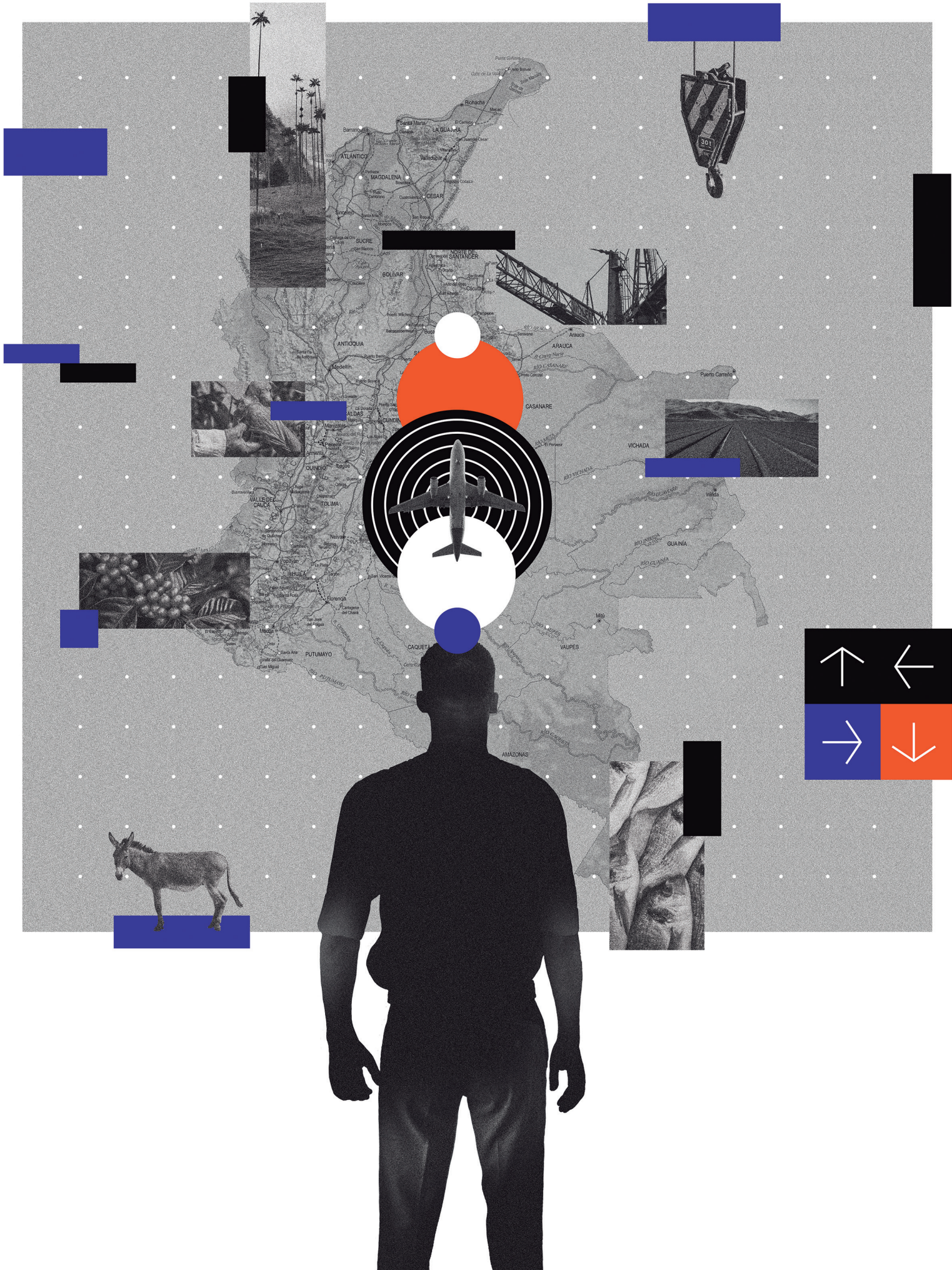




LA LOGÍSTICA, VITAL EN TIEMPOS DE CRISIS

Por: Juan Harvey

Castro Trujillo*

Ilustraciones:

