

Conceptos de Logística en Colombia

Deisy Rojas Barbosa
Edgar Anibal Angel
Norida Lizeth Rivera
Lilia Fernanda Plazas
Yohan Yecid Malaver

Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería (ECBTI)
Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Yopal Casanare

deisy.rojasb@gmail.com
edanro_7711@hotmail.com
ferplazas21@gmail.com
nori9115@hotmail.com

Resumen- Se pretende realizar una exploración sobre la principal problemática que se presenta en Colombia acerca de la infraestructura y manejo que se otorga en el campo de la logística a nivel nacional y todos los resultados que se obtienen en la cadena de abastecimiento, teniendo en cuenta sus distintas variables, organización, importancia, además de la disciplina empresarial que se obtiene del desenlace de toda la cadena logística ya sea en la actividad de distribuir un servicio, información o artículo.

Summary- The aim is to carry out an exploration of the main problem that is presented in Colombia about the infrastructure and management that is granted in the field of logistics at a national level and all the results obtained in the supply chain, taking into account their different variables, organization, importance, in addition to the business discipline that is obtained from the outcome of the entire logistics chain either in the activity of distributing a service, information or article.

Palabras clave: Logística, Cadena de Abastecimiento, Organización, disciplina, y distribución [1]

I. INTRODUCCIÓN

La logística ha acompañado al hombre desde sus orígenes, se ha configurado como un campo de estudio, se considera la importancia que esta ha alcanzado para las organizaciones en la mejora de sus procesos.

Cuando en Colombia se habla de la logística, se observa que, generalmente, los empresarios no tienen claro cuáles son las implicaciones que este término tiene para el desarrollo de la cadena de abastecimiento dentro de los procesos internos y externos de una organización. (Tomassian, Pérez y Sánchez, 2010).

Es común hacer referencia a la logística como aquellas actividades relacionadas con el despacho y con el personal que separa, consolida, carga y envía los pedidos de los clientes de

una compañía, como acciones rutinarias y no generadoras de valor agregado al producto.

En este sentido, se considera que las áreas de mercadeo y ventas traen los pedidos y consiguen convertir el inventario en dinero, ya han cumplido con su función. Las demás áreas (como compras, programación de producción, manufactura y distribución) satisfacen las necesidades del cliente a través de registros en el sistema. Pero si no se logran satisfacer esos requerimientos, la pérdida en ventas que puede tener una compañía es responsabilidad de todos, excepto de las áreas de mercadeo y ventas.

Entonces se hace necesario planear y coordinar cada una de las actividades de la organización, para cumplir con los clientes, disminuir costos en cada uno de los procesos por desarrollar y obtener con esto una mayor rentabilidad y un nivel de servicios en continuo proceso de mejoramiento.

Es así que la logística se convierte en parte esencial de las actividades que vinculan todas las áreas de la compañía, desde la programación de compras hasta el servicio posventa, pasando por el aprovisionamiento de materias primas, la planificación y gestión de la producción, el almacenamiento, la manipulación y gestión de stock, el empaque y embalaje, el transporte, la distribución física, los flujos de la información y el flujo de retorno (Castellanos, 2009).

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según la situación de Colombia sobre su infraestructura y manejo que se otorga en el campo de la logística a nivel nacional, que involucran sus distintas variables, organización, importancia, además de la disciplina empresarial

que se obtiene del desenlace de toda la cadena logística ya sea en la actividad de distribuir un servicio, información o artículo.

III. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

Marco conceptual

Según GS1 Colombia (Instituto Colombiano de Automatización y Codificación Comercial), «logística es el proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hasta el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa»

La definición promulgada por el Council of Logistics Management (CLM), Consejo de Administración Logística, una organización profesional de administradores logísticos, educadores y profesionales fundada en 1962, con el propósito de su educación continua y el intercambio de ideas, es: «La logística es el proceso de planear, implementar y controlar el flujo y almacenamiento eficiente y a un costo efectivo de las materias primas, inventarios en proceso, de producto terminado e información relacionada, desde los puntos de origen hasta los de consumo; con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes».

