

Logística

Fredy Gonzalo Días¹, Beatriz Elena Quintero², John Alexis Zapata³, Diego Andrés Victoria⁴, Waldir Acevedo⁵
Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), Colombia, ¹fdiazortega@yahoo.com, ²be9012@hotmail.com,
³Sjhonalex1111@hotmail.com, ⁴dondiegousa82@gmail.com, ⁵waldirap_7@hotmail.com

Resumen–Ninguna otra área de las operaciones empresariales conlleva a la complejidad o abarca la geografía de la logística. En todo el mundo, las 24 horas de día, los 7 días de la semana, durante las 52 semanas al año, la logística se concentra en obtener productos y servicios donde se requieren en el momento preciso que se necesitan. Logística es una función cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades expresadas o latentes, a las mejores condiciones económicas para la empresa y para un nivel de servicio determinado. Las necesidades pueden ser de índole interna (aprovisionamiento de bienes y servicios para garantizar el funcionamiento de la empresa), o externa (la satisfacción del cliente). La logística recurre a varias actividades y al “know how” que participan en la gestión y control de flujos físicos y de informaciones, así como de medios.

Palabras clave: productos y servicios, logística, necesidades, aprovisionamiento, gestión, control, flujo.

Abstract– No other area of business operations leads to complexity or covers the geography of logistics. Around the world, 24 hours a day, 7 days a week, during 52 weeks a year, logistics focuses on obtaining products and services where they are needed at the precise moment they are needed. Logistics is a function whose purpose is the satisfaction of expressed or latent needs, the best economic conditions for the company and for a given level of service. The needs can be internal (provision of goods and services to ensure the operation of the company), or external (customer satisfaction). The logistics resort to several activities and the "know how" involved in the management and control of physical flows and information, as well as media.

Key words: products and services, logistics, needs, provisioning, management, control, flow.

I. INTRODUCCIÓN

Al hablar de logística, se hace referencia a la cadena de valor que se crea entre el abastecimiento de la materia prima, la producción de los bienes y la comercialización y venta de los mismos hasta el consumidor final. En todo este recorrido intervienen múltiples agentes y posibilidades de errores, demoras, pérdida de mercancías, ausencia de información, sobrecostos, falta de control, descoordinación, tiempos muertos, entre otros; lo cual resta competitividad a las empresas y a las naciones a nivel nacional hablamos del nivel de desarrollo logístico en el país esto se refiere a las vías,

infraestructura, transporte, puertos, aeropuertos, educación, salud entre otros aspectos, otro concepto básico es el proceso de globalización el cual combina el desarrollo económico, tecnológico, social y cultural, esto como consecuencia a la interdependencia entre los países del mundo los cuales cada día trabajan por la unificación de sus mercados con el objetivo de ser más competitivos económicamente.

II. GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO

La gestión de aprovisionamiento se presenta encaminada a la adquisición, reposición, y en general, a la administración y entrega de materiales e insumos indispensables para el adecuado desempeño de la organización: con el objetivo de obtener calidad, cantidad y precio justo; con un equilibrio sostenido entre la compañía y el proveedor para beneficio mutuo.

El aprovisionamiento logístico comienza con la adquisición de materias primas que son necesarias para producir los bienes que posteriormente serán distribuidos y vendidos. Las materias primas que no sean utilizadas se almacenarán, de la misma manera que los productos elaborados que no se vendan. En este sentido, estas existencias serán muy importantes para la gestión de aprovisionamiento, ya que habrá que conocer cualquier movimiento de stock para poder llevar a cabo una correcta dirección del proceso.

Objetivos de la gestión de aprovisionamiento:

- Satisfacer a los clientes internos y externos, entregándoles oportunamente los productos y servicios solicitados, a precios competentes y con los niveles de calidad requeridos.
- Mantener continuidad en el abastecimiento de bienes y servicios.
- Conserva óptimos niveles de inventarios, que permitan obtener un equilibrio entre el nivel ofrecido a los clientes, el índice de agotados y la inversión de capital en stocks. Se pretende ofrecer un alto nivel de servicio con un bajo índice de agotados y optimizar el dinero invertido en existencias (tener una alta rotación de inventarios).
- Desarrollar acuerdos con proveedores, generalmente a largo plazo, que posibiliten optimizar las relaciones comerciales entre las partes, obteniendo mutuos beneficios.
- Garantizar el mejor precio de compra del mercado. Obtener costos bajos acordes con calidad y

servicios.