Gustavo Cárdenas ([behance.net/noretaw](https://www.behance.net/noretaw))

* Docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque. Contacto:

jhcastro@unbosque.edu.co / ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0222-8490>



RESUMEN

EN EL MARCO DE LA EMERGENCIA ECONÓMICA, SOCIAL Y ECOLÓGICA DECRETADA POR EL GOBIERNO NACIONAL PARA HACER FRENTE A LA PANDEMIA DEL COVID-19, SE DESTACA EL PAPEL DE LA LOGÍSTICA COMO ESTRATEGIA PARA EL ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS Y PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD DURANTE EL CONFINAMIENTO. ESTE ARTÍCULO REVISLA LA IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA URBANA COMO SOLUCIÓN QUE, AL CONECTAR A PRODUCTORES Y CONSUMIDORES POR MEDIO DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN VIRTUALES, SE CONVIERTE EN UN FACTOR VITAL PARA LA SUPERVIVENCIA DE AMBOS. POR ÚLTIMO, CARACTERIZA LA CADENA DE VALOR QUE SE HA GENERADO POR EL CRECIENTE USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

PALABRAS CLAVE: LOGÍSTICA, SUPERVIVENCIA, INTEGRACIÓN, COMPETITIVIDAD, GENERACIÓN DE VALOR.

ABSTRACT

WITHIN THE FRAMEWORK OF THE ECONOMIC, SOCIAL AND ECOLOGICAL EMERGENCY DECREED BY THE NATIONAL GOVERNMENT TO FACE THE COVID-19 PANDEMIC, THE ROLE OF LOGISTICS AS A STRATEGY FOR THE SUPPLY OF FOOD AND BASIC NECESSITIES DURING CONFINEMENT STANDS OUT. THIS ARTICLE REVIEWS THE IMPORTANCE OF URBAN LOGISTICS AS A SOLUTION THAT, BY CONNECTING PRODUCERS AND CONSUMERS THROUGH VIRTUAL DISTRIBUTION CHANNELS, BECOMES A VITAL FACTOR FOR THE SURVIVAL OF BOTH. FINALLY, IT CHARACTERIZES THE VALUE CHAIN GENERATED BY THE GROWING USE OF ELECTRONIC COMMERCE.

KEY WORDS: LOGISTICS, SURVIVAL, INTEGRATION, COMPETITIVENESS, VALUE GENERATION.

Si hacemos un sondeo elemental, seguramente encontraremos un desconocimiento generalizado de los fundamentos de las operaciones logísticas. La primera idea que tienen muchas personas cuando se habla de logística es la entrega de paquetes por una empresa de encomiendas; otras pensarán en el personal de protocolo que interviene en la organización de eventos públicos; otras más, en las actividades relacionadas con la preparación de pedidos y el manejo de inventarios en una bodega. En tiempos “normales”, estas son en efecto algunas de las labores de la logística, si se la entiende como la planificación y puesta en marcha de las actividades necesarias para llevar a cabo un proyecto. Sin embargo, la logística no limita a esto, como veremos.

Hoy nos encontramos en un momento de crisis. Mediante el Decreto 417 del 17 de marzo de 2020, el Presidente de la República declaró el “estado de emergencia económica, social y ecológica en todo el territorio nacional”. Como muchos otros, nuestro país está aquejado por la pandemia del COVID-19. Nadie imaginaba que la vida podría cambiar de una forma tan drástica, y que todos estaríamos en riesgo, sin importar raza, posición socioeconómica ni cualquier otra característica con que se nos pueda clasificar.

