



LOGÍSTICA COMERCIAL

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD

**ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,
ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS ECACEN**

GENERALIDADES

LOGÍSTICA COMERCIAL

IVED MILENA SUÁREZ SILVA

BOGOTA – COLOMBIA

2016

FUNDAMENTOS DE LOGÍSTICA

Historia y Evolución de la Logística

La logística siempre había existido, en todas las épocas se ha presentado la necesidad de trasladar elementos, productos necesarios para la supervivencia del hombre, sin habersele dado la importancia que implica hacer esta labor.

Posterior a la segunda guerra mundial, los países industrializados tienen un auge económico y la capacidad de distribución era mínima con relación a la producción y ventas en las empresas de la época, los canales de distribución de la industria fueron obsoletos, al pasar del tiempo las organizaciones se dieron cuenta que la falla en el manejo de inventarios y el aumento de cuentas por cobrar, se debía a que no tenían una correcta operación para la distribución de sus artículos. Por esta razón se origina la gestión de materiales, centrándose en mejorar el servicio al menor costo posible.

La logística ha venido evolucionando a través de los años en 1950, se involucra en las actividades comerciales la logística integral se enfoca en los costos, con el propósito de desarrollar operaciones al menor costo posible. En 1955 y a través de la experiencia en la demanda del cliente se observa la necesidad de mejorar el servicio, para ello se concentran en la calidad y el tiempo de entrega de los productos al cliente, es donde nace el llamado equilibrio costo-servicio.

En la década del 60 y 70, se observa un nicho de mercado, crear empresas enfocadas únicamente en la logística, estas organizaciones le ofrecían a

LOGÍSTICA COMERCIAL

otras el servicio logístico a un costo mínimo, en estos años de posesión el outsourcing, se le asignarían la gestión logística a una empresa especializada en esta labor.

La logística debía continuar investigando en base en la experiencia, una de las variables que aún no controlaban era la cantidad, el momento y el tiempo exacto a producir y entregar, lo que llevaría a tener un control preciso de materiales necesario, tiempo para producir y optimización de recursos económicos y humanos, se da origen a just in time (justo a tiempo).

Esta estrategia no se podía implementar solo para la producción, sino que había que ponerla en práctica en las entregas a los clientes lo que se denominó o quick response (respuesta rápida).

Para los años 90 y a raíz de los grandes cambios en el mercado las empresas detectan una debilidad su relación con los clientes y proveedores e intervienen dando origen a la planeación estratégica del sistema logístico necesario para el proceso proveedores, productores y distribuidores, identificando cada una de las actividades y tareas que comprenden estos eslabones en las empresas.

Por lo anterior en la actualidad la logística comercial entendida **como un proceso** de gerenciar estratégicamente el conjunto de procesos desde su planeación, implementación y control del flujo eficiente de materiales (materias primas, productos semielaborados y terminados), de su origen de aprovisionamiento hasta su destino final, al menor costo posible.

IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA LOGÍSTICO

Las organizaciones debido a la globalización han incursionado en cambios que le permitan mejorar su competitividad, optimizar recursos, uno de ellos la cadena logística tomada hoy día como una disciplina, dando pautas para aplicar buenas practicas logísticas.

Calcagno. (2012). Afirma “La Logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado con el menor costo”.

Llevar a la práctica estos conceptos tan importantes implica identificar los eslabones de la cadena logística, **aprovisionamiento, almacenamiento y distribución**, trascienden la logística interna y externa de la empresa, aspectos claves en el crecimiento de toda organización, sin dejar de lado la tecnología un aliado estratégico dentro de este proceso, con la implementación de este sistema, las organizaciones toman decisiones de forma acertada, tiene una adaptabilidad a la realidad cambiante y de esta manera ser competitivos.

¿Cuáles serían las operaciones logísticas a desarrollar en una empresa?.

A continuación se plantean las principales operaciones logísticas, compuestas por una serie de actividades.

Aprovisionamiento.

Entendido gestión cuyo fin es dejar a disposición todos los productos, partes, bienes y servicios necesarios para la operación de la empresa, estos elementos son llevados del exterior a interior. Este flujo de materiales da inicio en los proveedores, producción hasta el cliente final, para ello se desarrollan actividades pertinentes:

Compras y proveedores

Compras encargada de adquirir los elementos necesarios llámense bienes o servicios que se necesitan para la operatividad de la empresa, esta unidad tiene bajo su responsabilidad hacer que los productos lleguen de forma específica en la cantidad, tiempo, calidad y precio indicado, esto ya previa negociación con el proveedor. Surgen diversas preguntas:

- ¿Dónde comprar?
-
- ¿A quién comprar?
-
- ¿En qué condiciones comprar?
-
- ¿Cómo comprar?