- Respalda mediante un buen costo de compra la posición competitiva de la empresa en el mercado.
- Garantizar la compra de productos de alta calidad.

El **aprovechamiento de una empresa está relacionado con la disponibilidad de recursos, la logística y la distribución**. La gestión de aprovisionamiento podrá encontrar alguna dificultad si en alguna de estas etapas surgiera algún tipo de problema o impedimento. Por ello, la **organización y coordinación** de cada uno de los elementos que componen este proceso es clave para su buen funcionamiento, que, a su vez, es totalmente indispensable para la eficiencia y rentabilidad de la empresa.

III. GESTIÓN DE EXISTENCIA

La **gestión de existencias, gestión de inventarios o gestión de stocks** regula el flujo entre las entradas y las salidas de existencias de los productos de una empresa. La forma de regular el flujo de entrada es variando la frecuencia y el tamaño de los pedidos que se realicen a los proveedores. El control sobre el flujo de salida es mucho menor pues las condiciones son impuestas por los consumidores.¹

La gestión de existencias ha de garantizar que siempre que un cliente solicite un producto, éste sea proporcionado. Lo ideal sería que el flujo de entrada fuese igual al de salida, pero esto no es materialmente posible, pues es necesario un tiempo para responder adecuadamente. Por lo tanto, se ha de intentar que el nivel de existencias sea mínimo, sin que se produzcan rupturas en la salida.

Uno de los objetivos fundamentales de la gestión de existencias es conseguir satisfacer las necesidades de los clientes, garantizando la llegada de los productos en tiempo, forma y cantidad esperados. Sin embargo, este no es el único objetivo, pues es fundamental mantener un equilibrio entre lo anterior y los costes que derivan de la posesión de las existencias.

Las existencias pueden ser clasificadas desde varios puntos de vista, de acuerdo a su función, a las actividades de la empresa y a la naturaleza de los productos:

Existencia de seguridad	Volumen de existencias que se mantiene en almacén superior al necesario para el funcionamiento normal de la empresa que se constituye como protección frente a la incertidumbre de la demanda y del plazo de entrega del pedido
Existencias medias	Es el volumen medio de existencias que tenemos en el almacén durante un periodo de tiempo. Representa la inversión media que tenemos en existencias.

Existencias de anticipación	situaciones en las que es conveniente aprovisionarse en el momento en el que el precio del artículo es más bajo con la intención de especular con ellos, o para utilizarlos en periodos en los que el aprovisionamiento es más costoso
Existencias sobrantes	Constituyen existencias sobrantes todos aquellos artículos que estando en buen estado no son necesarios. Estas existencias deben salir del almacén, bien sea utilizándolo de otro modo al que en principio estaba destinado, o bien, si es posible, devolviéndolo al proveedor, o si no hay otra solución, tirándolo. Estos artículos no deben ser abandonados indefinidamente en el almacén.
Existencias activas	Estas son las existencias que abastecen la demanda de la empresa en una situación normal de funcionamiento.

IV. GESTIÓN DE ALMACENES

Tradicionalmente un almacén se consideraba un lugar para mantener o guardar el inventario. Sin embargo, en los sistemas logísticos contemporáneos, la percepción más adecuada de su función es como un lugar para combinar el surtido del inventario con el fin de cumplir con los requerimientos del cliente. Lo ideal es que el almacenamiento de productos se mantenga al mínimo.

Una meta importante en el almacenamiento es maximizar la flexibilidad. Esta es facilitada por la tecnología de la información, al crear nuevos y mejores medios para realizar el almacenamiento y el manejo de materiales. La flexibilidad también es parte esencial de la capacidad de respuesta a la siempre cambiante demanda del cliente en términos del surtido de productos, servicios de valor agregado y en el modo en que se secuencian y se presentan los embarques.