Cuando el Gobierno determinó confinar a los ciudadanos en sus casas para reducir el contacto interpersonal directo, evitar que el contagio del virus se disparara y así impedir el desbordamiento del Sistema Nacional de Salud, el pánico desató una romería a los establecimientos comerciales para abastecerse de artículos de primera necesidad —sobre todo víveres y productos de aseo—. En estos meses, empresas y negocios han incrementado notoriamente sus ventas electrónicas mediante redes sociales, aplicaciones (app) y páginas web para tomar pedidos; esto les ha implicado contratar empresas que transporten los productos hasta las casas de sus clientes. El 26 de marzo, mediante el Decreto 482 del Ministerio de Transporte, se estableció la creación del Centro Logístico y de Transporte, con el fin de articular la movilidad de los alimentos entre los productores y las centrales de

“
**...Nadie
imaginaba que
la vida podría
cambiar de
una forma
tan drástica,
y que todos
estaríamos en
riesgo...**”



abastecimiento, así como de los insumos y artículos indispensables para el servicio de salud durante la emergencia económica, social y ecológica. En este escenario, la logística se ha revelado como un elemento estratégico para la competitividad y las soluciones apremiantes que requiere el país.

Según Feres Sahid (1998), la logística de alto nivel es una de las responsabilidades del Gobierno, en cabeza del Presidente de la República y su gabinete ministerial, así como de cada uno de los departamentos administrativos y organismos descentralizados del país; a ellos corresponde desarrollar las políticas relacionadas con la disciplina logística. En enero de este año, el Departamento Nacional de Planeación emitió la Política Nacional Logística, CONPES 3982 (DNP, 2020). Esta definió los ejes estructurales para el desarrollo del Sistema Logístico Nacional, planteado en el CONPES 3547 (DNP, 2008). Queda claro que el Estado colombiano ha venido asumiendo la responsabilidad de la logística de alto nivel, tomando decisiones que se traducen en el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

La crisis actual ha logrado que las altas instancias aprecien el papel fundamental de la logística en la cadena de abastecimiento alimentaria e identifiquen el creciente desarrollo de sus procesos y operaciones, que generan valor a lo largo del sistema y en las redes dinámicas que surten a cada uno de los actores, lo cual aumenta la competitividad de los sectores económicos y ofrece valor agregado a la población que conforma el mercado. Así las cosas, tal vez en el futuro la logística dejará de ser considerada un subsector dependiente del sector transporte y se convertirá en un sector productivo que contribuya autónomamente al producto interno bruto del país.

Retomando la primera idea, la logística de hoy es muy diferente al concepto generalizado que de ella se tiene. Está muy ligada con la idea de *integración*: se ha establecido una visión global de las actividades de cada uno de los procesos que

configuran las operaciones logísticas tradicionales, las cuales ya no se manejan separadamente, sino de forma integral y conjunta, con el objetivo de generar valor de una forma eficiente al costo más económico posible (Gómez, 2014).

En época de confinamiento, es más evidente la importancia de generar valor en el sistema logístico nacional. Millones de familias se abastecen por medio de la integración de los nodos que conforman la red logística: el sector agrícola del país es el gran proveedor, las multinacionales de alimentos y productos de consumo masivo son proveedores secundarios, y un gran número de superficies de distribución —centrales de abastos, supermercados, tiendas, etc.— son los canales por donde fluyen todos los productos que los consumidores requieren en sus hogares. Es inmenso el aporte de las operaciones logísticas a la supervivencia de la población colombiana, gracias a la integración de cada nodo en la red para generar valor a los consumidores.

Comenzamos entonces a dimensionar el potencial que tienen las empresas para apoyarse en la logística como factor vital de supervivencia y satisfacción de necesidades básicas de la población. En las actuales circunstancias, los canales de distribución físicos se convierten en canales virtuales, lo cual permite una mejor integración y abre la posibilidad de comprar desde el confinamiento los productos de la canasta básica y los necesarios para adoptar las medidas de bioseguridad que la situación exige.

