

Gestión De Transporte y Distribución

Carlos Alberto Soto Hernández

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA-UNAD, COLOMBIA

Abstract– La gestión de transporte y distribución busca que el mundo siga en movimiento por cielo, mar y tierra. Planificar la distribución y el transporte más efectivamente para cualquier producto, para que llegue en el momento adecuado y en la mejor calidad. Garantizar que las operaciones de comercio global y sus estrategias logren abaratar los costos de la empresa. Programar las mejores rutas para superar a la competencia, usar las nuevas tecnologías y decidir cuáles son los mejores tipos de vehículos aéreos, marítimos y terrestres que mueven el futuro económico de las empresas. El objetivo de este artículo es explicar cómo funciona la gestión de distribución y transporte, gracias al cual hay una gran oportunidad de mejorarla logística de empresarios colombianos, con miras de reestructurar los procesos estratégicos, tácticos y operacionales de cada Unidad de Negocio, para que estas organizaciones sean más competitivas, y que puedan enfrentar los tratados de libre comercio, brindando mayor sostenibilidad y óptimo nivel de servicio.

Palabras Claves- Cadena de valor, Cadena de abastecimiento, Logística integral, Global Supply Chain Management, Redes de valor Valor Agregado, Procesos, Macro-procesos.

I. INTRODUCCION

Para el siguiente artículo veremos cómo se comporta la evolución en logística y las cadenas de valor en Colombia, los retos que deben superar los empresarios y la ayuda gubernamental en materia de construcción de vías y nuevos medios de transporte para lograr poner a Colombia a la altura de los países más adelantados en el mundo. la cadena de abastecimiento global “global supply chain management” g.s.c.m, con su alcance, estrategias, macro-procesos, procesos de clase mundial liderados por las entidades públicas y privadas que velen por la difusión de las buenas prácticas, principios, ventajas y tendencias que hagan que sea competitiva la cadena de valor en las organizaciones. Para observar esto analizaremos las diferentes herramientas que nos permitirían lograr una excelente gestión de transporte y distribución.

OBJETIVOS

Objetivo general

Comprender y analizar el Modelo Referencial y el desarrollo de procesos aplicados a las tendencias en Logística, y a la globalización de la economía en base al estudio aplicado al Almacén “El Buen precio”.

Objetivos específicos

- I. Comprender y aplicar los conceptos modernos sobre Supply Chain Management con el fin de comprender la importancia de modelos de gestión aplicados al Almacén “El Buen precio”

- II. Establecer conocimientos claves para el desarrollo profesional que permitirán entender la importancia de la gestión de almacenes y las tecnologías actuales desarrolladas para este propósito.
- III. Profundizar los retos y las nuevas tendencias de la gestión de transportes y distribución del siglo 21 y su evolución y gran crecimiento.

TABLE I
CRITERIOS CLAVE DE LA DISTRIBUCIÓN

Factor	Problema de distribución
Problemas estratégicos	Niveles de servicio. Métodos de contacto con el cliente: decisiones sobre canales. Control sobre la distribución.
Problemas de productos	Requisitos de los productos.
Logística	Puntos de producción. Métodos de almacenaje y situación de los almacenes. Transporte.
Requisitos de apoyo	Niveles de existencias. Comunicaciones y procesamiento de pedidos.
Gestión	Cantidades. Organización. Conocimientos técnicos. Sistemas de información.

Fuente: (West , 2000)

II. SITUACION LOGISTICA EN COLOMBIA

- A. En la actualidad vemos como las empresas compiten a nivel mundial en un mundo globalizado, adaptar nuevas prácticas nos permiten ser más competitivos, esto bajo el alineamiento de satisfacer a nuestros clientes, el desarrollo de la capacidad cultural, el liderazgo y el desarrollo tecnológico. la optimización de los inventarios, reducción de los ciclos, trabajar con unos bajos costos pero con una respuesta inmediata a nuestros clientes. Para todo esto es necesario romper paradigmas y así lograr cooperar en los diferentes eslabones de la red de distribución y transporte, intercambiar información, donde se den un gana-gana que contribuya a la integración. Por esto la importancia de una buena administración a lo largo de la cadena de valor de las empresas, integrando de manera eficiente los procesos, los proveedores, distribuidores y clientes.