Los beneficios económicos del almacenamiento ocurren cuando se reducen los costos logísticos generales. Por ejemplo, si agregar un almacén en un sistema logístico reduce el costo general del transporte en una cantidad mayor que la inversión requerida y el costo operativo, se reducirá el costo total.

V. GESTIÓN DE PEDIDO Y DISTRIBUCIÓN

La Gestión de Pedidos y Distribución es considerada como parte de la gestión de los clientes. En el pasado, la gestión de clientes abarcaba el tratamiento de los pedidos y de quejas, reclamaciones y devoluciones.

La Gestión de Pedidos y Distribución consiste en actividades que resultan de la cumplimentación de órdenes de pedido del cliente, a la vez que se asegura.

el máximo valor de la cadena de suministro y servicio al cliente. Un pedido se puede definir como un compromiso en firme entre dos partes (proveedor y cliente) que reúne todas las condiciones mínimas necesarias para establecer una relación comercial entre ellas de manera que una de las partes (el proveedor) pone a disposición de la otra (cliente) los productos o servicios comprometidos, bajo las condiciones pactadas.

la Gestión de Pedidos y Distribución también aporta valor al recoger datos del cliente en tiempo real que permiten a la compañía enfocar programas de promoción y fidelización y desarrollar una previsión de la demanda más precisa.

Creación de valor de la gestión de pedidos y distribución:

- Reduciendo del tiempo de ciclo del pedido
- Aplicando la segmentación de clientes
- Facilitando el desempeño enfocado en la demanda y
- Gestión de la Demanda
- Efectuando el seguimiento del crédito

VI. SERVICIO AL CLIENTE

Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

Servicio al cliente es la gestión que se realiza a cualquier persona que haga parte y ase dentro de un ámbito salarial y que puede acceder a productos tangibles como intangibles, y a personas que puedan generar acción de compra en este caso "niños", y que a su vez se enfatiza al cumplimiento de metas por parte del asesor tomado como ejemplo, para prestar un buen servicio, para tener relación con el cliente, hasta incluso generar un vínculo con el mismo y sin limitante alguno poseer poder de convencimiento, buen léxico y palabras claves tomadas como estrategias para inducir a un tipo de adaptación, que en ultimas será nuestra fuente diaria.

Factores que intervienen en el servicio al cliente	
Amabilidad	hace referencia al trato amable, cortés y servicial. cuando los trabajadores saludan al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo,

	cuando le hacen sentir que están genuinamente interesados en satisfacerlo antes que en venderle.
Atención personalizada	atención directa o personal que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente.
Rapidez en la atención	cuando se cuenta con procesos simples y eficientes, cuando se cuenta con un número suficiente de personal, cuando se le capacita al personal para que brinden una rápida atención.
Ambiente agradable	cuando los trabajadores le dan al cliente un trato amable y amigable, cuando el local del negocio cuenta con una buena decoración, una iluminación adecuada, una música agradable.
comodidad	cuando el local cuenta con espacios lo suficientemente amplios como para que el cliente se sienta a gusto, sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde pueda guardadas sus pertenencias
Seguridad	cuando se cuenta con suficiente personal de seguridad, cuando se tienen claramente marcadas las zonas de seguridad, cuando se tienen claramente señalizadas las vías de escape, cuando se cuenta con botiquines médicos
Higiene	limpieza o aseo que hay en el local o en los trabajadores.

VII. LOGÍSTICA EN LAS EMPRESAS COLOMBIANAS

Según los últimos resultados del Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial, Colombia se encuentra en la casilla 66 entre 137 países, un retroceso de cinco puestos respecto al año anterior, y en América Latina ocupa el quinto lugar, detrás de Chile, Costa Rica, Panamá y México.

Dentro de los aspectos en los que el país presenta mayores rezagos, se destacan la infraestructura, aquejada por los recientes escándalos en la contratación y atrasos de proyectos vitales para conectar al país con el mundo; la eficiencia del mercado laboral, en el cual la inflexibilidad de los salarios, la falta de cooperación en las relaciones entre trabajadores y empleados, y los efectos de los impuestos y subsidios sobre los incentivos a trabajar, dificultan la formalidad laboral y empresarial; el ambiente macroeconómico, en el que hay preocupación alrededor de los déficits fiscal y de balanza de pagos; y en la eficiencia del mercado de bienes, en donde las barreras a la libre competencia y las altas tasas de tributación deterioran los incentivos a invertir por parte de las empresas.