Según Mora 2008 se puede definir la logística como la gerencia de la cadena de abastecimiento, desde la materia prima hasta el punto donde el producto o servicio es finalmente consumido o utilizado; con tres flujos importantes de materiales (inventarios), información (trazabilidad) y capital de trabajo (costos). Como función gerencial, la logística involucra además de la distribución física, es decir, del almacenamiento y el transporte, otros conceptos como la localización de las plantas y bodegas, los niveles de inventarios, los sistemas de indicadores de gestión y el sistema de información; los cuales se constituyen en aspectos importantes del proceso logístico integral.

Marco teórico

Mora, L. A. (2008). *Gestión logística integral las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Mora (2018) dice que Lo único constante es el cambio»

Nunca antes fue tan válida esta frase, como cuando la aplicamos al contexto logístico actual y a sus implicaciones sobre la efectividad de las empresas que deben enfrentarse a un mercado global, pero con una competencia local; hoy, no basta con tener un producto «ganador» y un precio competitivo, si no se presta el mejor servicio al cliente, gerenciando los recursos involucrados en su cadena de abastecimiento.

En este momento, la logística se convierte en una ventaja competitiva para las empresas, pues de su desarrollo surgen las inmensas oportunidades de rentabilidad (optimización de niveles de inventario), de eficiencia (optimización de la red de distribución) y de diferenciación ante el cliente (entregas completas y a tiempo). Es por lo anterior, que no podemos mirar la logística como una isla dentro de la compañía, independiente de compras, manufactura, mercadeo y ventas; más bien hay que mirarla como un área facilitadora de información e integradora de procesos y recursos que permitan disponer oportunamente del producto que requiere el mercado, en el lugar correcto y a un costo razonable

Hoy por hoy se ha presenciado con gran auge el valor real de la logística pues antes era vista como un área más de la empresa pero no se le daba gran importancia, pero esto cada día ha ido cambiando y se ha demostrado que la logística es de las áreas más importantes en la empresa, ya que por medio de ella se logra llevar el producto justo a tiempo y al lugar indicado ofreciendo excelente calidad y dejando clientes satisfechos que es lo más importante para las empresas generar mayor demanda creando grandes expectativas en los clientes ganando de este modo clientes fieles que mantendrán arriba las ventas.

IV. METODOLOGÍA

El transporte y sus tipos.

El transporte es el componente de la cadena logística que servirá para hacer llegar la asistencia al sitio donde es requerida. Al definir la estrategia de transporte no solo se deben tomar en cuenta los medios y recursos necesarios para la movilización, sino que se debe determinar cuáles son las posibilidades reales y cuáles las alternativas para la entrega de la asistencia. Esto quiere decir, además, que no se trata solamente de llevar los suministros de cualquier manera y cuando sea, sino que el reto consiste en hacerlos llegar de manera pronta y segura.

Las diversas vías y medios de transporte tienen características y requerimientos diferentes que reflejan ventajas y desventajas de acuerdo a la situación particular de la operación y que van desde sus costos hasta sus capacidades. Pero para la decisión del tipo de transporte a utilizar, intervienen además otras variables relacionadas con las necesidades identificadas y las posibilidades concretas y accesibles. Se pueden mencionar:

Opciones de servicio de transporte.

En una economía global, el transporte de mercancías se convierte en una necesidad de primer orden. Ahora bien, no todos los medios de transporte tienen la misma utilidad, dependiendo de la mercancía. Por este motivo, conviven tres formas diferentes de transporte:

Transporte marítimo.

El transporte marítimo es, hoy, la opción más utilizada en el comercio internacional de mercancías. De hecho, el tráfico de mercancías por mar ha crecido un 6,7 % en la primera mitad de 2017. El decisivo empuje del comercio en el Océano Pacífico influye decisivamente.

Para transportar por mar, se suelen mover mercancías secas, no perecederas y que no impliquen un consumo urgente. Es la forma más económica, con diferencia.

Transporte terrestre.