El Supply Chain Management (scm), y la logística se han convertido en una herramienta muy importante y necesaria para las empresas y sobrevivir en el

mercado globalizado y cambiante. El (scm), termina siendo la herramienta integradora que en un trabajo en equipo entre proveedores y clientes, garantizando un flujo de información que nos permiten realizar la mejor distribución y transporte de las mercancías.

B. Distribucion

Globalización y e-commerce han transformado de raíz la logística de distribución. Las cadenas de suministro han de hacer frente al reto del diseño de centros de distribución omnicanal eficientes, buscando el ahorro de costes y de tiempo y recurriendo invariablemente a su red para poder aumentar el control, mejorar la visibilidad y continuar en la carrera por la optimización del nivel de servicio. El problema que se encuentran es que muchas plataformas logísticas tradicionales no están preparadas para acomodar de manera eficiente una amplia gama de órdenes con diferentes unidades y procedentes de múltiples canales.

Los centros de distribución combinan a la perfección tanto el comercio electrónico como los canales de distribución tradicionales. No obstante, tomar la decisión de obrar la transformación implica una inversión de capital significativa. Los responsables de la logística de distribución han de tener en cuenta aspectos como:

- Manipulación de materiales.
- Transportadores.
- Clasificadores.
- Centro de control de los automatismos.
- Sistemas de estanterías optimizados y dotados de equipos de elevación.
- Software de gestión de inventario.
- Tecnología aplicada a la función de embalaje y etiquetado.

Además de tener en cuenta la intervención masiva y decisiva de la tecnología en el nuevo enfoque de los procesos, hay que considerar, a la hora de replantear la logística de distribución y adaptarla a los requisitos de la nueva era, que en los centros logísticos:

- Se necesitan áreas más grandes para oficinas dedicadas a tareas de back-office.
- En el caso del e-commerce, es preciso contar con un área complementaria al empaquetado especialmente destinada a la envoltura de regalos.
- Son requeridos centros de atención telefónica al cliente y gestión de devoluciones.
- Es preciso calcular un mayor volumen de mano de obra más que en los almacenes tradicionales con el fin de cumplir con los pedidos individuales.

El gran reto a que se enfrenta todas las empresas y su evolución en esta nueva era es la logística de distribución de

las compras on line, su gran tendencia, es de un crecimiento muy significativo y todo indica que será o es la era de las compras on line para ello témenos unos indicadores que nos muestra su crecimiento en Latinoamérica.

Crecimiento del ecommerce en América Latina

Ventas a consumidores a través de Internet en miles de mill. de dólares*



* Dólares estadounidenses. Estimación realizada en diciembre de 2015. Excluye viajes y entradas a eventos.

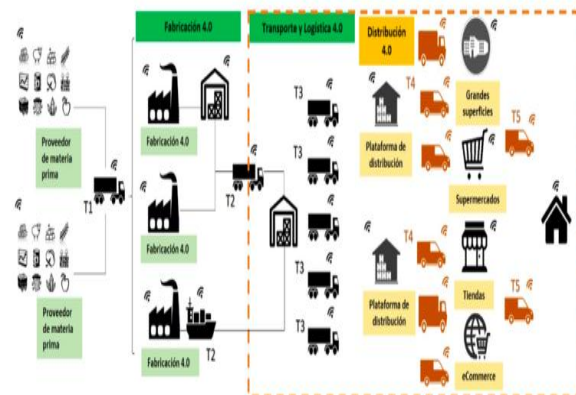
** Datos de enero de 2017

Fuente: eMarketer, Statista Digital Market Outlook, WeAreSocial

statista

Más sin embargo todos estos conceptos serían nulos sino entregamos las mercancías a tiempo en la cantidad y calidad adecuada, y con plena satisfacción de nuestros clientes. Llevar a cabo una buena gestión logística reside principalmente en los costos y el servicio al cliente.

LOGICOM 4.0 Interoperabilidad y trazabilidad total en la cadena de suministro



Fuente: CITET, Centro de Innovación en Logística y Transporte de Mercancías



C. Gestion del Transporte

La globalización de los mercados y el gran desarrollo de la automoción son dos hechos que van de la mano y que se ayudan para incentivar el progreso del otro. La globalización se vale de la logística y de las empresas de transporte para eliminar los límites que hace unos años existían para intercambiar mercaderías de un lugar del mundo a otro, suprimiendo pues algunas de las barreras materiales al comercio internacional.

El Costo en el Transporte

El otro impacto del transporte en la cadena de suministro es su costo, el cual se ve afectado (entre otras) por las siguientes características:

El tipo de carga (que establece de alguna manera el modo de transporte a utilizar).

El coeficiente de estiba o factor peso volumen (es la relación entre el peso y el volumen de la carga).

- La distancia recorrida.
- La topografía que deberá recorrer la carga.
- El modo de transporte utilizado.
- La manera de acomodo de la carga en el equipo de transporte (paletizada o a granel).
- La edad de la flota.
- La capacidad a la cual se opera el sistema (el camión mismo, la utilización de la carga dentro del camión y los tiempos de cargue y descargue).
- En muy contadas ocasiones se relaciona con el valor de la mercancía.

Por la especificidad de esta función y las grandes inversiones que se requieren para tener una flota de distribución, las empresas recurren muy frecuentemente a tercerizar este servicio. Es entendible la lógica de este proceder, pues la empresa transportista tiene la capacidad de tener una masa de carga suficiente para que los equipos viajen siempre llenos, eliminando los viajes en vacío (cosa que la empresa particular le quedaría difícil de lograr). En una investigación liderada por la Revista Zonológica en junio del 2012 se encontró que el 83% de las empresas encuestadas tercerizaban el transporte masivo, un 74% el transporte de última milla, en comparación

con el 57% que tercerizaba el almacenamiento. Esto demuestra que en Colombia el transporte es un proceso que se suele entregar a terceros.

Transporte de mercancías por carretera y comercio electrónico
El e-commerce insta a las cadenas de suministro a esforzarse para ganar en agilidad y ser capaces de proporcionar un servicio con base en el enfoque Just-In-Time (justo a tiempo). Sólo así se pueden garantizar las entregas de puerta a puerta. La transición a un modelo de negocio más ágil no es el único beneficio del comercio electrónico, ya que esta forma de hacer negocios conlleva muchas ventajas para las empresas y los consumidores:

Contribuye a fomentar la expansión del área de mercado regional hasta alcanzar el nivel mundial.

Utiliza nuevas técnicas electrónicas que sustituyen los soportes tradicionales en papel para el intercambio documental, por el digital.

Promueve la eficiencia y la competitividad de las industrias.

Además, una de sus características definitorias es que el e-commerce requiere un incremento del número de desplazamientos, aumentando la frecuencia del transporte de mercancías por carretera. Al trabajar de esta forma:

- Se reduce la carga promedio por vehículo y ruta.
- Aumenta la cantidad y frecuencia de desplazamientos.
- Contribuye a reducir el número de almacenes y los costes asociados.

Sin embargo, cuando el transporte de mercancías por carretera aumenta de intensidad, aparecen algunos inconvenientes, como:

A/ Aumenta el número de incidencias.

B/ Se incrementan las emisiones de CO₂ a la atmósfera.

C/ Se requiere una planificación logística óptima.

D/ Es imprescindible apoyarse en nuevas tecnologías, como el internet de las cosas o el GPS para el rediseño automático de rutas.

E/ Hace falta aumentar las colaboraciones y alianzas con establecimientos físicos, como supermercados o gasolineras, donde los clientes puedan acudir también a recoger sus pedidos (para lograr que los servicios se lleven a cabo de forma más eficiente y controlada, gracias al establecimiento de rutas más regulares a esos puntos, en lugar de a domicilios particulares).

E. Otras Recomendaciones

Aunque muchos desconocen el impacto de la distribución y el transporte en la empresa, es fundamental para la logística de todas. Priorizar la logística es aumentar un 15% la utilidad.

Por lo tanto se recomienda hacer uso de un plan de optimización en la logística.

Para llegar a la utilización de un plan debemos tener presente el balance logístico:

El mayor beneficio se conseguirá a través de la creación del balance logístico

- ☐ Deben identificarse todas las áreas de coste que serán afectadas por el cambio de filosofía.
- ☐ Los actuales niveles de coste deben ser medibles y cuantificados.
- ☐ La nueva filosofía debe reflejarse a través de la creación de presupuestos individuales para cada centro de costes, de forma que permitan identificar las distintas partidas para una posterior identificación sobre las mismas.

El balance logístico debe incluir las siguientes áreas del negocio

☐ Coste:	Coste financiero del inventario de materias primas y transporte hasta la fábrica.
☐ Producción:	Coste por unidad de producción.
☐ Almacenaje I:	Costes de almacenaje antes y después del producto acabado.
☐ Distribución I:	Hasta y entre los centros de distribución.
☐ Distribución II:	Hasta el usuario.
☐ Informática:	Sistemas utilizados en la gestión logística.
☐ Inventario:	Donde quiera que sea

BENEFICIO COMO RESULTADO

Balance traduce una serie de trade offs que se dan entre actividades y variables logísticas a diferentes niveles, desde aquellos que impactan la cadena de valor con los proveedores y clientes, hasta otros de carácter netamente operativo. Típicamente, si se busca mejorar el servicio, los costos se incrementan. Si se busca reducir costos, se puede desmejorar el servicio. Como consecuencia, se deben hacer intercambios que provean al cliente del servicio deseado a un costo aceptable. (Logyca, 2018)

REFERENCES

- Antun, P., De Buen Richkarday, O., & Aguerrebere Salido, R. (1995). Logística: Una visión sistémica. Documento técnico, (14).
- Ballou, R. H. (2004). Logística: Administración de la cadena de suministro. Pearson Educación.
- Bravo, J. J., Orejuela, J. P., & Osorio, J. C. (2007). Administración de recursos de distribución: Indicadores para la priorización en transporte. Estudios Gerenciales, 23(102), 101-118.
- Castellanos de Echeverría, A. L. (2012). Diseño de un sistema logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento en empresas de distribución del sector de productos de consumo masivo.
- de Vicuña Ancín, J. M. S. (2000). La distribución comercial: opciones estratégicas. ESIC editorial.
- García, L. A. (2008). Gestión logística integral. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- i Cos, J. P., De Navascués, R., & Esteban, M. Y. (1998). Manual de logística integral. Ediciones Díaz de Santos.
- Tejero, J. J. A. (2007). Logística integral: la gestión operativa de la empresa. ESIC editorial.
- Logyca. (2018). Logyca. Obtenido de Logyca: [https://www.logyca.com/servicios/Centrodeconocimiento/Art%C3%](https://www.logyca.com/servicios/Centrodeconocimiento/Art%C3%A9culos/Elbalanceentreloscostoslog%C3%ADsticosylaeficacia.aspx#.Wwrup0iFOUk)

ADculos/Elbalanceentreloscostoslog%C3%ADsticosylaeficacia.aspx#.Wwrup0iFOUk

Ramírez, c. D. G. (2010). Modelo de entregas directas para la reducción de costos logísticos de distribución en empresas de consumo masivo. Aplicación en una empresa piloto de caldas.

West , A. (2000). Gestion de la distribucion comercial. Madrid: Diaz de Santos S.A.