
Logística Internacional

COLEGIO DE MAGISTERS DEL
ECUADOR- COMAE -

Lcdo. Jorge Jimenez B.

Septiembre, 2007



LOGISTICA

- Concepto.-
 - Es el enfoque de la ***administración*** de todas las actividades involucradas físicamente con la ***adquisición,*** ***movimiento*** y ***almacenamiento*** de materia prima, inventario en proceso y de *productos terminados*, desde el ***origen*** hasta el ***punto de consumo.***
-

LOGISTICA EMPRESARIAL.-

- -Comprende la planificación, la organización y el control de todas las actividades relacionadas con la obtención, traslado y almacenamiento de materiales y productos, desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado.
 - -Se encargara del diseño y gestión del flujo de información y de materiales entre clientes y proveedores (distribución, fabricación, aprovisionamiento, almacenaje y transporte..) con el objetivo de disponer del material adecuado en el lugar adecuado, en la cantidad adecuada, y en el momento oportuno, al mínimo coste posible y según la calidad y servicio predefinidos para ofrecer a nuestros clientes.
-

CARACTERISTICAS HISTORICAS RELEVANTES

- **1956 - 65**
 - Una Década de Conceptualización de la Logística.
 - Desarrollo del análisis de costo total de las operaciones logísticas.
 - Enfoque de sistemas al análisis de las interrelaciones del sistema logístico.
 - Mayor preocupación por el servicio al consumidor al mínimo costo logístico.
 - Atención a canales de distribución.
-

CARACTERISTICAS HISTORICAS RELEVANTES

- **1966 - 70**
 - Prueba del Concepto de Logística.
 - Desarrollo fragmentado; Administración. de Materiales / Distribución Física.
 - Los sistemas de medición del desempeño fomentaban la optimización local, evitando la integración.
-

CARACTERISTICAS HISTORICAS RELEVANTES

- **1971 - 79**
 - Un Período con Cambio de Prioridades.
 - Crisis energética impulsó el movimiento hacia la mejora del transporte y almacenamiento.
 - Preocupación ambiental/ecológica impacta las operaciones logísticas.
 - Altos costos de capital y recesión.
 - Fuerte orientación hacia la administración de materiales por la incertidumbre en la obtención de los insumos.
 - La computación impulsó el desarrollo de modelos logísticos.
-

CARACTERISTICAS HISTORICAS RELEVANTES

- **1980's**
 - Impacto Tecnológico.
 - Liberación del transporte fomentó el incremento de la productividad a través de una mejor coordinación de la distribución, manufactura y abastecimientos.
 - La tecnología de la microcomputación fomentó la descentralización e intercambio de información, acercando los clientes a la empresa.
 - Revolución de la tecnología de la comunicación y código de barras, impulsa la coordinación e integración de los elementos del sistema logístico.
-

CARACTERISTICAS HISTORICAS RELEVANTES

■ 1990's

- Hacia el Futuro: Fuerzas Integradoras de la Logística.
 - Ciclos de productos cada vez más cortos.
 - Incremento en la Segmentación del mercado y variedad de opciones.
 - Mayores expectativas en el nivel de servicio al cliente.
 - Avances en tecnología de proceso, producto e informativa.
 - Globalización de los mercados.
 - Procesos de manufactura y administración.
 - El balance de poder está cambiando del productor al distribuidor.
 - Incremento en competitividad en todas las dimensiones y de presión sobre los márgenes de utilidad.
-

IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA.

- La importancia de la logística viene dada por la necesidad de mejorar el servicio a un cliente, mejorando la fase de mercadeo y transporte al menor costo posible, algunas de las actividades que puede derivarse de la gerencia logística en una empresa son las siguientes:
 - Aumento en líneas de producción.
 - La eficiencia en producción, alcanzar niveles altos.
 - La cadena de distribución debe mantener cada vez menos inventarios.
 - Desarrollo de sistemas de información.
-

BENEFICIOS DE LA LOGISTICA

- Incrementar la competitividad y mejorar la rentabilidad de las empresas para acometer el reto de la globalización.
 - Optimizar la gerencia y la gestión logística comercial nacional e internacional.
 - Coordinación óptima de todos los factores que influyen en la decisión de compra: calidad, confiabilidad, precio, empaquete, distribución, protección, servicio.
 - Ampliación de la visión Gerencial para convertir a la logística en un modelo, un marco, un mecanismo de planificación de las actividades internas y externas de la empresa.
 - La definición tradicional de logística afirma que el producto adquiere su valor cuando el cliente lo recibe en el tiempo y en la forma adecuada, al menor costo posible.
-

CONSIDERACIONES MÍNIMAS NECESARIAS PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN LOGÍSTICO.

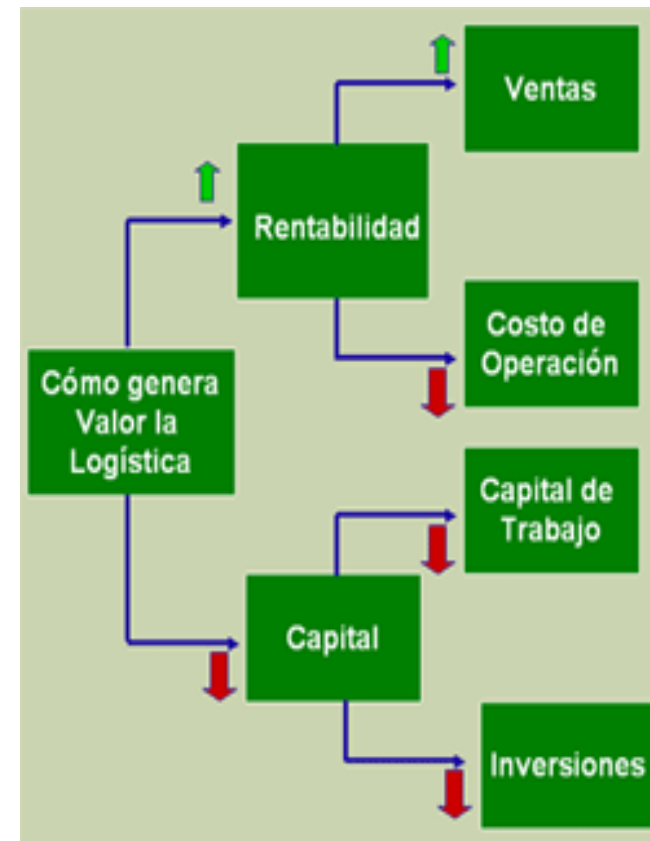
- ❑ Aclarar, ampliar y determinar los objetivos organizacionales.
 - ❑ Definir las previsiones.
 - ❑ Establecer las condiciones y suposiciones, bajo las cuales deben desarrollarse las actividades.
 - ❑ Seleccionar e indicar las tareas para el logro de los objetivos.
 - ❑ Establecer un plan de logros.
 - ❑ Fijar las políticas.
 - ❑ Planear estándares y métodos para cumplirlos.
 - ❑ Anticipar los problemas futuros.
 - ❑ Apoyar y coordinar con el Coordinador del proceso de elaboración y formulación del Plan de Manejo para todas las áreas de la organización.
-

DESCRIPCIÓN DE LAS DIFERENTES FUNCIONES DE LA LOGÍSTICA.

- La gestión del tráfico y transportes se ocupa del movimiento físico de los materiales.
 - La gestión del inventario conlleva la responsabilidad de la cantidad y surtido de materiales de que se ha de disponer para cubrir las necesidades de producción y demanda de los clientes.
 - La gestión de la estructura de la planta consiste en una planificación estratégica del número, ubicación, tipo y tamaño de las instalaciones de distribución (almacén, centros de distribución e incluso de las plantas)
 - La gestión del almacenamiento y manipulación de materiales se ocupa de la utilización eficaz del terreno destinado a inventario y de los medios manuales, mecánicos y/o automatizados para la manipulación física de los materiales.
 - La gestión de las comunicaciones y de la información conlleva la acumulación, análisis, almacenamiento y difusión de datos puntuales y precisos relevantes de las necesidades de toma de decisiones logísticas con eficiencia y eficacia. Las comunicaciones y la información integran las áreas operacionales logísticas y las actividades de apoyo en un sistema y permiten que éste sea eficaz.
-

OBJETIVOS.-

- ❑ Mejor Nivel de servicio
- ❑ Menor número de faltantes
- ❑ Reducción en los costos logísticos, de administración y operación.
- ❑ Reducción de Inventarios
- ❑ Menores ciclos de recuperación
- ❑ Diferir inversiones
- ❑ Desinversión en equipos
- ❑ Reducción de Tiempos.



OBJETIVOS.-

- -Cubrir necesidades de incrementar su competitividad.
 - -Estrategias: A través del Marketing y Gestión Comercial.
 - -Poder situar los productos en manos de los clientes de forma cada vez más rápida. Mas ajustada a su demanda y con menor coste.
 - -Gestionar vínculos con las empresas que llevan a cabo su actividad sobre el mismo producto (cadena de valor).
 - -Busca ventaja competitiva en la red de distribución de materiales y productos con sus canales.
-

OBJETIVOS.-

- -Conectar actividades de aprovisionamiento, producción y distribución a los clientes.
 - -Mejorar eficiencia en la planificación y el control de todas las actividades relacionadas con la obtención, traslado y almacenamiento de materiales y productos, desde la adquisición hasta el consumo y gestionándolo como un sistema integrado. (Logística Integral)
 - -Lograr que los productos y servicios estén en lugares que les corresponde, en el momento preciso, y en las condiciones exigidas por el cliente, gracias a una adecuada coordinación y enlace del mercado, los canales de distribución y las actividades operativas y el aprovisionamiento de la empresa.
 - -Lograr un nivel de servicio y calidad al cliente que maximice las ventas y minimice los costes logísticos totales.
-

Construcción de la Cadena de Distribución Física Internacional.

- La Gestión de Compras Internacionales
- Selección del Producto
- Terminologías en la Negociación
- Formas de pago : Cartas de Crédito
- Optimización del Transporte Internacional



EL PRODUCTO

- **Envase.-** Todo continente o soporte destinado a:
 - Contener el producto,
 - Facilitar el transporte, y
 - Presentar el producto para la venta.Por envase se entiende el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos. En forma más estricta, el envase es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo.
-

EL PRODUCTO

- **Envasado.-** Es una actividad más dentro de la planeación del producto y comprende tanto la producción del envase como la envoltura para un producto.
 - **Empaque.-** se define como cualquier material que encierra un artículo con o sin envase, con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor. Objetivo. Proteger el producto, el envase o ambos y ser promotor del artículo dentro del canal de distribución
-

EL PRODUCTO.-

- **Embalaje.-** son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. Embalaje en una expresión más breve es la caja o envoltura con que se protegen las mercancías para su transporte. El objetivo más importante del envase es dar protección al producto para su transportación. Objetivo. Es llevar un producto y proteger su contenido durante el traslado de la fábrica a los centros de consumo.
-



Construcción de la Cadena de Distribución Física Internacional

Procedimientos Aduaneros de Importación:

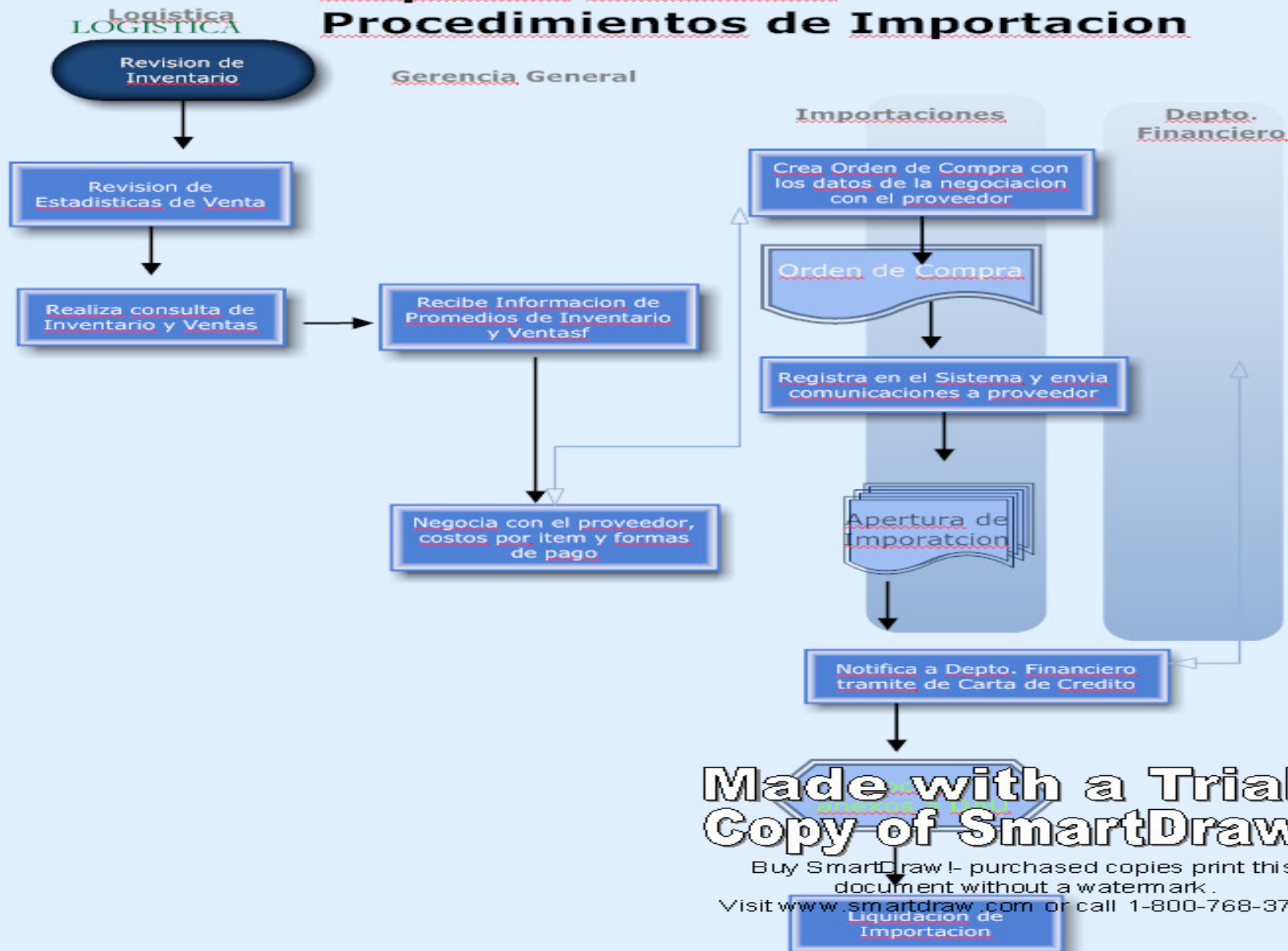
- Declaración Aduanera
- Clasificación Arancelaria
- El Aforo
- Valoración
- Liquidación de Mercaderías
- Preferencias Arancelarias.