Para realizar un eficiente y eficaz gestión de compras debe prevalecer una idónea coordinación y comunicación entre todas las áreas de la empresa esto permite: Proveedores, realizar su búsqueda y selección de forma correcta, esto nos lleva a conseguir los productos solicitados con las características indicadas, optando por la mejor calidad a un precio

LOGÍSTICA COMERCIAL

razonable, para ello la gestión de compras desarrolla actividades, tales como:

Buscar y evaluar los proveedores.

Llevar un registro ordenado y actualizado de productos requeridos, esta base de datos debe incluir información básica (características técnicas, identificación posible proveedores, precio, condiciones de entrega y pago).

Estar en negociaciones permanentes, esto se da por el tema de precios, condiciones de pago y plazos de entrega.

Proveer la gestión de compras

Planificar los pedidos de acuerdo a líneas de producción.

Preparar órdenes de compra

Estudiar a los proveedores en temas como precio, plazos de entrega y calidad.

El sistema de compras eficiente en una empresa, gestiona condiciones de pago, plazos de entrega y calidad. Para el tema de definición de precio, este debe estar plenamente definido en el cual se incluye toda clase de conceptos (transporte, manipulación, embalaje, entre otros).

Una de las actividades esenciales de la gestión de compras es identificar los proveedores, con quienes se debe establecer una relación duradera y fiable, para ello identificamos las actividades a llevar a cabo:

Estudio de mercado de productos, en donde se define las necesidades en términos cuantitativos y cualitativos.

LOGÍSTICA COMERCIAL

Producción del artículo, teniendo en cuenta calidad de materia prima, métodos de fabricación y evolución de este artículo en el mercado.

Precio, es importante tener información sobre su tendencia, la evolución histórica que ha tenido en el mercado fluctuación, así como la causa de su fluctuación si se ha presentado.

Presentación, el producto incurre en costos de transporte y embalaje, importante estudiar estos aspectos para determinar variables a controlar.

Aspectos Legales, todo acto comercial realizado por la empresa debe hacer dentro de la normatividad vigente, acorde a la Ley.

Por lo anterior, para elegir los proveedores de la empresa, una vez realizado el estudio de mercados de estos, dado que este nos indica proveedores potenciales para la empresa, elección basada en la política de compra fijada por la compañía en donde se involucra tiempos y forma de entrega, en lo pertinente a distancia y canal de distribución. Variables a verificar en este proceso:

- Precio
- Capacidad instalada del producto
- Calidad del producto
- Fiabilidad en las entregas
- Plazos de entrega



LOGÍSTICA COMERCIAL

Continuidad

Flexibilidad

Nivel y capacidad tecnológico

Para definir la gestión de proveedores la técnica más utilizada es el promedio ponderado, teniendo en cuenta criterios, indicadores o variables de interés. En general los indicadores relevantes en la toma de decisión son: calidad, servicio y precio.

Una vez identificados los proveedores y definidos los indicadores de medición de estos mismos, se define como evaluarlos, en cuanto a:

Calidad: Tomando el total enviado, se identifica el número de productos defectuosos / número de productos aceptados.

Servicio: Plazo de entrega por periodos, se mide número de retrasos / número de entregas en tiempo fijado.

Precio: Se divide el precio más bajo ofertado y el que concretamente establece el proveedor.

LOGÍSTICA COMERCIAL

Teniendo en cuenta los indicadores de gestión de proveedores en términos cuantitativos, y expresado en forma de porcentaje, se expresa de la siguiente manera:

$$Er = \frac{Pc C + Ps S + Pp P}{Pc + Ps + Pp}$$

Donde:

Er: Evaluación para cada proveedor r

C: Indicador de calidad

S: Indicador del servicio

P: Indicador del Precio

Pc: Ponderación para la calidad

Ps: Ponderación para el servicio

Pp: Ponderación para el precio.

Los proveedores de las empresas deben caracterizarse por la calidad de sus productos, esto los lleva a la excelencia. Para garantizar este proceso se implementa la entrega certificada, consiste en establecer una alianza estratégica entre proveedor y cliente, en donde se garantiza la operación

LOGÍSTICA COMERCIAL

desde el origen del producto hasta el cliente, teniendo en cuenta actividades específicas como producto, información, manejo físico, documentación y el servicio logístico.

Una vez realizado el proceso, se clasifican los proveedores dentro de la siguiente escala:

- Proveedor Aprobado: Su calificación ha sido mínima con la posibilidad de suministro para la empresa.
- Proveedor Preferido: Ya ha sido aprobado y se encuentra en el proceso de certificación, para ello trabaja la excelencia en su producto.
- Proveedor Certificado: Su característica ya el cliente no necesita inspeccionar el producto o material entregado, pues ha estado en el proceso de selección donde se le hizo una investigación exhaustiva de su calidad y servicio.

Inventario

Nos preguntamos ¿Qué es un inventario?

Para una organización la gestión de inventario se convierte en un componente estratégico, en donde se establece cómo se llevará a cabo el registro, cómo se hará la rotación, cómo se clasificará los productos ya sean terminados, semi terminado, materia prima, insumos elementos necesarios para el proceso producto de la empresa. Esto con el objetivo de reducir los niveles de existencias y asegurar la disponibilidad de existencia en el momento justo.



LOGÍSTICA COMERCIAL

En la administración de inventarios de la empresa se deben establecer lineamientos, esto con el fin de tomar decisiones específicas en cuanto a:

¿Cuántas unidades a producir?

¿En qué momento se produce?

¿Hay algún artículo que requiera una atención específica, para tener un control sobre este producto?

Una vez claro cuánto y cuándo producir, se determina el tipo de inventario a implementar en la empresa, teniendo claro los tipos de inventarios:

Nivel de terminación.

Materias primas

Insumos y materiales

Producto en proceso

Productos terminados

Productos en embalaje

Localización / instalaciones de la empresa.

En tránsito. Los productos son de la empresa pero se encuentran en otras instalaciones.

Planta. Todos los artículos que son de la empresa y se encuentran bajo su custodia.

Su función.

Operativo. Unidades que son vendidas o utilizadas en la producción.

LOGÍSTICA COMERCIAL

Seguridad. Se dispone ante posibles fluctuaciones de la demanda o cuando se presentan retrasos en el proceso de reabastecimiento.

GESTION DE INVENTARIOS

Actividades del inventario.

Identificar los bienes a inventariar.

Ubicar los lugares con inventarios

Disponer de recurso humano, conformación de equipo de trabajo

Hacer un recorrido, un conteo, recuento y registro de estos productos.



Manejo de Inventarios

Una vez identificado la gestión, se debe identificar el tipo de sistema de manejo de inventario a implementar que será de acuerdo al negocio, es decir, este puede ser:

- Manual: Cuando el negocio tiene un mínimo de productos, este se hace en una hoja de cálculo.
- Código de barras: Este sistema permite tener una información más acertada, el código es leído en un punto de venta, los datos generales del inventario son leídos teniendo acceso a la estadística actual en uso.
- Radio frecuencia: Empleado por empresas que movilizan cantidades de piezas, este sistema usa tecnología innovadora como la activa, usa lectores de etiqueta fijos en el almacén, una vez el producto tenga movilidad en el espacio este se registra en el software de manejo de inventario y la tecnología pasiva, en este se utilizan lectores portátiles para monitorear el movimiento que tiene el artículo en el inventario y este se registra en el software.

Costos de la gestión de inventarios.



LOGÍSTICA COMERCIAL

Manipulación en la recepción.

Almacenamiento

Inspección

Despacho

Seguros

Impuestos

Sobre Stocks

Obsolescencia

Averías

Traslado

GESTIÓN DE ALMACENAMIENTO

Preguntamos en ¿qué consiste la gestión de almacenamiento?

Esta encargado de la recepción, almacenamiento y movimiento dentro de un espacio hasta el punto final o cliente de un producto, artículo o elemento. Su objetivo garantizar el suministro de materiales y elementos de producción requeridos en forma oportuna y sin interrupciones. Su función la recepción de unidades físicas en las instalaciones, continuando con el mantenimiento este debe ser en las mejores condiciones.

¿QUÉ?

¿CUÁNDO?

¿A CUÁNTO?

¿DÓNDE?

¿CÓMO?

DEBE SER ALMACENADO?



Actividades de la Gestión de Almacenamiento

Almacén

Establecer ubicación, capacidad, dimensiones e instalación de almacén

Diseño del espacio del almacén, aspectos relevantes muelles de carga y descarga.

Organización del almacén

Ubicación de los productos recuerde estos pueden ser materia primas, productos semiacabados y terminados).

Almacenamiento



Manipulación de materiales:

Establecer qué unidades serán manipuladas.

Medios de manipulación (carretillas, transpaletas, apiladoras, cintas transportadoras, etc) y de los procedimientos para mover los productos dentro y entre almacenes y locales de producción y venta.

Preparación de pedidos.

Recuperación de mercancías.

