

# LOGÍSTICA

AUTOR: DIANA PAOLA MURILLO



San Marcos

Introducción . . . . .	3
Logística . . . . .	4
La evolución de la logística . . . . .	7
La importancia de la logística . . . . .	9
Estrategia logística en las empresas . . . . .	11
Administración de la cadena de suministro. . . . .	12
La logística: estrategia para la competitividad . . . . .	15
Estrategias logísticas . . . . .	16
Términos de entrega internacional . . . . .	18
Clasificación . . . . .	19
Bibliografía . . . . .	21



Logística



La estrategia y la logística son conceptos relacionados entre sí cuando se miran en un conjunto denominado organización; entenderlos y analizarlos de forma separada y establecer sus vínculos permitirá determinar las ventajas que tienen para una empresa. Inicialmente lo que se debe tener presente es que la logística es un instrumento estratégico utilizado por las personas y las empresas para optimizar la competitividad y seguidamente el sistema productivo de un país. La organización RLEC define a la logística como “el proceso de planificar, implementar y controlar de forma eficiente el movimiento de materias primas, productos en curso y/o terminados, además de la información concerniente desde el lugar de origen hasta el sitio de consumo, con la intención de satisfacer las exigencias y necesidades del cliente” (Reverse Logistics Executives Council, 1985, p. 8).

Por otro lado, el término y lo que implica la logística se puede entender como el manejo y administración de bienes y servicios que solicitan o producen las organizaciones o usuarios finales, a través de actividades relacionadas con el transporte, bodegaje, abastecimiento y distribución de mercancías. En el mismo camino, la cadena logística es la que concreta la serie de agentes, oficios y acciones que median en el movimiento de bienes, servicios e información concerniente con los puntos de origen y llegada.

Cabe resaltar que la logística comprende también el transporte de mercancías y la planeación y organización de la carga a lo largo de la cadena de valor como factor de calidad. La siguiente ilustración plantea las diferencias básicas y la complementariedad entre las cadenas de transporte y logística.

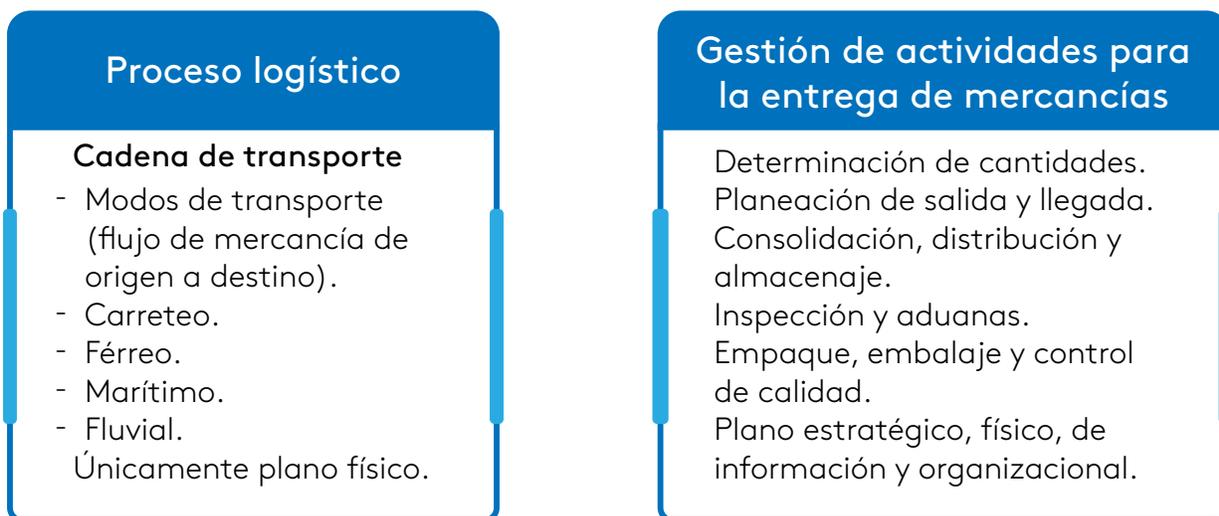


Figura 1. Diferencia entre cadena de transporte y logística  
Fuente: (Compes 3547, 2008)

Otra definición que se puede plantear en referencia al término en mención es comprender la logística como una estrategia y la distribución como una táctica. Entonces la logística lleva consigo la articulación entre las diferentes áreas que van desde el suministro, la elaboración y la comercialización, mientras que la distribución física se limita al estudio de los puntos comunes entre fabricación y consumo.



