

Servicio logístico al cliente

(*) Walter Castro Mateo

e-mail: d180009@unmsm.edu.pe

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por objetivo, considerar las diferencias que manifiesta una especialidad en la gestión empresarial, como la Logística, dentro del actual contexto.

El mundo actual con el predominio de la tecnología de la información y globalización de la economía ocasiona cambios en el ambiente empresarial, aumento de la competencia y velocidad vertiginosa de las informaciones que al mismo tiempo constituye respuestas a la "turbulencia del mundo" y por tanto constituyen los nuevos paradigmas empresariales.

La empresa actual, considera en su gestión los siguientes aspectos:

- 1.- Determinar la información que necesita para la gestión.
- 2.- De la información existente, que información puede asimilar.
- 3.- Luego, que información puede utilizar.

Tomando en cuenta, que los cambios actuales afectan a los sistemas de información:

- Con incremento de la capacidad y velocidad de las computadoras
- Cambios radicales en las telecomunicaciones
- Procesamiento de las palabras en vídeo
- Aplicación de las redes informáticas

En tal sentido, los Sistemas de Información Administrativa es un instrumento que ayuda a la dirección, para efectivizar el control y toma de decisiones, en las diversas áreas funcionales de la empresa

EL SISTEMA LOGÍSTICO EN LA EMPRESA

La aplicación de la tecnología de la información en la función logística ha ido variando su concepción en la últimas décadas, y es a partir de la Segunda Guerra Mundial donde las operaciones militares llevadas a cabo en cuando a problemas de distribución de materiales a grandes distancias, almacenamiento, custodia, planeamiento de necesidades materiales, embalajes adecuados, adquisición de insumos, etc., etc.), por tanto las empresas comprenden la importancia oponiéndose al pragmatismo existente.

El concepto de sistema logístico, a partir de esa época, se ha ido reconociendo tanto en las empresas públicas y privadas, concordando que es la necesidad de planear y dirigir acciones logísticas de la empresa como un todo y que trata del estudio del movimiento de materiales que comprende desde la determinación de las necesidades de materiales por el usuario (cliente / usuario), adquisición de éstos, almacenamiento de materias primas y productos finales, distribución y la disposición final ante el cliente, denominada cadena logística. Tiene una gran incidencia en los llamados costos logísticos, para efectos de tomas de decisiones eficientes y eficaces.

De lo expuesto, se agrega el progreso que ha ido alcanzando también las comunicaciones , los medios de transportes y los equipos de manipulación de materiales, las nuevas formas de contrato en el comercio internacional, etc., han proporcionado mejores opciones para el diseño y desarrollo del sistema logístico.

IMPORTANCIA DEL SISTEMA LOGÍSTICO

El sistema logístico empresarial es importante, debido a que maximiza el valor económico de los productos o



materiales, mediante la necesidad de:

- Obtener la calidad exigida,
- con la **cantidad** establecida,
- en el **tiempo** oportuno,
- con la **debida confianza** y...
- al menor **precio** relativo.

Es decir, que el precio menor se toma en cuenta, después de haber cumplido las cuatro primeras

La palabra **LOGÍSTICA**, es de origen francés, que se emplea desde hace muchos años en los institutos armados, por la influencia del uso en las guerras Napoleónicas y su significado es... "el arte de transportar, avituallar y acuartelar tropas".

Desde el punto de vista empresarial este concepto se considera relacionado con el manejo del flujo de material, desde su fuente hasta el usuario. A menudo esta actividad se conoce con otros nombres que en realidad son parte de ella o semejantes, tal como Distribución Física, Administración del Abastecimiento, Administración de Materiales, Rocremática, Logística Comercial, Ingeniería Logística, etc. Algunos de éstos términos se emplea para definir posiciones, ámbitos o responsabilidades en la organización de la empresa.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA o DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Considerando que la cadena logística tiene dos momentos definidos, una a partir de la necesidad del material y/o servicio, hasta la atención del usuario interno, por ejemplo para Operaciones, denominado proceso de **Aprovisionamiento** y el otro momento, ocurre cuando sale el producto final y su destino es el cliente conocida como Distribución Física.

La **Distribución Física** tiene como objetivo "facilitar" que el producto llegue a los diversos clientes (distribuidores, intermediarios o consumidores), lo que la define más precisamente como un "servicio". Se le conoce también como **Distribución Comercial**, tiene como objetivo "vender", configurándose así en un intermediario entre el fabricante y los detallistas o directamente el consumidor; entre sus funciones se cuentan la publicidad, la promoción, las actividades de venta y las políticas de crédito. Es el punto de vista de Marketing

La distribución física se divide en cuatro grandes componentes:

○ El almacenamiento

Incluye la conservación de los bienes, los lugares de almacenamiento de los productos, óptima protección, conservación de sus características de calidad dadas en el lugar de origen, la fábrica. Los almacenes son sitios transitorios, no su destino final; por lo tanto, se deben disponer en el espacio de tal manera que se facilite su manipulación.

○ El transporte

Proceso para traslado físico de los bienes de un lugar a otro. De acuerdo con el tipo de mercancía se escoge el medio de transporte más apropiado, en muchas ocasiones, a una combinación de diversos sistemas de movilización (procedimiento multimodal)

○ Manipulación de los productos

Proceso de cargue, descargue, identificación, verificación, conteo, empaque, reempaque, proceso de órdenes, pesaje y adecuación. También los servicios de consolidación y desconsolidación de la carga, agrupar bienes que tengan un mismo destino.

