa fijada por la CRC a la base gravable establecida en el inciso primero de este artículo.

Corresponderá a la CRC establecer los procedimientos para la liquidación y pago de la contribución, así como ejercer las correspondientes funciones de fiscalización, imposición de sanciones y cobro coactivo. Sin perjuicio de lo establecido en normas especiales, las sanciones por el incumplimiento de las obligaciones relacionadas con la contribución serán las mismas establecidas en el Estatuto Tributario para el impuesto sobre la renta y complementarios.

Parágrafo 2°. Los ingresos brutos obtenidos durante el año 2010 por la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones (excluyendo terminales) o por la prestación de servicios postales, servirán como base gravable de la contribución correspondiente a los años 2010 y 2011. La Comisión de Regulación de Comunicaciones fijará la tarifa correspondiente al año 2010 tomando como factor de referencia los ingresos brutos correspondientes al año 2009, y ordenará a los contribuyentes el pago de un anticipo equivalente a la suma que resulta de aplicar la tarifa que establezca para el año 2010 a los ingresos brutos obtenidos durante el 2009. Ese anticipo será imputado al valor a pagar que resulte de la liquidación definitiva de la contribución por el año 2010 que deberá realizarse, a más tardar, el 30 de abril de 2011.

Artículo 12. Régimen Tarifario de los Servicios Postales. Los operadores de servicios postales que presten servicios distintos a aquellos pertenecientes al Servicio Postal Universal, podrán fijar libremente las tarifas que cobran a sus usuarios por la prestación de sus servicios. La Comisión de Regulación de Comunicaciones sólo podrá regular estas tarifas cuando no haya suficiente competencia, se presente una falla de mercado o cuando la calidad de los servicios ofrecidos no se ajuste a los niveles exigidos.

En ejercicio de sus funciones de regulación, la Comisión de Regulación podrá exigir la información que estime pertinente para velar que los operadores no incurran en prácticas desleales o restrictivas de la competencia o que constituyan abuso de la posición dominante y que afecten los derechos de los usuarios de los servicios postales.

Parágrafo. Se exceptúa del régimen de libertad de tarifas los servicios de mensajería expresa que tengan como fin la distribución de objetos postales masivos y su interconexión entre operadores, para los cuales la Comisión de Regulación de Comunicaciones deberá fijar una tarifa mínima dentro de los seis (6) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley.

Las actividades que efectúen los operadores de mensajería expresa diferentes a la recepción, clasificación, transporte y entrega de los objetos postales, se considerarán servicios adicionales, los cuales no podrán ser incluidos en el cálculo de la tarifa mínima.

TITULO IV SERVICIO POSTAL UNIVERSAL

Artículo 13. Características del Servicio Postal Universal. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones determinará anualmente teniendo en cuenta los recursos disponibles para su financiación, los criterios y niveles de calidad en términos de: frecuencia, tiempo de entrega, sistema de reclamaciones, así como las tarifas de los servicios pertenecientes al Servicio Postal Universal.

El Servicio Postal Universal prestado por el Operador Oficial o Concesionario de Correo se financiará con los recursos que le transfiera el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones provenientes de las contraprestaciones estipuladas en el artículo 14 de la

presente ley, así como las apropiaciones incluidas en el Presupuesto General de la Nación de cada vigencia.

El Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo no podrá destinar recursos financieros distintos a los señalados en el presente artículo para financiar el Servicio Postal Universal.

Tampoco podrán financiar, con estos recursos, la prestación de los Servicios Postales que no tengan las características de Servicio Postal Universal.

El Operador Postal oficial o Concesionario de Correo, como responsable de prestar el Servicio Postal Universal, deberá llevar contabilidad separada por cada uno de los servicios que preste. El costo y modalidad de las operaciones entre cada servicio deberán registrarse de manera explícita.

Parágrafo. Recursos presupuestales para poner en marcha el sistema de contabilidad separada. Con el propósito que el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo, como responsable de prestar el Servicio Postal Universal adopte un sistema separado de registros contables en los términos del presente artículo, podrá por una sola vez financiar la preparación y ejecución de tal programa con cargo al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

El Operador Postal Oficial o concesionario dispondrá de dieciocho (18) meses contados a partir de la promulgación de la presente ley para dar cumplimiento a lo señalado en el párrafo anterior.

Artículo 14. Contraprestaciones a cargo de los Operadores Postales. Todos los operadores pagarán la contraprestación periódica estipulada en el artículo 4° de la presente ley al Fondo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

El valor de la contraprestación periódica a cargo de todos los operadores postales se fijará como un mismo porcentaje sobre sus ingresos brutos por concepto de la prestación de servicios postales, sin tener en cuenta los ingresos provenientes de recursos públicos para financiar el Servicio Postal Universal y las Franquicias. Dicha contraprestación se fijará por períodos de dos (2) años y no podrá exceder del 3.0% de los ingresos brutos.

Posteriormente al otorgamiento de la habilitación, los operadores deberán pagar una suma equivalente a cien (100) salarios mínimos legales mensuales vigentes para ser inscritos en el Registro de Operadores Postales. Cada vez que se cumplan diez (10) años de inscripción, el Operador pagará la suma determinada en este literal. Si un Operador Postal desea inscribirse también como Operador de Servicios Postales de Pago, deberá pagar la suma anteriormente estipulada por el registro adicional. El Registro empezará a regir a partir de la reglamentación que expida el Gobierno Nacional sobre las condiciones de habilitación y registro dentro de los tres meses siguientes a la promulgación de esta ley.

Los operadores que a la entrada en vigencia de esta ley, cuenten con habilitación para prestar servicios postales, deberán inscribirse en el registro dentro de los tres meses siguientes a partir de la reglamentación que sea expedida.

Parágrafo 1°. Uso de los dineros recibidos como contraprestación por concepto de la prestación de los servicios postales. Las contraprestaciones recibidas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones ordenadas en este artículo ingresarán al Fondo de Tecnologías de Información y Comunicaciones y se destinarán a financiar el Servicio Postal Universal y a cubrir los gastos de vigilancia y control de los Operadores Postales.

Parágrafo 2°. Atribuciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en relación con las contraprestaciones. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones dispondrá todo lo necesario para que los Operadores liquiden oportunamente las contraprestaciones ordenadas en este artículo, para lo cual podrá contratar con empresas públicas o privadas de auditoría el control respectivo, exigirá el pago oportuno de dichas contraprestaciones o de lo contrario deberá ejecutar el cobro por Jurisdicción Coactiva de los valores correspondientes.

Artículo 15. Área de Reserva. El Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo será el único autorizado para prestar los servicios de correo a las entidades definidas como integrantes de la Rama Ejecutiva, Legislativa y Judicial del Poder Público. Los entes públicos de acuerdo con las necesidades de su gestión podrán contratar servicios de mensajería expresa, de conformidad con la Ley de contratación que les rijan.

Parágrafo. Deberes especiales de los usuarios del sector oficial. El incumplimiento de las entidades oficiales de sus deberes como usuarios de los servicios postales, especialmente en lo relativo a la incorporación en los respectivos presupuestos de apropiaciones suficientes y el pago efectivo de los servicios utilizados, será causal de mala conducta.

Artículo 16. Condiciones especiales que debe reunir el operador del Servicio Postal Oficial o Concesionario de Correo. El Operador Postal Oficial o Concesionario debe contar con una red postal con cobertura nacional e internacional en las condiciones y plazos que para el efecto defina el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Artículo 17. Obligaciones especiales del Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo. El Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo tiene las siguientes obligaciones especiales en la prestación del Servicio Postal Universal:

No podrá negarse a recibir del usuario remitente un envío de correspondencia u objeto postal que le sea entregado, cumpliendo con las condiciones previstas en los reglamentos aplicables al Servicio Postal Universal, siempre que el usuario pague la tarifa correspondiente.

Deberá prestar el Servicio Postal Universal, sin discriminación alguna entre los usuarios que se encuentren en condiciones análogas.

No podrá interrumpir ni suspender el servicio postal universal, salvo por la ocurrencia de eventos de fuerza mayor, caso fortuito, o cuando razones de orden público, lo impidan. La ocurrencia de los eventos anteriores deberá ser demostrada ante el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Deberá informar a los usuarios acerca de la manera en que pueden acceder al Servicio Postal Universal, en lo referente a cobertura geográfica, tipo de servicios, tiempos de entrega y tarifas aplicables a cada uno.

TITULO V AUTORIDADES DE REGULACION, CONTROL Y VIGILANCIA DE LOS SERVICIOS POSTALES

Artículo 18. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones fijará la política general de los Servicios Postales, dentro del marco general de la Política de Comunicaciones.

Para tal fin, se guiará por los Tratados Internacionales en materia postal ratificados por Colombia.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones establecerá las políticas especiales y el cubrimiento del Servicio Postal Universal prestado por el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo.

Al mismo tiempo, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tendrá las siguientes funciones específicas en relación con los Servicios Postales:

Actuar como Autoridad de Inspección, Control y Vigilancia frente a todos los Operadores Postales, con excepción de la vigilancia sobre el cumplimiento de las normas relacionadas con la protección de la Competencia, la protección del consumidor y el lavado de activos.

Adelantar las investigaciones para establecer posibles infracciones al régimen de los servicios postales e imponer las sanciones previstas en la presente ley.

Reglamentar lo concerniente a la filatelia.

Organizar, actualizar y reglamentar el Registro de Operadores Postales.

Actuar como la entidad contratante del Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo.

Expedir los Reglamentos Técnicos, a que haya lugar teniendo en cuenta las reglas sobre divulgación previa de todo proyecto.

Gestionar la asignación de recursos presupuestales, con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y el Departamento Nacional de Planeación, cuando sea necesario para financiar el Servicio Postal Universal.

Impulsar bajo la dirección del Presidente de la República, y en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, las negociaciones internacionales relacionadas con los Servicios Postales y participar en las conferencias internacionales que sobre el mismo sector se realicen. Entre otras competencias en esta materia, propondrá, junto con el Ministerio de Relaciones Exteriores, la presentación de proyectos de Ley al Congreso para ratificar los Tratados Internacionales suscritos por Colombia.

Parágrafo. El Gobierno Nacional procederá a adecuar la estructura del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para cumplir con las obligaciones adquiridas en esta ley, creando una dependencia encargada de Asuntos Postales, dentro de los seis (6) meses siguientes a su entrada en vigencia.

Artículo 19. La Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC. Tendrá la función de regular el mercado postal, con el propósito de promover la libre competencia, de manera que los usuarios se beneficien de servicios eficientes.

Artículo 20. Funciones regulatorias de la CRC. La CRC tendrá las siguientes funciones regulatorias en asuntos postales:

Promover y regular la libre y leal competencia para la prestación de los servicios postales, regular los monopolios cuando la competencia no lo haga posible, y prevenir conductas desleales y prácticas comerciales restrictivas de la competencia o que constituyan abusos de posición dominante, mediante regulaciones de carácter general o medidas particulares, pudiendo proponer reglas de comportamiento diferenciales, según la posición de las empresas en el mercado, cuando previamente se haya determinado la existencia de una falla en el mercado, de conformidad con la ley.

Regular los aspectos técnicos y económicos relacionados con las diferentes clases de servicios postales, diferentes a los comprendidos en el Servicio Postal Universal.

Expedir toda la regulación de carácter general y particular en las materias relacionadas con el régimen de tarifas, el régimen de protección al usuario, los parámetros de calidad de los servicios, criterios de eficiencia y en materia de solución de controversias entre los operadores de servicios postales.

Fijar indicadores y metas de calidad y eficiencia de los servicios postales diferentes a los comprendidos dentro del Servicio Postal Universal e imponer índices de calidad, cobertura y eficiencia a uno o varios operadores para determinados servicios.

Proponer al Gobierno Nacional la aprobación de normas técnicas aplicables al sector postal, según la recomendación de organismos internacionales expertos en la materia.

Poner en conocimiento de la Superintendencia de Industria y Comercio, conductas que constituyan eventual infracción contra el régimen de competencia o de protección a usuarios.

Requerir para el cumplimiento de sus funciones, información amplia, exacta, veraz y oportuna a los operadores de servicios postales. Aquellos que no proporcionen la información antes mencionada a la CRC podrán ser sujetos de imposición de multas diarias por parte de la CRC hasta por 100 salarios mínimos legales mensuales, por cada día en que incurran en esta conducta, según la gravedad de la falta y la reincidencia en su comisión.

Establecer el modelo único para las pruebas de entrega, con los motivos de devolución de acuerdo con normas internacionales.

Resolver las controversias que se susciten entre Operadores de Servicios Postales.

Artículo 21. Superintendencia de Industria y Comercio. La Superintendencia de Industria y Comercio es la autoridad competente para hacer cumplir las normas sobre Libre Competencia, Competencia Desleal, y Protección del Consumidor en el mercado de los servicios postales, en los términos de la Ley 155 de 1959, el Decreto 2153 de 1992, la Ley 1340 de 2009, las Leyes 256 de 1996 y 510 de 1999 y el Decreto 3666 de 2002.

Parágrafo. El Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones proveerá los recursos financieros requeridos por la Superintendencia de Industria y Comercio para ejercer las funciones de protección de los usuarios de los servicios de comunicaciones.

Artículo 22. Vigilancia de los Operadores de Servicios Postales de Pago. Corresponderá al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones ejercer la inspección, vigilancia y control sobre los Operadores de Servicios Postales de Pago, sin perjuicio de las facultades con las que cuenta el Banco de la República para solicitar información relativa a operaciones cambiarias y con las que cuentan la DIAN en materia de investigaciones por infracciones al régimen cambiario, así como la Unidad de Información y Análisis Financiero sobre el control del lavado de activos y el financiamiento del terrorismo.

Artículo 23. Comité de Contacto Postal Aduanero. La Administración Nacional de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones establecerán un Comité Postal Aduanero a efectos de actualizar y elaborar normas necesarias para la eficiente intervención de la autoridad aduanera en materia de correspondencia y envíos nacionales e internacionales, en beneficio de la mejor calidad de los servicios postales.

TITULO VI LOS DERECHOS Y DEBERES DE LOS USUARIOS

Artículo 24. Derechos de los usuarios. Los usuarios de los Servicios Postales tienen derecho a que los Operadores Postales garanticen la observancia de los siguientes principios:

El secreto e inviolabilidad de las comunicaciones postales.

El respeto a la intimidad de los usuarios.

La neutralidad y confidencialidad de los servicios postales.

La igualdad de trato a los usuarios de los Servicios Postales que estén en condiciones análogas.

A que le presten el servicio libre de cualquier tipo de discriminación, especialmente derivadas de consideraciones políticas, religiosas, ideológicas, étnicas, etc.

Los Operadores Postales garantizarán a los usuarios en la prestación de los Servicios Postales, los siguientes derechos:

A que se divulguen ampliamente las condiciones de prestación de cada uno de los Servicios Postales, a saber: cobertura, frecuencia, tiempo de entrega, tarifas y trámite de las peticiones y reclamaciones.

A que se le reconozca y pague la indemnización por la pérdida, expoliación o avería de los objetos postales.

A la devolución de los objetos postales que no hayan sido entregados al destinatario y a la modificación de la dirección para una nueva remisión, mediante el pago de las tarifas correspondientes, siempre que las condiciones fijadas por el Operador Postal para la prestación del servicio lo permitan. Cuando se trate de envíos internacionales se deberá tener en cuenta las disposiciones aduaneras.

Artículo 25. Derechos de los usuarios remitentes. Los remitentes de los envíos tienen los siguientes derechos, sin perjuicio de las acciones judiciales pertinentes y de las acciones que les confiere el ejercicio de sus derechos fundamentales:

Obtener la devolución de los envíos que no hayan sido entregados a los destinatarios.

Solicitar la reexpedición de sus envíos a distinto lugar del inicialmente indicado, previo el pago de la tarifa que genera la reexpedición. Cuando se trate de reexpediciones internacionales se deberá tener en cuenta las disposiciones aduaneras.

Percibir las siguientes indemnizaciones:

Para los servicios básicos de envíos de correspondencia nacional e internacional no prioritario, no habrá lugar a indemnización.

En los servicios postales de pago, ante la pérdida o la falta de entrega al destinatario del giro, será el doble de la tarifa que haya pagado el usuario más el valor del giro.

La indemnización por concepto de pérdida, expoliación o avería de los envíos del servicio de correo internacional, será el valor que se señale en los Convenios o Acuerdos, suscritos en la Unión Postal Universal.

En el servicio de correo prioritario, la indemnización por pérdida, expoliación o avería será cinco (5) veces el valor de la tarifa que haya pagado el usuario.

En caso de tratarse de un envío con valor declarado la indemnización será cinco (5) veces el valor de la tarifa que haya pagado el usuario.

Los operadores de mensajería expresa responderán por la pérdida, avería o expoliación de los envíos y demás objetos postales confiados a su cuidado y manejo así:

i) En el servicio de mensajería expresa, la indemnización por pérdida, expoliación o avería, será de cinco (5) veces el valor de la tarifa pagada por el usuario, hasta un máximo de un (1) salario mínimo mensual legal vigente, más el valor asegurado del envío.

ii) En el servicio de mensajería expresa en conexión con el exterior, la indemnización por pérdida, expoliación o avería será de cinco (5) veces el valor de la tarifa pagada por el usuario, hasta un máximo de dos (2) salarios mínimos mensuales legales vigentes, más el valor asegurado del envío.

Artículo 26. Derechos de los usuarios destinatarios. Los usuarios destinatarios tendrán los derechos que como consumidores tienen establecidas las leyes vigentes y en particular los siguientes:

A recibir los objetos postales enviados por el remitente, con cumplimiento de todas las condiciones del servicio divulgadas por el Operador Postal.

A solicitar y obtener información sobre los envíos de correspondencia y objetos postales que hayan sido registrados a su nombre, cuando se trate de servicios ofrecidos y pagados por el usuario con la característica de envío certificado.

Los contemplados en los acuerdos y convenios internacionales vigentes ratificados por Colombia.

Artículo 27. Pertenencia de los objetos postales. Los objetos postales pertenecen al remitente hasta el momento en que sean entregados al destinatario.

Artículo 28. Obligaciones de los usuarios. Los usuarios tienen las siguientes obligaciones con los Operadores Postales:

Pagar la tarifa del servicio postal contratado.

Someterse a las condiciones de prestación del servicio postal contratado, con la condición de que hayan sido expresa y ampliamente divulgadas por el operador de servicios postales.

Abstenerse de enviar objetos prohibidos o peligrosos, de acuerdo con las normas vigentes.

Artículo 29. Responsabilidad del usuario. El usuario remitente de un objeto postal será responsable por los daños ocasionados a otros objetos postales cuando se trate de envíos cuyo transporte está prohibido por la ley, por los reglamentos de la Unión Postal Universal, o por no haber cumplido con las condiciones de despacho de sustancias riesgosas, salvo que se compruebe la culpa exclusiva del Operador Postal.

Artículo 30. Responsabilidad de los Operadores Postales. Los envíos postales una vez recibidos por el Operador Postal y en tanto no lleguen al destinatario, será responsabilidad del Operador Postal y este responderá por incumplimiento en las condiciones de prestación del servicio postal o por pérdida, expoliación o avería del objeto postal mientras no sea entregado al destinatario o devuelto al remitente, según sea el caso, de acuerdo con lo establecido en el artículo 25 de esta ley.

Artículo 31. Exenciones de responsabilidad de los Operadores Postales. Los Operadores Postales no serán responsables por el incumplimiento en las condiciones de prestación del servicio postal o por la pérdida, expoliación o avería de los objetos postales en los siguientes casos:

Cuando el incumplimiento en las condiciones de prestación del servicio postal o la pérdida, expoliación o avería del objeto postal se deba a fuerza mayor o caso fortuito.

Cuando el objeto postal haya sido incautado o decomisado de conformidad con los procedimientos establecidos en la ley.

Cuando haya imprecisión en la información suministrada por el usuario remitente en relación con el contenido del objeto postal y se pueda demostrar con los registros de envío que tramita el Operador Postal, siempre y cuando dicha imprecisión se relacione con el incumplimiento.

Cuando el usuario remitente no presentó reclamación dentro del término de diez (10) días calendario para servicios nacionales y seis (6) meses para los servicios internacionales, en ambos contados a partir de la recepción del objeto postal por parte del Operador Postal.

Cuando el usuario destinatario no presentó reclamación por expoliación o avería dentro de los cinco (5) días siguientes al recibo del objeto postal.

Artículo 32. Procedimiento para el trámite de peticiones, reclamos y solicitudes de indemnizaciones. Los operadores postales deberán recibir y tramitar las peticiones y reclamaciones relacionadas con la prestación del servicio y resolverlas dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a su recibo por parte del Operador Postal. Contra estas decisiones

proceden los recursos de reposición y en subsidio de apelación. El recurso de apelación será atendido por la autoridad encargada de la protección de los usuarios y consumidores. De igual forma, cada Operador Postal señalará el procedimiento mediante el cual se atiendan las solicitudes para el reconocimiento y pago de las indemnizaciones previstas en el artículo 25 de la presente ley, el cual no puede exceder el término total de treinta (30) días hábiles incluido el pago de la indemnización a que haya lugar.

Artículo 33. Devolución de las indemnizaciones. Cuando el objeto extraviado por un Operador Postal es encontrado, el usuario a su elección podrá solicitar la entrega del objeto y por consiguiente estará en la obligación de devolver la indemnización que haya recibido del Operador Postal o quedarse definitivamente con esta y no reclamar el objeto.

Artículo 34. Reclamaciones en caso de objetos postales remitidos a otros países o recibidos de estos por el Operador Postal Oficial. Las Reclamaciones por servicios postales prestados por el Operador Postal Oficial en conexión con el exterior, se regirán por las normas adoptadas por la Unión Postal Universal UPU.

Artículo 35. Retención documental. Las guías y documentos soporte de entrega, constancias de recibo y cualquier otro documento que utilicen los Operadores Postales para la prestación del servicio y que los mismos estimen pertinente su conservación, deberán guardarse por un periodo no menor a tres (3) años desde la fecha de expedición de los mismos, sin perjuicio de los términos establecidos en normas especiales. Vencido el plazo anterior estos documentos podrán ser destruidos siempre que por cualquier medio técnico adecuado se garantice su reproducción exacta.

TITULO VII REGIMEN SANCIONATORIO EN LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS POSTALES

Artículo 36. Competencia para la imposición de sanciones. El Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones o su delegado, será el funcionario competente para imponer sanciones por infracciones en la prestación de los Servicios Postales.

Artículo 37. Infracciones postales. Para efectos de imponer sanciones, las infracciones se clasifican en muy graves, graves y leves.

Infracciones muy graves. Son infracciones muy graves al régimen de los servicios postales las siguientes:

Prestar el Servicio Postal Universal sin estar legalmente habilitado para ello.

El ofrecimiento por operadores no habilitados para ello, de servicios postales de correo al área de reserva establecida en la presente ley.

La utilización de signos, rótulos, emblemas, anuncios, o impresos que puedan inducir a confusión con los que emplea el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo.

La negativa, obstrucción o resistencia a ser inspeccionado dentro de la visita administrativa para esclarecer hechos por la prestación del servicio.

La actuación destinada a ocasionar fraude en el franqueo.

Liquidar la contraprestación periódica tomando ingresos inferiores a los realmente causados.

Cualquier forma de violación a la libertad y confidencialidad de los envíos postales.

La prestación de servicios postales sin la debida inscripción en el registro de operadores del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Haber sido sancionado administrativamente por la comisión de más de dos infracciones graves en un periodo de (2) años.

Cualquier violación por parte del operador habilitado, al régimen laboral en la contratación de trabajadores para la prestación de servicios postales.

La violación al régimen cambiario debidamente decretada por la autoridad competente.

Infracciones graves. Son infracciones graves al régimen de los servicios postales las siguientes:

No cumplir el Operador de Servicios Postales con la obligación de divulgar, en sitio visible en todos los puntos de atención al público, las condiciones de prestación de cada servicio postal.

No cumplir el Operador de Servicios Postales con la obligación de divulgar, en la página web de la empresa y/o en medio de comunicación escrito, las condiciones de prestación de cada servicio postal.

La falta de pago oportuno de las contraprestaciones periódicas con destino al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

La demora por parte de los Operadores de Servicios Postales, en facilitar la información requerida por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el objeto de cumplir con las funciones asignadas.

No atender las solicitudes, quejas y reclamos de los clientes o usuarios de los servicios postales, dentro de los 30 días calendarios siguientes a la recepción de la reclamación.

La consolidación de objetos postales por parte del operador con el fin de evadir la contraprestación fijada en esta ley.

Haber sido sancionado administrativamente por la comisión de más de dos infracciones leves en un periodo de dos (2) años.

Infracciones Leves: Es infracción leve al régimen de los servicios postales el incumplimiento por parte de los Operadores de Servicios Postales de las condiciones de prestación de los servicios postales divulgadas por estos ante sus clientes o usuarios.

Artículo 38. Sanciones. Previo el trámite del procedimiento administrativo señalado en el Código Contencioso Administrativo, y con la plenitud de las garantías constitucionales, el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones o su delegado podrán imponer las siguientes sanciones:

Por la comisión de infracciones muy graves

De darse las condiciones de ley podrá declarar la Caducidad del Contrato de Concesión al Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo.

Cancelación del título habilitante para la prestación de servicios postales y su eliminación del Registro de Operadores Postales.

Multa que oscile entre sesenta (60) y doscientos (200) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Se exceptúa de esta sanción la conducta a que se refiere el literal h) del numeral 1 del artículo 37, cuya sanción será la dispuesta en el artículo 40.

Por la comisión de infracciones graves.

Multa que oscile entre treinta (30) y sesenta (60) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Paría comisión de infracciones leves:

Multa que oscile entre un (1) salario y treinta (30) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Artículo 39. Graduación de las sanciones. El Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la imposición de las sanciones tendrá en cuenta la proporcionalidad de la sanción con la gravedad del hecho infractor (leve, grave o muy grave), la reincidencia, la naturaleza de los perjuicios causados y el grado de perturbación del servicio. Además, el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones al momento de imponer la sanción, tendrá en cuenta la proporcionalidad de la infracción bajo los criterios de: envíos movilizados, cobertura y cubrimiento.

Artículo 40. Prestación y/o utilización ilegal de los servicios postales. El que de cualquier manera preste servicios postales a terceros sin estar inscrito en el Registro de Operadores Postales, se sancionará con multa de quinientos (500) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, cierre de las instalaciones del operador ilegal y decomiso definitivo de los elementos con los cuales se está prestando el servicio, tales como, guías, sobres, avisos y la red

de sistemas en donde se encuentre la información relacionada con la actividad de los servicios postales que preste. De igual manera, serán sancionadas las personas jurídicas que utilicen los servicios postales prestados por terceros que no se encuentren inscritos en el Registro de Operadores Postales y cuenten con la debida habilitación del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Lo anterior, sin perjuicio de las acciones judiciales a que haya lugar.

Parágrafo 1°. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en ejercicio de funciones especiales de policía judicial, podrá cerrar las instalaciones en que se vengán ejerciendo actividades propias de los Servicios Postales y decomisar los elementos con los cuales se está prestando el servicio, tales como, guías, sobres, avisos y la red de sistemas en donde se encuentre la información relacionada con la actividad de los servicios postales que se presten ilegalmente en los puntos de servicio o sedes del operador donde se esté adelantando la diligencia en cumplimiento de la investigación.

Parágrafo 2°. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones dispondrá e indicará el destino que se le dé a los bienes y objetos postales decomisados.

Artículo 41. Apoyo de las Autoridades. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones cuando lo considere necesario solicitará la intervención de las autoridades de Policía para hacer efectivas las medidas sancionatorias definitivas y provisionales de que trata el presente título.

Artículo 42. Procedimiento para imponer sanciones. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones aplicará las reglas, principios y procedimientos establecidos en el Código Contencioso Administrativo, para cumplir con su función Administrativa y en especial, en materia probatoria, aplicará las normas contenidas en el Código de Procedimiento Civil.

Artículo 43. Caducidad. La facultad para sancionar administrativamente caducará en el término establecido en el artículo 38 del Código Contencioso Administrativo.

Artículo 44. Prescripción. La acción para el cobro de multas prescribirá a los tres años contados a partir de la ejecutoria del acto administrativo que las impuso.

TITULO VIII DISPOSICIONES FINALES

Artículo 45. De la Normatividad Supranacional. En asuntos no contemplados en la presente ley, se aplicarán las disposiciones consagradas en los Convenios de la Unión Postal Universal (UPU).

Artículo 46. Transitorio. Las empresas que presten servicios postales a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, podrán mantener sus concesiones y licencias hasta por el término de los mismos, bajo la normatividad legal vigente en el momento de su expedición y con efectos sólo para esas habilitaciones. Cumplido el término fijado por las concesiones o licencias, se les

aplicará el nuevo régimen previsto en la ley. En caso que las empresas que presten servicios postales a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley decidan acogerse a los términos de la misma, contarán con un plazo de seis (6) meses para adecuarse al cumplimiento de los requisitos en ella contenidos.

