

---

➤ **Asignatura:** Logística

---

➤ **Módulo 1:** Conceptualización del proceso logístico

---

➤ **Lección 1:** Logística y estrategia.

---

## Introducción

La logística desde el punto de vista estratégico procura maximizar los márgenes de ganancia, rentabilidad, y competitividad. Una buena estrategia de logística es una herramienta que hace que la empresa sea exitosa frente a un mercado altamente competitivo. Puede que nuestras organizaciones tengan un excelente producto, al precio correcto, deseado por los consumidores, pero, si no llegamos a tiempo a las manos de los ansiosos clientes, todos los esfuerzos pueden irse por la borda.

En los últimos tiempos debido a las complejidades del entorno y a la gran competencia, muchas compañías han tomado la decisión de armar una estructura logística integral de distribución, conformando así, con sus clientes y proveedores Cadenas de Abastecimiento o Redes Logísticas. Estas redes tienen como objetivo generar una sinergia entre dos o más empresas de un mismo o de varios sectores. De esta forma, las organizaciones obtienen mayores conocimientos y habilidades, como también mayor poder de negociación y estructura logística, minimizando los Costos logísticos y por ende la satisfacción plena del consumidor final.

## Tema 1: Introducción a la logística.

Son muchos los retos a los que las empresas deben enfrentarse hoy en día. No basta solo con hacer las cosas bien, es necesario ser excelentes. La creciente competitividad y los fenómenos de globalización a los cuales nos enfrentamos en la actualidad exigen de las empresas respuestas cada vez más eficientes, procesos y estrategias que les permitan sobrevivir y crecer en un mundo en continuo cambio, en el cual el cliente es quien asume cada vez más el poder de negociación y quien al final define el éxito o fracaso de todo el engranaje empresarial que se encuentra tras la fabricación de un producto.

El panorama se hace aún más complicado cuando nos damos cuenta que el trabajo de producción y comercialización no termina en la venta como tal, sino cuando el cliente acepta, queda satisfecho con el producto y lo paga. Es entonces cuando podemos decir que todo este tejido organizativo ha cumplido con su misión.

Las empresas son conscientes de que, a medida que avanza el tiempo, cada cliente individual cobra más importancia y que para satisfacerlo no basta con que una de las empresas que colabora en el desarrollo de los productos y servicios lo haga bien; un producto será de buena calidad, será competitivo, solo si ha pasado por procesos de excelencia a lo largo de toda la cadena de suministros.

Hoy en día el tema de la LOGÍSTICA es un asunto tan importante que las empresas crean áreas específicas para su tratamiento. Ha tenido tanto alcance, que se ha desarrollado a través del tiempo y es en la actualidad un aspecto básico en la constante lucha, por ser una empresa competitiva.

Historia de la logística.

La logística se remonta al siglo VII a.c. donde se le denominaba en el antiguo griego Logistikon en el siglo I y II en Roma se le conocía como Logística y en las guerras Napoleónicas como LOGIS, en casi todos los casos estaba relacionada con conceptos militares.

La logística tiene muchos significados. Históricamente en el siglo XIX, el término era "LOGIS" usado en las guerras Napoleónicas significaba: "el arte de transportar y acuartelar tropas". En nuestros tiempos, se define como: "la encargada de la distribución eficiente de los productos de una determinada empresa con un menor costo y un excelente servicio al cliente"(Castro Mateo Walter, 2000, Servicio logístico al cliente)

En la década de los sesenta la logística migra al sector empresarial y era solamente un tema relacionado con el transporte. En esta época el concepto ha evolucionado y ahora es un elemento gerencial transversal.

Por lo tanto, la logística busca gerenciar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios; así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales la organización y su canal de distribución se encauzan de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos y efectividad.

De acuerdo con lo anterior, presentamos una línea de tiempo para aclarar más este tema:

## **Tema 2: Logística y SCM**

Para lograr hacer frente a la competencia, es vital evaluar una serie de procesos que

hasta ahora han sido complejos. Es así como ha surgido la logística, como una herramienta gerencial concebida como la administración de flujo de materiales e información desde el lugar de producción al lugar de consumo, con el producto correcto, en la cantidad requerida, en las condiciones adecuadas, en el lugar preciso, al tiempo justo y a un costo razonable.

Las empresas no pueden estar exentas a esta estrategia gerencial, deben impulsar el desarrollo tanto interno como externo, este último comprende especialmente a sus socios de negocios para generar estrategias más sólidas que les permitan ser más competitivas.

### Cadena de suministros

Cuando hablamos de la Cadena de Suministro nos estamos refiriendo a la unión de todas las empresas que participan en la producción, distribución, manipulación, almacenamiento y comercialización de un producto y sus componentes. Es decir, integra todas las empresas que hacen posible que un producto salga al mercado, en un momento determinado. Esto incluye proveedores de materias primas, fabricantes, distribuidores, transportistas y detallistas.