LA LOGÍSTICA URBANA COMO SOLUCIÓN DE SUPERVIVENCIA

Ante el incremento en el número de pedidos por medio de los diversos accesos al comercio electrónico —páginas web, apps, redes sociales, etc.—, la logística se ha puesto al servicio de los consumidores en las ciudades. Según la Federación Nacional de Comerciantes, en marzo las ventas del comercio en general tuvieron un fuerte decrecimiento (39 %) con respecto al mismo mes de 2019, debido a las medidas tomadas

por el Gobierno Nacional para evitar la propagación del virus. Los comerciantes creen que la reducción porcentual de sus ventas seguirá creciendo en abril, mayo, junio y julio, lo que indica que para el segundo y tercer trimestres la desaceleración económica será severa en este sector. Sin embargo, es positivo ver que en medio de esta incertidumbre, algunos sectores se fortalecen para sobrevivir a la crisis; es el caso de los mayoristas y detallistas de alimentos y víveres, productos de aseo y artículos de bioseguridad, que se han convertido en la primera necesidad de la población. (Fenalco, 2020).

Este grupo de negocios y empresas adaptaron rápidamente su oferta en los canales virtuales de comercialización y han logrado un volumen de ventas considerable apoyándose en la red logística urbana, conformada por las empresas que prestan el servicio de domicilios. Este sector genera un gran número de empleos que aportan con sacrificio y esfuerzo al abastecimiento de los hogares colombianos. La pandemia ha ocasionado una integración de la red logística para producir valor en medio de la emergencia económica, cuyo resultado es un beneficio compartido a ambos lados de la red. El volumen de entregas ha venido en crecimiento, gracias a que los domiciliarios ya no tienen que generar una firma o soporte de entrega: tan solo dejan el paquete en la dirección indicada, con la ayuda de mapas satelitales. Los desplazamientos son más eficientes porque el tráfico es muy fluido; adicionalmente, la disminución en el uso de vehículos motorizados y el aumento de los viajes en bicicleta favorecen el medio ambiente al disminuir la contaminación. Así, la logística contribuye a la supervivencia de la población mediante desarrollos tecnológicos para cualquier tipo de empresa o negocio. Incluso en los barrios han surgido grupos y chats donde los vecinos ofrecen sus productos o servicios a un clic de distancia; el resultado son emprendimientos y soluciones logísticas de abastecimiento que conectan de forma directa al productor con el consumidor.

La Encuesta Nacional Logística (DNP, 2018) evidencia que la prospectiva de los servicios logísticos obedece

a oportunidades de mejora en la operación, enfocadas en el abastecimiento desde los proveedores (41,8 %) y la entrega y distribución a los clientes (58,2 %). La pandemia y la emergencia económica le han dado a la logística la oportunidad de mostrarse como un factor vital para el desarrollo, crecimiento y supervivencia de las empresas en nuestro país. En el momento de la encuesta, el 73 % del sector transporte mostraba la intención de trabajar en la mejora continua de sus procesos de entrega y distribución, lo mismo que buena parte del sector agropecuario (68,2 %) y del sector comercio (54,9 %).

Sin embargo, antes de la pandemia las empresas habían sido tímidas al invertir en tecnologías que les permitieran ahorrar en costos logísticos, aumentar la productividad de su personal de auxiliares logísticos en los centros de distribución y ampliar su capacidad de almacenamiento. La encuesta señala que las empresas ya habían identificado las acciones necesarias respecto a los servicios logísticos para ser más competitivas, pero no se habían atrevido a ponerlas en marcha: 52,3 % no habían implementado acciones de innovación en logística. Entre las empresas que sí habían puesto en marcha un plan de mejora, 45,1 % se enfocaron en acciones de innovación para hacer más eficiente su operación logis-

tica, y 16,5 % desarrollaron estrategias de logística urbana (DNP, 2018).

En la situación actual, la logística conecta a consumidores y productores en los canales virtuales de distribución. Así, ayuda a los primeros a sobrevivir en medio del confinamiento y permite a los segundos creer que pueden salir fortalecidos de la crisis, en la ruta de un desarrollo sostenible.

