



Ciencia y Poder Aéreo

ISSN: 1909-7050

cienciaypoderaereo@epfac.edu.co

Escuela de Posgrados de la Fuerza  
Aérea Colombiana  
Colombia

Sánchez Tovar, Nolán  
Logística del siglo XXI, rompiendo paradigmas  
Ciencia y Poder Aéreo, vol. 5, núm. 1, enero-diciembre, 2010, pp. 17-19  
Escuela de Posgrados de la Fuerza Aérea Colombiana  
Bogotá, Colombia

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=673571168002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica  
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Recibido: 10.05.2010. Aceptado: 03.06.2010

# Logística del siglo XXI, rompiendo paradigmas

**Autor: Nolán Sánchez Tovar**

Ingeniero de Petróleos, con de 20 años de experiencia en logística de productos de consumo masivo y del sector industrial. Profesor del Instituto Militar Aeronáutico

## Resumen

Durante los últimos 200 años, el país ha sufrido grandes cambios en todos los ámbitos, lo cual le ha generado un posicionamiento estratégico a todos los sectores productivos, haciéndolos mucho más competitivos y dinámicos. Estos avances se han logrado gracias al cambio de paradigmas, propiciado por quienes han impulsado estos negocios, desde mediados del siglo XX, con la aparición del término Logística<sup>1</sup> y el reconocimiento de las necesidades del cliente, procurando una mayor fidelización y al mismo tiempo una reducción de sus costos de operación y maximizando las utilidades. Para cumplir con esta nueva misión, es indispensable apropiarse de los cambios tecnológicos que se están produciendo, rompiendo el paradigma de hábitos tradicionales. El gran reto es comenzar por cambiar la mentalidad empresarial de sus equipos.

**Palabras Clave:** Logística, paradigma, pymes, competitividad, productividad, globalización, milenio.

## Abstrac

*Along the last 200 years, the country has suffered great changes in all aspects, which has generated a strategic position for all the productive sectors, doing them a lot more competitive and dynamic.*

*These advances are achieved thanks to the change of paradigms favored by who press on those businesses. From the middle of the 20th century, with the commencement of the term "Logistics"<sup>1</sup> and the identification of the customer needs, businesspeople have been trying to set a greater faithfulness and at the same time a reduction of operations costs maximizing the benefits.*

*To achieve this new mission, it is essential to get the technological changes that are being produced, breaking the paradigm of traditional habits. The huge challenge is to begin by changing the business mentality of its teams*

**Keywords:** Logistics, paradigm, Smes, Competitiveness, Productivity, Globalization, millennium

<sup>1</sup> [www.logisticaytransporte.org/logistica/](http://www.logisticaytransporte.org/logistica/), consultado mayo 2010.



## Introducción

Se están cumpliendo 200 años de la Independencia y, durante todo este tiempo, el país ha sufrido grandes cambios en todos los ámbitos: en lo social, científico, político, deportivo y en lo industrial, permitiendo mayor aprovechamiento de todos los recursos, propiciando un posicionamiento estratégico a las industrias y organizaciones productivas, haciéndolas mucho más competitivas y dinámicas.

Para lograr estos avances, quienes han impulsado estos cambios rompieron paradigmas que por más de 100 años se impusieron en la sociedad. La mayor parte de la economía está fundamentada en Pymes y muchas de ellas son de origen netamente familiar. En estas industrias el término logística no existía y en algunas, actualmente, el tema es desconocido; para las demás, la logística tradicional se relacionaba solamente con el movimiento físico de materiales y quizás el área comercial (Compras, Ventas), quienes decidían los derroteros de las organizaciones.

## Desarrollo

A mediados del siglo XX, se copió del sector militar el término logística y todos los sectores productivos iniciaron una gran batalla por satisfacer las necesidades de sus clientes, procurando una mayor fidelización de sus clientes más rentables y al mismo tiempo una reducción de sus costos de operación y maximización de las utilidades. Para ello, se rompió el paradigma del kárdex manual y con la ayuda de los sistemas de información modernos se implementaron herramientas como el ERP, CRM o el CPFR, en donde se involucran a los diferentes actores de la cadena de abastecimiento.