En la siguiente imagen podremos observar y entender los objetivos de la logística:

### Supply chain management

La Gestión de la Cadena de Suministros (SCM - Supply Chain Management), por su parte, está definida por el mismo Council of Logistics Management como "coordinación sistemática y estratégica de las funciones de negocio tradicional y las tácticas utilizadas a través de esas funciones de negocio, al interior de una empresa y entre las diferentes empresas de una cadena de suministro, con el fin de mejorar el desempeño en el largo plazo tanto de las empresas individualmente, como de toda la cadena de suministro". En otras palabras, la SCM es la estrategia a través de la cual se gestionan todas las actividades y cada uno de los eslabones que conforman la cadena de suministro.

En la práctica, muchas empresas ven la logística como ese proceso interno donde se busca optimizar el flujo de los productos y la utilización de los recursos; al observar cómo funciona en la realidad la cadena de abastecimiento, vemos una serie de empresas independientes tratando cada una de mejorar sus propios procesos y de obtener beneficios, esperando que de esta forma todos salgan ganando. Sin embargo, el reto ahora es claro, cuando hablamos de la gestión de la cadena de suministros estamos renunciando a esta visión, estamos hablando de ver todas las empresas como una sola, estamos viendo un flujo continuo del producto y tratando de mejorar los procesos para alcanzar un beneficio global. La cadena de abastecimientos en la siguiente:

A simple vista podemos observar que no es una tarea fácil, pues entramos refiriéndonos a la unión o la integración de múltiples empresas, con las implicaciones que esto

conlleve: diferentes culturas, tecnologías, procesos, maquinarias, etc. Las cuales deben unirse y trabajar como uno solo y de la mejor forma posible.

Elementos claves:

1. Visibilidad del Inventario: Visión completa de los niveles de INVENTARIO en todos los puntos de la cadena de suministro.
2. Gestionar el Flujo (No el aprovisionamiento): la idea es generar un proceso que permita el flujo a lo largo de la cadena de suministros.
3. Distribución Flexible: Operaciones de distribución rápida y flexible.
4. JIT - Just in Time: Tiradas de producción cortas que permitan responder rápidamente a las fluctuaciones de la demanda.
5. Cohesión Interfuncional: desarrollar un sistema de medición para monitorear el desempeño Total del Sistema a través de indicadores de gestión.
6. Sistemas de Información efectivo.

Principios del SCM

1. Empiece por el consumidor: Todo proceso logístico debe empezar y terminar, entendiendo la necesidad del cliente.
2. Gestione los activos logísticos: Todas las decisiones deben tomarse conociéndose las implicaciones en otras unidades de la Cadena de Suministro y para esto se debe proveer de todos los elementos necesarios para cumplir eficientemente con todos los objetivos de la logística.
3. Coordine la gestión del consumidor: Se debe garantizar la comunicación del consumidor con los integrantes de la Cadena de Suministros.
4. Integre las ventas y la planificación de las operaciones: Esto debido, que quién mejor conoce al cliente es el departamento comercial y por ende le dará información relevante al departamento de producción.
5. Concéntrese en las Alianzas Estratégicas.
6. Desarrolle medidas de desempeño dirigidas al consumidor: Indicadores de Gestión que permitan medir la efectividad de toda la cadena de suministro.

Ventajas de SCM

Las ventajas de una Gestión Integrada de la Cadena de Suministro son muchas, más incluso de las que podríamos cuantificar, puesto que existen muchos elementos que proporcionan una mejora sustancial de las operaciones, no son fáciles de medir en

términos cuantitativos; por ejemplo la mejora de las relaciones y el trato con los proveedores, el incremento en la confianza y reducción de incertidumbre, entre otras. Sin embargo, son evidentes los beneficios y el incremento en competitividad que se obtiene a partir de una SCM bien desarrollada. Entre otros podríamos enumerar:

- Flujo ágil de productos y servicios.
- Reducción del inventario en cada uno de los eslabones que conforman la cadena de suministro.
- Reducción de costos por ineficiencias.
- Plazos de entrega fiables.
- Mejor calidad de servicio.
- Mayor disponibilidad de bienes.
- Mayor productividad en los pronósticos de demanda.
- Relaciones más estrechas con los socios de la cadena.
- Sinergia entre los mismos.
- Reducción del papeleo y de los costos administrativos.
- Minimización de los costos y riesgos del inventario a través de la fabricación exclusivamente cuando se recibe la demanda.
- Menor tiempo de comercialización de los nuevos productos y servicios.
- Mejor toma de decisiones.

---

## Palabras clave

Competitividad

cadena de suministros

eslabones

rentabilidad.

## Bibliografía

- CHRISTOPHER, Martin. (2000). "LOGÍSTICA, ASPECTOS ESTRATÉGICOS ". México: Editorial Limusa.
- CHOPRA, Sunil & MEINDL, Peter. (2008). "ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO: Estrategia, Planeación y Operación" Tercera Edición. México: Pearson Educación.
- GARAY, Luis. (1967 - 1996). Colombia estructura industrial e internacionalización. 2003, [En línea]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industralatina/246.htm>
- DNP-Consejo Nacional de Política Económica y Social. República de Colombia, Bogotá: Departamento Nacional de Planeación. Política Nacional Logística.CONPES 3547.