○ Gestión de la información

Es el manejo adecuado y lógico de los documentos que se generan durante todo el tránsito de los bienes, desde su punto de origen hasta su destino final.

OPERADOR LOGISTICO

Muchas industrias mantienen vigente aún el enfoque tradicional del manejo de la distribución física, a riesgo propio, incluso de distraer los recursos administrativos y de capital de lo que es su razón de ser, producir y vender. La decisión, tomada por los directivos de entidades productoras, de contratar una empresa que se encargue de todas o algunas de estas funciones, en general está influida por la presión que ejercen sobre ellos las siguientes características:

- Dificultad en la proyección de las ventas, por tanto exceso de inventarios y capital inmovilizado.
- El difícil control de la rotación de los stocks..
- Gastos de vigilancia y prevención de robos, desperdicios y devoluciones.
- Uso y optimización de los recursos productivos (personal, espacio y equipo) para el almacenamiento.
- El alto costo de los seguros
- El gasto en los clientes mayoristas, distribuidores y

supermercados.

- Mantenimiento de estructuras operativas con grandes costos fijos, aún en épocas de poco movimiento.
- Alto costo por mantener con el cliente el nivel de servicio que él exige como condición para mantener la promoción en el mercado de los productos que se le ofrecen. Por ejemplo: visitas, tiempos cortos de entrega, atención a reclamos, etc.

¿Es conveniente el Operador Logístico?

La atención de la Distribución Física por terceros agrega valor a los bienes, pero también genera incrementos de costos que afectan el precio de venta final.

¿Entonces el contrato de los servicios de una empresa de servicios logísticos puede encarecer los precios, con perjuicio de los consumidores? ¿Conseguirá el fabricante favorecer un mejor precio al consumidor, ejerciendo él directamente dicha actividad logística? Existen suficientes razones para contestar en forma negativa a estos interrogantes.

La carencia en las empresas de personal calificado y especializado en las labores de distribución física: los riesgos y los altos costos que le significan a una empresa productora manipular y transportar pequeñas cantidades de su producto y cubrir extensas áreas para dar servicio a un número cada vez mayor de pequeños establecimientos, son entre otras algunas de las razones de peso para argumentar a favor de la idea de que el abastecimiento realizada por una entidad especializada no encarece el producto.

Por tanto, se debe tomar en cuenta una negativa rotunda, a una de las opciones, verá afectado las oportunidades de ventas de los productos, donde un adecuado equilibrio de costos puede ser lo mas conveniente.

La forma de buscar esta solución se puede determinar bajo un aspecto técnico, es decir las herramientas analíticas como a programación lineal, ABC, simulación mediante software especializados, estudios de los costos logísticos (especialmente los gastos de almacenamiento o posesión)

La otra forma, se encuentra considerando que el valor agregado por la manufactura, comercialización y Distribución Física del producto, hace un todo, con propiedades y características en relación de establecer "el valor", que es intangible.

CLIENTE Y EL SERVICIO

El servicio al cliente es, una oportunidad para mantener, iniciar y aumentar los pedidos de productos por muchas empresas a un mismo comprador, reduciendo así el costo económico y administrativo por unidad de producto.

La forma que la empresa maneje y controle los factores que influyen en la eficacia y eficiencia, así como contacto con el cliente, podría ser mas completo por una empresa especializada, con infraestructura, experiencia y concentración a efecto de tener un rendimiento de mayor calidad con mayor velocidad de atención y al menor costo.

Considerando estos aspectos, el principio de atender justo, en la hora y en el lugar preciso se debe cumplir. Este concepto exige mayor velocidad del inventario y una fuerte alianza entre el almacenamiento y el transporte, pues un tipo de almacenamiento, por ejemplo, puede disminuir o aumentar tiempo y costos en el transporte. Por lo que es necesario destacar e ir pensando en una Logística de mayor especialización, es decir "Integral, que asegure la óptima rendición de la distribución

CONCLUSIÓN

- La función Logística, considerado como un sistema, cobra mayor importancia, estimando como un ente orgánico capaz de obtener utilidades, bajo la perspectiva de un ahorro efectivo en sus costos logísticos, de obtención y posesión, preferentemente.
- El Sistema Logístico responde a una Administración Moderna donde la cadena logística, se considera un todo.
- Los Operadores Logísticos constituyen servicios especializados que asumen la distribución física que actúan con mucha eficacia en este mundo globalizado.
- En nuestro medio las empresas de servicio logístico constituyen para el profesional de la Administración una especialidad aun no cubierta, que viene siendo satisfecha esta necesidad de las empresas productoras por entidades internacionales.

BIBLIOGRAFIA

RONALD H. BALLOU

Logística Empresarial. Control y Planificación
Editorial Díaz de Santos S.A., España, 1991

JOHN MAGEE

Sistema de Distribución
Editorial El Ateneo S.A., Buenos Aires

ALBERTO RUIBAL HANDA

Gestión Logística de la Distribución Física
Internacional
Editorial NORMA S.A., Colombia, 1994

PHILIPPE-PIERRE DORNIER, RICARDO ERNST,
MICHAEL FENDER Y PANOS KOUVELIS
Global Operations and Logistics, Text and Cases
Editorial John Wiley and Sons, Inc., USA, 1998

GIL GUTIERREZ CASAS Y BERNARDO PRIDA
ROMERO

Logística y Distribución Física, Editorial Mc Graw Hill,
España, 1998

(*) Licenciado en Administración por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Profesor Asociado y Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Asesor y Consultor de Empresas. Investigador de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM.