

---

Guía de Trabajo

# Gestión Logística

Guía de Trabajo  
*Gestión Logística*

Primera edición digital  
Huancayo, 2022

De esta edición

© Universidad Continental, Oficina de Gestión Curricular  
Av. San Carlos 1795, Huancayo-Perú  
Teléfono: (51 64) 481-430 anexo 7361  
Correo electrónico: [recursosucvirtual@continental.edu.pe](mailto:recursosucvirtual@continental.edu.pe)  
<http://www.continental.edu.pe/>

### **Cuidado de edición**

Fondo Editorial

### **Diseño y diagramación**

Fondo Editorial

Todos los derechos reservados.

La *Guía de Trabajo*, recurso educativo editado por la Oficina de Gestión Curricular, puede ser impresa para fines de estudio.

# Índice

---

<b>Presentación</b>	<b>5</b>
<b>Primera Unidad</b>	
Guía de trabajo 1: Gestión de la cadena de suministros, gestión de aprovisionamiento y <i>stocks</i>	7
Guía de trabajo 2: Gestión de la cadena de suministros, gestión de aprovisionamiento y <i>stocks</i>	8
Guía de trabajo 3: Ética en las compras	9
<b>Segunda Unidad</b>	
Guía de trabajo 1: Decisiones de la localización y gestión y organización de almacenes	12
Guía de trabajo 2: Decisiones de la localización y gestión y organización de almacenes	15
<b>Tercera Unidad</b>	
Guía de trabajo 1: Gestión de la producción y gestión del transporte y distribución	19
Guía de trabajo 2: Gestión de la producción y gestión del transporte y distribución	22
<b>Cuarta Unidad</b>	
Guía de trabajo 1: Comercio internacional y tecnología en el sector logístico	24
Guía de trabajo 2: Comercio Internacional y tecnología en el sector logístico	25
<b>Referencias</b>	<b>27</b>



# Presentación

---

El material de aprendizaje para los estudiantes es importante para el desarrollo óptimo de la asignatura, pues detalla cómo deben desarrollar alguna actividad.

Esta guía se estructura teniendo en cuenta las modalidades y las unidades de estudio. Aquí encontramos guías de trabajo, exposición y guías de casos.

Es recomendable que el estudiante desarrolle una permanente lectura de estudio, de los contenidos desarrollados y de los textos seleccionados que amplían la información. Se han realizado resúmenes y una minuciosa investigación vía virtual para brindarle lo más exacto de la información.

Organice su tiempo para que obtenga buenos resultados. La clave está en encontrar el equilibrio entre las actividades personales y las actividades que asume como estudiante. El estudio requiere constancia. Por ello, es necesario encontrar la motivación que le impulse a hacer mejor cada día.

La asignatura Gestión Logística es una asignatura obligatoria de especialidad del séptimo ciclo de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial. Su relevancia reside en desarrollar una visión global de la gestión logística como actividad gerencial y como sistema dentro de la empresa.

Para lograr lo indicado, los contenidos generales y las clases son de manera experiencial y colaborativa, donde docente y estudiantes comparten de manera dinámica una mezcla entre conocimiento y experiencia.

El autor

---

---

## Primera Unidad



## Guía de trabajo 1

# Gestión de la cadena de suministros, gestión de aprovisionamiento y stocks

---

### I. Objetivo

- Describir los procesos de la cadena de suministros, así como asociarlos al proceso de aprovisionamiento y stock.
- Conocer la metodología de exposición para las siguientes clases.

### II. Instrucciones

- En caso se agrupen en equipos, estos serán de cuatro o cinco integrantes. Revisar los trabajos relacionados con el tema.
- Realizar un extracto y exponer teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.

### III. Revisamos el material

Leer *Gestión logística integral: las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*, de Mora, L. (2016).

Tema 1: Introducción a la Gestión logística

Tema 2: Importancia de la Gestión logística

Tema 3: Diferencia entre cadena de suministros y gestión logística

Tema 4: Situación actual del Perú en gestión logística



## Guía de trabajo 2

### **Gestión de la cadena de suministros, gestión de aprovisionamiento y stocks**

---

#### **I. Objetivo**

Describir los procesos de la cadena de suministros, así como asociarlo al proceso de aprovisionamiento y *stock*.