### ¡Importante!

En otro plano, se podría expresar que la logística corresponde a la ciencia que asimila la ordenación de una actividad de tal manera que el resultado sea inmejorable. La evolución del concepto de logística está relacionada directamente con su articulación a las funciones del mercadeo de las empresas y organizaciones, derivado del énfasis que tiene en satisfacer al cliente. La noción principal de la evolución del término está cimentada en lo que se conoce como *time to market*, entendido como el espacio de tiempo que transcurre entre la generación de la idea, la puesta en marcha, su implementación y distribución en el mercado.

Para continuar con la dialéctica que se aborda se debe aclarar que con mucha frecuencia los términos de distribución física y logística se prestan a confusión, por eso es preciso aclararlos. La distribución física es un término que tiene origen en el marketing y hace alusión a la integración de los subsistemas de transporte, bodegaje, embalaje, cargue, descargue y distribución, sustentado en un sistema de información. Por su parte, la logística está ligada al suministro (obtención), transformación y venta.

Entendido lo anterior, la logística no posee limitantes y debe ser comprendida y trabajada desde esta óptica, haciendo énfasis en que es vital para alcanzar la **eficiencia** y la **efectividad**. En otras palabras, la eficiencia se alcanzará en la medida en que las mercancías permanezcan menos tiempo en cada uno de los pasos de la cadena logística puesto que esta reducción se traducirá en menores costos, lo que le dará un valor agregado al suministrarse al mercado de manera más rápida y efectiva porque al minimizar los gastos estos permiten una mayor utilidad operacional.



#### Eficiencia

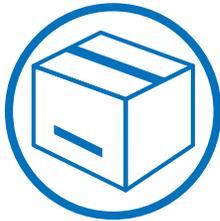
Capacidad para ejecutar una actividad o tarea en función de otra.

#### Efectividad

Habilidad que se tiene o se demuestra para llevar a cabo una tarea y alcanzar un resultado.

# ¿Qué es la logística?

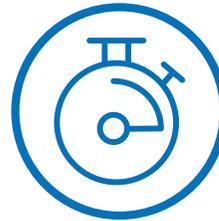
La gestión de la cadena de abastecimiento desde el origen hasta el destino de los productos y servicios.



Un producto adecuado



Lugar correcto



Momento preciso



Momento preciso

Figura 2. ¿Qué es la logística?  
Fuente: (García, 2016)

## La evolución de la logística

Los orígenes del término logística provienen del entorno militar al emplearse como la adquisición y suministro de los diferentes equipos y herramientas para obtener la misión encomendada. En la actualidad el término es cada vez más usado por las empresas y organizaciones que poseen un volumen de transacciones alto caracterizado por diversos lugares de suministro y clientes ubicados en diferentes partes del mapa geográfico. Un ejemplo de lo expresado son las empresas multinacionales o globales cuyo actividad u operación se adelanta en diferentes zonas del mundo. En la década de los años 60, punto de análisis para el cambio del concepto de logística, la gestión logística de las empresas se fundamentó en:

- La concepción de que los recursos energéticos eran inagotables.
- La idea de que las tasas de crecimiento de las empresas serían siempre positivas.
- La demanda como el factor clave de la venta y la utilidad.

Pero mientras se pensaba de esa manera surgieron acontecimientos que cambiaron estos postulados.

- La crisis del petróleo. Disminución del suministro energético enmarcado en el incremento de los precios y la escasez de la materia prima.