EL CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU CADENA DE VALOR

En el comercio electrónico, la demanda ha superado a la oferta de una forma desbordada durante el confinamiento. Según la revista *Dinero*, 21 % de la población colombiana ha realizado más compras por internet durante la cuarentena que antes de la pandemia, y solo 44 % de los consumidores se muestra satisfecho con su experiencia de compra *online* en cuanto a rapidez, facilidad y navegabilidad. Esto confirma que las empresas no estaban preparadas para satisfacer una demanda no planeada (“El 21 % de los colombianos...”, 2020).

Según el informe de Fenalco de abril de 2020, estos fueron los diez productos más consumidos por los colombianos al inicio de la pandemia:

Tabla 1. *Los diez productos más consumidos en cuarentena*

	PRODUCTO		PRODUCTO
1	Higiene (jabones de ropa y manos)	6	Tecnología (celulares, computadores, impresoras, muebles de escritorio)
2	Papel higiénico	7	Hipoclorito de sodio y gel antibacterial
3	Medicamentos sin fórmula médica	8	Juegos de mesa, videojuegos y elementos para hacer ejercicio en casa
4	Leche	9	Paños abrasivos y esponjillas
5	Alimentos en general	10	Café y maíz pira

Fuente: Elaboración propia, con datos de Fenalco 2020.

Definitivamente, los hábitos de consumo de la población colombiana han cambiado durante el confinamiento. De acuerdo con estos datos, las prioridades son la higiene —fundamental para prevenir el contagio—, el abastecimiento de alimentos, la adecuación de los espacios de trabajo en casa y las actividades de entretenimiento.

Teniendo en cuenta las tendencias de oferta y demanda de productos, bienes y servicios, así como la apropiación del comercio electrónico, el Observatorio de e-Commerce (OE)¹ ha caracterizado así la cadena de valor en el comercio electrónico:

Figura 1. Fuente: Elaboración propia, con datos del OE.



Fuente: Elaboración propia, con datos del OE.

Esta figura ilustra cómo interactúan los actores o participantes en el comercio electrónico, generando valor a las empresas (ofertantes), los consumidores, el sector financiero, los operadores logísticos y los *call centers*. Todos estos componentes se integran alrededor de la satisfacción de las necesidades de los colombianos, que siguen aumentando su actividad comercial en los canales virtuales.

En conclusión, la logística como disciplina, en su evolución, crecimiento y desarrollo en el contexto colombiano, debe convertirse en un sector transversal de la economía que genere valor para cada uno de los actores de la cadena. En medio de la actual crisis económica, el Sistema Logístico Nacional se revela como un factor vital para la competitividad de las empresas y su supervivencia en el mercado globalizado. ♦

1 El OE es la fuente oficial que caracteriza y monitorea el ecosistema del comercio electrónico en Colombia.



Referencias

- Decreto 417 de 2020: "Por el cual se declara un Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio nacional". Bogotá: Presidencia de la República. Recuperado de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20417%20DEL%2017%20DE%20MARZO%20DE%202020.pdf>
- Decreto 482 de 2020: "Por el cual se dictan medidas sobre la prestación del servicio público de transporte y su infraestructura, dentro del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica". Bogotá: Ministerio de Transporte. Recuperado de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20482%20DEL%2026%20DE%20MARZO%20DE%202020.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación, DNP, (2008). *Política Nacional Logística*. Bogotá.
- Departamento Nacional de Planeación, DNP, (2018). *Encuesta Nacional Logística*. Bogotá.
- Departamento Nacional de Planeación, DNP, (2020). *Política Nacional Logística*. Bogotá.
- Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco, (2020). *Bitácora Económica Abril 2020*. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/1ywM-JUQ1sXJ8fSec9HD5_I6cZvRFtc4/view
- Gómez, J. (2014). *Gestión logística y comercial*. McGraw Hill Education.
- Revista Dinero, (27 de mayo de 2020). El 21 % de los colombianos hace más compras por internet que antes. Recuperado de: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/aumento-de-las-compras-por-internet-en-colombia/287012>
- Sahid, F. (1998). *Logística pura... más allá de un proceso logístico*. Sociedad Colombiana de Logística.