Almacenaje: Distribución de carga
en bodegas.



Ventas y Distribución.

Esquema tentativo: Procedimientos de Importacion



Made with a Trial
Copy of SmartDraw

Buy SmartDraw - purchased copies print this document without a watermark.
Visit www.smartdraw.com or call 1-800-768-3729.

Liquidación de Importación

Proceso Logístico Interno

1. Pronóstico.

Pronóstico de ventas:

La primera etapa de logística, es determinar la **cantidad de ventas** que obtendrá el producto, con el fin de **planear todo el proceso operativo**.

2. Planeación:



De Compras	De Ventas	De Distribución
Consiste en recopilar la información para determinar la cantidad total de productos que será demandado dentro del mercado .	Consiste en determinar las etapas de un proceso a desarrollarse en la parte de ventas Ej: (objetivos por tipo de productos mes a mes).	Determinar los canales y las necesidades de distribución que va a tener el producto (empaquete, embalaje, tipo de transporte, etc)



Proceso Logístico Interno

3. Manejo inicial de logística:



Pedidos	Inventarios	Recepción	Entrada
definir la O/C que será enviado a los proveedores, en función a la demanda efectiva y flujos de mercancía requeridos.	Manejar y controlar adecuadamente todo el stock de mercancías que en almacenes o bodegas.	recibir las órdenes de compra y cotejar con documentos respectivos.	verificar la entrada de mercancías a la bodega y clasificar previo a liquidación de las compras



Proceso Logístico Interno

4. Empaque.



Consiste en **proteger, preservar y fortalecer el producto** mediante un sistema adecuado de protección.

Sistema de Empaque/Embalaje

5. Almacenamiento.



Almacenamiento

Recepción del producto, que estará dentro de la bodega disponible para su venta y distribución.

6. Transporte de mercancías.



Planificar el traslado de las mercancías a los puntos de venta, a los almacenes, a distribuidores o consumidores directamente.

Transporte



Proceso Logístico Interno

7. Centros de distribución y Estrategia de servicio.



Distribución	Servicio
Es gestionar los canales de entrega de mercancía, y buscando nuevas coberturas teniendo en cuenta los costos que generara la operación. (Transportes, MOP, Materiales Etc.).	Es contar con una estructura suficiente , que pueda servir a los clientes en todas sus inquietudes, dudas o quejas.(SAC) Que incluye: Ventas, servicio directo, asistencia técnica, manejo de garantías etc.