#### **II. Instrucciones**

- En caso se agrupen en equipos, estos serán de cuatro o cinco integrantes. Revisar los trabajos relacionados con el tema.
- Realizar un extracto y exponer teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.

#### **III. Revisamos el material**

Leer *Logística administración de la cadena de suministro*, de Ballou, R. (2004), los siguientes temas:

Tema 1: Gestión de compras y adquisiciones.

Tema 2: Evaluación y homologación de proveedores.

Tema 3: Logística verde.



## Guía de trabajo 3

### Ética en las compras

---

#### I. Objetivo

Analizar las situaciones en las que se evalúa la ética en la labor de adquisiciones.

#### II. Instrucciones

- El desarrollo de la prueba es individual.
- Se debe sustentar la decisión tomada.
- Solo se puede realizar una vez.

#### III. Actividades por desarrollar

- Escoger una alternativa para cada pregunta.

**Caso 1:** El comprador Benito recibe una factura por USD 500 por la compra de una calculadora.

En automático genera una orden de compra por dicha adquisición y la envía a cuentas por pagar para su respectivo pago. ¿Cuál es su opinión?



**Caso 2:** Para un concurso de precios se preseleccionan 5 proveedores.

Un proveedor es hermano de Juan Pérez que es empleado de la empresa que hace el concurso de precios, Juan Pérez no participa en la decisión para seleccionar al proveedor. ¿Qué opina al respecto?



**Caso 3:** Ha llegado Navidad y el gestor de compras Jorge Sit recibe una canasta navideña del proveedor de sistema a quien le compró durante 2005 por un valor de USD 1000,000.

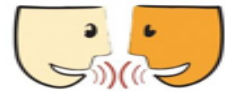


La canasta llega a su casa directamente con una tarjeta de felicitación del proveedor. ¿Qué observaciones tiene al respecto?

**Caso 4:** Usted recibe la invitación de un proveedor de alfombras para almorzar. Este le indica que de salir ganador del concurso (a realizarse el próximo mes), le enviará una alfombra a la casa de sus padres y nadie se va a enterar... ¿Cómo reacciona a usted a tan gentil invitación?



**Caso 5:** La empresa Soy Techie vende a la empresa Benidorm una solución integral ERP que funciona sobre el HW xx y el SW yy. Luego de un mes de firmado el contrato e iniciadas las labores, el Dr.



Chantada, gerente general de Techie, le indica al comprador senior de Bernidorm, conocido como el DOC, que habrán algunas modificaciones en el HW, pero que la solución integral funcionará adecuadamente.

El comprador accede, pero no queda documento sustentatorio alguno. Luego de ocho meses la solución integral entra en funcionamiento adecuadamente.

Cuando soy Techie exige el V.º B.º del comprador para procesar su factura el comprado indica que no habrá pago alguno porque el HW utilizado no es el contratado.

¿Cuál es su opinión acerca del caso presentado? ¿Cómo solucionamos este caso?

## Segunda Unidad



## Guía de trabajo 1

### **Decisiones de la localización y gestión y organización de almacenes**

---

#### **I. Objetivo**

- Analizar las decisiones de las empresas con respecto a la localización y ubicación de plantas y/o almacenes.
- Leer la lectura: Zara: fabricante y detallista de ropa.

#### **II. Instrucciones**

- En caso se agrupen en equipos, estos serán de cuatro o cinco integrantes. Revisar los trabajos relacionados al tema.
- Realizar un extracto y exponer teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.

#### **III. Actividades por desarrollar**

- Responder a cada pregunta formulada, brindado su punto de vista y análisis.



### Zara: Fabricante y detallista de ropa

Zara es una cadena de tiendas de moda propiedad de Inditex, el más grande detallista y fabricante de ropa de España. En 2009 Inditex reportó ventas de aproximadamente 11,000 millones de euros de más de 4,700 tiendas minoristas en aproximadamente 76 países. En una industria en la que la demanda del cliente es caprichosa, Zara ha crecido rápidamente con una estrategia muy sensible a las tendencias cambiantes con precios asequibles. Mientras que tradicionalmente los tiempos de ciclo diseño-ventas en la industria de la ropa tienen un promedio de más de seis meses, Zara ha logrado tiempos de ciclos de cuatro a seis semanas. Esta velocidad permite a Zara introducir nuevos diseños cada semana y cambiar 75% de su mercancía exhibida cada tres o cuatro semanas. Por consiguiente, los productos en exhibición de Zara igualan las preferencias del cliente mucho más fielmente que la competencia. El resultado es que Zara vende la mayor parte de sus productos sin descuento y tiene cerca de la mitad de las rebajas en sus tiendas en comparación con la competencia.

Zara fabrica su ropa con una combinación de fuentes flexibles y rápidas en Europa (la mayoría en Portugal y España) y fuentes de bajo costo en Asia. Esto contrasta con la mayoría de los fabricantes de ropa que han trasladado la mayor parte de su fabricación a Asia. Cerca de 40% de la capacidad de manufactura es propiedad de Inditex, con el resto subcontratado. Los productos con demanda altamente incierta provienen de Europa, en tanto que los productos más predecibles provienen de Asia. Más de 40% de sus compras de productos terminados y la mayor parte de su producción interna ocurren después del inicio de la temporada de ventas. Esto contrasta con un detallista típico que produce menos de 20% después del inicio de la temporada de ventas. Esta capacidad de respuesta y el aplazamiento de las decisiones hasta después de que se conocen las tendencias, permiten a Zara reducir los inventarios y pronosticar errores. Zara también ha realizado fuertes inversiones en tecnología de información para garantizar que los datos de ventas más recientes estén disponibles para impulsar las decisiones de reabastecimiento y producción.

En 2009 Inditex distribuía a tiendas de todo el mundo desde ocho centros de distribución ubicados en España. El grupo reivindicó un tiempo de entrega promedio de 24 horas para sus tiendas europeas y hasta un máximo de 48 horas para sus tiendas en América y Asia, a partir del momento en que se recibía el pedido en el centro de distribución (CD) hasta el momento en que se entregaba en las tiendas. Se hacían varios envíos a la semana desde los centros de distribución a las tiendas. Esto permitía igualar con mucha exactitud el inventario de la tienda a la demanda de los clientes.

Las siguientes preguntas plantean temas de la cadena de suministro que son primordiales para la estrategia y éxito de Zara:

1. ¿Qué ventaja tiene Zara frente a la competencia por tener una cadena de suministro con mucha capacidad de respuesta?
2. ¿Por qué Inditex decidió tener fabricación tanto interna como externa? ¿Por qué mantuvo su capacidad de fabricación en Europa aun cuando la fabricación en Asia es mucho más barata?
3. ¿Por qué Zara adquiere productos con demanda incierta de fabricantes locales y productos con demanda predecible de fabricantes asiáticos?
4. ¿Qué ventaja obtiene Zara por reabastecer sus tiendas varias veces a la semana en comparación con un reabastecimiento menos frecuente? ¿Cómo afecta la frecuencia de reabastecimiento el diseño de su sistema de distribución?
5. ¿Piensa que la infraestructura de reabastecimiento de respuesta rápida de Zara es más adecuada para ventas en línea o para ventas al menudeo?

Tomado de Chopra, S. y Meindl, P. (2013). *Administración de la cadena de suministro*. (5.ª ed., pp. 14-15). Pearson.

Las siguientes preguntas plantean temas de la cadena de suministro que son primordiales para la estrategia y éxito de Zara;

1. ¿Qué ventaja tiene Zara frente a la competencia por tener una cadena de suministro con mucha capacidad de respuesta?
2. ¿Por qué Inditex decidió tener fabricación tanto interna como externa? ¿Por qué mantuvo su capacidad de

fabricación en Europa aun cuando la fabricación en Asia es mucho más barata?

3. ¿Por qué Zara adquiere productos con demanda incierta de fabricantes locales y productos con demanda predecible de fabricantes asiáticos?
4. ¿Qué ventaja obtiene Zara por reabastecer sus tiendas varias veces a la semana en comparación con un reabastecimiento menos frecuente? ¿Cómo afecta la frecuencia de reabastecimiento el diseño de su sistema de distribución?
5. ¿Piensa que la infraestructura de reabastecimiento de respuesta rápida de Zara es más adecuada para ventas en línea o para ventas al menudeo?