- b. La recesión económica. Se evidenció la volatilidad de las fluctuaciones de las tasas de cambio y de los precios generando incertidumbre y por ello los siguientes problemas: aumento del riesgo de inversión, aumento del desempleo a escala global y aumento de las tasas de inflación en los diferentes países provocado por el descenso en el suministro de las materias primas.
- c. Incremento en las tasas de interés derivado del costo que generan los activos inoficiosos o que no generan utilidad.
- d. El aumento de la competencia. Se abre la posibilidad de competir en los diferentes mercados extranjeros a partir de la utilización de la cadena de abastecimiento y la logística.

Para la década de los años 80 los términos y definiciones de distribución física se articulan con el de gestión de materiales; los gerentes y directivos de las empresas disertan sobre los planes de mercadeo y se refieren al servicio al cliente en palabras y cifras, comenzando así la contribución por parte del corporativo de las empresas para la toma de decisiones referentes a la gestión de inventarios llegando a la conclusión de que los tiempos de respuesta son un instrumento para mejorar la rentabilidad si el proceso de distribución se planeaba de forma adecuada. Paralelamente surge el concepto de gestión de materiales, elemento esencial para el aumento de la productividad en las plantas de producción y los postulados del **Kaizen**. A partir de allí las empresas y empresarios entendieron la lógica de la relación entre finanzas y organización puesto que se otorga relevancia a la disponibilidad de capital y la racionalización de los servicios de transporte.



En los años 90, justo cuando comienza la globalización, cobran importancia las operaciones a escala mundial no solo derivadas de la importación y exportación de mercancías, sino por la habilidad y capacidad que tienen las empresas para integrar sus diferentes procesos relacionados con fabricación especializada y estandarizada al igual que la fijación de estrategias de mercadeo global.

La globalización e internacionalización requirieron de las empresas y las personas una extraordinaria capacidad para coordinar las operaciones de compra, transformación y financiación. De tal manera que cada una de ellas sea adelantada en el país donde menos costos se genera para la empresa optimizando así sus recursos. Este escenario demandó la necesidad de avanzar en la forma de gestionar la logística a escala internacional para incursionar y adaptarse a un sinfín de países con legislaciones distintas, aunadas a la diversidad cultural, de desarrollo económico y objetivos diversos.



### Lectura recomendada

Para mayor comprensión del tema, diríjase a la página principal del eje para revisar el recurso de aprendizaje: animación, y realizar la lectura:

*Gerencia logística y global*

Pablo César Ocampo Vélez

## La importancia de la logística

En el escenario global las empresas presentan diferentes necesidades y exigencias frente al aprovisionamiento de materias primas, bienes y servicios que sustenten la realización de las actividades y operaciones a nivel interno y externo. Todo para ligar a la logística con la interdisciplinariedad y vincular las áreas que hacen parte de la compañía, procurando con esto lograr el producto, el cliente, el lugar y el tiempo preciso.



### ¡Recordemos que!

Por ello la logística se convierte en un modelo de referencia al ser una herramienta de planeación que en alguna medida busca disminuir una incertidumbre futura. La importancia de esta radica, según estudios adelantados por profesionales de diversas asociaciones y consejos empresariales, en lo que sigue:

- La ejecución de estrategias orientadas a la distribución física.
- La reducción de costos y aumento de los volúmenes de venta.
- El control sobre los inventarios y niveles bajos en la cadena de distribución.
- La administración de los tiempos de entrega a partir del pedido.
- Maximización de los recursos técnicos, humanos y financieros.
- Otorgar al cliente la elección sobre la compra.
- Aumento en líneas de producción.
- Niveles altos de manufactura.
- Sistemas de información avanzados.

La logística también procura unos objetivos particulares que están encaminados a eliminar los pasos innecesarios que aumentan los costos y no generan valor agregado para realizar la medición de los tiempos de proceso y eliminación del riesgo. Todo lo anterior para:

- Mejorar la entrega y los procedimientos de los pedidos.
- Mejorar la elaboración de los pedidos.
- Mejorar los tiempos de entrega.
- Mejorar la administración de los pedidos.
- Crear ventaja competitiva para la empresa.

Para lograr todo lo mencionado anteriormente el proceso logístico requiere que se tengan presentes dos elementos fundamentales: información y cooperación, como lo plantea la figura 3.