Embalaje:

Elección de los sistemas y formas de protección y conservación de los productos: papel, plástico, cajas de cartón, cajas de madera, etc, para evitar roturas, mermas, deterioro, suciedad, incendios, robos...

Control de inventarios (gestión de stocks):

Política de stocks tanto a nivel de materias primas como de producto final.

Estrategias de entrada-localización-salida de productos del almacén.

Periodicidad con la que han de efectuarse los pedidos.

Cantidades de productos que el vendedor debe tener disponibles para su entrega al comprador.

Preparación de los pedidos:

Comprobación y transmisión de las órdenes de compras.

Relación entre la gestión de pedidos y la gestión de stocks.

Establecimiento de métodos de transmisión de información sobre los pedidos.

Establecimiento de las reglas para la confección de los pedidos.

Establecimiento de sistemas de control.

Zonas de almacén



GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN



Pregunta. ¿En qué consiste la distribución?

Torres. (1993). Afirma "Conducto a través del cual se desplazan los productos desde su punto de producción hasta los consumidores".

En este proceso se citan elementos básicos que permiten definir el canal de distribución: Producto / servicio, desplazamiento, intermediarios, medios, colocación.

Canal de distribución: facilita la llegada del producto del fabricante al consumidor final.

Estos canales estos clasificados según el objeto social de la empresa:

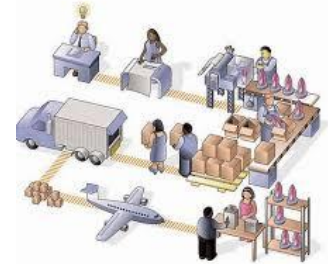
Bienes industriales: Se involucran diversos canales un ejemplo las empresas que fabrican partes para un carro.

Bienes de consumo: Ejemplo las centrales de abastos o intermediarios como agentes de ventas

Distribución de servicios: Este se da de diferentes formas, cuando el demandante lo solicita y lo toma en el momento o lo toma hasta que desee utilizarlo.

LOGÍSTICA COMERCIAL

Ahora bien es momento de identificar el nivel intermediario de la empresa en su gestión de distribución, estos van desde la venta directa hasta la utilización de canales con uno o más intermediarios.



PRODUCTOR – CONSUMIDOR

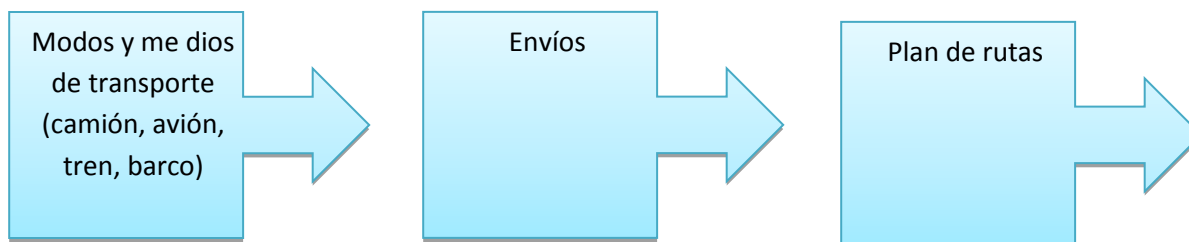
PRODUCTOR – DETALLISTA – CONSUMIDOR

PRODUCTOR – MAYORISTA - DETALLISTA – CONSUMIDOR

Transporte:

En el sistema logístico el transporte es un aspecto vital, ya que a través de este se desplaza, traslada, moviliza ya sea personal o productos semi o terminados, material primas y lo necesario para el proceso producción y venta de la empresa.

Actividades



CONCLUSIÓN

La logística interviene en todos los departamentos de una empresa, de ahí la importancia que hoy día le han dado la dirección de una organización al sistema logístico, quien se encargue de esta actividad está encaminado a tomar las buenas decisiones en un mercado de exigencias muy complejas, ya sean humanas, físicas, geográficas y medioambientales, buscando simplificar y mejorar permanentemente los procesos de aprovisionamiento, de producción y de distribución con el fin de reducir los costes, el plazo de entrega al cliente y conservar la calidad o características del producto.



LOGÍSTICA COMERCIAL

Bibliografía

Calcagno, A. (2012). *Introducción a la Logística Empresarial*. Recuperado de <http://arcesoluciones.com.ar/?p=100>

Pau, J. y De Navascues, R. (1998). *Manual de Logística integral*. Editorial Díaz de Santos, Madrid.

Torres, M. (1993). *Glosario de MKT*. Graw Hill. Recuperado de <http://mx.casadellibro.com/libro-glosario-de-marketing-y-negocios-espanol-ingles-ingles-espanol/9789701002834/181812>