El transporte terrestre es la alternativa más seguida para distancias cortas en los países desarrollados. La existencia de una amplia red de carreteras permite la recogida y entrega puerta a puerta, en el caso del transporte por carretera. También existe el tráfico de mercancías por vía férrea, más barato.

En cualquier caso, el transporte terrestre permite enviar cualquier mercancía por el balance entre precio y conservación, incluidos alimentos perecederos. No es la vía más barata, pero es asumible para cantidades moderadas.

Transporte aéreo.

El transporte aéreo ha crecido como consecuencia de la globalización de los flujos económicos y el surgimiento de determinadas economías de escala.

Es una buena alternativa, aunque costosa, para el envío de mensajería urgente, artículos de lujo o productos sanitarios y farmacéuticos.

Plataformas logísticas en Colombia.

Para iniciar es necesario definir logística como *“mercados que permiten la contratación de servicios de envío y recepción de cargas entre compradores y vendedores de estos servicios”* (Ballesteros & Meléndez, p, 356). Por lo tanto el avance de la logística se encuentra asociado con el inicio de nuevos mercados internacionales, esto es un agente esencial para su propio sistema económico.

V. RESULTADOS O PRODUCTOS ESPERADOS

Los procesos de internacionalización que se han generado en Colombia recientemente han producido cambios significativos en las condiciones de operación del país y de sus organizaciones, al punto que exigió transformar la visión tradicional de la logística (como una cuestión exclusiva de las empresas del sector privado) para avanzar hacia una perspectiva más contemporánea (que involucra el desarrollo económico, social y ecológico del país).

Hoy día Colombia se encuentra considerada como la Suiza andina o el Tíbet latinoamericano, cuyo concepto indica

que es el único país de América Latina que tiene la industria entre 700 y 1500 km de los puertos. Es decir que la mitad de las poblaciones en el país se encuentran incomunicadas con los puertos y algunos departamentos deben buscar salida por los países como Venezuela, Ecuador y Brasil.

Los TLC son un elemento más de competitividad dentro de un conjunto de factores que definen la rentabilidad de un país. Por ello se enumeran algunos elementos que se encuentran ajenos al beneficio de los países con los tratados de libre comercio. Como: impuestos a la renta, sistemas de depreciación, impuestos a la inversión extranjera, la suspensión y devolución de impuestos y los impuestos locales de industria y comercio.

VI. CONCLUSIONES

Para competir internacionalmente Colombia requiere desarrollar en forma coordinada puertos, aeropuertos, transporte terrestre y centros logísticos.

Colombia debe atacar de forma significativa sus debilidades como el transporte de forma segura en la jornada diurna, infraestructura inadecuada, la débil cadena logística y la industria en las montañas.

El país de mejorar las redes viales para el transporte de Carbón, petróleo, frutas tropicales y flores, además que estas se encuentren cerca a los aeropuertos.

REFERENCIAS

- [1] Consejo Privado de Competitividad. (2017). Informe Nacional de Competitividad (2017-2018). Recuperado de <https://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2017-2018/>
- [2] Departamento Nacional de Planeación. (2008). Conpes 3547: Política Nacional Logística. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3547.pdf>
- [3] Departamento Nacional de Planeación. (2015). Encuesta Nacional de Logística Resultados Nacionales 2015. Recuperado de <https://onl.dnp.gov.co/es/Publicaciones/Paginas/Encuesta-Nacional-Log%C3%ADstica-2015.aspx>
- [4] Estudio de caracterización de la logística en Colombia. SENA 2014. Recuperado de <http://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/752>
- [5] Grupo del Banco Mundial. (2016). The Logistics Performance Index and Its Indicators 2016 [herramienta de benchmarking en línea]. Disponible en <https://lpi.worldbank.org/international/global/2016>
- [6] Instituto Aragonés de Fomento. Price Water House Cooper. Manual Práctico de Logística. Recuperado de https://www.aragonempresa.com/descargar.php?a=50&t=paginas_wb&i=390&f=478c757ef7e3f646fcbbd1c277e5a330