## Guía de trabajo 2

### **Decisiones de la localización y gestión y organización de almacenes**

---

#### **I. Objetivo**

Analizar las decisiones de las empresas con respecto a la localización y ubicación de plantas y/o almacenes. Se leerá el artículo Seven & Leven Japan Co.

#### **II. Instrucciones**

- En caso se agrupen en equipos, estos serán de cuatro o cinco integrantes. Revisar los trabajos relacionados al tema.
- Realizar un extracto y exponer teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.

#### **III. Actividades por desarrollar**

Responder a cada pregunta formulada, brindando su punto de vista y análisis.



## ESTUDIO DE CASO



# SEVEN-ELEVEN JAPAN CO.

Fundada en 1973, Seven-Eleven Japón estableció su primera tienda en Kotu-ku, Tokio, en mayo de 1974. La compañía empezó a cotizar en la Bolsa de Valores de Tokio en octubre de 1979. En 2004 fue adquirida por el grupo Ito-Yokado, que también administraba una cadena de supermercados y tenía una participación mayoritaria de Southland, la compañía que administraba Seven-Eleven en Estados Unidos. Entre los años de 1985 y 2003, Seven-Eleven Japón tuvo un periodo de sorprendente crecimiento. Incrementó el número de tiendas de 2,299 a 10,303; sus ventas anuales aumentaron de 386 millones a 2,343,000 millones de yenes; y obtuvo un ingreso neto de 9 mil millones a 91,500 millones de yenes. Adicionalmente, el rendimiento del valor líquido promedió cerca de 14% entre 2000 y 2004. En este último año, Seven-Eleven Japón fue el minorista más grande de Japón en términos de ingreso de operación y número de tiendas. Las visitas de los clientes totalizaron 3,600 millones ese año, promediando casi 30 visitas a un Seven-Eleven por año para cada persona en Japón.

### HISTORIA DE LA COMPAÑÍA Y PERFIL

Masatoshi Ito fundó tanto Ito-Yokado como Seven-Eleven Japón, quien empezó su imperio de tiendas después de la Segunda Guerra Mundial, al unirse a su madre y a su hermano mayor para trabajar en una pequeña tienda de ropa en Tokio. Para 1960, él tenía el control exclusivo y la pequeña tienda se había convertido en una compañía de 3 millones de dólares.

Después de un viaje a Estados Unidos en 1961, Ito se convenció de que las grandes tiendas eran la onda del futuro. En esa época, Japón todavía seguía dominado por las tiendas populares. La cadena de super tiendas de Ito en el área de Tokio se volvió popular y pronto constituyó el centro de sus operaciones.

En 1972, Ito se acercó a Southland Corporation para hablar sobre la posibilidad de abrir tiendas de conveniencia Seven-Eleven en Japón. Después de rechazar su petición inicial, Southland accedió en 1973 a celebrar un contrato de licencia. A cambio de 0.6% de las ventas totales, Southland le dio a Ito los derechos exclusivos en todo Japón. En mayo de 1974, se abrió la primera tienda Seven-Eleven en Tokio.

Este nuevo concepto fue un éxito inmediato y la cadena experimentó un rápido crecimiento. Para 1979 existían ya 591 tiendas Seven-Eleven; para 1984 eran 2,001. El rápido crecimiento continuó (véase la tabla 3-1), lo que dio como resultado que para 2004 hubiera 10,356 tiendas.

El 24 de octubre de 1990, Southland Corporation se acogió al capítulo de quiebra de Estados Unidos. Southland pidió la ayuda de Ito-Yokado. El 5 de marzo de 1991 se constituyó IYG Holding con Seven-Eleven Japón (48%) e Ito-Yokado (52%). IYG adquirió 70% de las acciones comunes de Southland por un precio de 430 millones de dólares.

En 2004, las operaciones de Seven-Eleven Japón y Seven-Eleven Inc. en Estados Unidos contribuyeron con 48.2% del total de los ingresos y 90.2% del total consolidado



## PREGUNTAS DE ESTUDIO

1. Una cadena de tiendas de conveniencia trata de ofrecer capacidad de respuesta y proporcionar a los clientes lo que necesitan, cuando lo necesitan, donde lo necesitan. ¿De qué otras maneras pueden ser tener capacidad de respuesta las tiendas de este tipo? ¿Cuáles son los riesgos en cada caso?
2. La estrategia de cadena de suministro de Seven-Eleven en Japón se describe como un intento de equiparar a escala micro la oferta y la demanda empleando el reabastecimiento rápido. ¿Cuáles son algunos riesgos asociados con esta decisión?
3. ¿Qué ha hecho Seven-Eleven en su selección de la ubicación de instalaciones, administración del inventario, transportación, e infraestructura de la información para desarrollar las capacidades que soportan la estrategia de su cadena de suministro en Japón?
4. Seven-Eleven no permite la entrega directa en tienda en Japón pero todos los productos fluyen a través de su centro de distribución. ¿Qué beneficios obtiene de esta política? ¿Cuándo es más apropiada la entrega directa en tienda?
5. ¿Qué piensa acerca del concepto 7dream para Seven-Eleven Japón? Desde una perspectiva de la cadena de suministro, ¿es posible ser más exitoso en Japón o en Estados Unidos? ¿Por qué?
6. Seven-Eleven está tratando de duplicar en Estados Unidos la estructura de la cadena de suministro que ha tenido éxito en Japón con la introducción de los CDC. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de este método? Tenga en mente que las tiendas también son reabastecidas por mayoristas y fabricantes que usan EDT.
7. Estados Unidos tiene distribuidores de servicios alimentarios que también reabastecen las tiendas de conveniencia. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de tener un distribuidor que reabastezca las tiendas de conveniencia en comparación con una compañía como Seven-Eleven que administra su propia función de distribución?

Tomado de Chopra, S. y Meindl, P. (2013). *Administración de la cadena de suministro*. (5.ª ed., pp. 60-67). Pearson.



## Tercera Unidad



## Guía de trabajo1

# Gestión de la producción y gestión del transporte y distribución

---

### I. Objetivo

Analizar las decisiones de las empresas con respecto a la gestión de la planificación en la producción, transporte y distribución: Amazon: una empresa electrónica.

### II. Instrucciones

- En caso se agrupen en equipos, estos serán de cuatro o cinco integrantes. Revisar los trabajos relacionados al tema.
- Realizar un extracto y exponer teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.

### III. Actividades por desarrollar

Responder a cada pregunta formulada, brindado su punto de vista y análisis.



## AMAZON.COM: UNA EMPRESA ELECTRÓNICA

Amazon.com vende libros, música y otros artículos por Internet, siendo una de las pioneras en comercio electrónico. Amazon, con sede en Seattle, comenzó surtiendo todos los pedidos con libros que compraba a un distribuidor en respuesta a los pedidos de los clientes. Esta práctica difiere de la librería tradicional, la cual compra directamente a la editorial y almacena los libros con anticipación a los pedidos de los clientes. En la actualidad, Amazon tiene seis almacenes donde mantiene sus inventarios. Almacena los libros de mejor venta, aunque obtiene otros títulos de distribuidores o editoriales. Emplea el servicio postal de Estados Unidos y otros servicios de mensajería, como UPS y FedEx, para enviar los libros a los clientes.

Amazon ha continuado expandiendo el grupo de productos que vende en línea. Además de libros y música, Amazon agregó muchas categorías de productos, como juguetes, ropa, aparatos electrónicos, joyería y zapatos. Después de varios años de pérdidas, Amazon ha sido rentable desde 2003.

Varios jugadores tradicionales, que incluyen las librerías como Borders y Barnes & Noble, también han empezado a vender por el canal de Internet. Barnes & Noble ha establecido Barnes&Noble.com como otra compañía, mientras que Borders emplea a Amazon para surtir sus pedidos en línea después de haber tratado de operar un negocio en Internet. En el caso de Barnes & Noble, las cadenas de suministro de la tienda minorista y de la tienda en línea comparten el almacenaje y la transportación en cierta medida. Ésta es una desviación de la estrategia original de la compañía, cuando Barnes&Noble.com no era visible en ninguna librería de Barnes & Noble.

1. ¿Por qué conforme crece Amazon construye más almacenes? ¿Cuántos almacenes debería tener y dónde deberían estar ubicados?
2. ¿Qué ventajas proporciona vender libros vía Internet sobre la librería tradicional? ¿Existe alguna desventaja en hacerlo así?
3. ¿Debería Amazon tener existencias de todos los libros que vende?
4. ¿Qué ventajas pueden obtener los jugadores tradicionales de establecer un canal en línea? ¿Cómo deberían emplear los dos canales para obtener la máxima ventaja?
  