Para enfrentarse a problemas como la globalización creciente de los mercados, es indispensable apropiarse de los cambios tecnológicos que se están produciendo, y para lograr romper el paradigma del uso de nuevas tecnologías en las Pymes es muy frecuente que se tengan que enfrentar algunos hábitos tradicionales. El gran reto es comenzar por cambiar la mentalidad empresarial de sus equipos.

En el medio colombiano, antes de hablar de logística en la industria, a mediados del siglo XX, las distintas funciones de la empresa y su relación con sus clientes finales fueron independientes, todavía se tienen algunos rezagos al respecto. La logística es el ente transversal que sincroniza el desarrollo de todas las áreas de una organización, haciendo que haya un flujo continuo y coordinado entre los diferentes estamentos, desde la detección de una necesidad, pasando por la consecución de los insumos o productos, hasta el cliente final.

El paradigma de los años 80 en la logística, según el cual “se debía tener el producto en el momento exacto, en el lugar correcto, al costo más bajo posible”, ya se rompió; al involucrar las nuevas tecnologías, la fidelización de los clientes, el manejo de las devoluciones y obsoletos y la información dentro de la cadena de abastecimiento, engloba todo el flujo del producto desde su concepción hasta la satisfacción del consumidor final y su posible devolución o reciclaje de los desechos.

El canal por el que fluye el producto es lo que se denomina Cadena de Suministro, cuya misión es la gestión integral de todos los materiales, recursos, activos, sistemas de información y productivos, con el propósito de conseguir un movimiento de materiales más seguro, rápido, flexible y eficaz a través de la cadena y

un adecuado flujo de información en los dos sentidos.

A pesar de la gran importancia de la gestión de demanda e inventarios, teniendo como premisa la satisfacción de las necesidades y sueños de los clientes, como el costo de mantener los inventarios, la cantidad justa en el momento oportuno, en la práctica las empresas han introducido muy poca gestión e ingeniería logística en este tema. Especialmente las Pymes y las organizaciones pequeñas o de visión corta, en donde lo que interesa es el producto y no el cliente, se mantienen unos inventarios apegados a las intuiciones o caprichos, sin importar el costo involucrado y el grado de satisfacción del cliente.

Para visualizar el éxito o fracaso de una organización o área de la misma, es importante romper otro paradigma que hace referencia a los procedimientos de evaluación y su temporalidad, y apropiarse de los indicadores de la gestión de la cadena de suministro; quienes según sus resultados y frente a las escalas de la excelencia, determinan qué valor aporta la gestión logística al rendimiento de la organización, esto también sirve de elemento diferenciador frente a la competencia.

Finalmente, las tecnologías de la información tienen cada vez un ciclo de vida muy corto. Primero, se dio a conocer el ARPANET<sup>2</sup>, luego el Internet, de este se pasó al Internet 2<sup>3</sup>; más tarde, el uso del teléfono al celular y la sofisticación del computador, para llegar a elementos inalámbricos como el Ipod. Sin dejar de lado la

calculadora y el manejo de las operaciones con una hoja electrónica. Es casi una realidad que muy seguramente en unos días también serán parte de la historia tecnológica.

## Conclusiones

Gracias a la apropiación de la tecnología y de las nuevas tendencias de servicio al cliente, las Pymes han podido adquirir mayor competitividad y permitirse incursionar en mercados globalizados. Una vez posicionados, el gran reto es mantenerse, para lo cual permanentemente deberán estar rompiendo los paradigmas actuales de servicio al cliente y esto los obligará a mejorar la calidad y las características de sus productos.

## Bibliografía

<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>

<http://www.iberpymeonline.org/interna.asp?sec=3&step=1&id=718>

<http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/la-logistica-y-el-bastecimiento.htm>

2 <http://es.wikipedia.org/wiki/ARPANET>, consultado agosto 2010.

3 <http://www.atinachile.cl/content/view/32755/En-que-consiste-la-Internet2.html>, consultado agosto 2010.