Artículo 47. Franquicias postales. las franquicias de que tratan las siguientes normas: artículo 10 del Decreto 1265 de 1970, artículo 2° y 3° del Decreto-ley 2146 de 1955, artículo 1° del Decreto 285 de 1958, artículo 51 del Decreto-ley 103 de 1968, artículos 1°, 2°, 3° y 4° del Decreto 425 de 1956, artículo 15 de la Ley 31 de 1986, artículo 39 de la Ley 48 de 1993, artículos 4°, 5°, 6° y 7° del Decreto 2605 de 1975, artículo 1° del Decreto 1414 de 1975, artículo 22 del Decreto 750 de 1977, tendrán que ser asumidas y presupuestadas por el Ministerio del Ramo al cual se encuentran adscritas o vinculadas las entidades beneficiarias que tengan el carácter de públicas. Las franquicias reconocidas por tratados o acuerdos internacionales, deberán ser asumidas por la Cancillería de la República. Tratándose de franquicias que benefician a la Rama Legislativa o Judicial corresponderá al Congreso de la República y al Consejo Superior de la Judicatura, respectivamente, realizar las apropiaciones presupuestales necesarias para su pago.

Parágrafo 1°. Para los anteriores efectos, las entidades tendrán que incorporar en sus respectivos presupuestos los montos necesarios para cubrir estas obligaciones a partir de la vigencia del presupuesto del año 2011. Los montos que se deriven de la prestación de las franquicias postales deberán ser pagados al Operador Postal Oficial.

Parágrafo 2°. El Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones asumirá el pago de las franquicias de que trata el artículo 1° del Decreto 2758 de 1955 y el artículo 38 de la Ley 361 de 1997, a partir de la vigencia fiscal siguiente a la expedición de la presente ley.

Parágrafo 3°. Autorízase al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a presupuestar los recursos necesarios para pagar los dineros causados a favor del Operador Postal Oficial por concepto de la prestación de las franquicias de que trata este artículo, a las entidades que no pertenecen al Presupuesto General de la Nación, desde septiembre de 2006 hasta diciembre 31 de 2010. El Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones pagará dicha suma en la siguientes dos vigencias fiscales a partir de la aprobación de la presente ley.

Parágrafo 4°. Franquicia para los cecogramas. El Operador Postal Oficial o Concesionario de correo prestará el servicio con franquicia total para los cecogramas remitidos por las personas invidentes y las entidades que les presten servicios. Para estos fines el operador abrirá un registro de las entidades y personas con derecho al beneficio por la franquicia.

Artículo 48. Inviolabilidad de las áreas de logística postal. No se permitirá el acceso a las áreas operativas de los Operadores de Servicios Postales a personas que no pertenezcan a la logística del operador. Las instalaciones del operador postal solo podrán ser registradas mediante orden judicial o por las autoridades policivas en cumplimiento de sus funciones, en los casos y con las formalidades que establezca la ley.

Artículo 49. Recursos para Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación. Destínese al menos el uno por ciento (1%) anualmente del total de los recursos del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para el financiamiento de actividades, programas y proyectos del sector TIC, incluido el sector postal. Estas actividades, programas y proyectos serán coordinados por el Ministerio de TIC con el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Artículo 50. Derogatorias. La presente ley deroga todas las disposiciones que le sean contrarias y en particular el artículo 37 de la Ley 80 de 1993, artículo 3° de la Ley 46 de 1904, el Decreto 229 de 1995 y el Decreto 275 de 2000.

Artículo 51. Bases de Datos. La conformación de bases de datos que se producen por la utilización del servicio solicitado por los usuarios a los operadores postales, será de manejo confidencial por parte de estos y solamente podrá ser requerida por autoridad judicial.

Artículo 52. Procedimiento en caso de envíos declarados en rezago. En los eventos en que el envío postal resulte declarado en rezago, es decir, cuya entrega al destinatario o devolución a su remitente no haya sido posible por el operador, transcurridos tres meses a partir de la fecha de la imposición del mismo, el operador postal, para efectos de disminuir costos de custodia y de almacenamiento, exento de responsabilidad, queda facultado para disponer el bien conforme al procedimiento que establezca el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

1.7 Metodología

1.7.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio de este manual es descriptivo ya que se estudiarán situaciones que ocurren en condiciones naturales de la compañía Servientrega S.A.

Por definición, los estudios descriptivos conciernen y son diseñados para describir la distribución de variables, sin considerar hipótesis causales o de otro tipo. De ellos se derivan frecuentemente eventuales hipótesis de trabajo susceptibles de ser verificadas en una fase posterior.

No obstante para ser un poco más exactos el tipo de estudio aquí desarrollado es un tipo de estudio descriptivo exploratorio ya que se manejan variables como: el control, la predicción y la explicación donde no hay información documentada y no se han levantado ningún tipo de datos al respecto en cuanto al aumento de nivel de productividad del servicio de logística inversa.

1.7.2 Fuentes de Información

1.7.2.1 Fuentes Primarias

Se realizó reuniones frecuentes con el departamento de Logística y canales de comercialización para analizar Avances y resultados, posteriormente se realizó una invitación a todos los CDS directos (Anexo.1 instructivo logística inversa para trayectos especiales UPS – HP).

1.7.2.2 Fuentes Secundarias

Se utilizaron fuentes como Directrices, Instructivos, algunos libros, formato de identificación y plan de acción, indicadores, todo el desarrollo de la operación de logística inversa se enmarca bajo la ley 1369:2009 que son las actividades necesarias para dar cumplimiento a las disposiciones sobre el Servicio Postal establecidas por el Ministerio de Tecnologías según la Comisión de Regulación de Comunicaciones en su resolución 3038, en cuanto a las fuentes bibliográficas se toma como referencia las siguientes:

- DIRECTRIZ PARA LA ADMINISTRACION DEL CAJAPORTE Y SOBREPORTE. MECE 9400 D009.
- DIRECTRIZ DE PROCESAMIENTO DE ENVIOS. MECE 9300 D003.
- MANUAL DE EMPAQUE Y EMBALAJE.
- LEY 1369/2009

1.8 Diseño Metodológico

1.8.1 Población

En Servientrega S.A, el proyecto afectara a todas los procesos de Soluciones corporativas, soluciones retail, In-company, Cross Docking, recolección y distribución de la regional centro (prueba piloto).

1.8.2 Instrumento

Por medio de diversas reuniones y encuestas previas no formales con los canales de comercialización y operativos. Así mismo se realizara capacitaciones, que permitan hacer un seguimiento exhaustivo de la labor que cada uno de ellos realiza para poder extraer la información que se requiere para desarrollar el proyecto.

1.8.3 Etapas

- Establecer Portafolio de servicios y soluciones logísticas de la empresa, 1 de Mayo de 2013
- Reunión con la gerencia de la regional, 2 de Junio de 2013.
- Socialización del proyecto con el personal Comercial y operativo directamente involucrado en las áreas consideradas como tipo de estudio, 1 al 30 de Julio de 2013.

- Cronograma de capacitación, 11 de Junio de 2013.

2. Recursos

Se tienen varios aspectos a destacar dentro de los recursos que participan en el desarrollo del proyecto tanto humano como financiero.

2.1 Recurso humano

Dentro de este recurso se destacan varias personas las cuales permitieron desarrollar el proyecto brindando información y expresando sus inquietudes como son: Gerente Regional Centro, Facilitador Logístico Regional, Facilitadores fuerza comercial.

2.2 Recurso Financiero

Los recursos financieros destinados para la elaboración del presente trabajo se resumen en la

Tabla 2-1 Distribución de los recursos financieros empleados para el trabajo

ITEM	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Impresión	\$ 50.000
2	Papelería	\$ 150.000
3	Computador Portátil	\$ 2.000.000
TOTAL		\$ 2.200.000

Fuente. Elaboración propia

3. Descripción de la Empresa

3.1 Organización

Nombre de la empresa: Servientrega S.A.
NIT 860512330-3
Dirección: Cll 80 km 1.5 vía Siberia Costado Norte



Figura 3-1 Fachada general de la empresa. Fuente: Servientrega S.A.

La actividad económica de la empresa es ofrecer soluciones de logística en los procesos de recolección, transporte, almacenamiento, empaque y distribución de documentos y mercancías, por medio de los centros de soluciones retail, centros de soluciones In-company (A nuestro clientes corporativos asignados y cobrados dependiendo de su rentabilidad), sin embargo la compañía se encuentra diversificando aún más el portafolio de la empresa.

A lo largo de estos años, las condiciones de mercado y otros factores han planteado el reto de diseñar e implementar un plan estratégico como lineamiento para atender adecuadamente las necesidades de productos y servicio posventa dentro del exigente y difícil entorno actual.

3.1.1 Misión

Satisfacer totalmente las necesidades de logística y comunicación integral de nuestros clientes, a través de la excelencia en el servicio, el desarrollo integral de nuestros líderes de acción y el sentido de compromiso con nuestra familia y nuestro país.

3.1.2 Visión

Queremos que SERVIENTREGA sea un modelo de empresa líder en servicios de logística y comunicación, por seguridad, oportunidad y cubrimiento en América, con presencia competitiva a nivel mundial.

3.1.3 Política de calidad integral

En Servientrega nos comprometemos a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, Colaboradores, Proveedores, Accionistas, Gobierno, Comunidad y demás partes interesadas, mediante:

- El mejoramiento continuo de nuestros Factores de Competitividad y del Estándar de Gestión Gerencial Modelo “S”, basado en las mejores prácticas de innovación, productividad y competitividad.
- El desarrollo de buenas prácticas de Gobierno Corporativo y las que competen a responsabilidad social empresarial.
- La gestión integral de riesgos encaminada a evitar sucesos que afecten la continuidad del negocio.
- El cumplimiento de las normas de seguridad de la información preservando su integridad, confidencialidad y disponibilidad.
- La prevención de accidentes de trabajo y/o enfermedades profesionales.
- La implementación de controles para blindar a la organización de actividades ilícitas.
- La disponibilidad de los recursos necesarios para el cumplimiento de la legislación, la normatividad aplicable, la presente Política y las directrices internas.
- N° de trabajadores: 402
- Horario operarios:

Lunes a Domingo	Primer Turno	4:00 am a 2:00pm
	Segundo Turno	2:00 pm a 11:00pm

- Horario administrativo

Lunes a Viernes	7:00am a 5:30pm
-----------------	-----------------

3.1.4 Política de calidad y seguridad

Lograr la satisfacción permanente de las necesidades y expectativas de los clientes y brindar colaboración a todas las autoridades nacionales e internacionales, asegurando estándares de calidad y seguridad en los procesos de logística y comunicación, para que no sean contaminadas las mercancías, alterados los documentos, o realizado cualquier otro acto sospechoso que conlleve riesgo en actividades ilícitas de narcotráfico, contrabando y terrorismo para lo cual contamos con un Talento Humano ético, comprometido e idóneo”.

3.1.5 Proveedores

En todos los procesos la compañía se utilizan proveedores que ofrecen insumos de primera calidad, coordinado por el macroproceso estratégico de los recursos financieros, e inversión constante en investigación y desarrollo, que ha sido un claro diferenciador en el mercado, dando amplia satisfacción a las demandas gracias a sus proveedores (ver Tabla 3-1).

Tabla 3-1 Listado de Proveedores

ARRIENDO	CIUDAD
A Y M HURTADOS & CIA LTDA	COTA
AIDA CAROLINA TRIANA MAHECHA	VILLETA
ASOCIACION ACCION SOCIAL EJERCITO SECCIONAL TOLEMAIDA	MELGAR
CENTRO COMERCIAL LOS PANCHES	IBAGUE
CESAR AUGUSTO GORDILLO	IBAGUE
ELIAS ACOSTA Y CIA S EN C	IBAGUE
FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA EJERCITO NACIONAL	MELGAR
GIRALDO CARDOZO OBRAS CIVILES S.A.S	IBAGUE
GUSTAVO GARCIA VARELA	MELGAR
JORGE ENRIQUE AGUILERA URREGO	MELGAR
LILIANA GARCIA ROJAS	LA DORADA
LUZ MERY JIMENEZ DE JARAMILLO	IBAGUE
MARIA CLEMENCIA HOYOS	LA DORADA
MIRYAN CARLOTA BARRIGA	FACATATIVA
PABLO EMILIO SAENZ	GIRARDOT
PALMETTO INMOBILIARIA S.A,S	FUSAGASUGA
RAFAEL SIERRA	MADRID
TRANSPORTE	
INTEGRA	COTA
TIMON S.A	BOGOTA
TRANS X TAR S.A.S	BOGOTA
GRUPO EMPRESARIAL COLOMBIA MUNDO EXPRESS	BOGOTA
TRANSPORTES HUMADEA	BOGOTA
EDGAR ANTONIO RODRIGUEZ BELTRAN	FUSAGASUGA
FANNY FANDIÑO	MELGAR
IRLENA GOMEZ MORENO	IBAGUE
JOSE GUZMAN	FUSAGASUGA
JORGE OLAYA	MELGAR
MARIA TERESA MARTINEZ	GIRARDOT
MARIA TRINIDAD TRUJILLO	GIRARDOT
JOSE ADAN HERNANDEZ	UTICA
YEZID MARTINEZ	MELGAR
TRANSPORTE MASIVOS	
ALDANA COURRIER SAS	FUSAGASUGA
FABIO GOMEZ PRECIADO	IBAGUE
IRLENA GOMEZ MORENO	IBAGUE
LUIS OCTAVIO GONGORA CASTRO	IBAGUE
LUZ MARINA PINO JIMENEZ	LA DORADA
NANCY BUSTOS PARAMO	LA DORADA
RODRIGO CABEZAS	GIRARDOT
SANDRA VIVIANA OSSA	LETICIA
GASTOS JURIDICOS	
FERNANDO OLAYA	IBAGUE

HOTELES	
ANDES PLAZA	BOGOTA
ANAMICHU SUITES	MELGAR
ALIANZA RIOSOL SAS	LA DORADA
HOTEL CASA MORALES	IBAGUE
HOTEL NELSON INN	IBAGUE
HOTEL DULIMA LTDA	IBAGUE
HOTEL AMBEIMA	IBAGUE
HOTEL COSTA DEL SOL	FUSAGASUGA
OLIVEROS HERNANDEZ ORGANIZACIÓN HOTELERA SAS	IBAGUE
VARIOS	
AAB INDUSTRIAS METALICAS EU	COTA
PROGAS	BOGOTA
RENETUR S.A	BOGOTA
FANNY ROCIO AMAYA	BOGOTA
COOMSERVI	BOGOTA
IDIPSI	BOGOTA
DETEKTAR SAS	IBAGUE
SPE	BOGOTA
GLOBAL MANAGEMENT	BOGOTA
GENERAL DE EQUIPOS	BOGOTA
IMPROTEC	BOGOTA
EXTINTORES AMERICANN LTDA	MELGAR
TECNOPRECISION	BOGOTA
SEGURIDAD	
ASOSECURITY	LA DORADA
AGUILA DE ORO DE COLOMBIA LTDA	BOGOTA
COOVICOMBEIMA C.T.A	IBAGUE

Fuente. Servientrega S.A.

3.1.6 Productos

La compañía está dedicada a ofrecer soluciones de logística en los procesos de recolección, transporte, almacenamiento, empaque y distribución de documentos y mercancías del sector Industrial, comercial, gobierno y cliente contado, por esta razón Servientrega S.A. maneja una gran cantidad de Soluciones logísticas para la venta, los cuales son:

SOLUCIONES EN DOCUMENTOS

- Documento Premier
- Documentos Masivos
- Impresión fija y variable
- Servimensaje
- Avisos judiciales
- Sobreporte

SOLUCIÓN EN MERCANCÍAS

- M. Premier
- M. Industrial
- Carga masiva
- Picking and Packing
- Empaque
- Almacenamiento
- Green Pack
- Logística de Inversa

SOLUCIONES EN VALORES

- Impresión personalizada de tarjetas convencionales
- Impresión personalizada de con microchip
- Grabación de banda magnética
- Entrega personalizada de tarjetas y documentos valores
- Tula de seguridad
- Valija de seguridad
- Soporte financiero
- Devolución de loterías

SOLUCIONES DE MICROMERCADEO

- Logística promocional
- Boomerang de soluciones

SOLUCIONES E-COMERCE

CENTRO DE SOLUCIONES IN COMPANY

- Experto Segura Interno

- Experto Segura Externo

SOLUCIONES DE LOGISTICA INTERNACIONAL

- Courier Internacional
- Carga Internacional
- Global box
- Mudanzas

3.1.7 Clientes

La compañía Servientrega S.A., cuenta con una alta gama de clientes a los cuales se debe gran parte de este proyecto, por petición en auditorias manifestaron la necesidad de diseñar un manual de implementación. No obstante el portafolio de clientes que maneja la compañía en este sector es:

- Compañía de cosméticos votre passion S.A.S.
- Alcanos de Colombia S.A.
- Casamotor S.A.S.
- Heritage Group S.A.
- IZC Mayoristas
- Panasonic de Colombia S.A.
- Pix de Colombia S.A.
- Productos Familia S.A.
- Ups Scs (Colombia) L.T.D.A.

3.1.8 Filosofía Organizacional

Dentro de la compañía de acuerdo a sus directrices y políticas establecidas siempre ha existido cierta libertad en el momento de establecer cambios, mejoras por parte de sus directivos y en gran parte también del personal operativo ya que tienen en sus manos el manejo directo de la operación y aportan ideas o cambios posibles a darse transmitidos a sus superiores. Entre las principales responsabilidades de esta administración se encuentra el introducir en la organización normas y valores, estos a su vez forman una cultura o una organizacional.

Esta organización la diferencia de algunas otras porque hace que sus miembros se sientan parte de ella ya que se conducen por los mismos valores, creencias, reglas, procedimientos, normas, lenguaje, etc.

Este tipo de culturas organizacionales son fuertes, tienen una gran posibilidad de llevar al éxito a la organización, es aquí donde se puede evidenciar el comportamiento de los empleados hacia el

alcance de objetivos y recompensarlos por sus acciones, lo cual los motiva y los lleva al alcance de las metas deseadas.

La filosofía organizacional es un gran beneficio, es una ventaja, ya que facilita la toma de decisiones, la motivación, la cooperación y el compromiso que existe entre la empresa, los empleados y el logro de objetivos.

Al utilizar esta herramienta en la organización se logra alcanzar la eficiencia deseada y al interactuar con el entorno se obtienen bastantes beneficios.

Aunque es una tarea difícil, ya que abarca todas las áreas de la empresa y trata de influir en las creencias o ideas de cada empleado, esto tal vez sea lo más complicado puesto que cada persona es diferente y piensa o actúa distinto ante las situaciones que se le presentan.

La compañía ha tenido en cuenta varios aspectos que son los que permiten llegar a ello hoy en día como son:

Dentro de la misión, visión, directrices, códigos de ética, etc. A través de ellos se conoce hacia dónde va la empresa y como quiere llegar a ese fin, enseñan los valores o conductas a seguir e involucran a cada empleado, hacer que se sienta valorado y sea parte del propósito de la compañía. Otro aspecto importante es la capacitación y asesoría a los trabajadores, esto los hace sentir importantes sacando lo mejor de ellos en sus actividades, además al contar con personas capacitadas es posible delegarles autoridad y lograr un trabajo en equipo. Los niveles jerárquicos, la estructura de los macroprocesos, la reacción del dinamizador en la empresa ante crisis o incidentes importantes, son partes primordiales en la creación de una cultura. Hay también aspectos que se pueden destacar o considerar como no muy importantes, pero que también influyen en la creación de una filosofía organizacional, los cuales son:

- La fe en Dios da sentido y valor a la vida.
- Nuestro trabajo productivo permite el crecimiento personal, familiar y social.
- Con disciplina, trabajo en equipo y autocontrol todos ganamos.
- El diálogo fundamentado en la razón, es el único medio para dirimir las diferencias.
- La iniciativa, la creatividad y el sentido común hacen grandes a los hombres, las Corporaciones y los países.
- Actuando con lealtad, honestidad y respeto, construiremos una sociedad en paz.
- Las diferencias raciales, sociales, políticas, económicas, culturales y religiosas no constituyen desigualdad.
- El Corazón de Servientrega es el Cliente. El garantiza nuestra estabilidad y desarrollo.
- Seguridad, oportunidad, confiabilidad y sensibilidad en el producto-servicio son nuestra razón de ser.
- La competencia nos renueva día a día y nos hace grandes, entre los grandes.
- El cumplimiento de la Constitución y las leyes de la República, garantizan la convivencia democrática

Para finalizar, se observa que la filosofía de la organización es primordial ya que es formar una cultura que abarca un todo y se sabe que los empleados son el reflejo de sus Facilitadores, Analistas y Dinamizadores. Al interactuar con el entorno y transmitir la filosofía de la empresa influye de manera importante en la toma de decisiones, un cliente puede o no decidir comprar el producto, los proveedores hacer transacciones con la compañía o hasta la competencia podría percibir si Servientrega S.A. es o no un rival a vencer.

Es por todo lo antes mencionado que no se debe dejar de lado el establecer este tipo de filosofía organizacional de calidad y eficaz, así tanto los Dinamizadores, como los empleados del nivel táctico (Facilitadores, Analistas), administrativos y operativos rendirán frutos y alcanzaran todas las metas, además de mejorar el ambiente de la organización y el trabajo en equipo.

3.1.9 Mapa de Procesos

Aquí se encuentra una visión general del sistema de gestión. En él se representan gráficamente los diferentes procesos que hacen parte de la arquitectura organizacional de Servientrega y que mediante un esquema de cadena de valor evidencia las interrelaciones que se dan entre ellos para lograr que la empresa cumpla con su misión, visión y política de calidad.

Además de estos aspectos se encuentran otros procesos que de igual manera tienen una importancia vital, entonces se hallan los procesos del centro ejecutivo de apoyo; aquí se incluyen los procesos relativos a los recursos financieros, Talento humano y Servicios tecnológicos, otra etapa son los Macro procesos estratégicos del cliente externo, en donde se incluyen todos los procesos core del negocio (multicomunicacion, soluciones corporativas, soluciones in company, soluciones retail, recolección & Distribucion, almacenamiento e inventarios, Cross Docking, logística urbana y masiva, proyectos especiales y transporte), Centro de control multidimensional con los procesos de realización y medición; y por ultimo están los procesos del centro legislativo (Modelo S) el cual son llamados procesos de medición, análisis y mejora, estos tienen que ver con medir y obtener datos sobre el análisis de desempeño y mejora de la efectividad y eficiencia. Estos pueden incluir la medición, seguimiento y procesos de auditorías, acciones correctivas y preventivas y ser aplicados a todos los procesos en la organización (véase las Figura 3-3).

Figura 3-2 Organigrama de Servientrega S.A. Fuente: Servientrega S.A. (Ver anexo 4.)

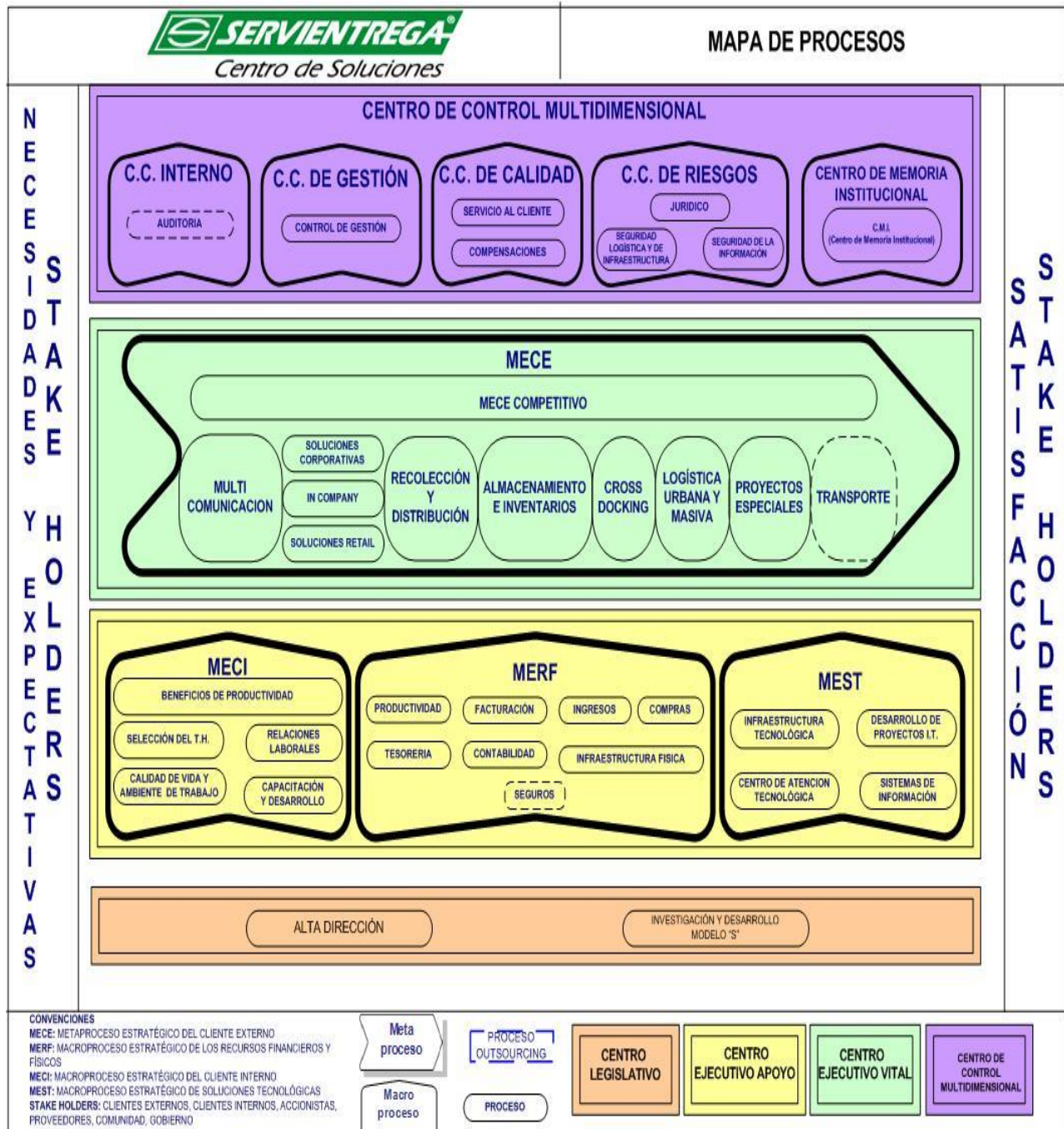


Figura 3-3 Mapa de procesos general de la compañía Servientrega S.A. Fuente: Servientrega S.A.

3.2 Clase y grado de riesgo (Clasificación)

En las organizaciones deben tener muy en cuenta parámetros en cuanto a los cuidados en los procesos de producción y si no también en los administrativos por ello no tener un plan 5S estructurado u otro, ya que existen varios métodos de orden, planeación, estructuración y técnicas, puede ocasionar entre tantas consecuencias el aumento de la tasa de accidentalidad y poca productividad, por ello se considera importante mencionar las clases y grado de riesgo al que se enfrenta la compañía dependiendo de su actividad económica que es ofrecer soluciones de logística en los procesos de recolección, transporte, almacenamiento, empaque y distribución de documentos y mercancías. Para esto se han determinado cinco clases de riesgo que contemplan las diversas actividades económicas de las empresas. Si una empresa tiene más de un centro de trabajo podrá ser clasificada para diferentes clases de riesgo, siempre que las instalaciones locativas, las actividades y la exposición a factores de riesgo sean diferentes (véase la Tabla 3-2).

Tabla 3-2 Clasificación de las empresas según su tipo de riesgo

CLASIFICACIÓN	TIPO DE RIESGO	EJEMPLOS
Clase I	Contempla actividades consideradas de riesgo mínimo	*Mayor parte de actividades comerciales. *Trabajos de oficina. *Centros educativos.
Clase II	Actividades de riesgo bajo	*Algunos procedimientos manufactureros como la fabricación de tapetes, tejidos, confecciones. *Algunas labores agrícolas.
Clase III	Actividades de riesgo medio	*Procesos manufactureros como fabricación de agujas, alcoholes, alimentos, automotores, artículos de cuero.
Clase IV	De riesgo alto	*Procesos manufactureros como aceites, cervezas, vidrios. *Procesos de galvanización *Transporte
Clase V	De riesgo máximo	*Construcción *Manejo de asbesto *Bomberos

Fuente. Servientrega S.A.

Según esta clasificación anterior, Servientrega S.A., mantiene actividades que encierran una clase de **riesgo IV (riesgo alto)**. Con este tipo de empresas donde se transporta mercancía de

amorfa se tiene un control y monitoreo de riesgos que eviten que se materialicen en accidentes y conlleven a largo plazo a enfermedades profesionales, sin embargo hay que tener muchas precauciones en su manipulación.

4. Políticas

Las políticas de la empresa se resumen en los siguientes enunciados:

- La distribución y recolección de envíos se realiza de acuerdo con la normatividad legal vigente por los organismos de gobierno.
- El proceso logístico definirá los planes de acción necesarios para atender situaciones externas que afecten el normal desarrollo del proceso de logística inversa.
- Los envíos correspondientes a logística inversa se registrarán bajo los protocolos establecidos por la organización y el cliente.
- El servicio de logística inversa solo aplica al canal corporativo pero será desarrollado por la red de contado por parte de la operación logística para las clasificaciones A, D y F.
- Los envíos movilizados bajo la solución logística inversa serán procesados en el sistema de información utilizado por la compañía directamente proporcional a su warehouse management system (WMS) “SISTEMA DE INFORMACION LOGISTICO” únicamente con la guía crédito establecida para esta solución. El administrador in company del cliente o el facilitador comercial se encargaran de controlar el inventario de las guías (Contratos de transporte de carga) asignadas a cada cliente, para identificar cuando sea necesario se solicitara nuevas guías (Contratos de transporte de carga) de la solución.¹

1

¹ TORREZ, GAITAN. DIANA, CATALINA. Directriz logística inversa. Bogota: Servientrega,

5. Normas

5.1 Normas Generales

Las normas generales de Servientrega S.A. son las siguientes:

1. En el marco de la solución Logística se encuentran varios modos de operar (Modalidades para atender necesidades de clientes), enfocados a los sectores comercial, industrial, servicios y de gobierno a saber:
 - Logística de Garantías (Devoluciones de la mercancía en estado defectuoso).
 - Logística de cajaporte y sobreporte
 - Retorno de exceso de inventario.
 - Devoluciones de clientes (Retorno de una o más piezas de un cliente trascendental hacia el cliente de Servientrega de sus envíos normales).
 - Productos Obsoletos.
 - Inventarios Estacionales.
2. El Gerente del Macroproceso estratégico del cliente externo en coordinación con el facilitador de capacitación y desarrollo, y el facilitador logístico regional, son los responsables de divulgar y capacitar a los colaboradores involucrados en las normas establecidas en este documento.
3. El factor de competitividad de multisolución debe realizar el acompañamiento a la implementación de la operación de logística inversa con el objetivo de asegurar el cumplimiento de este manual procedimental metodológico para clientes.
4. A todo cliente tecnológico que requiera realizar una logística inversa se le asociara el producto al código SER (Código de Identificación del cliente) existente o si se requiere la creación de otro código SER independiente según acuerdo con el cliente, para efectos de provisión de guías (Contratos de transporte de carga) y facturación de esta solución.
5. El cliente de Servientrega debe velar por la actualización de las bases de datos de los clientes paretos. Servientrega no se hará responsable de los envíos devueltos generados por bases de datos desactualizadas.
6. Los asesores de servicio al cliente corporativo, se asignaran a los clientes acordes con las políticas existentes en Servientrega respecto a los niveles de facturación del cliente.
7. El administrador del centro de soluciones in company, el asesor corporativo, el analista de recolección & distribución o el auxiliar administrativo de Almacenamiento e inventarios, deberá realizar seguimiento sobre cada número de guía procesada bajo logística inversa, con el objetivo de llevar un reporte diario que le permita a Servientrega verificar y asegurar que cada envío procesado bajo la solución de logística inversa haya sido entregado en óptimas condiciones al cliente.

8. Las Sigüientes tarifas y descuentos para la solución de logística inversa son aprobadas de acuerdo con lo establecido en la directriz de ventas de la compañía, sin embargo en caso de requerir descuentos adicionales estos deberán ser aprobados por el factor de competitividad multiprecio.

Tabla 5-1 Tarifas Solución Logística

SOBREPORTE - CAJAPORTE												
Forma de pago	Ciudad Origen	Grupo Matriz	Medio de transporte	Tiempo de entrega	Tipo de trayecto	Sobreflete Mínimo	Tasa de descuento	Valor Kilo Adicional	Valor Kilo Inicial			
CREDITO	Bogota	Documento Unitario y Mercancia Premier	Terrestre	Normal	Nacional	0,00	0,00	1080,00	3440,00			
					Urbano	0,00	0,00	720,00	1550,00			
					Zonal	0,00	0,00	840,00	1930,00			
							Trayecto Especial	0,00	0,00	2290,00	5420,00	
			Aereo	Normal	Nacional	0,00	0,00	1000,00	3300,00			
					Trayecto Especial	0,00	0,00	2200,00	5150,00			
	Urbano	0,00			0,00	700,00	1450,00					
					Zonal	0,00	0,00	800,00	1850,00			
	Resto del Pais	Documento Unitario y Mercancia Premier	Terrestre	Normal	Nacional	0,00	0,00	1070,00	3420,00			
					Urbano	0,00	0,00	690,00	1510,00			
					Zonal	0,00	0,00	820,00	1910,00			
					Trayecto Especial	0,00	0,00	2270,00	5400,00			
			Aereo	Normal	Nacional	0,00	0,00	1000,00	2250,00			
					Trayecto Especial	0,00	0,00	2200,00	5150,00			
Urbano					0,00	0,00	700,00	1450,00				
Zonal					0,00	0,00	800,00	1850,00				
MERCANCIA PREMIER - LOGISTICA INVERSA NORMAL												
CREDITO	Resto del Pais	Documento Unitario y Mercancia Premier	Terrestre	Normal	Nacional	300,00	10,00	2300,00	7150,00			
					Urbano	300,00	10,00	1500,00	3200,00			
					Zonal	300,00	10,00	1000,00	4050,00			
								Trayecto Especial	300,00	0,00	4500,00	11350,00
				Hoy Mismo	Nacional	500,00	0,00	6350,00	17500,00			
					Urbano	500,00	0,00	2050,00	8550,00			
			Zonal		500,00	0,00	2800,00	8200,00				
			Cero Horas	Nacional	500,00	0,00	3900,00	13600,00				
				Urbano	500,00	0,00	1950,00	5100,00				
				Zonal	500,00	0,00	2650,00	6050,00				
			Logistica Nocturna	Nacional	300,00	0,00	2400,00	7200,00				
				Urbano	300,00	0,00	1600,00	3250,00				
	Zonal	300,00		0,00	1900,00	4150,00						
	Aereo	Normal	Nacional	500,00	0,00	2950,00	8350,00					
			Trayecto Especial	500,00	0,00	4800,00	11350,00					
			Nacional	500,00	0,00	6250,00	17500,00					
		Hoy Mismo	Urbano	500,00	0,00	2050,00	8550,00					
			Zonal	500,00	0,00	2900,00	8200,00					
	Bogota	Documento Unitario y Mercancia Premier	Terrestre	Normal	Nacional	300,00	10,00	2300,00	7150,00			
					Urbano	300,00	10,00	1500,00	3200,00			
					Zonal	300,00	10,00	1800,00	4050,00			
								Trayecto Especial	300,00	0,00	4650,00	11250,00
				Hoy Mismo	Nacional	500,00	0,00	6350,00	17500,00			
Urbano					500,00	0,00	3050,00	6550,00				
Zonal			500,00		0,00	2900,00	6200,00					
Cero Horas			Nacional	500,00	0,00	5150,00	14750,00					
			Urbano	500,00	0,00	2300,00	5050,00					
			Zonal	500,00	0,00	2900,00	6850,00					
Logistica Nocturna			Nacional	300,00	0,00	2400,00	7200,00					
			Urbano	300,00	0,00	1500,00	3250,00					
	Zonal	300,00	0,00	1800,00	4150,00							
Aereo	Normal	Nacional	500,00	0,00	2950,00	8350,00						

Fuente: La empresa.

9. El valor asegurado o declarado de los envíos a movilizar por esta modalidad, se definirán en conjunto con el cliente y debe estar enmarcado en la negociación pactada con el mismo.
10. El valor declarado siempre debe estar pre-impreso en la guía, ya sea en la guía física o en la guía virtual.
11. Cuando se presenten siniestros externos o internos, se debe dar solución a estos inconvenientes, de acuerdo a los siguientes parámetros a saber:
 - Reportarla a la ciudad origen y destino en la cual el envío haga tránsito, así como su registro en el sistema de información logístico.
 - Deben resolverse en el mínimo de tiempo con el fin de garantizar la entrega oportuna de los envíos
 - Deben ser tratadas buscando satisfacer de la mejor manera y en el menor tiempo posible las necesidades del cliente y los compromisos adquiridos.
 - Se deberá hacer uso de todos los recursos humanos, físicos y tecnológicos para agilizar el tratamiento de las novedades y darles inmediata solución.
 - Las soluciones a las cuales hace referencia comprende los productos ofrecidos por Servientrega los cuales en su compendio general son:

Tabla 5-2 Productos de Servientrega S.A.

PRODUCTO
Documento Unitario (0 - 2 Kg)
Mercancia Premier (3kg - 150 Kg)
Mercancia Industrial (3kg - 150 kg Despachados en grandes volúmenes cuyas piezas en conjunto son movilizadas con una sola guía para un mismo destinatario)
Valores

Fuente. Elaboración propia

- Los parámetros establecidos para el tratamiento de novedades aplican a todos los tiempos de entrega y modalidades de pago así como a los sobreportes y cajaportes.
- Tipo de Novedades: En el siguiente cuadro se enuncia los tipos de novedades que deben tener tratamiento:

Tabla 5-3 Matriz de novedades Cross Docking

NOVEDAD DEL ENVIO	TIEMPO MAXIMO (aproximado) DE TRATAMIENTO	QUIEN AUTORIZA REDESPACHO DEL ENVIO	COLABORADOR QUE AUTORIZA DESPACHO DEL ENVIO
Devoluciones y Confirmaciones	Según causales de devolucion	Se verifica trazabilidad	N.A
Averiado (Empaque y/o contenido)	12 Horas	si	Facilitador logistico - Supervisor logistico
Retenido por entidades del gobierno	12 Horas	si	N.A
Demoras en la entrega por causas externas	N.A	Se reporta en el sistema de informacion - Trazabilidad	N.A
sobrantes	12 Horas	Tratamiento interno	N.A
mal entregados	72 Horas	No	N.A
Faltantes	72 Horas	Tratamiento interno	N.A
Mal remitidos	72 Horas	No	N.A

Fuente. Servientrega S.A.

- Todo envío movilizado con novedades debe registrarse en el sistema de información logística (De acuerdo a las directrices interfuncionales contempladas en el supply chain management), asociarla a un manifiesto de carga y dejar evidencia en el reporte diario de novedades, donde se debe clarificar el número de la guía y el tipo de novedad presentada.²
- **Devoluciones y confirmaciones:** Las causales por las cuales se debe hacer devolución de envíos en zona al momento de entregar la mercancía por parte del auxiliar de camioneta titular son:

² GARCIA, FORRERO. MARIO, ENRIQUE. Instructivo para el tratamiento de novedades de los envíos. Bogota: Servientrega.2010.p.2

Tabla 5-4 Causal de devoluciones

CAUSAL	
Dirección incorrecta	Mal zonificado
No prestamos servicio	Déficit de capacidad
Se negó a recibir	Envío con novedad
No hay quien reciba	Cliente en vacaciones/huelga
Se traslado	Cerrado segunda vez
No lo conocen	Documentos vencidos para entrega
No reclamo en oficina	Faltan datos en la dirección
Zona de alto riesgo	Mercancía no solicitada/pedido repetido
Envío para guía de reemplazo	Destinatario no cancela c.o.d
Faltan documentos para entrega	Solicitar cita previa

Fuente. Servientrega S.A.

Sin embargo de acuerdo a la ley 1369:2009, en su resolución 3038 del 2011 de acuerdo a Comisión Regulatoria de Comunicaciones (CRC) se estableció 5 causales de devolución globales las cuales son:

Desconocido: Corresponde a aquellas situaciones en las cuales la persona que se encuentra en la dirección registrada en la guía manifiesta no conocer al usuario destinatario.

Rehusado: Corresponde a la situación en la que el usuario destinatario rechaza o se niega a recibir el objeto postal.

No reside: Corresponde a aquella situación en la cual la persona que se encuentra en la dirección registrada en la guía manifiesta que el usuario destinatario ya no reside en ese lugar o cuando el usuario destinatario ha fallecido.

No reclamado: Corresponde a los casos en los cuales, una vez surtido los intentos de entrega, el objeto postal no es reclamado por el usuario destinatario en la oficina del operador.

Dirección errada: corresponde a los eventos en los cuales la dirección suministrada en la guía por el usuario remitente carece de algún elemento que permita su identificación inequívoca o no exista³.

Otros: Corresponde a aquellas situaciones que impiden que el objeto postal sea entregado al destinatario registrado en la guía por fuerza mayor, caso fortuito u otros

³ GARCIA, FORRERO. MARIO, ENRIQUE. Instructivo para el tratamiento de novedades de los envíos. Bogotá: Servientrega.2010.p.3

eventos que considere necesario el operador, siempre especificando la respectiva descripción.

En donde al finalizar el proceso de entrega y devolución al remitente el contrato de transporte debe estar diligenciado de la siguiente manera:

Tabla 5-5 Casales de devolución del contrato de transporte. Ley 1369/2009

CAUSAL DEVOLUCIÓN DEL ENVÍO			INTENTO DE ENTREGA		
1	2	3	1	2	3
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	11:15	02 / 12 / 2011
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	09:11	06 / 12 / 2011
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	10:53	07 / 12 / 2011
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	FECHA DEVOLUCIÓN A REMITENTE		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	09 / 12 / 2011		

Fuente. Servientrega S.A.

- Las devoluciones deben registrarse en el sistema de información con su respectiva causal de devolución.
- Un envío con causal de devolución NO HAY QUIEN RECIBA se contempla máximo tres salidas a zona.
- En los casos que la novedad requiera confirmación debe manifestarse los envíos con entrada al proceso de confirmaciones para la generación de la gestión de confirmación.
- El supervisor y los Auxiliares Administrativos correspondientes al proceso de confirmaciones deben garantizar que todo envío que entre al proceso tenga su respectiva gestión de confirmación registrada en el sistema de información.
- Una vez sea confirmado el envío se podrá remitir al remitente, generando la salida a Cross Docking (Para un nuevo intento de entrega según se autorice por parte del cliente o de acuerdo a los tiempos establecidos para confirmaciones) o remitir a la bodega de compensaciones del centro logístico, sin embargo enuncio las causales de devolución que requieren confirmación:

Tabla 5-6 Descripción de las causales de devolución

CAUSAL	DESCRIPCION CAUSAL
Dirección incorrecta	La dirección registrada en la guía, aunque esta dentro de los límites de la zona de distribución no es correcta.
Se traslado	El destinatario lo conocen pero ya no se encuentra en el lugar.
No lo conocen	En la dirección registrada en la guía no conocen al destinatario.
No reclamo en oficina	El destinatario no reclamo el envío en las oficinas de Servientrega en el periodo de tiempo definido para tal fin.
Faltan datos en la dirección	La dirección registrada en la guía no esta completa
Mercancía no solicitada/pedido repetido	El destinatario manifiesta no haber solicitado el envío o dicho envío se encuentra repetido
Solicitar cita previa	Se debe solicitar cita con anterioridad para lograr realizar la entrega
Faltan documentos para entrega	El cliente destinatario se niega a recibir el envío por no contar con toda la documentación exigida
Documentos vencidos para entrega	El destinatario no recibe el envío ya que los documentos adjuntos se encuentran vencidos
Se negó a recibir	En la dirección registrada en la guía no reciben el envío.
Cerrado segunda vez	En la dirección registrada en la guía no atienden al colaborador de Servientrega por segunda vez

Fuente. Servientrega S.A.

Averiado (Empaque y/o contenido): Los envíos con estas características se deben aislar en la bodega de Coss Docking por medio de mallas, de los demás para no causarles daños, donde se realicen tomas fotográficas de la avería con su respectivo reporte en el sistema de información por parte del supervisor o auxiliar administrativo del proceso realizando un inventario del envío en presencia del proceso de seguridad y dejando consignado el resultado en un acta, la cual debe almacenarse para efectos de reclamación. El colaborador que detecte la avería debe informar inmediatamente al supervisor Cross Docking y este a su vez debe informar vía correo electrónico la novedad presentada a los procesos de servicio al cliente, seguridad y compensaciones donde hay que tener en cuenta que en los casos que existan envíos que requieran reencintarse y reempacarse debido al mal empaque entregado por los clientes, el proceso logístico realizara esta labor para preservar su contenido y prevenir el deterioro o daño a otros envíos y colaboradores⁴.

Retenido por entidades del gobierno: El supervisor logístico o auxiliar administrativo del proceso de Cross Docking debe reportar en el sistema de información IDO, la novedad de la retención por cada envío retenido, se debe identificar la entidad que realiza dicha retención, esta novedad debe reportarse al proceso logístico de la regional origen, al proceso de seguridad logística e infraestructura, servicio al cliente y compensaciones de forma inmediata, donde se

⁴ GARCIA, FORRERO. MARIO, ENRIQUE. Instructivo para el tratamiento de novedades de los envíos. Bogota: Servientrega.2010.p.5

informe al cliente remitente, sin embargo el cliente propietario del envío debe tramitar ante las entidades respectivas la entrega del mismo.

Demoras en la entrega por causas externas: Las demoras en las entregas debido a causas ajenas a Servientrega quedaran registrada en el sistema de información (Worhouse management system “Sistema de información logístico” y Transport management system “GPS – PDA Control Vehicular”), y en la trazabilidad de los envíos, sin embargo en los casos que el cliente corporativo tenga asignado exclusivamente un asesor de servicio al cliente, este debe reportar la novedad al cliente.

Sobrantes: Un envío se considera como sobrante cuando este es ingresado en el sistema pero no se ha registrado en la transmisión de la ciudad origen (Manifiestos de carga), para el tratamiento a esta novedad el auxiliar administrativo de logística debe realizar el registro en el sistema mediante el reporte en el IDO e informar a la regional origen para que esta realice un refuerzo en los procedimientos de Cross Docking y aseguramiento del proceso.

Mal entregados: Todo envío mal entregado en el proceso de distribución debe ser reportado en el sistema de información y debe ser recuperado por parte del Courier o auxiliar de camioneta, en caso de no lograr la recuperación se debe reportar la novedad al proceso de seguridad, servicio al cliente y compensaciones.

Faltantes: Un envío se considera como faltante cuando es transmitido desde la regional origen y luego de recibir toda la mercancía en la regional destino no se encuentra dentro del operativo físicamente, para el tratamiento de esta novedad el supervisor de logística debe agotar todos los métodos de búsqueda física tanto en origen como en destino antes de reportar la novedad en el IDO (Informe Diario de Operaciones), sin embargo en los casos en que el envío no sea recuperado se debe informar a los procesos de atención al cliente, seguros y compensaciones para proceder a reportarlo al cliente y a seguridad para la investigación correspondiente.

Mal Remitidos en Procesamiento/mal Zonificados: Se considera un envío mal zonificado cuando la información registrada en la guía en el campo de dirección destinatario no corresponde a los límites especificados para la zona de distribución a la cual fue asignado, para el tratamiento de esta novedad el auxiliar logístico Cross Docking, debe realizar un retiro en el sistema si este se encuentra asignado teniendo en cuenta en que el manifiesto de carga aun no haya sido cerrado o una reversión de zona cuando se esté despachando el envío frente al muelle y el manifiesto se encuentra cerrado luego de esta operación.

Trocados: Todo envío debe identificarse con un número de guía y un rotulo que indique la ciudad origen y destino, donde se considera como trocado un envío cuando

en el proceso se identifica que tanto el rotulo como la guía son diferentes a la información del remitente y/o destinatario; cuando se presentan este tipo de novedades se debe ubicar con prontitud la guía correspondiente al envío correcto, en caso contrario, se debe asignar al envío una guía de reemplazo y anular la guía original, para poder realizar el tratamiento de esta novedad debe tenerse en cuenta el siguiente procedimiento:

- a. Aislar el envío por la causal que corresponde.
- b. Trasladar el envío al área de confirmaciones.
- c. Consultar los números de guías (Contratos de transporte de carga) anteriores y posteriores para identificar novedades con los mismos y establecer el numero con el cual se troco el envío.
- d. Establecer comunicación con el cliente remitente para validar el contenido y pertinencia del envío, así como el destino y la guía correcta.
- e. Si es identificado el número de la guía real con el cual estaba amparado el envío debe proceder a elaborar una guía de reemplazo con los mismos datos (Origen – Destino) de la guía original.

Sin manifestar: Los envíos que sean detectados sin manifestar deben tener el siguiente tratamiento por parte del proceso logístico de destino:

- a. Ubicar la ciudad origen del envío.
- b. Identificar la regional que lo remite.
- c. Manifestarlos en el sistema de información.
- d. Reportar la novedad a la regional que remitió el envío.
- e. Remitir los envíos a la ciudad correcta.

Perdidas y Saqueos: Toda perdida a saqueo debe ser reportada en el sistema de información por parte del supervisor o auxiliar administrativo del proceso logístico, Este debe informar la novedad inmediatamente vía correo electrónico al Facilitador logístico regional, servicio al cliente de la regional origen y destino, seguridad logística e infraestructura y compensaciones, no obstante para siniestros externos e internos se debe colocar el denuncia correspondiente informando la situación a los procesos contemplados dentro del Centro de Control Multidimensional.

Malas Capturas de Información: El facilitador y supervisor Logístico deben asegurar la correcta captura de pesos y medidas de los envíos por parte de los auxiliares Cross Docking PM, para esto deben establecer medidas preventivas y de capacitación sobre los procedimientos establecidos donde se determinen mesas de trabajo periódicas con el proceso de facturación para validar las malas capturas de pesos y medidas donde se determinen estrategias que conlleven a la eliminación de las causas que las originan.

12. La guía utilizada para logística inversa debe estar previamente identificada con el fin de garantizar el seguimiento y la facturación. Las guías que amparan los envíos de Logística Inversa (Virtual o Física), tendrán una marca de agua o un sello con el texto “Logística Inversa”, las guías (Contratos de transporte de carga) crédito impresas en papel Bond (Con asignación de rangos virtuales), que amparan los envíos de esta solución logística se identificarán de la siguiente forma:

SERVIENTREGA S.A. NIT. 909.912.399-3 PRINCIPAL
BOGOTÁ D.C. COLOMBIA AV 6 No. 34A-11. LINEA
SERVICIO AL CLIENTE 778296. www.servientrega.com

FECHA DEL ENVÍO: 08/06/2011 **HORA:** 10:34

GUA CREDITO No. 34525623452

TERRESTRE 40 MEDELLIN **Num. NORMAL** **Crédito**
 MODO TRANSPORTE CIDAD DESTINO TIPO DE ENTREGA FORMA DE PAGO

Remitente: Nombre: Diana Catalina Torres Gaitan Dirección: CARRERA 37 A 12 41 SUR País Origen: COLOMBIA Ciudad Origen: BOGOTÁ Teléfono: 8966942 PESO FISICO: 13 14 15 SUBPRODUCTO: LOGÍSTICA DE INVERSA CAJAS: 1 (1/1) CONTENIDO:

Destinatario: Nombre: AVON COLOMBIA LTDA. Dirección: CLL 14 # 52A - 272 País Destino: COLOMBIA Ciudad Destino: MEDELLIN Teléfono: 900041914 No BOLSA VALORES: No SOBRE PORTE: VALOR DECLARADO: 5000 No FACTURA:

VALOR FLETE \$ VALOR SOBREFLETE \$ VALOR OTROS \$ VALOR OTROS 2 \$ DONACIÓN \$ VALOR TOTAL \$

NOMBRE Y SELLO REMITENTE OBSERVACIONES PARA LA ENTREGA RECIBI CONFORMIDAD OBSERVACIONES EN LA ENTREGA

LOS DATOS QUE SE DAN EN ESTE DOCUMENTO SON ÚNICAMENTE PARA USO DE LA LOGÍSTICA INVERSA Y NO DEBEN SER UTILIZADOS PARA OTROS FINES. SERVICIO AL CLIENTE 778296.

Figura 5-1 Contrato de transporte logística inversa. Fuente: Servientrega S.A.

13. Es responsabilidad del líder del canal comercial corporativo de la regional informar en los respectivos comités de ventas la vinculación de los clientes y los prospectos a trabajar a la solución de logística inversa, esto se realizara mínimo 15 días hábiles antes de iniciar operaciones con el cliente, donde el facilitador comercial garantizara que en la propuesta comercial queden establecidos los requerimientos propios del cliente que difieran con lo establecido en el presente Manual Metodológico, y del mismo modo se debe coordinar con capacitación y Desarrollo para la divulgación del presente Manual Procedimental a seguir con el cliente mínimo 5 días hábiles antes de empezar la operación.
14. En aquellos casos en que se deba realizar actividades específicas o niveles de servicio diferenciados con el cliente, se realizara una política de servicio en donde se definirá la modalidad de logística inversa (A, B, C, D y F) que se va a utilizar y de esta manera identificar las operaciones a realizar acorde con lo establecido en el presente manual y la política de servicio.
15. Los envíos movilizados mediante logística inversa deben cumplir con las características físicas de Mercancía premier; Cuando el cliente requiera el producto sobreporte o cajaporte que son servicios contemplados dentro de la logística inversa se debe cumplir con los siguiente parámetros⁵:
 - El sobreporte y el cajaporte deben ser utilizados exclusivamente para el manejo de documentos y muestras de acuerdo a la capacidad del sobre y la caja en ningún caso puede superar 1kg de peso.

⁵ TORREZ, GAITAN. DIANA, CATALINA. Directriz logística inversa. Bogota: Servientrega,2011.p.4

- El sobreporte y cajaporte deben ser utilizados exclusivamente para envíos que requieran Logística de Inversa (La ciudad destino debe ser igual a la ciudad origen), por lo cual en todos los casos deben contener la guía de retorno.
- El sobreporte será manejado logísticamente como un envío tipo documento y el cajaporte será manejado logísticamente como mercancía.
- El sobreporte y el cajaporte como producto de empaque tendrá una tarifa incluido IVA por unidad, dicho valor será ajustado según los incrementos que establezca el proveedor lo cual genera si excepción factura de empaque y embalaje por este concepto, cada vez que se realice un suministro de este material o previa negociación con el cliente.
- El sobreporte y el cajaporte deben ser utilizados exclusivamente para envíos que requieran logística de inversa por lo cual en todos los casos deben contener la guía de retorno, sin embargo el sobreporte debe cumplir con las siguientes especificaciones:

Tamaño estándar (carta: 29 x 18,5 cm) y tamaño Grande (Extra Oficio: 35.5 x 28 cm)⁶.

Debe contener dos bolsillos, uno para guardar los contratos de transporte de carga(en los cuales se inserten las guías (Contratos de transporte de carga) que viajan junto con el envío, estos bolsillos deben estar identificados con las palabras “GUIA DE SALIDA” y “GUIA DE RETORNO”) que ampara la mercancía que se han de entregar al destinatario, y otro para guardar los documentos que este último debe retornar al cliente, estos bolsillos deben estar sellados, de manera que no se salgan los documentos allí guardados.

Debe estar hecho de un material resistente que garantice la integridad de los documentos allí guardados, no obstante cuando el sobreporte se utilice para la solución de valores o entrega personalizada y haya que devolver algún documento, el sobreporte y su instructivo viajaran dentro de la bolsa de seguridad de valores, indicando en la casilla del instructivo para el cliente que dentro del sobre hay un instructivo adicional el cual debe ser cumplido al 100%.

- El cajaporte debe cumplir con las siguientes especificaciones:

Cajas de cartón microcorrugado identificada corporativa de servientrega.

Dimensiones: de alto 5 cm, largo 15 cm y 22 cm de ancho.

Debe contener una pestaña de entrega y otra de retorno perforado y con cinta adhesiva.

⁶ RODRIGUEZ. CARLOS, ARLEY. Directriz para la administración del cajaporte y sobreporte. Bogotá: Servientrega,2010.p.2

Debe estar identificado con un número consecutivo y con el logotipo de la organización.

Debe tener dos bolsillos exteriores en los cuales se inserten las guías que viajan junto con el envío, estos bolsillos deben estar identificados con las palabras “GUIA DE SALIDA” y “GUIA DE RETORNO”

En la parte inferior de la caja deberá contener las siguientes instrucciones de manejo:

Tabla 5-7 Instructivo de entrega y retorno⁷

INSTRUCTIVO DE LA ENTREGA	INSTRUCTIVO DEL RETORNO
1. Abra la caja separando por la pestaña (entrega). 2. Verificar el contenido, y si hay documentación diligenciarla. 3. Hacer firmar la guía de entrega. 4. Hacer diligenciar la guía de retorno. 5. En caso que haya un instructivo adicional se debe informar al cliente.	1. Diligencie los campos libres de la guía de retorno que se encuentra en el interior de la caja. 2. Ingrese el material a retornar. 3. Desprenda la cinta adhesiva de la pestaña retorno y cierra la caja.

Fuente. Servientrega S.A.

El campo de observaciones se deberá escribir los comentarios respectivos e identificar quien realiza los mismos. Esta identificación debe aclarar cuál es la persona que envía las observaciones, si es el remitente o destinatario.

Los envíos sobreporte/ cajaporte deben pertenecer a un mismo cliente el cual debe tener el mismo número de identificación tributaria (NIT).

- Generación y suministros de guías (Contratos de transporte de carga), sobreportes y cajaportes:** El suministro de guías (Contratos de transporte de carga) y material de empaque se debe realizar de acuerdo en lo contemplado en las directrices de la compañía, donde se establece que es responsabilidad del proceso de almacenamiento e inventarios el suministro y control de material de sobreporte y cajaporte. Ninguna solicitud de sobreporte y cajaporte debe ser atendida si no se cuenta con la carta de autorización del cliente donde solicite la cantidad de sobreportes o cajaportes, código a facturar, dirección, teléfono de contacto donde se debe realizar la entrega de suministros.

Durante los procesos de consulta en los sistemas de información la guía de envío y de retorno deben encontrarse relacionadas con el fin de facilitar su consulta al cliente externo, a los asesores de servicio al cliente y al proceso logístico.

⁷ RODRIGUEZ. CARLOS, ARLEY. Directriz para la administración del cajaporte y sobreporte. Bogotá: Servientrega,2010.p.3

- **Ventas en el canal retail:** El procedimiento para la venta de la solución debe registrarse de acuerdo a la normatividad descrita en la directriz de canales de comercialización donde la guía que ampara los documentos que retornan la cliente deben tener cerrados los campos de origen y destino, en ningún caso el destino final del envío puede ser diferente al origen del envío teniendo en cuenta que es responsabilidad del colaborador del centro de soluciones ofertar para los casos en que se requiera el sobreporte o cajaporte contribuyendo de esta manera al cumplimiento presupuestal en materia de ventas donde se debe informar al cliente externo las características y beneficios del producto, es importante que el administrador del punto registre todos los datos solicitados por el aplicativo y confirmar con el cliente externo, el tipo de empaque que va a retornar (sobreporte o cajaporte). De acuerdo al tipo de envío se presentan los siguientes empaques:

Tabla 5-8 Tipo de empaque sobreporte y cajaporte

Tipo de Producto	Material
Documento Unitario	Sobreporte
Mercancía Premier	Sobreporte o Cajaporte
Mercancía Industrial	Sobreporte o Cajaporte

Fuente: Servientrega S.A.

Es responsabilidad del colaborador del centro de soluciones verificar que el aplicativo asigne e imprima las dos guías (Contratos de transporte de carga) con las cuales se moviliza el envío, en caso de que se presente una novedad con la asignación o impresión, se debe anular la venta y realizar el procedimiento nuevamente.

La tarifa del envío a cobrar al cliente retail y el cual es suministrado por el aplicativo, previo ingreso de la información, incluye el costo del material de cajaporte y sobreporte. Bajo ningún motivo un colaborador del centro de soluciones debe generar cobro adicional por la utilización del material con el cual viaja el envío.

Cross Docking: Es responsabilidad del auxiliar logístico ingresar al aplicativo el producto respectivo y verificar que el mismo tenga asociado un sobreporte o un cajaporte, en caso de tenerlo debe habilitar un check en el aplicativo que indica que se retorna un sobreporte o cajaporte, una vez registrado el producto el aplicativo solicita el número de guía con el cual va a retornar, y el auxiliar logístico debe registrar el código de la guía que aparece en el empaque “GUIA DE RETORNO”, no obstante para el ingreso de zona se debe registrar en sistema de información logístico el tipo de producto junto con el material (Soporte o cajaporte), así⁸:

⁸ RODRIGUEZ. CARLOS, ARLEY. Directriz para la administración del cajaporte y sobreporte. Bogotá: Servientrega,2010.p.4

Tabla 5-9 Tipo de producto y material sobreporte - cajaporte

Tipo de Producto	Material
Documento	Sobreporte
Mercancía Premier	Cajaporte
Mercancía Industrial	Sobreporte

Fuente: Servientrega S.A.

Es responsabilidad del facilitador regional logístico asegurar que durante la generación del manifiesto de salida a zona se verifique el sobreporte y cajaporte y contenga la guía de retorno, se debe tener claro que este debe asegurar que en el ingreso de zona de distribución el Courier o auxiliar de camioneta reporten la entrega así como la guía del sobreporte/cajaporte con la que retorna el envío.

Entrega: Se debe tener en cuenta las siguientes instrucciones para la entrega del sobreporte; Retirar la pestaña para abrir el sobre, verificar la información de retorno esta diligenciada por el destinatario (que a partir de ese momento se convierte en remitente), revisar que el nuevo remitente entregue los documentos correctos, solicitar al nuevo remitente escribir sus nombres o apellidos o la razón social, de manera clara y legible en la guía de retorno.

Aquellos colaboradores que cuenten con el dispositivo de Datamovil, deben registrar por este dispositivo de comunicación la entrega inmediata del envío y asociar el número de guía con la cual retorna el envío (Sobreporte o cajaporte), donde el facilitador logístico debe asegurar que se realice el ingreso de zona urbana a la guía de retorno.

Novedades: Para aquellos en los cuales el auxiliar logístico ingrese la guía de retorno como entrada de zona y esta continúe con el flujo normal del proceso logístico, el supervisor de logística que detecte la novedad, debe realizar el cambio respectivo en el sistema, intercambiando los movimientos logísticos generados para las guías (Contratos de transporte de carga) con las cuales se moviliza el envío.

Aquellos envíos que en el sistema tienen movimiento logístico “Reportado Entregado”, no pueden ser modificados o ajustados.

Para los casos en los cuales se extravié una guía del sobreporte/ cajaporte, el facilitador regional logístico debe asegurar que se realice la guía de reemplazo correspondiente, la cual debe contener el mismo origen y destino descritos por el cliente remitente. Asegurando que se mantenga la asociación con la otra guía según sea el caso.

El facilitador de logística debe generar los informes semanales de los sobreportes y cajaportes faltantes, para enviarlos a la ciudad responsable y solicitar el tratamiento efectivo de los mismos.

El supervisor regional logístico debe recibir los sobreportes y cajaportes y remitirlos hacia el cliente por medio de la logística inversa correspondiente.

No se debe retirar la guía en ninguna etapa del proceso logístico.

Los responsables del procesamiento de envíos no deben retirar las guías (Contratos de transporte de carga) de los sobreportes y cajaportes.

Cuando por algún motivo se pierda un sobreporte o cajaporte, el courier, auxiliar de camioneta o personal responsable, debe presentar de manera inmediata un denuncia de la pérdida del mismo, de la guía o la prueba de entrega, así como los documentos allí contenidos.

Cuando no sea posible entregar los envíos al destinatario, se debe informar de manera inmediata esta novedad al cliente remitente, solicitándole que autorice la respectiva devolución, si este autoriza la devolución y solicita cambio de dirección en la misma ciudad de destino, se debe hacer la respectiva entrega sin volver a cobrar el valor de transporte de dicho envío, sin embargo si el cliente autoriza dicha devolución y solicita cambio de dirección en una ciudad diferente al destino original, se debe hacer el respectivo procesamiento y distribución, cobrando el valor de transporte de los envíos. Pero si este no autoriza la devolución de sus envíos, se le debe ofrecer el servicio de almacenamiento, contactándolo con un facilitador comercial de logística.

Esquema de liquidación para el canal Retail: El envío de ida debe ser liquidado de acuerdo al tipo de producto que el cliente tome al momento de la venta donde el esquema de liquidación para la solución de sobreporte y cajaporte en el canal de comercialización contado se debe aplicar de la siguiente forma para este tipo de solución (Únicamente para el retorno del envío): Determinar el tipo de empaque que va a retornar, establecer el tipo de trayecto el cual tiene como origen y destino el envío, Determinar la tarifa mínima para el tipo de trayecto en el producto (Para sobreporte – Documentos y para cajaporte – mercancía premier), Realizar la sumatoria del material utilizado por el cliente (sobreporte y cajaporte), Aplicar el porcentaje de descuento definido para el producto, el flete a cobrar es el valor generado teniendo en cuenta que la tarifa generada por el sistema debe cobrarse en la guía de retorno.

16. Los envíos movilizados dentro de la logística Inversa, se clasifican de la siguiente manera:

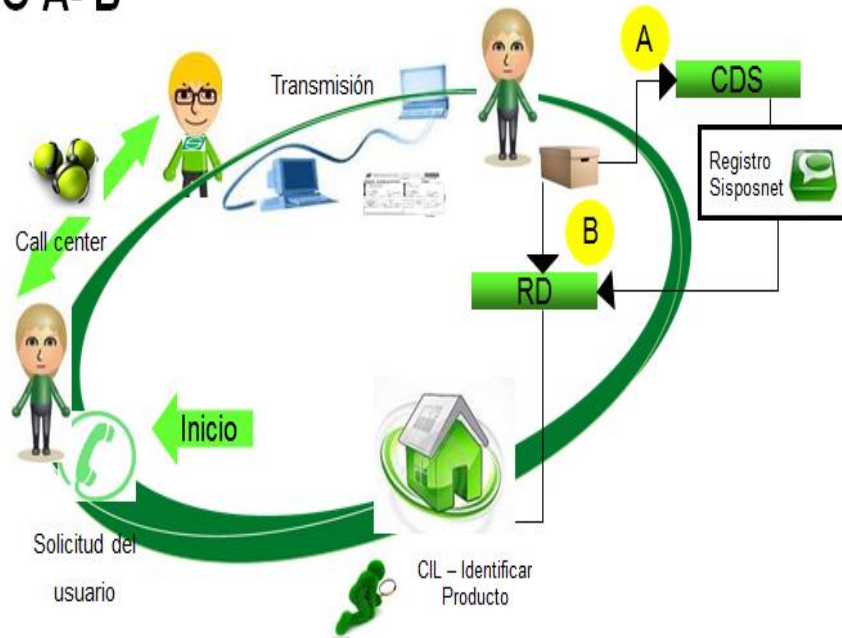
Tabla 5-10 Clasificación de movilizados por medio de la solución logística inversa

Clasificación	Nombre	Documento	Características de impresión	Puntos de recepción	Tiempos de respuesta
A	Virtual en CDS Retail	Guia virtual	Impresión descentralizada en el cliente trascendental	centro de soluciones	Envío de guía virtual de manera inmediata Recoleccion: CDS Retail. Distribucion: De acuerdo con los tiempos estipulados en la matriz de mercia premier indicada en la red operativa.
B	Virtual con recoleccion	Guia virtual	Impresión descentralizada en el cliente trascendental	recoleccion a domicilio	Envío de guía virtual de manera inmediata Si la solicitud se realiza antes de las 3pm se realiza el mismo día la recoleccion. Distribucion: De acuerdo con los tiempos estipulados en la matriz de mercia premier indicada en la red operativa.
C	Virtual en regionales	Guia virtual	Impresión descentralizada en el centro logístico y programación de recoleccion.	recoleccion a domicilio	Envío de guía virtual de manera inmediata Recoleccion: Si la solicitud se realiza antes de las 3pm se realiza el mismo día la recoleccion. Distribucion: De acuerdo con los tiempos estipulados en la matriz de mercia premier indicada en la red operativa + 24 horas.
D	Fisica en CDS Retail	Guia Fisica	Impresión descentralizada en el cliente o CSIC	Centro de soluciones	Guia Presente en el envío Recoleccion: CDS Retail. Distribucion: De acuerdo con los tiempos estipulados en la matriz de mercia premier indicada en la red operativa.
E	Fisica con recoleccion	Guia Fisica	Impresión descentralizada en el cliente o CSIC	recoleccion a domicilio	Guia presente en el envío Recoleccion: Si la solicitud se realiza antes de las 3 pm se realiza el mismo día la recoleccion. Distribucion: De acuerdo con los tiempos estipulados en la matriz de mercia premier indicada en la red operativa
F	Virtual o preimpresa en CDS directos *De acuerdo a la politica de servicio definida con el cliente	Guia preimpresa en el CDS	Impresión descentralizada en CDS directos	CDS directos autorizados	Guia Presente en el envío Recoleccion: De acuerdo a las politicas de servicio establecidas con el cliente en el capitulo de devolucion. Distribucion: De acuerdo con los tiempos estipulados en la matriz de mercia premier indicada en la red operativa.

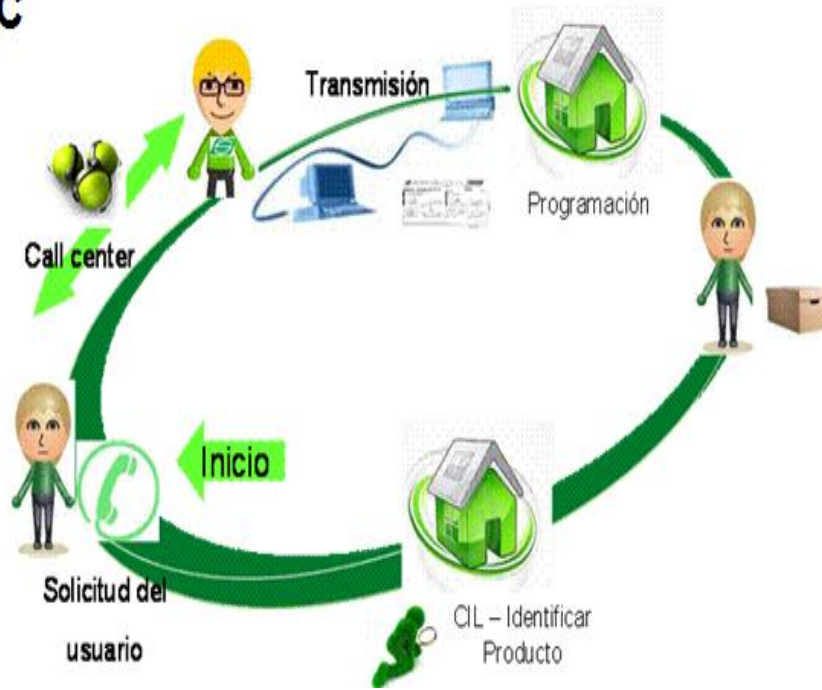
Fuente. Servientrega S.A.

17. Para cada clasificación (A,B,C,D,E y F), los envíos de logística inversa contarán con un único número de guía, el cual permitirá realizar la trazabilidad del mismo, sin embargo para mayor claridad en cuanto a esta clasificación interna a nivel compañía se retroalimenta la cadena de valor de cada una de las clasificaciones para esta solución:

TIPO A- B



TIPO C



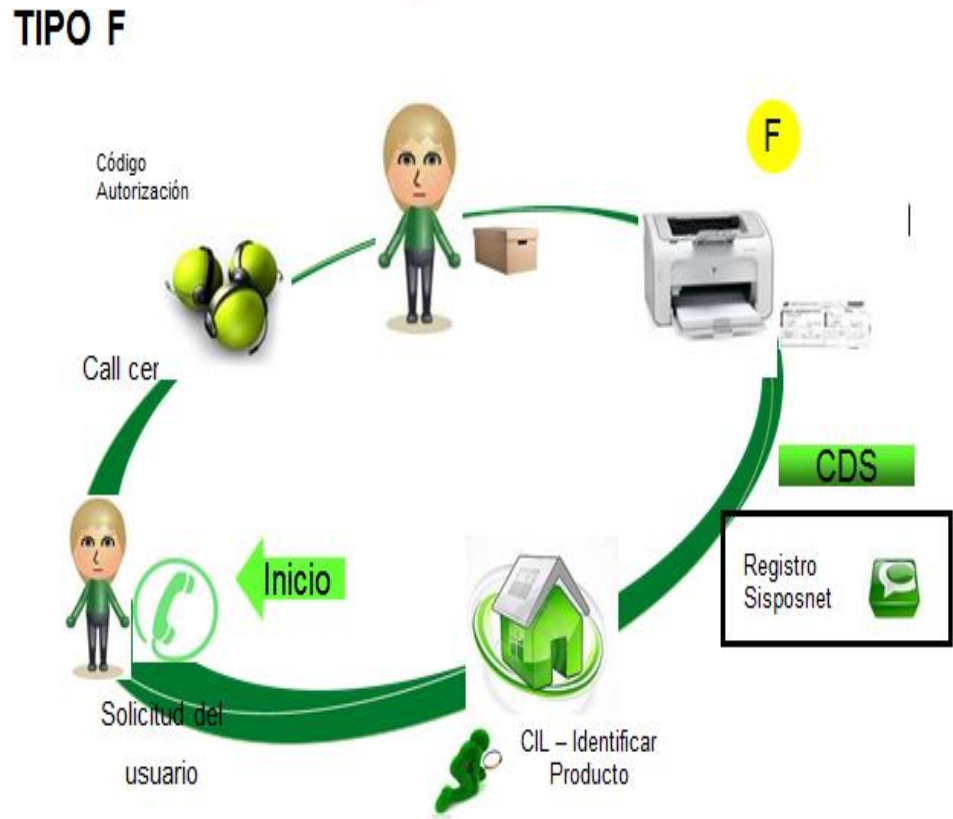
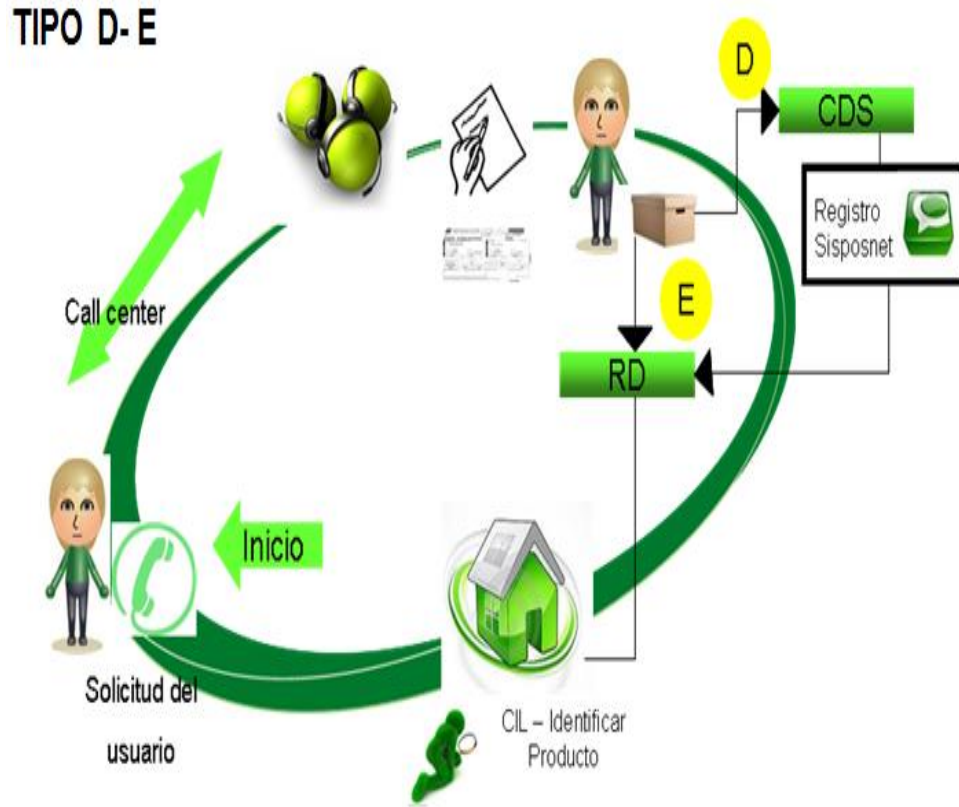


Figura 5-2 Cadena de valor logística inversa de acuerdo a clasificación. Fuente: El Autor.

18. Los envíos que por su contenido y/o valor declarado se manejan dentro de la logística inversa que tengan tratamiento de seguridad especial, se deberá proceder de acuerdo a lo estipulado en las políticas de recolección de envíos propio de la compañía.
19. El facilitador comercial debe garantizar que el cliente reciba de su cliente trascendental o consumidor final la información necesaria con el fin de establecer el modelo de recolección diseñado para esta solución (Clasificación A, B, C, D y F). Se establecerá con el cliente dependiendo de la clasificación anterior de logística inversa, los cortes en los cuales se entregara la información correspondiente a sus clientes transcendentales o consumidores finales.
20. Es responsabilidad del cliente informar a sus clientes transcendentales los procedimientos logísticos establecidos (Clasificación A, B, C, D, E y F) que contempla logística inversa. Adicionalmente es responsabilidad del cliente informarle al cliente trascendental los siguientes aspectos:
 - Matriz de destino
 - Centro de soluciones autorizados
 - Tiempo de respuesta
 - Consideraciones de empaque (En empaque original o en el empaque adecuado para la movilización del envío)
 - Documentos adjuntos requeridos en la recolección. (Copia de la factura de compra u otro documento que el cliente requiera que se le adjunte al envío). Estos documentos se embolsaran con la guía.
21. En los casos donde los envíos no cuenten con el empaque original o se evidencie que por deterioro del empaque se afecte el contenido, se ofrecerá al cliente trascendental el servicio de empaque y embalaje el cual se podrá realizar en el centro de soluciones retail o en los centros logísticos de acuerdo al modelo de recolección y de acuerdo al “Manual de empaque y embalaje de envíos ” el cual establece que:

Será responsabilidad de los procesos de Ventas, Canales de Comercialización, Servicio al Cliente en coordinación con talento humano, asegurar que todo Facilitador Comercial de Logística, Colaborador de Punto de Servicio, Colaborador in-company y Asesor de Servicio al Cliente, esté debidamente capacitado para ofertar el Portafolio de Productos y Servicios de Servientrega S.A.

Será responsabilidad de los Líderes de los procesos de Mercadeo y Ventas, Logística en colaboración con talento humano, asegurar que los Colaboradores que realicen recepción de los envíos, bien sea Conductores, Auxiliares Logísticos de Recolección y Distribución, Colaboradores de Puntos de Servicio y Colaboradores In-company, estén capacitados de tal manera que puedan establecer los criterios de empaque y embalaje para los envíos.

El servicio de Empaque y embalaje se venderá independientemente de si el envío se moviliza o no, para todos los efectos, la movilización de envíos se realizará teniendo en

cuenta las prohibiciones establecidas para el transporte de los envíos, las cuales se relacionan en la Directriz para la Recolección de Envíos.

La comercialización del servicio de empaque y embalaje se realizará mediante el canal crédito a través de la fuerza de ventas e in-company a nivel nacional y mediante el Canal Contado a través de los Puntos de Servicio Directo e Indirecto.

No se prestará el servicio de desarme de artículos para su transporte, las dimensiones y peso máximo para prestar el servicio de empaque y embalaje a un envío son las que se describen en la directriz para la Recolección de envíos interna en la compañía. Cada envío debe estar empacado de forma separada utilizando material de empaque y embalaje que esté en perfectas condiciones, sin utilizar cajas unidas (líos) y sin exceder el peso real máximo de la caja.

Si un envío posee un mismo destinatario y está conformado por varios artículos o piezas y las características físicas (peso, tamaño y forma) de las mismas lo permiten, deben ser empacadas como una unidad en un mismo empaque y utilizando una sola guía (Remesa Terrestre de Carga).

El envío debe tener una sola etiqueta en su parte exterior con los datos del remitente y destinatario, adicionalmente debe colocarse un duplicado de la etiqueta en el interior del empaque técnico si presenta embalaje en guacal. Los envíos deberán estar marcados con rótulos o etiquetas que describan su forma de manipulación.

Si el envío supera los 50kg de peso real, el guacal deberá tener en su parte inferior una estiba en madera (guacal pesado) para facilitar su transporte y manipulación.

La venta del Servicio de empaque y embalaje a nivel nacional, a través de Puntos de Servicio ya sea directos o indirectos y/o franquicias se realizará siempre y cuando la ciudad cuente con la presencia física de Empaque y embalaje.

Será responsabilidad de los colaboradores de empaque y embalaje controlar el consumo y costo de los materiales utilizados tanto en prestación del servicio como en venta, utilizando los formatos destinados para tal fin.

Todo aparato electrónico o digital de pequeño volumen con aristas inferiores a 10 cms, deberá ser empacado de la siguiente manera: Si el envío se encuentra en su empaque original, se debe introducir en una Bolsa de seguridad, Si el envío se encuentra sin empaque deberá utilizarse bolsa de Polietileno Burbuja o Caja mini y Bolsa de seguridad, Todo artículo que por su características de alto costo o deficiencia en su empaque original, requerirá de un refuerzo en madera (guacal), se liquidará a la tarifa del empaque técnico vigente.

La venta de material de empaque y embalaje a los puntos de Servicio se realizará a nivel nacional, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 5-11 Matriz de venta empaque y embalaje⁹

PUNTO DE SERVICIO	ABASTECIMIENTO	MATERIAL QUE SE PROVEE	COMPROBANTE DE VENTA UTILIZADO
DIRECTO	Mensual, según orden de pedido, y calendario establecido para solicitudes y despachos	Cajas Rótulos Sobres Bolsas	Remisión de pedido
INDIRECTO Y/O FRANQUICIA	Se venden materiales a solicitud del contratista.	Cajas Rótulos Sobres Bolsas Zuncho y Grapas Plásticas.	Factura Servientrega

Fuente. Servientrega S.A.

Las unidades a transportar en los contenedores retornables no deben sobrepasar el límite de carga de los contenedores para así evitar daños entre los mismos.

Las piezas en vidrio (panorámicos) deben estar anclados y asegurados al empaque original con soportes en caucho, polietileno o cartón, esto con el fin que el vidrio esté separado de las caras laterales del empaque.

El envío debe presentar rótulos que indiquen la posición correcta para el transporte y manipulación del mismo, también deben indicar el tipo y las características del envío, es decir; vidrio, frágil y delicado.

Los contenedores y laterales retornables serán utilizados como protección externa (embalaje) a envíos en su empaque original cuyas características puedan verse afectadas en el desarrollo del proceso de distribución, con el objeto de garantizar la integridad de los envíos.

⁹ CARDENAS. EDWIN, A. Manual de empaque y embalaje. Bogotá: Servientrega,2006.p.5

Es responsabilidad del supervisor y auxiliares de bodega, identificar si los envíos, se encuentren en su empaque original y además requieren de estos embalajes modulares, para posteriormente consolidarlos dentro del contenedor, guacal o reforzarlos con los laterales.

Es responsabilidad del personal administrativo in-company, establecer, mantener y controlar la cantidad óptima de sistemas modulares a tener en inventario.

Es responsabilidad del Facilitador Logístico de regional retornar los sistemas modulares desarmados o con carga al Centro Logístico para que este a su vez se encargue de hacer la respectiva entrega al origen, con el fin de que éstos puedan ser reutilizados.

CRITERIOS PARA DETERMINAR EL EMPAQUE Y EMBALAJE DE UN ENVÍO: Será responsabilidad de los colaboradores que reciben los envíos, verificar si estos requieren empaque y/o embalaje adicional, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 5-12 Criterios de empaque de la mercancía¹⁰

CRITERIO	Empaque		Guacal Pesado
	Técnico	Guacal Liviano	
Los artículos no son frágiles pero requieren protección contra rayones, fricción.	√		
Elementos de desplazamiento como bicicletas y Material Promocional que no tengan partes en acrílico, vidrio u otros materiales que pueden llegar a sufrir daño en el transporte o en cualquier momento de la manipulación en general.	√		
Su configuración formal puede ocasionar daños a los demás envíos en el transporte.		√	
Autopartes, Maquinaria Pesada que no superan los 50kg en peso real.		√	
Los envíos que NO esté en su empaque original de fábrica y que su valor declarado exceda 2 SMMLV, se realizará refuerzo en madera y se liquidara a tarifa de Empaque Técnico.	√		

¹⁰ CARDENAS. EDWIN, A. Manual de empaque y embalaje. Bogotá: Servientrega,2006.p.6

CRITERIO	Empaque Técnico	Guacal Liviano	Guacal Pesado
Equipos de Cómputo y Telecomunicaciones, Electrodomésticos, Cristalería y Cerámicos.		√	
Envíos cuyo peso real supere los 50kg.			√
Autopartes, Maquina pesada y Elementos de desplazamiento tales como Motos o Carts, cuyo peso real supere los 50kg.			√
Los envíos amorfos no se prestan para apilar y pueden llegar a sufrir u ocasionar daños a otros envíos, que no superen los 50kg.		√	
Los artículos de naturaleza frágil que por sus características requieren de un empaque resistente que soporte la vibración, el apilamiento y que no supere los 50kg.		√	

Fuente. Servientrega S.A

Si el envío ya está empacado y embalado al momento de ser recepcionado, será responsabilidad del Colaborador que recibe, verificar si éste cumple con las especificaciones descritas haciendo uso de la siguiente lista de ítems:

Tabla 5-13 Verificación de especificaciones de empaque a cliente¹¹

ITEMS
El empaque y embalaje brinda una adecuada protección interna.
El empaque y embalaje brinda una adecuada protección externa.
El material de empaque se encuentra en buenas condiciones no está roto o deteriorado (Protege de golpes, presiones, fricciones, condiciones del ambiente).
El embalaje permite al envío soportar determinado apilamiento.

¹¹ CARDENAS. EDWIN, A. Manual de empaque y embalaje. Bogotá: Servientrega,2006.p.7

ITEMS
El embalaje facilita la manipulación del envío.
El embalaje incluye indicaciones que facilitan la manipulación y cuidado del envío tales como Este lado arriba, Frágil, algún tipo de prohibición e indica el contenido del envío.
Se encuentra debidamente sellado.
El empaque y embalaje se ajusta al tamaño del envío garantizando su estabilidad, y así mismo permite mantener la posición correcta del envío.

Fuente. Elaboración propia

Si alguno de los ítems mencionados anteriormente no se cumple, el Colaborador del Punto de Servicio debe sugerir al cliente hacer uso de los servicios de Empaque y embalaje, solo en caso que el cliente de su aprobación, el envío podrá recibirse para ser movilizado.

Si un envío ya ha sido recibido y no se encuentra empacado convenientemente, se deberá prestar el servicio de empaque y embalaje (Reempaque) con el fin de no ocasionar daños ni perjuicios al cliente, adicionalmente será responsabilidad del proceso de empaque y embalaje controlar e informar las novedades presentadas a los procesos correspondientes para que se tomen las acciones correctivas que halla a lugar.

ELEMENTOS DE EMPAQUE SUGERIDOS: Para realizar el empaque de los envíos se deben utilizar materiales que se encuentren en buen estado y se ajusten al tipo de envío (Documentos, Mercancías Premier o Industrial) y a la naturaleza de la carga, éstos materiales pueden ser cajas de cartón corrugado, sobres de manila, sobre-portes, bolsas de seguridad, bolsas de polietileno burbuja, película stretch, ICOPOR (poliestireno expandido), zuncho, porta planos, esquineros de cartón, guacales elaborados en madera y otros según sea el caso. Si los materiales con los que se realiza el empaque y el embalaje de los envíos han sido utilizados anteriormente se deben retirar las etiquetas y otras marcas anteriores para evitar confusiones. Para proteger el envío internamente se debe utilizar material de relleno que impida el contacto entre la mercancía y las esquinas y laterales del contenedor (caja de cartón) y sirvan como amortiguadores en caso de eventuales golpes o caídas del envío, dichos materiales pueden ser: Polietileno Burbuja, ICOPOR (Poliestireno expandido), es importante tener en cuenta que este material por sus características físico-mecánicas tiende a deformarse después de un tiempo al soportar elementos pesados, Cartón Corrugado y divisiones en el mismo material, Esquineros en Cartón Multicapas, Película Stretch, Poliuretano, Papel picado o arrugado en abundancia

LIQUIDACIÓN SERVICIOS DE EMPAQUE Y EMBALAJE: El servicio de empaque y embalaje deberá liquidarse teniendo en cuenta las tarifas anuales vigentes. El servicio de empaque y embalaje debe ser liquidado por unidad, verificando el peso real y las medidas de cada envío. Para realizar la facturación, se requiere que el sistema efectúe la liquidación del valor del servicio de empaque y embalaje teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Para realizar la liquidación del servicio se debe tomar, el peso mayor entre el peso real, el peso mínimo (30kg) y el peso volumen del envío, este último resulta de la multiplicación de sus dimensiones expresadas en metros (Largo x Ancho x Alto) por el factor de conversión de 150kg / m.³ El peso para liquidar deberá multiplicarse por el valor correspondiente al tipo de empaque o embalaje requerido expresado en precio por kilogramo, así:

$$\begin{aligned} \text{Valor Servido EYE} & & (1) \\ &= [\max(P_{real}, P_{volumen}, P_{mínimo})] \\ &\cdot [\text{Tarifa según empaque y/o Embalaje requerido}] \end{aligned}$$

Todo artículo con peso real igual o superior a 50 kg Se debe liquidar como guacal pesado.

Todo envío que no esté en su empaque original de fábrica y que su valor declarado exceda 2 SMMLV, se realizará refuerzo en madera y se liquidara a tarifa de empaque técnico, donde será responsabilidad de empaque y embalaje del centro logístico capturar el consecutivo de control de servicios de empaque el cual debe incluir prefijo de la regional donde se prestó el servicio, código del cliente o punto de servicio, No. de guía, No. de factura (si es cliente contado), medidas (Largo x Ancho x Alto), peso báscula y tipo de empaque a realizar por cada envío.

Para controlar la liquidación del servicio, es necesario que la información capturada por empaque y embalaje en el Centro logístico, sea transmitida a Ingresos contado y facturación en donde también debe estar disponible el software para el control y la liquidación de este servicio.

Toda factura se debe liquidar sumando al precio del servicio de empaque y embalaje, el porcentaje de Impuesto de valor Agregado IVA vigente.

Será responsabilidad del proceso de facturación generar y enviar facturas al cliente que especifiquen el valor de cada artículo empacado, el formato de control de servicios de empaque generada por el proceso de empaque y embalaje logístico, teniendo en cuenta la periodicidad establecida en la negociación.

El esquema de liquidación se manejará por medio de un módulo en los aplicativos disponibles en el momento.

Según el reglamento de la Organización internacional del trabajo O.I.T, la carga máxima que un trabajador, de acuerdo a su aptitud física el máximo que podrá levantar es de 25 kg de carga compacta; para las mujeres será de 12.5 kilogramos de carga compacta.

Los descuentos aprobados se aplicaran liquidando antes de IVA, teniendo en cuenta la siguiente escala:

Tabla 5-14 Cuadro de liquidación empaque y embalaje

PARA VENTA DE MATERIAL DE EYE		
ESCALA	DESCUENTO	NIVEL DE APROBACIÓN
De 20 a 40 unidades	5%	Administrador P.S. Facilitador Log. Comercial.
De 41 a 60 unidades	10%	Facilitador de Canales, Facilitador Comercial.
De 61 a 100 unidades	15%	Facilitador Nal. de Canales, Facilitador Nal. De Ventas.
Mayor a 101 unidades	20%	Facilitador E&E.

PARA VENTA SERVICIOS DE EYE		
ESCALA	DESCUENTO	NIVEL DE APROBACIÓN
De 5 a 10 unidades	5%	Administrador P.S. Facilitador Log. Comercial.
De 11 a 20 unidades	10%	Facilitador de Canales, Facilitador Comercial.
De 21 a 40 unidades	15%	Facilitador Nal. de Canales, Facilitador Nal. De Ventas.
Mayor a 41 unidades	20%	Facilitador E&E.

Fuente. Elaboración propia.

El descuento para negociaciones especiales y licitaciones será máximo del 25% sobre las tarifas vigentes y se liquidará antes de IVA, con previa autorización del facilitador de E&E.

Los descuentos superiores a los antes mencionados deberán ser aprobados por el Dinamizador nacional de mercadeo y ventas con previo aval del Facilitador de E&E.

CADENA DE ABASTECIMIENTO: Incluye todas las actividades relacionadas con el flujo y transformación de bienes y productos. La gerencia de la cadena de abastecimiento gira alrededor de la integración eficiente de proveedores, fabricantes, distribuidores, y minoristas, y así, se consigue reducir los costos y al mismo tiempo se mejoran los niveles de servicio al cliente, cubriendo las siguientes áreas: red logística, almacenaje, inventario, compras, alianzas estratégicas, informática y de telecomunicaciones, como elementos claves en la toma de decisiones.

La cadena de abastecimiento, integra dichos procesos a los objetivos y a la estrategia corporativa, ahora es un sistema que permite aprovechar la sinergia en pro de disminuciones de costos y mayor eficiencia frente a los clientes, así como el adoptar estrategias manteniendo el equilibrio entre la capacidad de respuesta y los gastos.



Figura 5-3 Cadena de suministro de empaque y embalaje. Fuente: Servientrega



Los productos atraviesan tres trayectos geográficos distintos en el caso del Comercio Internacional: el país exportador, el tránsito nacional y el país importador. Las

características particulares de cada uno de ellos requieren un tipo de embalaje diferente del utilizado cuando los embarques se mueven dentro de un solo país, es decir, que conforme a que aumenta la distancia de los mercados destino, se incrementa la complejidad de los sistemas de empaque y embalaje requeridos para la distribución de mercancías:





Figura 5-4 Tipos de mercado de acuerdo al tránsito de mercancías. Fuente: Servientrega

Tabla 5-15 Tipos de carga contenerizada¹²


CARGA GENERAL		
Es aquella que estando embalada o sin embalar, puede considerarse como unidad. La carga general se transporta en embalajes cuya forma, peso y dimensiones, se ajustan a las características propias de esta.		
FRACCIONADA	Carga embalada en cajas, cajones, bultos, sacos, barriles, bidones, fardos, etc., y que además, forma pequeños lotes para distintos destinatarios. Generalmente su manipulación se realiza mediante redes.	
UNITARIZADA	Es aquella que utiliza el mismo embalaje, ésta puede ser uniforme o heterogénea, y que al juntarse dan un aspecto de unidad. Se utilizan para su manejo, sacos, bultos, cajones, cajas, etc., de tal manera que se forme un elemento unitivo (contenedor), a efecto de agilizar las maniobras.	

¹² ALARCON A. Curso de Empaques y Embalajes


CARGA A GRANEL*		
<p>Aquella que no está contenida en envase algún y se encuentran sin orden y unas encima de otras, poseen en común un volumen, peso y tamaño determinado; esta carga se transporta suelta. Para el manejo de esta, se requiere en la mayoría de los casos maquinaria y equipos especiales, toda vez que ésta representa grandes volúmenes o tonelajes.</p>		
SÓLIDO	Se entran los minerales, el carbón, los granos, los fertilizantes, etc. El manejo del granel sólido se puede realizar a través de tolvas, almejas, etc., de igual forma se puede manipular este tipo de carga por medio de equipos succionadores o bandas transportadoras.	
LÍQUIDO	Se encuentra en estado líquido o gaseoso, esta propiedad hace necesario que su transporte se realice a través de tuberías para su carga y descarga; los buques tanques transportan este tipo de mercancías y representan la mayor parte de la flota mundial de buques mercantes.	

Fuente. Servientrega

Tabla 5-16 Naturaleza de la carga

TIPO DE CARGA	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA
PELIGROSA*	Puede causar algún daño, por si sola o por factores externos a otras cargas que se encuentren próximas a ellas. Para transportar mercancías peligrosas existen regulaciones internacionales específicas para cada medio de transporte, en el caso que nos ocupa se aplica el Código IMDG sobre Mercancías Peligrosas, de la Organización Marina	

TIPO DE CARGA	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA
	Internacional OMI1.	
PERECEDERA*	Es la carga que no ha tenido ningún proceso de transformación y requiere de condiciones especiales para ser conservada, en éste caso la temperatura y la ventilación juegan un papel de suma importancia ya que por su condición natural pueden sufrir cambios drásticos con relación a su calidad comercial y a su costo.	
ANIMALES EN PIE*	Incluye animales vivos o en pie, principalmente se maneja el ganado ovino, caballar, porcino y bovino. En México, como en otros países del mundo, existen normas especiales que deben cumplirse para la transportación de animales vivos a bordo de embarcaciones.	
PESADA O VOLUMINOSA*	Es la mercancía cuyo peso y/o dimensiones excede a las que se manipulan con equipos convencionales; por lo cual deberá ser transportada y ser manipulada en compartimentos especiales acondicionados o contruidos especialmente para este tipo de carga.	
CONSOLIDADA	Es la conjunción de varios lotes de mercancía dispersa, con el objeto de formar uno solo.	
EN TRÁNSITO	Aquella mercancía que temporalmente es desembarcada y almacenada con el propósito de que nuevamente sea reembarcada, debido a la necesidad de requerir de un trasbordo para poder llegar a su destino final.	
ESPECIAL*	Son las mercancías que requieren de un medio de transporte especializado, y por consiguiente de un trato especial para su transporte, como por ejemplo: fruta, maderas, papel, gases, algunos productos químicos y derivados del petróleo.	

TIPO DE CARGA	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA
VALIOSA*	Se hacen referencia a aquellos artículos que tienen un valor especial, como son las obras de arte, piedras y metales preciosos, títulos, acciones, bonos, etc.	

* Carga de prohibido transporte Servientrega

Fuente. Servientrega

Tabla 5-17 Riesgos considerados en el transporte de la carga

RIESGOS QUE CORRE LA CARGA	
EN EL TRANSPORTE	
CAMIÓN Y REMOLQUE	Impacto contra muelles Impacto durante acoplamiento Impacto durante frenado y arranque Ladeo en curva Vibraciones Carga mal asegurada
FERROVIARIO	Impacto durante frenado y arranque Aceleración y desaceleración Impacto durante acoplamiento de vagones Ladeo en curvas Vibraciones Carga mal asegurada
MARÍTIMO	Rolado, pulsaciones, golpeteos Impacto por ondulaciones Vibraciones
AÉREO	Aceleración y frenado Turbulencias Altitud

RIESGOS QUE CORRE LA CARGA	
EN EL TRANSPORTE	
	Temperatura Presión
EN EL ALMACENAJE	Apilamiento irregular Caídas Mala formación de estibas
CLIMÁTICOS	Temperatura Humedad relativa Agua, lluvia, salitre, inundaciones
BIOLÓGICOS	Bacterias, mohos y hongos, Insectos, Roedores. Contaminación por residuos de otros productos. Olores y residuos anteriores. Comportamiento con carga no compatible.

Fuente. Elaboración propia




SISTEMAS DE EYE DENTRO DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO: Un embalaje es un contenedor que tiene como función proteger el producto durante su distribución, es decir, en las operaciones de almacenamiento, transporte y manipulación del mismo, y depende de su diseño estructural y su acomodo en la estiba o pallet que el producto llegue al consumidor en perfectas condiciones.




CONTENERIZACIÓN: Según la ISO el contenedor es un elemento del equipo de transporte de carácter permanente y suficientemente fuerte para ser usado varias veces, con un diseño que facilita el transporte de productos, por varios medios evitando procesos intermedios de recargue y agilizando las movilizaciones de carga.

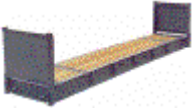

Tabla 5-18 Riesgos considerados en el transporte de la carga¹³



DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES INTERNAS			TIPO	CARGA		
	ALTO	ANCHO	LARGO		ÚTIL MAX.	TARA	CAPAC.
	m				kg		m ³
STANDARD CONTAINER Para cualquier tipo de carga general. Para carga seca que no requiere manejo especial. 	5.896	2.350	2.392	20	21.850	2.150	33.150
	12.003	2.350	2.392	40	26.680	3.800	67.7
OPEN TOP Con lona removible en la parte superior, especial para carga sobre alta, carga por la parte superior o por la puerta con testeras abiertas. 	5.895	2.350	2.394	20	28.130	2.350	32.00
	12.023	2.335	2.378	40	26.740	3.740	65.3

¹³ ALARCON A. Curso de Empaques y Embalajes

DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES INTERNAS			TIPO	CARGA		
	ALTO	ANCHO	LARGO		ÚTIL	TARA	CAPAC. MAX.
	m				kg		m ³
<p>OPEN SIDE</p> <p>Contenedor abierto a los lados. Se usan para productos perecederos que requieren de mucha ventilación o similar.</p> 	5,928	2,318	2,259	20	21.830	2.510	33
<p>HIGH CUBE</p> <p>Se utiliza para carga seca y voluminosa cuya altura no exceda los 2.70 m.</p> 	12.024	2.350	2.697	40	26.460	4.020	76.3
<p>CONAIR (REEFER HIGH CUBE)</p> 	11.840	2.256	2.221	40	25.840	4.640	67.80
<p>REEFER</p> <p>Especial para carga que requiere de</p>	5.340	2.200	2.254	20	27.450	3.030	29.90

DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES INTERNAS			TIPO	CARGA ÚTIL TARA CAPAC. MAX.		
	ALTO	ANCHO	LARGO		kg	TARA	m ³
	m						
temperaturas constantes. Regulación de la temperatura mediante un sistema frigorífico propio del contenedor. 	11.141	2.197	2.216	40	29.400	4.600	60.0
BULK TAINER (granelero) Especial para granos y cereales. 	5.934	2.356	2.340	20	21.550	2.450	32.9
ISOTANQUE Para el transporte de líquidos. 	5.910	2.100	2.100	20	11.479	2.845	20.000 Lts

DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES INTERNAS			TIPO	CARGA ÚTIL TARA CAPAC. MAX.		
	ALTO	ANCHO	LARGO		kg	TARA	CAPAC. m ³
	m						
FLAT RACK							
Para carga pesada y sobre ancha. Plataforma metálica, equivalente al piso de un contenedor, que cuenta con elementos para fijar tensores, barrotes u otros elementos para asegurar la carga. Se utilizan para el transporte de maquinaria.	5.918	2.398	2.172	20	31.260	2.740	32
	12.008	2.318	1.981	40	26.280	4.200	56.60
PLATAFORM							
Plataforma con marco de acero y piso de madera especialmente utilizado en carga sobredimensionada o extra pesada.	6.058	2.438	0.335	20	31.260	2.740	N.A
	12.192	2.438	0.335	40	39.300	5.700	N.A

DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES INTERNAS			TIPO	CARGA ÚTIL TARA CAPAC. MAX.		
	ALTO	ANCHO	LARGO		kg	m ³	
	m			ft			
FANTAINER AISLADO Para cargas que requieren de temperaturas constantes. La regulación de la temperatura se efectúa a través del sistema frigorífico del buque al terminal portuario o mediante una unidad clip-on.	5.652	2.235	2.000	20	21.450	2.550	26.40
	11.790	2.290	2.130	40	26.630	3.850	60.6
VENTILATED CONTAINER Especial para carga que requiere ventilación.	6.058	2.438	2.590	20	28.080	2.400	33.00
							

Fuente: Servientrega S.A

PALLETS: De acuerdo a la Norma IRAM 10010, el pallet se define como una "plataforma horizontal de una altura mínima compatible con la manipulación por transportadores de pallets o autoelevadores frontales y otros equipos de manipulación apropiados, utilizados como base para el agrupamiento, almacenamiento, manipulación y

transporte de mercancías y cargas. Puede estar construido o equipado con una superestructura". La misma norma lo diferencia de la tarima, a la que define como una "plataforma con dos tirantes o largueros o cuatro patas y entrada libre. La altura de la entrada es usualmente mayor que 150 mm, de las cuales se agrupan en dos conjuntos: Planos (con distintos tipos de piso y cantidad de entradas, reversibles o no, etc.) y con superestructura (con puntales, cajón, silo, desmontables, autoestibables, etc).

Entre los accesorios se mencionan: Puertas (propias de los pallets cajón y posibles de ser articuladas o desmontadas para facilitar el acceso a la carga), tapas (que cubren las cargas de pallets cajón o jaula), puntales (fijos rebatibles o desmontables, siempre verticales para soportar el peso de pallets superpuestos), barandillas (horizontales fijos o desmontables de pallets con puntales a modo de protección lateral), varillas (diagonales que aumentan la rigidez de los pallets cajón o con puntales).

El destino final de los pallets permite clasificarlos como:

- Descartables: También llamados disponibles o de un solo viaje, ya que son desechados después de un solo ciclo de uso.
- Retornables: Destinados a múltiples ciclos de uso.
- De uso interno: Su ciclo de uso permanece dentro de una misma empresa o de un sistema cerrado de distribución.
- Intercambiables: Aquellos que pueden ser reemplazados por otro similar sobre la base de un acuerdo.
- Consorcio: Intercambiable en un circuito abierto.

Los pallets necesarios para la unitarización de la carga según la Norma ISO 3394 deben corresponder de acuerdo al modo de transporte seleccionado, así:

Tabla 5-19 Clasificación de pallets según carga ISO 3394/2012

VIA AÉREA	120 * 80 * 14 cm.
VIA MARÍTIMA	120 * 100 * 14 cm.

TIPOLOGIASii[vi]	GRAFICA
GMA 8 ENTRADAS	

TIPOLOGIASii[vi]	GRAFICA
NO REVERSIBLE 4 ENTRADAS	
REVERSIBLE DOBLE CARA 4 ENTRADAS	
EN BLOQUE 8 ENTRADAS	
MULTIENCORDADO 4 ENTRADAS	
CARA SENCILLA 4 ENTRADAS	
CARA SENCILLA SÓLIDA 8 ENTRADAS	
DOBLE CARA SÓLIDA 8 ENTRADAS	
ALA SENCILLA NO REVERSIBLE 4 ENTRADAS	

Fuente. Servientrega S.A

La forma de acomodar un producto sobre un pallet o estiba es colocando las cajas en columna unas sobre otras, de tal forma que las partes más resistentes de las cajas coincidan entre ellas. Por otra parte la altura recomendada es de 1.20m considerando la estiba o pallet, esto para efectos de optimizar la carga en el transporte y el almacenaje.

Guacales: También llamados jaulas son cajones grandes de madera, generalmente de forma paralelepípeda, formados por una estructura de piezas de madera o diferentes polímeros ensambladas de tal modo que formen un recinto rígido capaz de proteger el contenido durante el transporte y el manejo. Sus dimensiones se encuentran limitadas por las posibilidades de los medios de transporte y manejo.

Una jaula de embalaje se compone de una base y cuatro paredes verticales, el producto descansa sobre la base, sujetándose fijamente a ella con tornillos tirafondos o flejes (zuncho metálico), mientras que las paredes verticales y la tapa se colocan por encima de la base, sin que se encuentren en contacto con el contenido. La jaula ha de soportar por si misma los esfuerzos de la compresión causada por el apilamiento, a la flexión y al aplastamiento, debidos al manejo con montacargas y eslingas. En el diseño de estas jaulas es necesario tener en cuenta las fórmulas clásicas de resistencia de materiales. En este tipo de embalajes los montantes y cuñas de sujeción han de colocarse estratégicamente a fin de garantizar una buena resistencia, y una distribución de las fuerzas para evitar que la jaula o el producto resulten dañados durante el almacenamiento, transporte y manipulación en general. No es indispensable cubrir los lados ni las tapas de la jaula si el contenido no lo precisa, es decir la jaula es solamente un armazón de elementos clavados o atornillados, y cuando es necesario una protección adicional solo basta sobreponer a los elementos del armazón un revestimiento a base de tablas o madera terciada. Como todos los demás tipos de embalajes las jaulas pueden tener carácter de desechables o reutilizables, pero como no es práctica la reutilización, se piensa siempre en el sentido de un embalaje desechable, la ventaja es que por tratarse de un material natural, se biodegrada o se puede reutilizar en la industria de papel, cartón, o para producir energía (leña), o para fabricación de muebles o artesanías dependiendo de la calidad de la madera utilizada.

CAJA DE CARTON CORRUGADO: Mecánicamente las partes más resistentes del embalaje son las esquinas, por lo que un embalaje entre más largo es, tiende a maltratarse más, debido justo al centro de las caras de la caja, la resistencia es mínima. Las dimensiones de la base de las cajas deben corresponder a un módulo de 60 x 40cm. de medida externa. La altura debe acondicionarse según dimensiones de los productos comercializados. Este módulo puede multiplicarse y/o subdividirse y por consiguiente obtener otras dimensiones (múltiplos) que se adapten a cualquier necesidad. El carton corrugado cumple con tres funciones: A) Protege los productos de los daños ocasionados por el transporte y manejo. B) Almacena de la mejor manera los productos hasta que éste es vendido. C) Anuncia, promueve e identifica el producto desde su origen hasta que

llega al consumidor. Un tipo de embalaje para la distribución es la caja de cartón corrugado. Después de la segunda guerra mundial las cajas de cartón eran los embalajes más utilizados para el transporte de mercaderías hacia los centros de consumo. Su estructura está formada por un nervio central de papel ondulado, reforzado externamente por dos capas de papel pegadas con adhesivo en las crestas de la onda.

El cartón es una variante del papel, se compone de varias capas de este, las cuales, superpuesta y combinadas le dan su rigidez característica. Se considera cartón cuando supera los 65gr/m.²

Tabla 5-20 Características según tipo de cartón

PUNTOS A CONSIDERAR EN UN CARTÓN	
CALIBRE	Este se determina en puntos (1 punto equivale a 0.001 pulgadas) según el peso del producto a envasar.
HILO	En una caja, la resistencia estará determinada en gran medida por la dirección del hilo del cartón.
EFECTO DE LA HUMEDAD	El cartón en presencia de la humedad tiende a cambiar sus propiedades mecánicas, principalmente la rigidez, por ser el papel higroscópico, toma y pierde rápidamente la humedad.

Fuente. Servientrega S.A

El cartón corrugado contiene dos elementos estructurales: el liner y el material de flauta, también llamado médium con el cual se forma propiamente el corrugado, las caras son generalmente de dos tipos: Kraft, que es fibra virgen hecha de pino y Cara fabricada de fibras procesadas de otros contenedores, bolsas etc. La estructura ondulada o corrugado, está hecha en materiales reciclados y reciclables. Por su composición el cartón corrugado puede ser de las siguientes formas:

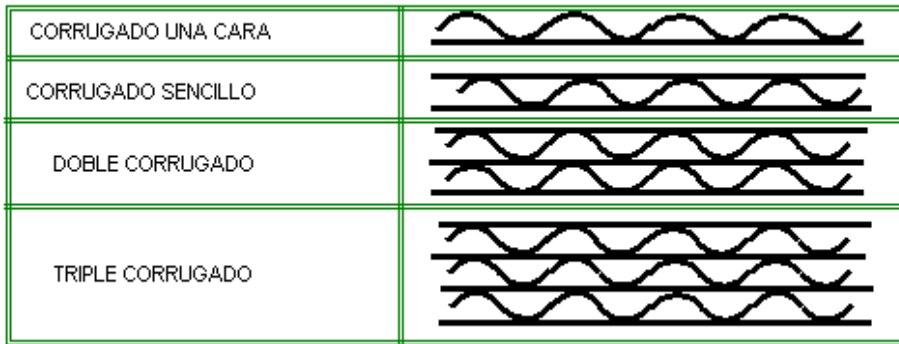




Figura 5-5 Estructura ondular del cartón corrugado. Fuente: Elaboración propia

Los corrugados también se clasifican de acuerdo al número de liner y flautas, la flauta puede ser de 4 tipos, de acuerdo a la construcción de la caja la flauta puede ser horizontal o vertical, la resistencia a la estiba dependerá no solo de esta sino del tipo de flauta y la especificación del papel.

Tabla 5-21 Tipos de onda del cartón corrugado¹⁴

TIPO DE ONDA	VISTA FRONTAL	GROSOR	N. ONDA	CARACTERIS TICAS
A		4.76	118	ONDA RIGUIDA
B		3.17	167	BUENA RESISTENCIA AL APLASTAMIENTO

¹⁴ <http://www.browne.cl/charlas/Exposici%C3%B3n%20sobre%20Embalajes%20de%20Madera.pps>

TIPO DE ONDA	VISTA FRONTAL	GROSOR	N. ONDA	CARACTERIS TICAS
C		3.97	138	MEJOR ADECUACION ENTRE PRECIO/CONSUMO Y PAPEL/CALIDAD CON A y B.
D		1.58	315	SUPERFICE LISA RESISTENTE AL APLSTAMIENTO

Fuente. Servientrega S.A.

EMPAQUE: También conocido como envase secundario, se define como cualquier material que encierra un artículo con o sin envase, con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor.

Tabla 5-22 Funciones características del empaque

ALGUNAS DE LAS FUNCIONES DE LOS EMPAQUE	
Existen funciones muy importantes cuando se empaacan productos tales como separar, aislar, amortiguar, fijar y sellar.	
CONTENER	Esta es la función más antigua del empaque. El empaque debe tener una capacidad específica para que el producto se encuentre bien distribuido. Ni muy flojo ni muy apretado. El producto nunca debe rebasar la boca del empaque.

COMPATIBILIDAD	El empaque debe ser compatible con el producto para evitar que se transmitan aromas o microorganismos que contaminen el producto. La premisa es: el empaque no debe afectar el producto ni el producto debe afectar al empaque.
RETENER	Significa que el empaque debe conservar todos los atributos del producto. Esta función y la de contener es precisamente el objetivo principal de los empaques para aquellos productos que se exportan para la venta en fresco.
PRACTICIDAD	El empaque que cumple esta función es aquel que se arma, llena y cierra fácilmente. Además, resulta cómodo para su manejo por parte del comerciante y el transportista. Sin olvidar, naturalmente, al consumidor. Un empaque práctico permite abrir el empaque y disponer del producto sin esfuerzo alguno.

Fuente. Servientrega S.A.

La vibración es un riesgo que produce golpes o rozamiento contra las paredes del empaque y los productos entre sí. Por eso, todo producto que sea afectado por este riesgo debe empacarse de tal manera que queden lo más fijos posible dentro del empaque. Así se evitará que cambien de posición y sufran abrasión por contacto con ellos mismos o las paredes del empaque. Cuando el producto es amorfo, se recurre a materiales que ayuden a fijarlos o a rellenar los espacios que queden libres.

ENVASE: Un envase es un producto que puede estar fabricado en una gran cantidad de materiales y que sirve para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías en cualquier fase de su proceso productivo, de distribución o venta.


Tabla 5-23 Materiales de fabricación de envases

A la hora de escoger un envase para un producto, es necesario conocer el material que mejor se adapta a las condiciones del mismo.	
MATERIAL	PROPIEDADES
METALES	Resistencia Mecánica. Ligereza Estanqueidad y hermeticidad Opacidad a la luz y a las Radiaciones Conductividad térmica. Reciclabilidad




VIDRIO	Transparencia Inercia química Estanqueidad y hermeticidad Compatibilidad con microondas Reciclabilidad Posibilidad de restauración
PLÁSTICOS Y COMPLEJOS	Amplia gama de muy diversos materiales Ligereza y flexibilidad Buena inercia química Amplia gama de propiedades mecánicas Facilidad de impresión y decoración Posibilidad de unión por termosoldaduras Compatibilidad con microondas Versatilidad de formas y dimensiones
PAPEL Y CARTÓN	Ligereza Versatilidad de formas y dimensiones Facilidad de impresión Degradabilidad Fácil reciclabilidad
MADERA	Resistencia mecánica Versatilidad de formas Reciclabilidad Degradabilidad

Fuente. Servientrega S.A

Tabla 5-24 Principales clases de envases¹⁵

EMPAQUE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
LATA	De forma genérica, se llama lata a todo envase metálico. La lata es un envase opaco y resistente que resulta adecuado para envasar líquidos y productos en conserva. Lata de Aluminio Lata de Hojalata Lata de Chapa	





¹⁵ http://www.ambiente-ecologico.com/ediciones/alimentos/005_Alimentos_SAGyP_Envases.php3

EMPAQUE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
	<p>El envase consta de tres piezas: Tapa - Cuerpo - Fondo</p>	
BOTELLA	<p>Una botella es un recipiente con el cuello estrecho que se utiliza para conservar, almacenar y transportar líquidos.</p> <p>Las capacidades más comunes son: Para el vino: 0.75 litros, Para el agua: 0.5 litros, 0.75 litros, 1 litro, 1.5 litros, 2 litros. Si la medida es superior, suele incorporar un asa pasando a denominarse garrafas. Si la medida es inferior a 0.5 litros, se suele denominar botellín. Los materiales de fabricación de las botellas suelen ser de vidrio o de plástico.</p>	
TARRO O FRASCO	<p>Recipiente de vidrio de boca ancha. Se utiliza principalmente, para envasar productos agroalimentarios cuyas características organolépticas no son alteradas por efecto de la luz: conservas de fruta, conservas vegetales, miel, confitura, etc. El envasado al vacío permite su conservación durante meses.</p> <p>Las partes de un tarro (de arriba a abajo) son: Hilo o hélice - Terminado – Anillo - cuello - Espalda - Cuerpo - Fondo (que incluye el anillo de apilamiento).</p>	
ENVASE FLEXIBLE	<p>Se llama envase flexible el que está formado por una o varias láminas de material polimérico sellado. El envase flexible es ligero y hermético por lo que es ideal para la industria alimentaria. Se utiliza por ejemplo para bolsas de snacks (patatas fritas, frutos secos, etc.), sacos, paquetes de alimentación seca, pescado congelado y un largo etcétera de productos.</p>	
BLISTER	<p>Permite al mismo tiempo presentar y proteger el producto de golpes durante las operaciones de manipulación y transporte, suelen utilizarse para productos de pequeño tamaño constituyendo en</p>	

EMPAQUE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
	<p>muchas ocasiones por sí mismos una unidad de venta. La generalización de los Blister ha venido de la mano de la proliferación de establecimientos de libres servicio (supermercados, hipermercados, grandes o medianas superficies, etc.). Así, determinados productos que antes se solicitaban en el mostrador, ahora se exhiben en las estanterías, cubiertas o colgados de ganchos. El Blister permite exponer ordenada y armoniosamente determinados artículos.</p>	

Fuente. Servientrega

Tabla 5-25 Tipos de cierre

CIERRE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
SIN PRESIÓN	Rosca estándar	
CON VACÍO	Este tipo de cierre posee una goma o caucho que garantiza la hermeticidad.	
TWIST-OFF	Permite abrir y cerrar el envase cuantas veces sea necesario con solo girar la tapa unos cuantos grados.	
PRESS TWIST	Este tipo de cierre permite abrir y cerrar el envase cuantas veces sea necesario a diferencia del twist off no es necesario girar el cierre ni para abrir o cerrar el envase.	

Fuente. Servientrega

Tabla 5-26 Clasificación europea de los envases

ENVASE	DESCRIPCIÓN
--------	-------------

ENVASE	DESCRIPCIÓN
ENVASE PRIMARIO	<p>Es el envase inmediato del producto, es decir, con el que tiene contacto directo. Por ejemplo una botella de gaseosa.</p> <p>Todo envase diseñado para constituir en el punto de venta una unidad destinada al consumidor o usuario final. (DIRECTIVA 94/62/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO del 20 de Diciembre de 1994 relativa a los envases y residuos de envases).</p>
ENVASE SECUNDARIO	<p>Es el contenedor unitario de uno o varios envases primarios. Su función es protegerlos, identificarlos y comunicar e informar sobre las cualidades del producto. Frecuentemente, este envase es desechado cuando el producto se pone en uso, ejemplo: el envoltorio que recubre a seis botellas de gaseosa.</p> <p>Todo envase diseñado para constituir en el punto de venta una agrupación de un número determinado de unidades de venta, tanto si va a ser vendido como tal al usuario o consumidor final, como si se utiliza únicamente como medio para reaprovisionar los anaqueles en el punto de venta; puede separarse del producto sin afectar a las características del mismo. (DIRECTIVA 94/62/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO del 20 de Diciembre de 1994 relativa a los envases y residuos de envases).</p>
ENVASE TERCIARIO	<p>Es el que sirve para distribuir, unificar y proteger el producto a lo largo de la cadena comercial, por ejemplo: caja grande de cartón que contiene pequeñas cajas con chocolates.</p>

Fuente. Servientrega

ETIQUETA (Marcado del Empaque): El proceso de marcado es la identificación que se hace sobre el sistema de empaque, mediante impresión directa o con rótulos adhesivos, etiquetas, stickers o caligrafiado manual, según Norma ISO 7000 y de rotulado específico buscando los siguientes objetivos:

- Identificación, posicionamiento y ubicación del producto durante su comercialización.
- Información sobre las características del producto y la responsabilidad integral.
- Facilidad para la administración del inventario.
- Promoción comercial del producto.
- Instrucciones sobre los sistemas de manejo que deben aplicarse a las cargas.

- Seguridad de las personas y equipos necesarios para la manipulación y control de las mercancías.

Para la Distribución Física Internacional el correcto marcado facilita la pronta localización del envío. Dentro de las especificaciones para el marcado del embalaje (y cuando éste cumple funciones de empaque) se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El material de las marcas debe ser indeleble, de gran resistencia a la abrasión y al manejo.
- La legislación existente en el país exportador e importador, y estar acorde con las disposiciones aduaneras respectivas.
- El tamaño de las marcas debe ser por lo menos de 100 milímetros, a menos que las piezas a marcar sean más pequeñas:

Marcas estándar: El sistema de embalaje debe llevar impreso o mediante rótulos adhesivos la siguiente información:

- La identidad y ubicación geográfica del productor y/o exportador y la del importador o comprador en el lugar de destino.
- La identificación comercial del producto (sí éste no es susceptible al robo), cantidad de unidades contenidas, números del paquete en relación con el total del despacho y los números de los documentos de exportación.

Marcas informativas: Se deben colocar como mínimo en tres lados laterales.

Marcas de Manipuleo: Existen algunos símbolos cuyo significado implica su colocación en otros lugares del embalaje, como por ejemplo el icono para indicar el lugar en que se deben colocar las cadenas de manipulación o la ubicación del "centro de gravedad" de la carga, éstas deben ubicarse en las cuatro caras laterales al lado izquierdo superior en colores oscuros con una altura superior a 10 cm.

Cuadro 24. Tipos de etiqueta

Tabla 5-27 Tipos de etiqueta

ETIQUETA	DESCRIPCIÓN
TERMO ENCOGIBLES	La etiqueta termo encogible puede describirse mejor como una etiqueta de película impresa sobre una lámina plástica orientada o un tubo que, cuando se le aplica calor a la etiqueta, se ajusta al contorno del envase que rodea. Existen dos tipos distintos de etiquetas de

ETIQUETA	DESCRIPCIÓN
	<p>contracción.</p> <p>La de etiqueta de manga contraíble: Se produce a partir de una delgada película plástica termo-retráctil preimpresa, que se forma dentro de un tubo y luego se enrolla sobre un centro. El rollo del tubo o cilindro se desenrolla luego y se corta al tamaño. Cada pieza cortada se coloca luego sobre o alrededor del objeto donde la etiqueta va a contraerse. Se aplica calor a la etiqueta, haciendo que ésta se ajuste a la forma del objeto sobre el cual se ha colocado.</p> <p>La de alimentación en rollo, de contracción envolvente o "<i>wrap-around</i>". Este artículo se concentrará en la versión de etiquetas tipo manga, contraíbles, del grupo general de etiquetas contraíbles.</p>
INTELIGENTES	<p>La información contenida en el chip permite la identificación unívoca de cada objeto sin precisarse una línea de visión directa y pudiéndose leer múltiples objetos a la vez, incluso estando en movimiento, lo que supone una serie de ventajas muy importante respecto a los sistemas de identificación mediante códigos de barras y que nos permitirá en un futuro leer todos los artículos de nuestro carro de la compra de una sola vez. Además, las etiquetas inteligentes con el chip RFID pueden contener información adicional que los códigos de barras no contienen y son más resistentes a la humedad y a las temperaturas extremas.</p>
FRONTALES	<p>Cubre solo una pequeña porción del envase puede ponerse en cualquier superficie de cartón; en el frente en la parte de atrás, en hombros, cuello o tapa de un frasco o botella y en superficies similares de otro tipo de envase.</p>
ENVOLVENTE	<p>Este tipo de etiqueta cubre completamente los laterales de un envase y sus bordes se traslapan para hacer una costura se usa por ejemplo en cajas y botellas.</p> <p>Como las de las latas, los extremos se engoman juntos. Se aplican al envase tanto en posición horizontal como vertical; el producto se desplaza sobre un aplicador de pegamento. Otro proceso se realiza con los envases en posición vertical, también se puede aplicar sin rotación, engomando la etiqueta y presionándola con cepillo sobre el envase.</p>

ETIQUETA	DESCRIPCIÓN
FRANJAS RETRÁCTILES	Son flexibles se ponen en la botella y se adhieren por encogimiento del material elástico del cual están hechas, pueden ser de papel, plástico, foil o Laminados. El adhesivo que se usa comprende variedades de pegamentos líquidos, calientes a presión y adhesivos por calor.

Fuente. Servientrega

CÓDIGOS DE BARRAS: Cada tipo de industria tiene una simbología que maneja como su propio estándar. Los códigos de barras son solo una forma diferente de codificar números y letras usando una combinación de barras y espacios en diferentes medidas. Es otra forma de escritura, ya que reemplazan el tecleo de datos para recolectar información, en las empresas.

El código de barras representa la clave para acceder a un registro de alguna base de datos en donde realmente reside la información, o sea, los símbolos no contienen información del producto o artículo, no contienen el precio del producto, contiene una clave que identifica al producto.

Un símbolo de código de barras es la visualización física, es la impresión de un código de barras. Una simbología es la forma en que se codifica la información en las barras y espacios del símbolo de código de barras.

Tabla 5-28 Ventajas y aplicaciones de los códigos de barras

VENTAJAS	APLICACIONES
Se imprime a bajos costo	Control de material en procesos
Permite porcentajes muy bajos de error.	Control de inventarios
Rapidez en la captura de datos.	Control de movimientos
Los equipos de lectura e impresión de código de barras son flexibles y fáciles de conectar e instalar.	Control de tiempo y asistencia
Virtualmente no hay retrasos desde que se lee la información hasta que puede ser usada.	Control de acceso
Se mejora la exactitud de los datos, hay	Punto de venta
	Control de calidad
	Control de embarques y recibos
	Control de documentos y rastreos de los

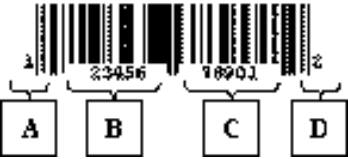


VENTAJAS	APLICACIONES
<p>mayor precisión de la información.</p> <p>Se tienen costos fijos de labor más bajos.</p> <p>Se puede tener un mejor control de calidad, mejor servicio al cliente.</p> <p>Se pueden contar con nuevas categorías de información.</p> <p>Se mejora la competitividad.</p> <p>Se reducen los errores.</p> <p>Se capturan los datos rápidamente.</p> <p>Se mejora el control de las entradas y salidas.</p> <p>Eficiencia, debido a la rapidez de la captura de datos.</p>	<p>mismos</p> <p>Rastreo preciso en actividades</p> <p>Rastreo preciso de bienes transportados</p> <p>Levantamiento electrónico de pedidos</p> <p>Facturación</p> <p>Bibliotecas</p> <p>Cualquier tipo de negocio puede beneficiarse con el uso del código de barra, ya que es un sistema que captura información, y la información es un elemento necesario para cualquier negocio, ya que sin información no se pueden tomar decisiones.</p>



Fuente. Servientrega S.A.



Simbología para Códigos de Barras: La existencia de varios tipos de códigos de barras, se debe a que las simbologías están diseñadas para resolver problemas específicos. De acuerdo al tipo de necesidad de identificación interna del negocio, de acuerdo con los requisitos que se deben cumplir para poder comerciar según las normas del mercado, se debe optar por el sistema de codificación más adecuado. Las principales características que definen a una simbología de código de barras son las siguientes:

- Numéricas o alfanuméricas.
- De longitud fija o de longitud variable.
- Discretas o continuas: los caracteres comienzan con un espacio y el siguiente comienza con una barra, o viceversa. Los caracteres en las simbologías discretas comienzan y terminan con barras; el espacio entre caracteres es ignorado, en tanto en cuanto no es lo suficientemente ancho para parecerse al final del código.
- Número de anchos de elementos.

Tabla 5-29 Características de acuerdo a los códigos de barras

PRIMERA DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
<p>UNIVERSAL PRODUCT CODE (U.P.C.)</p>	<p>Solo puede codificar números. El estándar es un número de 12 dígitos. Utilizado para productos pequeños. Tanto el N. De sistema como el del fabricante son únicos para cada traficante y la asigna un organismo rector evitando códigos duplicados.</p>	 <p>A = No. Verificador Es el resultado de un algoritmo que involucra a los 11 números previos. B = No. del producto C = No. del fabricante D = No. del Sistema La mayoría de los productos Tienen un “1” o “7” indica que el producto tiene un tamaño y un peso determinado no variable.</p>
<p>EUROPEAN ARTICLE NUMBERING (E.A.N.)</p>	<p>Es un estándar internacional, la versión más usada tanto en supermercados como en comercios. Indica país empresa, producto con una clave unificada internacional. El E.A.N 13 es la versión más difundida del sistema y consta de 13 cifras.</p>	 <p>A = Identificación del país B = Identificación de la empresa productora C = Identificación del artículo D = Dígito verificador, Este dígito extra se combina con una o dos de los otros dígitos para representar un código, indicando el origen de la mercancía.</p>
<p>CÓDIGO 3D9*</p>	<p>Estándar de codificación en barras. Puede contener letras y números con una longitud sólo limitada por la capacidad del lector. Es de ancho variable. Es el más popular. Es el estándar para usos no relacionados con la</p>	

PRIMERA DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
	<p>alimentación. Implica el uso de códigos relativamente largos, con lo que está limitado por la dimensión de la etiqueta. Estos códigos de barras son de auto revisión y no están propensos a errores de sustitución.</p>	
<p>CÓDIGO 128</p>	<p>Utiliza 4 diferentes grosores para las barras y los espacios y tiene una densidad muy alta, ocupando en promedio sólo el 60% del espacio requerido para codificar información similar en Código 39. Puede codificar los 128 caracteres ASCII. Esta simbología se usa a menudo en la industria de envíos donde el tamaño de la etiqueta es importante.</p>	
<p>ENTRELAZADO 2 DE 5</p>	<p>Se basa en la técnica de intercalar caracteres permitiendo un código numérico que utiliza dos grosores, siempre debe haber una cantidad par de dígitos. La posibilidad de una lectura parcial es alta especialmente si se utiliza un lector láser. Por lo tanto, generalmente se toman ciertas medidas de seguridad, como codificar un carácter de verificación al final del símbolo. Es usada por la industria del almacenaje.</p>	 <p>El primer carácter se representa en barras y el segundo por los espacios que se intercalan en las barras del primero.</p>

PRIMERA DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
CODABAR	Utiliza dos tipos de grosores para barras y espacios Encuentra su mayor aplicación en los bancos de sangre.	
POSTNET	Esta simbología codifica los códigos postales para un procesamiento más rápido de entrega del correo. Es sólo para el servicio Postal de Estados Unidos.	

* Tipo de código de barras utilizado por Servientrega S.A

Fuente. Servientrega S.A.

Sistemas de Lectura de un Código de Barras: El lector de código de barras decodifica la información a través de la digitalización proveniente de una fuente de luz reflejada en el código y luego se envía la información a una computadora como si la información hubiese sido ingresada por teclado.

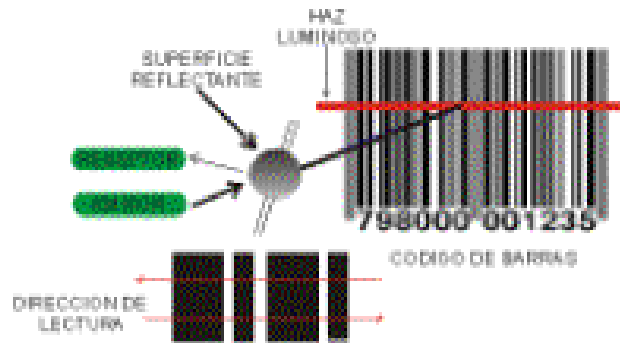


Figura 5-6 Modo de captura del código de barras. Fuente: Servientrega S.A.

Existe una amplia gama de tipos de lectores de códigos de barra entre ellos están los lectores tipo pluma o lápiz, los de ranura o slot, tipo rastrillo o CCD, CCD de proximidad, láser de proximidad, láser tipo pistola, láser fijo, láser fijos o direccionales, autónomos, códigos de barras de 2D, entre otros.

Lector Fijo: (Portátiles o montados) se conecta a una computadora y transmiten los datos al mismo tiempo que el código es leído.

Lectores portátiles tipo Batch: (Recolección de datos en campo) son operados con baterías y almacenan la información en memoria para después transferirla a una computadora.

Lectores de Radiofrecuencia: Almacenan la información en memoria, sin embargo, es transmitida a la computadora en tiempo real. Esto permite el acceso instantáneo a toda la información para la toma de decisiones. *Este es el tipo de lector utilizado por Servientrega para realizar la lectura de los contratos de transporte.*

Lectores Inalámbricos: Almacenan la información en memoria, sin embargo, es transmitida a la computadora en tiempo real. Esto permite el acceso instantáneo a toda la información para la toma de decisiones a diferencia de los otros sistemas permite leer la información desde cualquier lugar.

Tabla 5-30 Impresión de los códigos de barras





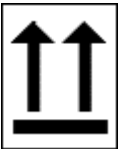

TECNICA	DESCRIPCIÓN
TÉRMICA	Es la mejor tecnología para imprimir altos volúmenes de etiquetas de código de barras, tanto en demanda como por lotes. Se utilizan impresoras industriales de mediana o alta velocidad que pueden imprimir sobre papel térmico (impresión térmica directa o DT) o papel normal (impresión de transferencia térmica)
LÁSER	Se puede utilizar una impresora láser para imprimir planillas de etiquetas en bajo volumen o en documentos serializados que se imprimen eventualmente. Puede utilizarse el programa Label Matrix de Strandware para generar e imprimir los códigos de barras.
LÁMINA MAESTRA	Este método se utiliza para imprimir códigos de barras EAN y UPC en imprentas, principalmente en empaques de productos. Destinados al comercio detallista. Se crea un original en una impresora de buena resolución y se reproduce por medios fotomecánicos añadiéndolo al original de impresión del empaque.






Fuente. Servientrega S.A.





RÓTULOS: Norma ISO 780 y 7000 (Instrucciones sobre manejo y advertencia. Símbolos pictóricos y Descripción)

Tabla 5-31 Pictogramas sobre la manipulación de la carga

PICTORICO.	DESCRIPCIÓN
------------	-------------

PICTORICO.	DESCRIPCIÓN
	<p>“Frágil” – “Fragile”</p> <p>Fondo blanco, copa negra la cual lleva en una de sus esquinas una especie de rallo de color del fondo. Es utilizado para mercancía de naturaleza frágil para informar a quienes la manipulan que debe hacerlo con cuidado.</p>
	<p>“No use ganchos” – “Use no hooks”</p> <p>Gancho negro tachado Este símbolo indica que la carga no debe ser manipulada con ganchos en el embalaje porque estos pueden averiar la mercancía.</p>
	<p>“Centro de gravedad” – “Centre of gravity”</p> <p>Circulo negro con 1 línea vertical y otro horizontal las cuales dividen el círculo simétricamente y sobresalen de él. Este símbolo indica el centro de gravedad del embalaje</p>
	<p>“Manipule con cuidado” – “Handle with care”</p> <p>Abstracción de las manos cargando un cubo el cual para su construcción se utiliza perspectiva (2 puntos de fuga), ninguno de los elementos que compone este símbolo se unen entre ellos.</p>
	<p>“Este lado arriba” – “This way up”</p> <p>Dos flechas centradas sobre una línea horizontal separa de las flechas por un pequeño espacio, esta línea le da la dirección a las flechas. Este símbolo se utiliza para indicar la posición correcta del embalaje durante la transportación.</p>
	<p>“Manténgase lejos del calor” – “Keep away from heat”</p> <p>En la parte posterior izquierda se encuentra un cubo el cual sobre si posee una especie de techo formado por dos líneas diagonales, opuestas entre sí, en la esquina superior derecha la representación del sol formado por un círculo negro sobre un círculo blanco de mayor diámetro y de éste salen las líneas que simulan los rayos del sol. Este símbolo indica que durante el transporte y en bodega, el embalaje debe resguardarse del calor.</p>

PICTORICO.	DESCRIPCIÓN
	<p>“Manténgase Seco” – “Keep Dry”</p> <p>Una sombrilla abierta y unos elementos simulando gotas de agua cayendo sobre ella. Este símbolo se utiliza para indicar que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco.</p>
	<p>“No Rotar” – “Do Not Rooll”</p> <p>Un cuadro negro sobre el cual hay una pequeña sección de círculo punteada que termina en flecha en sus dos extremos y tachada con una X dicha sección. Otra posibilidad es media circunferencia termina de flecha en sus dos extremos tachada con una X. Éste símbolo se utiliza para indicar que por ningún motivo debe rotarse el embalaje durante su almacenamiento o transporte.</p>
	<p>“Apilar Hasta ” – “ Stock Until”</p> <p>Dos barras horizontales equidistantes sobre las cuales se posa un número que indica la cantidad de cajas que pueden ser apiladas una sobre otra sin causar daño a la mercancía.</p>
	<p>“Cadena” – “Sling Here”</p> <p>Dos óvalos y medio unidos entre sí por líneas verticales, todos los elementos que lo componen son de color negro y la manera de utilizarlo es en los laterales del contenedor se colocan dos de estos símbolos de forma diagonal y apuestos entre ellos. Este símbolo se utiliza para indicar donde se deben poner las cadenas para levantar el embalaje si se requiere.</p>
	<p>“Materias y objetos diversos que durante el transporte supongan un riesgo distinto de los que se señalan en las otras clases”</p> <p>Fondo blanco con siete bandas verticales negras en la mitad superior y la cifra “9” en pequeño subrayado, en negro en el vértice inferior.</p>
	<p>“Materia radiactiva que presenta los mismos riesgos que se describen en 7ª, 7B o 7C”</p> <p>Trébol esquematizado, inscripción RADIATIVA y una cifra “7”.</p>

PICTORICO.	DESCRIPCIÓN
	<p>Símbolo e inscripciones negros. Fondo amarillo en la mitad superior y blanco en la inferior. La utilización de la palabra “Radiactiva” en la mitad inferior es opcional con el fin de permitir la utilización de esta etiqueta a fin de colocar el número de identificación de la materia correspondiente al envío.</p>
	<p>Trébol esquematizado, inscripción RADIATIVA, una banda vertical en la mitad inferior con el texto siguiente: Contenido Actividad Cifra “7” en pequeño en el vértice inferior. Símbolo e inscripción negros sobre fondo blanco, banda vertical roja.</p> <p>Materia radiactiva en los bultos de la categoría I-BLANCA. En caso de avería de los bultos, peligro para la salud en caso de ingestión, inhalación o contacto con la materia derramada.</p>
	<p>“Materia corrosiva”</p> <p>Gotas que caen desde una probeta sobre una placa y desde otra probeta sobre una mano, negras sobre fondo blanco, siendo el triángulo inferior del rombo que le da forma a la etiqueta de color negro, rebordeado por un punteado blanco.</p>
	<p>“Peligro de fuego” (materias sólidas inflamables)</p> <p>Llama negra sobre fondo constituido por bandas verticales equidistantes, alternativamente rojas y blancas inscritas entre un rombo.</p>

Fuente. Servientrega S.A.

Tabla 5-32 Matriz de materiales

<p>MADERA</p> <p>Producto natural duro mecánicamente moldeable y flexible, constituye el tronco de los árboles. Se clasifica en duras y blandas según el árbol del que se obtenga.</p>
<p>LISTON DE PINO O EUCALIPTO</p>

<p>El listón es una tira larga de madera que puede ser fina u ordinaria y se utiliza de diferentes maneras según los acabados que se deseen obtener.</p>	
<p>Este tipo de material se comercializa en las siguientes dimensiones:</p> <p>LARGOS: 150 - 200 - 250 - 300 cm.</p> <p>ANCHOS: 7 - 8 cm.</p> <p>ESPESORES: 1 a 2 cm.</p>	<p>Se utiliza para la fabricación de embalajes.</p> <p>Da la protección que requiere la mercancía. Resulta económica en comparación con otros materiales.</p> <p>Sufre cambios en sus propiedades físicas, mecánicas y químicas al ser expuesta a condiciones ambientales tales como la humedad.</p>
<p>LÁMINA</p>	
<p>AGLOMERADO SIN CUBRIR</p>	
<p>Tablero fabricado con pequeñas virutas de madera encoladas a presión y sin ningún acabado posterior. Suele ser de color marrón claro moteado y sus cantos son más bastos que la superficie. Existen tres tipos de aglomerado según su fabricación: de una capa, de densidad graduada y de tres capas.</p> <p>Se comercializa en grosores de 10, 16 ,19 y 30mm. La medida normal es de 244 x 122 cm, pero algunos grosores se fabrican también en 366 x 183 cm.</p>	<p>Es recomendable para cualquier función en el que no quede expuesto a la vista. En construcción se utiliza el aglomerado sin cubrir en división de interiores, montaje de stands, bases para suelos, etc. No se puede utilizar en condiciones de humedad pues tiende a hincharse y no se recupera con el secado. Para estas condiciones existe el aglomerado hidrófugo que es un tipo de aglomerado al que se le añaden productos químicos que repelen la humedad.</p> <p>Su superficie se puede pintar sin problema y admite ser chapada o plastificada. Es el tablero más barato.</p> <p>Sus cantos no admiten bien el fresado ni el pintado.</p>
<p>TABLEX</p>	

<p>Tablero fabricado a partir de fibras de madera húmedas sometidas a gran presión y elevada en temperatura, para unir las fibras se utilizan resinas naturales contenidas en las mismas. Tiene una cara lisa y otra rugosa y se caracteriza por su extremada dureza. Su color es marrón oscuro y se comercializa en grosor de 3,2mm. La medida del tablero es de 244 x 122 cm. Existe también perforado para permitir la aireación.</p>	<p>Se utiliza principalmente como traseras de muebles y fondos de cajones. También es muy utilizado como base para pintar y para algunas partes de embalajes. También como trasera de portarretratos, posters y puzzles, y como protección de mesa para hacer cortes con bisturí. Forrado con tela y con imprimación, se utiliza como lienzo. Es un tablero barato.</p>
<p>TRIPLEX</p>	
<p>Es una lámina formada por un número impar de capas de maderas superpuestas, de tal forma que la dirección de las fibras entre dos capas adyacentes forma un ángulo recto. Las capas de madera son unidas por un proceso de presión y temperatura, mediante un adhesivo, creando un ensamble integral con características de resistencia iguales o superiores a las de la misma madera.</p> <p>Las dimensiones en que es comercializada la LÁMINA es de 1.22 * 2.44 cm. y los calibres son de 4, 7, 9, 12, 15, y 18 mm.</p>	<p>Utilizada en diversos campos, debido a sus grandes ventajas lo convierten en la materia prima esencial para muchos procesos en la industria del mueble, la construcción y la carpintería en general. Dimensiones estables a través del tiempo por el técnico tratamiento de secado de la madera que compone la lámina. Disponibilidad en todo el país.</p>
<p>CARTON INDUSTRIAL MULTICAPAS</p> <p>Elaborados con fibras celulósicas reciclables en mezclas de pulpas químicas y mecánicas para garantizar las propiedades físico-mecánicas.</p>	
<p>LÁMINA</p> <p>Las dimensiones en las que se comercializa son de 70*100cm</p> <p>En calibres: 0.8, 1.0, 1.3, 1.5, 1.8, 2.0, 2.5, 3.0, 4.0.</p>	
<p>ESQUINEROS</p>	

<p>Se fabrican según las necesidades del usuario.</p> <p>Se compone por 2 alas que varía el ángulo entre ellas y el ancho según sea las necesidades.</p> <p>Los calibres 2.0,2.5, 3.0, 4.0</p>	<p>Se utilizan especialmente para protección de carga en estibas aunque también para proteger las cajas en el empaque y embalaje de mercancías. Refuerza las propiedades de resistencia a la compresión de las cajas, por lo tanto protege la mercancía más y mejor. Al contacto con la humedad pierde sus características físico-mecánicas.</p>
--	--

CARTON CORRUGADO

LÁMINA

<p>Corrugado una cara – Corrugado Sencillo – Doble corrugado – Triple corrugado</p>	<p>Es uno de los materiales más utilizados para empaque y embalaje mercancías. El cartón corrugado es un material de protección contra rayones y contra vibración.</p> <p>Brinda protección del producto de los daños ocasionados durante el transporte y manejo. Almacena de la mejor manera el producto hasta que este sea recibido. Se puede utilizar como portador de la imagen de la empresa.</p> <p>Pierde sus propiedades físico-mecánicas al contacto con factores ambientales como la humedad puede llegar a sufrir daños ocasionados por golpes. Pierde rigidez por aplastamiento.</p>
---	--

CAJA PLEGADIZA

La caja de cartón corrugado se utiliza actualmente en servientrega para empacar la mercancía como Electrodomésticos sobre todo en Línea Marrón y Enseres Menores, Cristalería y Cerámicos y Equipos de Cómputo y Telecomunicaciones. Son de bajo costo. Se almacenan fácilmente debido a que pueden ser desdobladas, ocupando un

mínimo de espacio.
 Pueden lograrse excelentes impresiones, lo que mejora la presentación del producto, pues además dan muy buena apariencia en el anaquel. No tienen la misma resistencia si son comparadas con cajas pre-armadas, o contenedores de otro tipo de material. La resistencia de una caja plegadiza está limitada por el proceso de manufactura.