5. ¿Deberían las librerías tradicionales como Barnes & Noble integrar el comercio electrónico a su cadena de suministro actual o manejarlo por separado?
6. ¿Para qué productos el canal del comercio electrónico ofrece una gran ventaja? ¿Qué caracteriza a estos productos?

Tomado de Chopra, S. y Meindl, P. (2013). *Administración de la cadena de suministro*. (5.ª ed., pp. 19-20). Pearson.



## Guía de trabajo 2

### **Gestión de la producción y gestión del transporte y distribución**

---

#### **I. Objetivo**

Analizar los conceptos básicos de la gestión de la producción y la planificación de esta. Leer lo siguiente: MRP.

#### **II. Instrucciones**

- En caso se agrupen en equipos, estos serán de cuatro o cinco integrantes. Revisar los trabajos relacionados al tema.
- Realizar un extracto y exponer teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.

#### **III. Actividades por desarrollar**

- Realizar un resumen y análisis de la lectura.
- Generar una bitácora de las consultas o dudas que se tengan acerca de la lectura.
- Ingresar al siguiente link para acceder a la lectura.

[https://drive.google.com/file/d/14RIMSGs\\_L5SIBudaEsMAuzfm5rjKYqJ8/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/14RIMSGs_L5SIBudaEsMAuzfm5rjKYqJ8/view?usp=sharing)



## Cuarta Unidad



## Guía de trabajo 1

### Comercio internacional y tecnología en el sector logístico

---

#### I. Objetivo

Identificar las prácticas de las empresas con respecto al comercio internacional y al uso de las tecnologías de la información. Lectura: Zara: fabricante y detallista de ropa.

#### II. Instrucciones

- En caso se agrupen en equipos, estos serán de cuatro o cinco integrantes. Revisar los trabajos relacionados al tema.
- Realizar un extracto y exponer teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.

#### III. Actividades por desarrollar

Realizar el proceso de costeo de una importación y compararla con el precio local.

- Valor CIF
- Arancel (x%):  $(CIF) * x\%$
- ISC:  $(CIF + Arancel) * x\%$
- IGV (16%):  $(CIF + Arancel + ISC) * 16\%$
- IPM (2%):  $(CIF + Arancel + ISC) * 2\%$
- Ante Aduanas se paga el arancel, el ISC, el IGV y el IPM. Este hecho se conoce como pago de derechos de importación o nacionalización.



## Guía de trabajo 2

### Comercio Internacional y tecnología en el sector logístico

---

#### I. Objetivo

Exponer como trabajo final identificando los procesos logísticos de una empresa, así como los puntos de mejora de cada proceso.

#### II. Instrucciones

- En caso se agrupen en equipos, estos serán de cuatro o cinco integrantes. Revisar los trabajos relacionados al tema.
- Realizar un extracto y exponer teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.

#### III. Actividades por desarrollar

Realizar una exposición considerando los siguientes puntos:

1. Introducción de la empresa
  - Generalidades.
  - Productos/servicios ofertados.
  - Definición general de los procesos de la empresa.
  - Organigrama general de la empresa/organigrama área logística.
2. Análisis del mercado
  - Análisis de la competencia.
3. Aplicación del caso en el sector
  - Describir y analizar el proceso de compra.
  - Describir y analizar el proceso de almacén.

- Describir y analizar el proceso de planificación (inventario y producción).
  - Describir y analizar el proceso de distribución y transporte.
  - Indicar cual es la situación deseada en cada uno de los procesos logísticos.
  - Indicar algunas bondades del sistema ERP que utiliza o qué tipo de tecnología utiliza y cuál podría utilizar.
4. Conclusiones y recomendaciones



## Referencias

Anaya, J. (2011). *Logística integral: la gestión operativa de la empresa* (2.ª ed.). ESIC.

Ballou, R. (2004). *Logística. Administración de la cadena de suministro* (5.a ed.). Pearson Educación.

Chopra, S. y Meindl, P. (2013). *Administración de la cadena de suministro* (5.a ed.). Pearson Educación.

Mora, L. (2016). *Gestión logística integral: las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento* (2.a ed.). Ecoe Ediciones.