Las empresas deben acometer esfuerzos más decididos para incrementar su productividad, valiéndose de la adopción de mejores prácticas y tecnologías, la investigación y la innovación, la capacitación de su mano de obra y la internacionalización. Esto debe estar acompañado de una estrategia nacional para aumentar la formalidad, pues el lastre de la informalidad dificulta avances decididos en la sofisticación de la economía y el bienestar.

LPI del banco mundial (Colombia vs 5países del mundo)

PAÍS	aduana			
	puntaje	puesto	puntaje	puesto
Alemania	4,20	1	4,09	1
China	3,61	26	3,29	31
Panamá	3,28	38	2,87	45
Brasil	2,99	56	2,41	102
Colombia	2,94	58	2,61	75
Angola	2,05	159	1,57	160

Infraestructura		Facilidad de envío		servicios de logística	
puntaje	puesto	puntaje	puesto	puntaje	puesto
4,37	1	3,86	4	4,31	1
3,75	20	3,54	18	3,59	27
3,13	42	3,31	34	3,33	35
2,93	50	2,88	61	3,09	46
2,67	72	3,19	46	2,87	56
1,86	153	2,20	143	2,00	155

seguimiento y rastreo		oportunidad	
puntaje	puesto	puntaje	puesto
4,24	2	4,39	3
3,65	27	3,84	27
3,40	36	3,60	46
3,11	51	3,51	51
3,08	53	3,17	81
2,00	157	2,59	140

Colombia como país comparado con los demás presenta en el transcurso de la historia una posición no tan deseable en la base del LPI del banco mundial ya que las bases de aduana, infraestructura, facilidad de envío, servicios de logística, seguimiento y rastreo y oportunidad están muy por debajo del primer lugar que es su mayoría siempre fue Alemania. tanto los países comparados de Asia, Latinoamérica y América

central están por encima de Colombia. solamente supera Colombia a Angola. pero hay que analizar que en el último año (2018) Colombia ha crecido notablemente en cuanto a seguimiento y rastreo y facilidad de envío logrando un ascenso de 36 puestos en la general. aunque logro subir en casi todos los ítems menos en oportunidad. Colombia debe trabajar más para mejorar:

- Deficiencias en la calidad de la infraestructura
- Problemas de eficiencia y eficacia en las aduanas
- Dificultades para contratar envíos a precios competitivos
- Falta de seguimiento y localización de las mercancías
- Escasa competencia y calidad de los servicios logísticos.

CONCLUSIONES

Colombia ha venido avanzando, más que los países de la región, el tamaño de las empresas y por ende de sus operaciones hace que ya se vean proyectos de envergadura como por ejemplo automatismos en procesos de almacenamiento y optimización en procesos como el transporte. [1]

Las empresas del país deben adoptar políticas y metas claras porque, mientras solicitan mejoramiento en infraestructura como son las carreteras, puertos y aeropuertos, que corresponde al Estado, y este a su vez está cumpliendo con las exigencias, las empresas no optimizan sus gestiones ya que se ven tiempos de cargue y descargues de hasta siete horas, o tiempos de espera de descargues de hasta 24 horas, lo cual no debería suceder, ya que generan costos en la cadena.

REFERENCIAS

- [1] <https://www.tcc.com.co/evolucion-y-retos-de-la-logistica-en-colombia-segun-diego-saldarriaga/>. [Último acceso: 11 Diciembre 2018].
- [2] Bowersox, D. (2007). Administración y Logística en la Cadena de Suministros. McGraw-Hill. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2053/?il=273>
- [3] Estudio de caracterización de la logística en Colombia. SENA 2014. Recuperado de <http://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/752>
- [4] Mora, I. (2008). Gestión logística Integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimientos. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3199881>
- [5] Consejo Privado de Competitividad. (2017). Informe Nacional de Competitividad (2017-2018). Recuperado de <https://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2017-2018/>