POLIETILENO BURBUJA

Polietileno provisto de burbujas de aire. Es un film de polietileno de dos capas o tres donde una de las capas se llena de aire formando alvéolos separados entre sí para dar al material la función de cojín.

<p>Este material se suministra en rollos que pueden llegar hasta 2500mm. de ancho pero luego los distribuidores o también los mismos fabricantes manipulan la bobina para obtener bobinas de ancho inferior o láminas a medida de las necesidades del utilizador final.</p>	<p>Es un elemento del complemento para el empaque, Se utiliza para empacar mercancía que requieran protección especial y por lo tanto empacar productos de cualquier naturaleza protegiéndolos de los golpes y los daños causados por las vibraciones y de más riesgos a los que está expuesta en el transporte y la manipulación.</p>
---	--

ESPUMA DE POLIETILENO

Protege los objetos contra impacto, consistencia, resistencia a la humedad, rajaduras, golpes y caídas, envolviendo el producto tanto como embalaje interna o externa y como separador (en láminas).

POLIESTIRENO EXPANDIDO (ICOPOR)

El EPS es un material plástico blanco espumado que presenta una estructura celular cerrada y rellena de aire.

<p>Actualmente en el mercado se encuentra infinidad de presentaciones de este material para utilizarlo tanto de material de protección, amortiguante o de relleno algunas de estas presentaciones son: Láminas de diferentes calibres, Chips o</p>	<p>Se utiliza para protección de elementos con partes en vidrio, acrílicos o materiales altamente delicados y/o frágiles. Este material poco denso se suele utilizar para la construcción y el embalaje. Sirve como capa protectora de abrasión</p>
---	---

<p>Chitos, Esferas de diferentes diámetros.</p>	<p>no absorbe casi el agua, es ligero, tiene una baja conductividad térmica, es muy estable frente a la temperatura. Es Relativamente fácil de manipular.</p>
<p>POLIURETANO (ISOCIANATO + POLIOL)</p> <p>Polímero que se obtiene por polimerización de determinados compuestos que contienen el grupo isocianato. Los poliuretanos son resinas que van desde las formas duras y aptas para recubrimientos resistentes a los disolventes hasta cauchos sintéticos resistentes a la abrasión y espumas flexibles.</p> <p>CINTA DE EMBALAJE</p> <p>Es de material polivinilico con una capa de pegante que se utiliza para sellar las cajas, sostener y sujetar los materiales de empaque, entre otros.</p>	

Fuente. Servientrega S.A.

Tabla 5-33 Tipo de empaque por categoría

EQUIPOS DE COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES				MAQUINARIA Y HERRAMINETA				ELECTRODOMÉSTICOS			
ARTÍCULO	TIPO DE EMPAQUE			ARTÍCULO	TIPO DE EMPAQUE			ARTÍCULO	TIPO DE EMPAQUE		
	T	GL	GP		T	GL	GP		T	G.L	G.P
Monitor		√		Horno Industrial			√	Lavadora		√	√
Computador completo		√		Planta Eléctrica		√	√	Calentador de ambientes		√	
Teclado	√			Cortadora de pavimento		√	√	Gas domésticos		√	√
CPU		√		Motobomba		√	√	Lavavajillas		√	√
Fotocopiadora		√	√	Saltarín		√	√	Caja de fuerza o seguridad		√	√
Plotter		√	√	Aspiradora industrial		√		Aire acondicionado		√	√

Computador Portátil	√	
Impresora	√	
Servidor		√
Escáner	√	
Fax	√	
Equipos electrónicos y digitales	√	

Caperuza	√	
Cigüeñal	√	√
Herramientas livianas	√	
Equipos Médicos	√	√
Fotocomponedora	√	√

Secadora	√	√
Estufa con horno	√	√
Estufa	√	
Nevera	√	√
Nevecón		√
Horno microondas	√	
Hornos eléctricos	√	
Nevera para uso comercial	√	

CRISTALERÍA Y CERÁMICA			
ARTÍCULO	TIPO DE EMPAQUE		
	T	G.L	G.P
Vidrios		√	
Botellas		√	
Vajillas		√	
Tejas Eternit (barro)		√	
Floreros		√	
Espejos		√	

MATERIAL PROMOCIONAL

ARTÍCULO	TIPO DE EMPAQUE		
	T	G.L	G.P
Pendones	√		
Aviso metal	√		
Stand metálico	√		
Stand acrílico	√	√	
Retablos	√	√	
Vitrinas unificadas		√	

Equipo de sonido	√	√
Cámara de video	√	√
D.V.D	√	√
V.H.S	√	√
T.V	√	√
Grabadora		√
Exprimidor	√	
Batidora	√	
Plancha	√	

MOBILIARIO Y ACCESORIOS

AUTOPARTES	
ARTÍCULO	TIPO DE

ARTÍCULO	TIPO DE EMPAQUE		
	T	GL	GP

Aspiradora	√	
Brilladora	√	
Ventiladores	√	√

	EMPAQUE		
	T	GP	GL
Motores		√	√
Frente de Buseta		√	√
Vidrio Panorámico		√	

DESPLAZAMIENTO			
ARTÍCULO	TIPO DE EMPAQUE		
	T	G.L	G.P
Bicicleta	√		
Bicicleta estática	√		
Moto		√	√
Cart		√	√

Perchero	√		
Lámparas	√		
Mesa madera	√		
Mesa plástica	√		
Mesa metal	√		
Sillas Madera	√		
Silla Plástica	√		
Silla Metal	√		
Biblioteca	√		
Camas	√		
Sofás	√		
Cómoda	√		
Escritorio	√		
Máquina de escribir	√		
Silla neumática	√		
Sillas por Tres	√		
Colchón	√		
Archivador	√		
Camilla	√		

Tostadora	√		
Secador	√		
Afeitadora	√		
Picador	√		
Licuada	√		

T= Empaque Técnico

GL= Guacal Liviano

GP = Guacal Pesado

NOTAS. 1. Todos los artículos que superen un peso báscula de 50 Kg deberán obligatoriamente llevar guacal pesado. 2. Se exigirá guacal liviano cuando el valor declarado del envío supere 1 SMMLV. 3. Todo aparato electrónico o digital deberá ser empacado de la siguiente manera: Si el envío se encuentra en su empaque original, se debe introducir en una Bolsa de seguridad. Si el envío se encuentra sin empaque deberá utilizarse bolsa de Polietileno Burbuja o Caja mini y Bolsa de seguridad.

Fuente. Servientrega S.A.

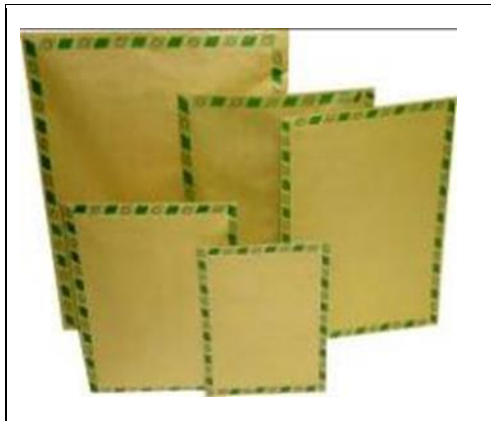
Tabla 5-34 Referencias de empaque y embalaje en Servientrega S.A.

CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO			
REF.	ANCHO (cm.)	LARGO (cm.)	ALTO (cm.)
A	30	15	15
1	30	30	15
2	30	30	30
3	50	30	15
4	40	30	30
5	50	45	25
5A	50	45	50
6	80	60	40
6A	80	60	73



BOLSA VALORES EYE		
REF.	LARGO (cm.)	ANCHO (cm.)
OFICIO	45.5	29
CARTA	40	24.5
CHEQUER A	14	24

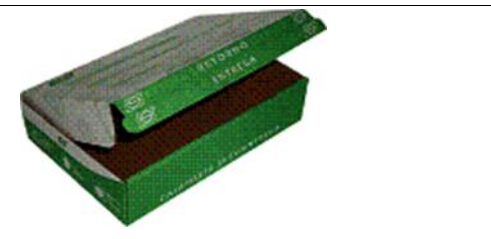




SOBRES DE MANILA		
REF.	LARGO (cm.)	ANCHO (cm.)
½ Carta	24	17.5
Carta	29	22.5
Oficio	35	25
Extra Oficio	37	26.9
Radiografía	44	35.6





SOBREPORTE EYE		
REF.	LARGO (cm.)	ANCHO (cm.)
Normal	29	18.5
Grande	35.5	27.7





CAJA PORTE		
ANCHO (cm.)	LARGO (cm.)	ALTO (cm)
22	15	5


	BOLSA DE POLIETILENO BURBUJA	
	LARGO (cm.)	ANCHO (cm.)
	47.5	34

	POLIETILENO BURBUJA		
	ALTO BURBUJA (cm.)	LARGO (cm.)	ANCHO (cm.)
	0.003	0.70	100

	PELÍCULA STRECH		
	CALIBRE	ANCHO (cm.)	LARGO (cm.)
	0.80	15	4500
	0.80	30	4500
0.80	50	4500	

	ZUNCHO CRESS		
	<p>Rollox1000 m.</p>		

	ICOPOR		
	ANCHO (cm.)	LARGO (cm.)	CALIBRE (cm.)
	100	100	0.08
	100	100	0.5
	100	100	0.8

	CINTA CRESS	
	<p>Rollox100m.</p>	ANCHO (cm.)
		5


	CARTÓN CORRUGADO	
	<p>Rollox96m.</p>	ANCHO (cm.)
		100

Tabla 5-35 Ficha técnica de los empaques de Servientrega S.A.

	EMPAQUE TÉCNICO 1		
	MATERIAL	CANT. X m ³	UNIDAD
	POLIETILEN O BURBUJA	9	METROS (m)
	CARTÓN CORRUGADO	9.5	METROS (m)
	PELÍCULA STRECH 50cm.	42	METROS (m)
	CINTA PEGANTE	27	METROS (m)
	RÓTULO	1	UNIDAD
	TIEMPO	16'25"	MINUTO SEGUNDO (min. s)

	EMPAQUE TÉCNICO 2		
	MATERIAL	CANT. X m. ³	UNIDAD
	CARTÓN CORRUGADO	9.5	METROS (m.)
	PELÍCULA STRECH 50cm.	42	METROS (m.)
	CINTA PEGANTE	9	METROS (m.)
	RÓTULO	1	UNIDAD
	TIEMPO	9'20"	MINUTO SEGUNDO (min. s)

	EMPAQUE TÉCNICO 3		
	MATERIAL	CANT. X m. ³	UNIDAD
	POLIETILEN O BURBUJA	9	METROS (m.)
	PELÍCULA STRECH 50cm.	42	METROS (m.)
	CINTA PEGANTE	8	METROS (m.)
	RÓTULO	1	UNIDAD
	TIEMPO	8'14"	MINUTO SEGUNDO (min. s)

	EMPAQUE TÉCNICO 4		
	MATERIAL	CANT. X m. ³	UNIDAD
	CAJA DE CARTÓN	1	UNIDAD
	POLIETILEN O BURBUJA	9	METROS (m.)
	PELÍCULA STRECH 50cm.	42	METROS (m.)
	CINTA PEGANTE	16	METROS (m.)
	RÓTULO	1	UNIDAD
TIEMPO	12'08"	MINUTO SEGUNDO (min. s)	

	GUACAL LIVIANO		
	MATERIAL	CANT X m ³	UNIDAD
	MADERA LISTÓN	41,5	METROS (m)
	GRAPA 17mm.	240	UNIDAD
	TIEMPO	25'12"	MINUTO SEGUNDO (min. s)

	GUACAL PESADO		
	MATERIAL	CANT. X m. ³	UNIDAD
	MADERA LISTÓN	33,5	UNIDAD
	MADERA REPIZA	3,5	UNIDAD
	MADERA TABLA BURRA	2,5	METROS (m)
	GRAPA 17mm.	192	UNIDAD
	GRAPA 21mm.	42	UNIDAD
	TIEMPO	30'25"	MINUTO SEGUNDO (min. s)

Fuente. Servientrega S.A

22. Para las clasificaciones A,B,C y F (Guía virtual) de logística inversa requiere que el documento que ampara el envío sea impreso en impresora láser y debe abstenerse de ser impreso en impresora de punto o matriz para garantizar la lectura del código de barras del documento que ampara el envío
23. Para todas las clasificaciones (A, B, C, D, E y F), el campo asignado en la guía para la fecha del envío corresponde al día en el cual se realice la recolección a domicilio o la recepción del envío en el centro de soluciones.

24. Los procedimientos para la recolección, el procesamiento y la distribución son los establecidos en las directrices de la compañía: “Directriz para la recolección de envíos”, “Directriz para el procesamiento de envíos”, “Directriz para la distribución de envíos”, y acorde con las condiciones pactadas con el cliente.
25. Para que un envío sea movilizado a través de la clasificación F, es necesario que el cliente proporcione al cliente trascendental un código de autorización cuando este le informe sobre el envío. En esta misma instancia el cliente debe informar a su cliente trascendental el valor declarado del envío y las condiciones de empaque de la misma.
26. Es responsabilidad del Analista del sistema de información asegurar que los CDS Retail habilitados por servientrega para la clasificación F cuenten con el acceso web y conexión a internet necesaria para la generación de las guías (Contratos de transporte de carga) crédito que van a amparar los envíos. Para esto es necesario que el Analista de sistemas de información reciba la solicitud de gestionar el acceso web y la conexión a internet con (10) días hábiles para garantizar que el CDS cuente con estos requerimientos (3) días hábiles antes de empezar operaciones con el cliente.

6. Aprovisionamiento de Guías (Contratos de transporte de Carga)

6.1 Guía Virtual

- 1 Para los casos en que se requiera la solución de logística inversa con guía virtual se debe asignar al cliente un rango de guías exclusivo para este producto.
- 2 Es responsabilidad del cliente y de los administradores centro de soluciones in company, solicitar las guías (Contratos de transporte de carga) acorde con los procedimientos establecidos por la organización.
- 3 Es responsabilidad del auxiliar administrativo de almacenamiento e inventarios – provisión de guías (Contratos de transporte de carga), distribuir los rangos de guía virtual solicitados por el cliente. Del mismo modo, los administradores de centro de solución in company deben velar por el buen uso y administración de ellos.

6.2 Guía Física

- 1 Para la clasificación D y E el administrador del centro de soluciones in company debe administrar y diligenciar las guías (Contratos de transporte de carga) que el cliente insertara en los envíos. Para los clientes de servientrega S.A que no cuenten con in Company es responsabilidad del cliente administrar y diligenciar las guías (Contratos de transporte de carga) que serán insertadas en los envíos.
- 2 El proceso de provisión de guías (Contratos de transporte de carga) tiene la responsabilidad de asegurar en un tiempo no superior a tres días, el respectivo abastecimiento de las guías (Contratos de transporte de carga) crédito utilizadas para esta solución, previa solicitud por el administrador del centro de soluciones in Company o el cliente.

7. Generación de Guías (Contratos de Transporte de carga)

1. Para los casos de las clasificaciones A, B y C, es responsabilidad del administrador del Centro de soluciones in company o del cliente diligenciar la información y asegurar el envío electrónico de esa guía al cliente trascendental. Para los casos de las clasificaciones D y E es responsabilidad del administrador del CSIC (Centro de soluciones in company) o del cliente diligenciar e imprimir la guía para que se anexe al envío.
2. Para la clasificación F, será responsabilidad del administrador centro de soluciones retail diligenciar e imprimir la guía para el cliente trascendental.

8. Solicitud de Recolección

1. Para las clasificaciones B, C y E el cliente o el administrador del centro de soluciones In company gestionara en el módulo del sistema de información la reasignación de guías (Contratos de transporte de carga) a los CDS (Centros de soluciones) y diligenciará los datos para la impresión de la guía física o para la generación de la guía virtual de logística inversa. Cuando no se tenga acceso al sistema de información, se recopilará la información mediante el diligenciamiento del formato información del cliente trascendental solicitud de recolección.
2. Las recolecciones realizadas para las clasificaciones B, C y E serán responsabilidad del administrador del CSIC (Centro de soluciones in company) o el asesor de servicio al cliente y tendrá el tratamiento de recolecciones esporádicas de acuerdo a los procedimientos establecidos.
3. El cliente debe enviar diariamente al asesor de servicio al cliente corporativo, el reporte consolidado de las solicitudes de logística inversa, para poder realizar un control y seguimiento de todos los envíos movilizados bajo esta solución.
4. Para el caso de la clasificación B y E las solicitudes de recolección por parte del cliente serán recibidas hasta las 3 pm con el propósito de efectuar la recolección el mismo día. Aquellas solicitudes que se realicen después de este horario se realizarán al día hábil siguiente. Para la clasificación C las solicitudes pueden ser recibidas por parte del cliente hasta las 5:00 pm pero serán realizadas al día hábil siguiente.

9. Recolección y recepción en centros de soluciones

9.1 El administrador del centro de soluciones Retail, el auxiliar del centro de soluciones retail o el auxiliar de camioneta tienen las siguientes responsabilidades:

9.1.1.1. Para los casos de la clasificación A, B, C, D y E deben garantizar en el momento de la recepción y/o recolección de envíos, que la guía este correctamente diligenciada además de todas las indicaciones relacionadas en la directriz de soluciones retail y la directriz de recolección de envíos propia de la compañía, para el caso de la clasificación F, el auxiliar del centro de soluciones retail es responsable de solicitar el código de autorización e ingresar al aplicativo los datos solicitados para la impresión de la guía.

9.1.1.2. Informar de manera inmediata al analista de recolección y distribución las anomalías que se encuentren en la guía al momento de la recolección del envío.

9.1.1.3. En el momento de realizar la recolección o de recibir el envío en el CDS se debe realizar inspección visual y física del empaque del envío, la verificación no incluye aspectos técnicos del contenido del mismo. En caso de encontrar algún defecto físico este debe ser registrado de manera clara en la guía.

9.1.1.4. Si el cliente lo requiere, se podrá realizar una verificación física del envío, la cual comprenderá únicamente a la parte visual de las condiciones del envío y en ningún caso constituirá una inspección técnica.

9.1.1.5. Para el caso de la clasificación A, B, C, D y E se debe ofrecer el servicio de empaque y embalaje descrito técnicamente en este manual procedimental a los clientes trascendentales cuando su envío no cuente con el empaque original o su empaque no sea adecuado.

El asesor de servicio al cliente en el momento de recibir la solicitud de recolección de logística inversa será responsable de informar al cliente trascendental las condiciones de empaque requerido para el envío, y el administrador del centro de soluciones in company y/o el auxiliar de recolección en el momento de recibir la solicitud de recolección de logística inversa deben asegurar que el envío se encuentre en un empaque adecuado para el procesamiento del mismo. En caso contrario deben identificar aquellos envíos que requieran el servicio de empaque y embalaje el cual será realizado en el centro logístico acorde con los parámetros descritos anteriormente.

9.1.1.6. Registrar el ingreso del envío en el sistema de información en el módulo de guías (Contratos de transporte de carga) crédito. (Aplica para el administrador del centro de soluciones retail).

9.1.1.7. Para el caso de la clasificación A, D y F, es responsabilidad del administrador del centro de soluciones retail o del auxiliar del centro de soluciones retail, al finalizar la jornada

generar el manifiesto crédito y realizar la transmisión en sisposnet, en caso tal de fallar la transmisión esta debe realizarse al día siguiente.

10. Procesamiento y distribución

El procesamiento y la distribución de los envíos movilizados bajo la solución de logística de inversa se realizarán acorde con las siguientes directrices:

Es responsabilidad del Facilitador Regional de Logística suministrar al Facilitador Master de Multinfraestructura Logística cada salto cuántico la información correspondiente a la capacidad instalada de los recursos Humanos, Técnicos, Tecnológicos, Financieros y de Transporte para cumplir con los requerimientos de recepción, procesamiento y alistamiento de los envíos.

Es responsabilidad del proceso de *Multinfraestructura Logística* realizar estudio de la capacidad instalada en los centros de procesamiento; cuando existan requerimientos originados por los procesos de *Soluciones Retail*, *Soluciones Corporativas* y *Soluciones In Company* para el ingreso, retiro, aumento y/o disminución de los envíos movilizados por los clientes.

Es responsabilidad del proceso de *Multinfraestructura Logística* verificar y aprobar las solicitudes de recursos Humanos, Técnicos, Tecnológicos y Financieros generadas por el Facilitador Regional de Logística para cumplir con el desarrollo normal del proceso.

Es responsabilidad del supervisor logístico asegurar que todos los envíos que ingresen al Centro de Procesamiento se encuentren identificados con su respectiva guía.

Es responsabilidad del Facilitador Regional de Logística garantizar la ejecución de: planimetrías, flujos y utilización de los recursos de acuerdo a los estándares del proceso.

Es responsabilidad del supervisor logístico garantizar las condiciones ambientales adecuadas para preservar el buen estado de los envíos durante el almacenamiento temporal.

Diseñar, documentar y mantener disponibles planes de contingencia orientados a atender eventos que puedan afectar la prestación del servicio y el normal desarrollo de las actividades del proceso.

Es responsabilidad del supervisor logístico informar a los procesos de *Servicio al Cliente*, *Compensaciones*, *Seguridad*, *Distribución & Recolección* aquellas novedades que se puedan presentar durante el desarrollo de la operación como:

Cuando la capacidad Instalada sea superada por factores externos y/o internos

Incremento en los volúmenes de envíos movilizados

Demora de los operativos regionales y/o zonas urbanas.

Dar prioridad al procesamiento de los envíos que por sus características de manipulación y conservación requieren entrega inmediata al cliente. (Envíos perecederos, vacunas, medicamentos, cárnicos, frutas, verduras y otros comestibles).

Si durante el procesamiento de los envíos se presentan las siguientes eventualidades, el Líder Logístico responsable del proceso debe realizar las siguientes acciones:

Tabla 10-1 Eventualidades presentadas en el ciclo logístico

EVENTUALIDAD	ACCION A SEGUIR
<p>Siniestro externo (Hurto, atraco o accidente)</p> <p>Siniestro interno (Avería del envío durante el proceso)</p>	<p>Informar inmediatamente al Supervisor Logístico acerca de la novedad presentada y a los procesos del Centro de Control Multidimensional (Servicio al Cliente, Seguridad, Compensaciones, Jurídico) y Regionales.</p> <p>Instaurar el denuncia correspondiente informando la situación a Servicio al Cliente, Seguridad, Jurídico, y Compensaciones.</p> <p>Para documento masivo se debe instaurar el denuncia correspondiente informado la situación. Informar y enviar al Proceso de Servicio al cliente el original del documento, en el cual se describe: No. De orden de servicio, nombre del cliente afectado (remitente) y No. de guía.</p>
<p>Envío requerido o inmovilizado por las autoridades</p>	<p>Informar inmediatamente acerca de la novedad presentada al líder logístico y a los procesos del Centro de Control Multidimensional (Servicio al Cliente, Seguridad, Compensaciones, Jurídico) y Regionales.</p> <p>Anexar al manifiesto una copia del acta correspondiente expedida por la entidad que incauta los envíos.</p>

Fuente. Servientrega S.A.

Es responsabilidad del supervisor logístico verificar diariamente el pronóstico del MRP vs la utilización del recurso con el fin de asegurar y ajustar la disponibilidad de los recursos.

Es responsabilidad del supervisor logístico, asegurar los recursos adicionales con base en:

La disponibilidad de vehículos de contingencia.

El tiempo disponible para el proceso.

Disponibilidad de la capacidad instalada

Disponibilidad de vehículos de proveedores de transporte autorizados.

Disponibilidad de talento humano suministrado para el proceso logístico.

Es responsabilidad del Facilitador Regional de Logística garantizar la administración de los recursos asignados al proceso de *Cross Docking* teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Cantidad máxima de piezas y documentos a procesar.

Horarios asignados de acuerdo a las líneas de salida de distribución y/o operativos.

Cobertura Red operativa.

Inspección y disponibilidad del recurso vehicular asignado.

Es responsabilidad del proceso de seguridad asegurar que los insumos como; cinta con logotipo de SERVIENTREGA S.A., precintos, bolsas de seguridad, zuncho, entre otros, se encuentren disponibles en el proceso de *Cross Docking*.

10.1 Aspectos a tener en cuenta en la recepción, almacenamiento y despachos de envíos:

Es responsabilidad del Líder Logístico asegurar que el procesamiento de los envíos se realice en un tiempo Máximo de 3.5 Horas, una vez se reciban los operativos de regional y las zonas de recolección.

Es responsabilidad de los auxiliares de camioneta y/o courier garantizar en la recepción de envíos, el correcto diligenciamiento de la guía, empaque y embalaje óptimo, rótulos de identificación, pictogramas, rótulos de tiempos de entrega, formas de pago y medios de transporte.

Es responsabilidad de los auxiliares logísticos del proceso de *Cross Docking* asegurar el ingreso del 100% de los envíos al sistema de información en los procesos de Entrada de Zona, Entrada de Centros de Soluciones, Entrada de Regional y Entrada de Bodega Local externa.

Es responsabilidad de los auxiliares administrativos logísticos del proceso de *Cross Docking* realizar la creación del manifiesto en el sistema de información verificando la siguiente información:

Nombre de la Zona.

Vehículo (Placa).

Nombre del Conductor / Courier / Auxiliar de Camioneta

Tipo de Producto (Documentos. Mercancía Premier e Industrial y Valores)

Tiempos de Entrega (Cero Horas Hábiles, Hoy Mismo, Normal, Logística Nocturna).

Modos de Transporte (Terrestre, Aéreo).

Forma de Pago (Pago Contraentrega).

Estado del envío (En Buen Estado, Abierto, Mal empacado, Averiado).

Pesos y Dimensiones (Largo, Alto y Ancho).

Es responsabilidad del supervisor logístico asegurar el manejo de los envíos por estibas y/o palets teniendo en cuenta lo indicado en los pictogramas de identificación, rótulos de señalización, tamaño y tipo de empaque y embalaje.

Es responsabilidad del supervisor logístico asegurar que los envíos con peso inferior a 5 Kg se almacenen en contenedores, tinas y/o tulas.

Es responsabilidad del supervisor logístico garantizar que todo envío considerado como mercancía peligrosa se le genere tratamiento de acuerdo a lo establecido en el *Protocolo de Incidentes con Mercancías Peligrosas en los Centros Logísticos*.

10.2 Aspectos a tener en cuenta para las operaciones correspondientes a salidas a zonas (urbanas y/o rurales), Regionales y franquicias:

Es responsabilidad del supervisor logístico asegurar que todos los envíos que se registren en el sistema de información como salida a zona se encuentren asignados al colaborador responsable de la distribución.

Es responsabilidad de los auxiliares administrativos logísticos del proceso de *Cross Docking* generar manifiesto de salida a zona en el sistema de información, realizando cierre e impresión y entrega del manifiesto al colaborador asignado a la zona de distribución.

Es responsabilidad de los auxiliares de camioneta y/o courier verificar que todos los envíos registrados en el sistema de información correspondan a la zona de acuerdo a los límites establecidos para la misma.

Es responsabilidad del supervisor logístico asegurar la creación de las novedades (Nombre del Conductor, Placa del Vehículo) de acuerdo a la programación entregada por el proceso de Transporte.

Es responsabilidad del supervisor logístico inspeccionar el estado de los recursos de transporte asignados a los operativos Regionales. Si los vehículos no cumplen con las condiciones mínimas para el transporte deben ser rechazados y se debe informar al proceso de transporte de la novedad.

Es responsabilidad del supervisor logístico garantizar que el peso físico y volumétrico no supere la capacidad límite asignada a los vehículos.

Es responsabilidad de los auxiliares logísticos del proceso de *Cross Docking* asegurar que los envíos de mayor peso se encuentren ubicados en la superficie y parte lateral del vehículo. Los envíos con peso inferior a 5 Kg, deben ser almacenados en contenedores, tinas y/o tulas.

Es responsabilidad de los auxiliares logísticos del proceso de *Cross Docking* asegurar el cargue de los operativos con rutas escalas y/o franquicias de acuerdo a la ruta establecida, identificando y separando los envíos de acuerdo a cada destino.

Es responsabilidad de los auxiliares administrativos logísticos del proceso de *Cross Docking* registrar en el sistema de información correspondiente el 100% de los envíos saliendo a regional y/o salida a zona rural y franquicias.

Es responsabilidad del supervisor logístico asegurar la utilización del Kit de sujeción en cada uno de los vehículos

Es responsabilidad del supervisor logístico asegurar la impresión del manifiesto del sistema de información y planilla del Ministerio de Transporte con la totalidad de la información requerida.

10.3 Aspectos a tener en cuenta en el cierre operacional:

Es responsabilidad del supervisor logístico garantizar la respuesta a los casos remitidos de los procesos de *Servicio al Cliente, Centros de Soluciones In Company, Seguridad y Compensaciones* de las novedades e incidencias presentadas en los envíos.

Es responsabilidad del supervisor logístico inspeccionar el estado de cada uno de los recursos utilizados en la operación (Entrega entre operaciones PM - AM):

Tecnológicos (Computadores, Lectores, Impresoras, Antenas).

Técnicos (Bandas, Gatos Hidráulicos y eléctricos, Contenedores, Básculas, Estibas, Tinas, Mallas).

Humanos (Capacidad Instalada Vs. Utilizada).

Control de Inventario de Envíos (Transito Nacional, Trayectos Especiales, Traslados entre Bodegas, Masivos Incompletos).

Operativos Pendientes por ingresar.

Es responsabilidad del supervisor logístico realizar el cierre de operación de acuerdo a los datos registrados en el sistema de información o documentos soporte, especificando la siguiente información:

Transmisiones hacia las ciudades destino.

Cierre al 100% de manifiestos que contengan envíos.

Anulación de manifiestos sin envíos.

Validación de control teórico Vs. El físico.

Validación del cruce de información para la verificación de los pendientes de la operación.

Novedades asignadas y aplicadas a los operativos.

Es responsabilidad del Supervisor encargado del proceso de *Cross Docking*, asegurar que se realice diariamente el registro de inventario de los envíos que se encuentran asignados a su bodega, la identificación de envíos pendientes y vejez de los envíos a fin de asegurar que la entrega de los envíos se realice en el menor tiempo posible

Es responsabilidad del supervisor logístico verificar las novedades presentadas en la operación teniendo en cuenta las siguientes variables:

Tabla 10-2 Variables Cross Docking según novedad

VARIABLES	ACTIVIDADES A REALIZAR	RESULTADO OBTENIDO
<p>ENVIOS PENDIENTES DE BODEGA</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Se debe recopilar la información de Remitente y direcciones y teléfonos. * Se debe verificar en los subprocesos que no se encuentren físicamente y pendientes por traslado. * Se debe verificar físicamente en cada una de las bodegas aquellos envíos que no tengan guías (Envíos N.N.) * Se realiza el Telemercadeo para solicitar información del contenido y empaque utilizado para la encomienda. * Se verifica con el proceso de confirmaciones si el envío cuenta con una tarea por parte de Servicio al Cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> * Envíos Sin Manifestar: Envíos que salen físicamente a zona / regional sin darle el proceso de Salida. * Malas Capturas: Son aquellos números de guía los cuales no han sido utilizados por el cliente y/o cambio en uno de sus dígitos; estos se puede dar por (Mantenimiento de los lectores, Código de barras defectuoso, Captura de manera manual o digital). * Guías de Reemplazo sin amarre: Son aquellos envíos que por novedades en el sistema no se puede realizar un enlace entre la guía original Vs. Guía de Reemplazo. * Error de Procedimiento: Son aquellos movimientos que se realizan a los envíos que son trasladados a otros procesos (Externos) con ubicación interna.

VARIABLES	ACTIVIDADES A REALIZAR	RESULTADO OBTENIDO
		<p>* Envíos N.N.: Son aquellos envíos que por ineficiencia en la rotulación, marcación y pérdida de la guía original, no se puede obtener información (Origen, nombre dirección y teléfono del remitente y/o destinatario).</p> <p>* Manifiestos Abiertos: Este ítem se presenta para los casos de manifiestos que no cuentan con una novedad (Placa, Conductor / Courier, Aux. Camioneta).</p> <p>* Tabla de Investigación: Son aquellos envíos que ingresaron al centro logístico sin novedad y que al finalizar la operación no se ubica físicamente.</p>
<p>VEJEZ DE ENVÍOS EN BODEGAS</p>	<p>* Verificar la cantidad de envíos que se encuentran en las bodegas (Primarias y Secundarias) con una vejez en días superior a los tiempos establecidos de procesamiento</p> <p>* Realizar seguimiento a los envíos para finalizar el ciclo logístico.</p>	<p>* Disminución en los controles de inventario.</p> <p>* Mejoramiento en los niveles de servicio.</p> <p>* Disminución en las PQR asignadas al proceso.</p>
<p>ENVÍOS CUYA GUÍA AMAPARA MÁS DE UNA PIEZA Y SE ENCUENTREN INCOMPLETOS</p>	<p>* Se debe realizar Telemercadeo en la ciudad origen verificando características del envío (dimensiones, pesos, empaque, rotulación).</p> <p>* Realizar Telemercadeo en las ciudades a nivel nacional para verificar la ubicación del envío faltante.</p> <p>* Remitir informe con la información general del envío.</p>	<p>* Disminución en los controles de inventario.</p> <p>* Mejoramiento en los niveles de servicio.</p> <p>* Disminución en las PQR asignadas al proceso.</p>

Fuente. Servientrega S.A.

En los casos que el cliente de servientrega solicite que los envíos movilizados bajo logística de inversa se entreguen a un tercero, es responsabilidad del cliente la manipulación y el estado de los envíos una vez se haya realizado la entrega por parte de Servientrega.

11. Esquema de liquidación

Logística inversa se liquidara bajo el esquema tarifario de mercancía premier.

La solución logística de inversa contempla los siguientes trayectos dependiendo del origen y el destino, y tiene en cuenta las siguientes variables:

Tabla 11-1 Tipos de trayecto logística Inversa

TIPOS DE TRAYECTO	TIEMPOS DE ENTREGA	MODO DE TRANSPORTE	FORMA DE PAGO
Nacional: Código de origen y código de destino deben ser de diferente regional	Normal	Terrestre	Credito
Zonal: Código de origen y código de destino, están ligados por el código de regional		Aereo	
Urbano: Código de origen = Código de destino			
Especial: condiciones especiales según orden público, itinerario, modo de transporte			

Fuente. Servientrega S.A.

Los envíos de logística inversa se caracterizan porque su peso real y/o volumen es superior a (2 Kg) e inferior o igual a las restricciones determinadas por el proceso de logística y registradas en la red operativa, o si es el caso, para envíos de peso superior a ciento cincuenta kilogramos (150 kg), longitud superior a 1,5 metros y volumen superior a 1,5 metros cúbicos, se reciben con previa autorización del proceso de recolección & distribución y acorde a las restricciones según red operativa.

Para la solución logística inversa se pueden contemplar los siguientes esquemas de negociación:

Tarifas plenas vigentes

Tarifas plenas más descuento

Valores propios

Kilos mínimos iniciales + kilo adicional

Factor de conversión según tabla de liquidación (222 kg/mt³)

Para la liquidación del flete fijo, se debe tomar el valor del kilo inicial (KI) según el trayecto del envío (nacional, zonal, urbano, o especial), medio de transporte (Aéreo o terrestre) y tiempo de entrega + el resultado de la multiplicación entre el peso mayor (real, volumen o mínimo) del envío menos un kilo y el valor del kilo adicional (KA) según el trayecto del envío (nacional, zonal, urbano, o especial), medio de transporte (Aéreo o terrestre) y tiempo de entrega.

$$\begin{aligned}
 \text{Flete fijo (FF)} & \quad (2) \\
 & = \text{Valor kilo inicial (KI)} + [\text{Valor Kilo Adicional (KA)} \\
 & \quad \cdot (\max(\text{Peso real, peso mínimo o volumen}) - 1)]
 \end{aligned}$$

La cantidad (1) representa la cantidad del valor de kilo inicial.

El valor del flete fijo neto se calcula de la siguiente manera, teniendo en cuenta el descuento según las condiciones contratadas con el cliente.

$$\begin{aligned}
 \text{Flete fijo Neto (FFN)} & \quad (3) \\
 & = \text{Flete Fijo (FF)} \\
 & \quad - \frac{\text{Flete Fijo (FF)} \cdot \text{Valor de la variable del descuento}}{100}
 \end{aligned}$$

El valor de la variable del descuento solo aplica para el valor del flete fijo. Para la liquidación del envío de mercancía premier que NO tenga descuento, el valor del flete fijo es igual al valor del Flete Fijo Neto.

$$\text{Flete fijo Neto (FFN)} = \text{Flete Fijo (FF)} \quad (4)$$

La liquidación del flete Variable, resulta de la multiplicación entre el valor declarado del envío y la tasa de manejo vigente del 2%:

$$\text{Flete Variable (FV)} = \text{Valor Total Declarado} \cdot \text{Tasa de manejo (2\%)} \quad (5)$$

11.1 Kilos mínimos iniciales más kilo adicional

Para cada cliente se debe definir el rango de kilos iniciales teniendo en cuenta el levantamiento de información del cliente, los cuales deben ser validados por el factor de competitividad multiprecio.

Definir el valor del kilo adicional para cada uno de los trayectos (nacional, zonal, urbano y especial) teniendo en cuenta el levantamiento de información del cliente, los cuales deben ser validados por el factor de competitividad multiprecio.

Establecer los porcentajes de tasa de manejo para cada uno de los trayectos (nacional, zonal, urbano y especial) analizados y autorizados por el factor de competitividad multiprecio.

Por cada uno de los rangos de kilos iniciales, se debe establecer el valor del flete fijo por pieza para cada uno de los trayectos (nacional, zonal, urbano y especial).

El flete fijo por pieza, resulta de buscar el peso de cada pieza (mayor valor entre el peso real y el peso volumen) en los rangos de kilos iniciales definidos en:

Si el peso de la pieza se encuentra en un rango de kilos iniciales definidos para el cliente, el valor del flete fijo a facturar para esa pieza es igual al valor del flete fijo definido para el rango de kilos, dependiendo del trayecto del envío.

$$FF_p = \text{Tarifa kilo inicial del rango} \quad (6)$$

Si el peso de la pieza no se encuentra en ningún rango de kilos iniciales definidos por el cliente, se debe tomar el valor del flete fijo dependiendo del trayecto del envío, más el valor del flete fijo de los kilos adicionales. El valor del flete fijo de los kilos adicionales es igual a los kilos adicionales (peso de la pieza menos el peso superior del rango de kilos iniciales) por el valor del kilo del flete fijo dependiendo del trayecto.

$$FF_p = \text{Tarifa kilo inicial} + [\max(P_r; P_v) - \text{Peso límite superior del rango}] \cdot [\text{Tarifa Kilo adicional}] \quad (7)$$

El flete variable por pieza, es el máximo valor entre; el flete variable por pieza calculado que resulta de la multiplicación entre la división del valor declarado del envío entre el número de piezas amparadas por la remesa terrestre de carga, y el valor obtenido por la tasa de manejo dependiendo del trayecto del envío

$$FV_p = \max \left[\frac{\text{Valor declarado del envío}}{\text{número de piezas por remesa}}; \text{flete variable mínimo} \right] \cdot \text{Tasa de manejo} \quad (8)$$

12. Key Performance Indicators Actuales

Es responsabilidad de los administradores de los centros de soluciones in company y del analista de recolección & distribución y/o asesor corporativo generar un informe diario con los siguientes aspectos:

Numero de envíos movilizados en la solución de logística inversa por el cliente y por el destino.

Indicadores de la solución

Tabla 12-1 Formulación matemática KPI'S de R&D logística inversa

NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA MATEMATICA DEL INDICADOR		PERIODICIDAD
EFICACIA EN LA RECOLECCION	Recoleccion realizadas	*100%	Diaria
	solicitudes de recoleccion		
ENFICACIA EN LA DISTRIBUCION	Envios entregados	*100%	Diaria
	Envios recolectados		

Fuente. Elaboración propia

Relación de los envíos de logística inversa que presentaron novedad durante la recolección, el procesamiento y la distribución con su correspondiente causal.

Relación de los envíos de devoluciones de clientes que presentaron novedad durante la recolección, el procesamiento y la distribución con su correspondiente causal.

Tratamiento de las novedades presentadas.

Consolidado de novedades pendientes por solucionar.

Cuando el cliente cuente con asesor corporativo es responsabilidad de este consolidar y enviar al contacto del cliente diariamente por correo electrónico el informe con los indicadores anteriormente mencionados o se podrá consolidar este informe a través del portal web.

13. Compensaciones

Para los envíos movilizados bajo la modalidad de logística inversa, las indemnizaciones se tramitaran con la copia de la guía destinatario, teniendo en cuenta que el remitente (Cliente trascendental) no es el cliente que contrata con servientrega para la movilización de los envíos.

Si se presenta un robo o pérdida del envío se tramitara la reclamación con el respectivo denuncia y demás documentos soportes, acorde con lo establecido en la directriz de compensaciones de la compañía.

El valor declarado registrado en la guía será previamente negociado con el cliente corporativo, el cual quedara enunciado en la propuesta comercial presentada y aprobada por el cliente corporativo, en ningún caso el cliente trascendental decidirá el valor declarado de los envíos, teniendo en cuenta la afectación que tendría en la liquidación del envío.

En los casos que se presente alguna reclamación por parte del cliente de avería total y/o parcial se procederá a cumplir con lo establecido en la directriz de compensaciones y se actuara acorde con las negociaciones establecidas con cada cliente.

14. Descripción del Proceso (UPS SCS (Colombia) LTDA)

Se diagrama al cliente UPS ya que es el más representativo en el marco de la solución Logística que se encuentran varios modos de operación actuales, enfocados al sectores comercial e industrial como: Logística de Garantías (Devoluciones de la mercancía en estado defectuoso), Logística de cajaporte y sobreporte, devoluciones de clientes (Retorno de una o más piezas de un cliente trascendental), Productos Obsoletos, e Inventarios Estacionales.

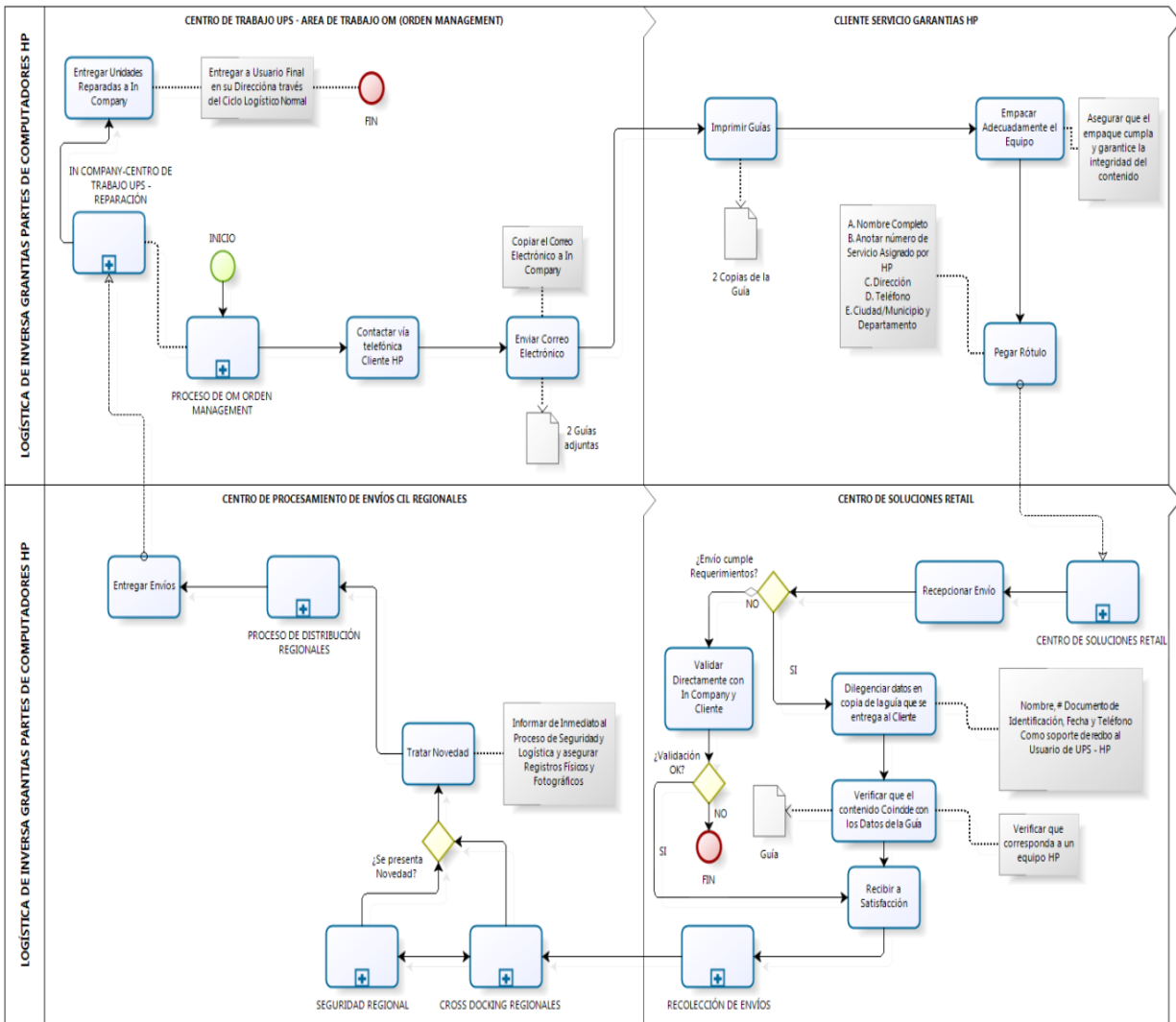


Figura 14-1 Diagrama de procesos para el cliente UPS. Fuente: Servientrega S.A.

15. Indicadores de Seguimiento

15.1 Ventas bajo esta solución

De acuerdo al análisis detallado en la implementación del subproducto de logística inversa evidenciamos un total en ventas de \$3.165.218, desde el momento en que se empezó a ofertar el servicio sin ser documentado ni estandarizado en cuanto a sus políticas y modo de operar tanto logísticamente como financiero, sin embargo con relación al mes de mayo del 2013, la solución liquidada como mercancía premier de acuerdo a las políticas en este manual documentadas corresponde a un ingreso en ventas de \$489.043, directamente proporcional a un incremento en su variación porcentual mes anterior de 1245% de incremento, y con relación a la variación porcentual año anterior se tiene un decremento del 58%, no obstante si analizamos estas cifras de acuerdo al pronóstico del 2012 al cierre de mayo tendríamos que tener un ingreso de ventas de \$928.868, superando como se puede evidenciar en los indicadores este valor.

Tabla 15-1 Facturación para clientes bajo la logística inversa

Valor Neto Facturado	Etiquetas de columna					Total 2013	Total general
Etiquetas de fila	2012	2013					
		Enero	Marzo	Abril	Mayo		
LOGISTICA INVERSA	2.229.284	386.812	23.733	36.346	489.043	935.934	3.165.218
COMPañIA DE COSMETICOS VOTRE PASSION S.A.S		5.628				5.628	5.628
ALCANOS DE COLOMBIA S.A.	10.380					10.380	10.380
CASAMOTOR S.A.S.	17.180			13.570		13.570	30.750
DIRECTV COLOMBIA LTDA.					389.330	389.330	389.330
HERITAGE GROUP SA	37.248					37.248	37.248
IZC MAYORISTA S.A.S	9.912	16.344	11.520	22.776		50.640	60.552
LINIO COLOMBIA S.A.S.					56.000	56.000	56.000
PANASONIC DE COLOMBIA S.A	597.259					597.259	597.259
PIX DE COLOMBIA S.A.S	25.335	12.240	12.213		43.713	68.166	93.501
PRODUCTOS FAMILIA S.A.	8.370					8.370	8.370
UPS SCS (COLOMBIA) LTDA.	1.523.600	352.600			-	352.600	1.876.200
Total general	2.229.284	386.812	23.733	36.346	489.043	935.934	3.165.218

Fuente: Elaboración propia.

15.2 Mercancía movilizada bajo este producto

Sin embargo no se evidencia una relación entre el incremento de ventas mes mayo – abril del 2013 con relación al número de mercancía premier movilizada ya que se evidencia un decremento de 573 envíos directamente proporcional a un 22,64%, esto puede deberse al incremento de tarifas.

Tabla 15-2 Variación de tarifas por meses

Cant Piezas		Año				VARIACION ABSOLUTA 2012 - 2013		VARIACION ABSOLUTA MES ANT.	
MesDelAño		2010	2011	2012	2013		VARIACION % 2012 - 2013		VARIACION % MES ANT.
Enero			918	1.640	1.566	-74	-5%	-152	-9%
Febrero			1.243	2.356	1.780	-576	-24%	214	14%
Marzo			1.191	2.919	1.740	-1.179	-40%	-40	-2%
Abril			582	2.049	1.868	-181	-9%	128	7%
Mayo			1.298	2.232		-2.232			
Junio			1.983	1.994		-1.994			
Julio	3		1.971	1.826		-1.826			
Agosto	33		1.720	2.092		-2.092			
Septiembre	285		2.541	1.832		-1.832			
Octubre	982		2.024	1.984		-1.984			
Noviembre	1.064		1.869	1.902		-1.902			
Diciembre	1.284		2.005	1.718		-1.718			
Total general		3.651	19.345	24.544	6.954	-17.590	-72%		

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

El liderazgo de la implementación de este manual metodológico en pro al cumplimiento de presupuesto (41,67% con respecto a un ingreso bajo esta unidad de negocio de \$2.246.242 al cierre del 2013), oficializando las tarifas bajo esta solución al área comercial(Ver Tabla 0-1) de acuerdo al portafolio de servicios de la compañía para que se liquide de manera real incrementando el número de mercancías movilizadas (33,33% con respecto a una eficiencia de entregas bajo esta solución de 20.862 envíos bajo la modalidad de mercancía premier al cierre del 2013) y aumento significativo en el indicador de productos no tradicionales, en planta debe empezar por la alta dirección, seguido de los Jefes logísticos y la fuerza comercial que debe ser replicado a los clientes corporativos donde estos a su vez direccionaran este comunicado a sus clientes trascendentales generando valor agregado a sus clientes ya que son ellos son los más idóneos para planificar y coordinar las actividades de implementación.

Los tiempos de entrega después de la implementación de este manual metodológico se estandarizaron de tal forma que se quedó registrado en el sistema de información de servientrega en el módulo de Red operativa, con el objetivo de brindar una respuesta más eficiente y certera al cliente (Ver anexo 3. Matriz tiempo de entrega logística inversa).

A través del diseño de este manual, la dirección comercial y logística de Servientrega S.A. puede controlar y monitorear a través de indicadores que hacen parte del sistema de gestión en planta, de manera más efectiva el ingreso de ventas vs número de movilizadas en el cual interactúan los costos inmersos a la demanda implícita dentro del supply chain management.

Se identificaron los lineamientos legales con base en la ley 1369:2009, según la CRC resolución 3038: 2011 para mensajería expresa, que el gobierno colombiano maneja y divulga, en relación con la indemnización presentada a las novedades de la mercancía evidenciadas por pérdida, saqueo, avería, espoliación e incumplimientos en tiempos de entrega, y cuyo cumplimiento es de carácter obligatorio para todas las empresas Operadores logísticos del país. Su desconocimiento y evasión, puede acarrear sanciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Comisión de Regulación de Comunicaciones, y lo más importante de todo, incremento en los costos logísticos directos, afectando el superávit de la cadena de suministros.

Se estableció la política de implementación evidenciado en las capacitaciones, en los que demuestra la intención de la gerencia de potencializar el portafolio de servicios; que muestra el gran compromiso que adquiere para con sus empleados y las partes interesadas (clientes, comunidad, proveedores, estado, cliente interno, cliente externo, etc.).

Recomendaciones

Socializar el presente Manual en la mayor brevedad posible a cada uno de los involucrados dentro de la cadena de valor del subproducto de logística inversa, basándose en las leyes y decretos que aquí se tomaron en cuenta para su diseño; evitando así costos y gastos contemplados en el ciclo logístico y financieros que puedan interrumpir cronogramas de trabajo.

Establecer parámetros concretos como indicadores de gestión medidos mensualmente adicionales a los ya establecidos de acuerdo a este manual como:

Descripción	Dato clave
Flujo	Evolución del valor de las devoluciones vs. presupuesto (a precio de compra) % devolución vs. ventas (a precio de compra)
Coste	Coste de la logística inversa Coste / flujo producto (%)
Stock / Inventario	Evolución del valor de stock vs. presupuesto (a precio de compra)

Consultar la norma técnica colombiana ISO 9001:2008, para el levantamiento de las herramientas para el análisis y mejoramiento de procesos con el fin de consolidar las acciones correctivas y planes choques a las no desarrolladas de acuerdo a la estimación de los tiempos, después de las inspecciones planeadas.

Capacitar a la alta dirección, explicando los beneficios que se obtienen. De esta manera se busca involucrar totalmente a la dirección no solamente con la asignación y parametrización de recursos sino más bien con su seguimiento y presencia en las fases de desarrollo.

Bibliografía

ALARCON A. Curso de Empaques y Embalajes. Recuperado de: <http://html.rincondelvago.com/empaques-y-embalajes.html>

AZOCAR, V. Embalajes de madera. Recuperado de: <http://www.browne.cl/charlas/Exposici%C3%B3n%20sobre%20Embalajes%20de%20Madera.pps>

Bonvini, N. Envases: No solo contienen a los alimentos. Ambiente Ecológico. Recuperado de: http://www.ambiente-ecologico.com/ediciones/alimentos/005_Alimentos_SAGyP_Envases.php3

Bricotodo, Tipos de tableros. Sitio web oficial de Bricotodo. Recuperado de: <http://www.bricotodo.com/tipostableros.htm>

Enciclopedia libre Wikipedia, Envase. Recuperado de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Envase>

Sinel Systems S.A., RFID: Llegan las etiquetas inteligentes. Sitio web oficial Sinel Systemas S.A. Recuperado de: http://www.sinel.com/esp/rfid/RFID_etiquetas_inteligentes.pdf

TOZCANO, ERAZO. IVAN, ANTONIO. Directriz para la administración del cajaporte y sobreporte MECE 9400 D009. Manual para la ejecución del proceso garantizando la calidad del servicio y asegurando para el producto su debida contención, protección y conservación, Servientrega, Bogotá. Colombia, 2011

FLOREZ, ROJAS. IVAN. Directriz para la recolección de envíos MECE 9300 D001. Parámetros para la ejecución y control del proceso de recolección de envios de acuerdo a las condiciones pactadas con los clientes. Servientrega, Bogotá. Colombia, 2008

CABALLERO. ANTONIO, PABLO. Directriz Procesamiento de envíos. MECE 9300 D003. Manual procedimental para el diseño, desarrollo e implementación a las estrategias necesarias de la integración, soporte de actividades y parámetros pertinentes para la ejecución y control de envios en los centros logísticos a nivel nacional. Servientrega, Bogotá. Colombia, 2012

MARTINEZ DEL VALLE. HAROLD. LOZANO. CARLOS, EDUARDO. BELTRAN, SANCHEZ. JUAN, HARVEY. FORERO, LANCHEROS. LUIS, JAVIER. Directriz para la distribución de envíos. MECE 9300 D004. Manual donde se establece las actividades y parámetros necesarios para la efectiva distribución y entrega de envios en los tiempos de entrega establecidos. Servientrega, Bogotá. Colombia, 2012

TOZCANO, ERAZO. IVAN, ANTONIO. BAUTISTA. PEDRO. BELTRAN. MARCELA. Directriz de soluciones retail MECE 9400 D001. Parámetros para la apertura, operación, control, traslado y cierre de centro de soluciones retail directos e indirectos garantizando la capacitación

del mercado natural y mercado PYME del sector de influencia; para asegurar la comercialización del portafolio de productos. Servientrega, Bogotá. Colombia, 2012

GIL. CARMEN, CECILIA. PIRAQUIVE, GONZALES.CARLOS. Directriz de compensaciones CCM 9209 D001.Procedimiento para la recolección de la información necesaria para analizar, evaluar y definir si se efectua o no el pago de una compensación surgida de una reclamación del cliente por una oportunidad de mejora en el servicio prestado. Servientrega, Bogotá. Colombia, 2009

COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPUBLICA.Ley 1369:2009 (30, Diciembre, 2009). Por medio del cual se establece el régimen de los servicios postales y se dictan otras disposiciones. Bogota, el Congreso, 2009

COLOMBIA, COMISION DE REGULACION DE COMUNICACIONES REPUBLICA DE COLOMBIA. Resolucion 3038:2011 (4, Abril, 2011). Por la cual se expide el régimen de protección de los derechos de los usuarios de los servicios postales. Bogota, el Congreso, 2011

CASTRO, CRESPON. AUXILIADORA, MARIA. Administracion de la cadena de suministro, Manual para estudiantes de la especialización de Ingenieria Industrial, Universidad Tecnologica Centroamericana de Honduras, UNITEC, Tegucigalpa.

<http://www.suratep.com/legislacion/circulares/2400.pdf> Artículo 392

<http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/ARTÍCULOS/27/distifisica.htm>

Guía práctica del embalaje, Instituto Mexicano de profesionales en envase y embalaje S.C

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo2933DocumentNo3986.PDF>

<http://www.maritimoportuario.cl/new/carga/pallet.htm>

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/logistica/NewsDetail.asp?ID=2813&IDCompany=8>

http://www.conversion.com/pragma/documenta/conversion/secciones/CV/ES/MAIN/IN/ARTÍCULOS/doc_26581_HTML.html?idDocumento=26581

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/logistica/NewsDetail.asp?ID=2813&IDCompany=8>

Instructivo Empaque y embalaje Internacional

El mundo del envase, Ma. Dolores Vidales Giovannetti, ediciones G. Gili, S.A. de .C.V, México