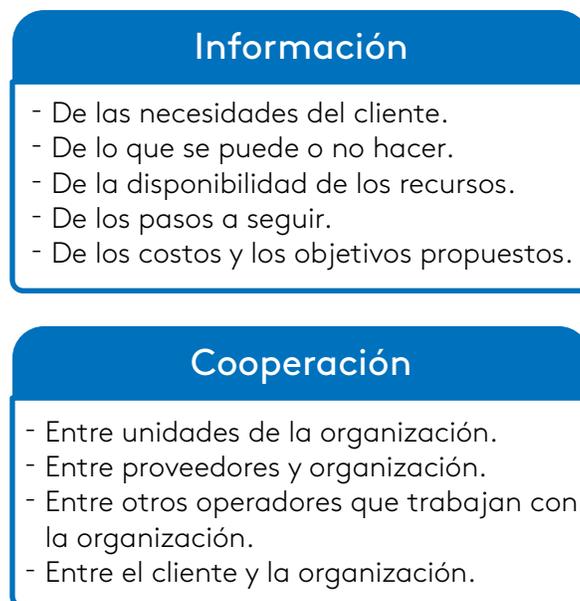


Figura 3. ¿Qué se requiere en la logística?  
Fuente: (Barba, 2013)

Varios son los compendios que hacen parte de la logística:

- a. Productos y servicios.
- b. Necesidades de los clientes y requerimiento del entorno y el mercado.
- c. Planeación de las operaciones.
- d. Identificación y fijación de procesos relacionados con el transporte, empaque, embalaje, etiquetado y salida de aduanas.

Se espera que su implementación, seguimiento y control se conviertan en el postulado que ofrezca a la empresa la forma de incrementar y mejorar la prestación del servicio al cliente, procurando la disminución del riesgo, de los costos y una mejor administración de los inventarios.

## Estrategia logística en las empresas

Como se ha venido planteando a lo largo de la conceptualización de la logística, la distribución y la cadena de suministros, esta es considerada en la actualidad como una estrategia que se implementa por parte de las empresas para hacer una mayor cobertura del mercado a través de sus operaciones. De este modo se debe tener presente ¿qué debe hacer una compañía para lograr una estrategia logística óptima?

Al analizar la pregunta la respuesta es puntual y concreta: se debe diseñar un **plan** logístico que contemple aspectos como materias primas, proveedores, centros de producción, almacenaje, canales de información y las redes de distribución y venta.



### Plan

Estrategia que tiene como objetivo analizar el conjunto de actividades que intervienen durante el proceso productivo de la empresa, desde el aprovisionamiento de materias primas hasta la entrega de las mercancías a los clientes (Universidad Abierta de Cataluña, 2016).



### Instrucción

En este punto, diríjase a la página principal del eje para revisar el recurso de aprendizaje: línea de tiempo.

Lo primordial es entender que no solo se necesita manufacturar, sino que hay que saberlo hacer, lo que implica un sistema de costos competitivo (acorde a los requerimientos del mercado), además de ubicar los diversos productos y servicios que demandan los usuarios finales de acuerdo al lugar, momento, u otras condiciones que tengan como objetivo final satisfacer las exigencias de la cadena de suministros de la mejor manera posible. Es por eso que aclarar el tema de cadena de suministros se convierte en indispensable ya que este, al igual que la logística, ha cobrado fuerza a través de los años, pues el término en referencia da cobertura a lo que se conoce como el ciclo de vida de un producto o servicio desde el origen hasta el consumo. Esto se relaciona de forma directa con la logística y la estrategia logística adelantada por las empresas como parte del proceso de toma de decisiones con miras a la inserción de los mercados nuevos y la generación de oportunidad en las **economías de escala**.



### Economías de escala

Las ventajas que, en términos de costos, una empresa obtiene gracias a la expansión (Wikipedia).

## Administración de la cadena de suministro

El proceso de gestión de la cadena de suministro o en inglés Supply Chain Management (SCM) según la autoridad más importante en la materia a escala mundial, el Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP), establece como cadena de suministros lo siguiente: “la cadena de suministros eslabona a muchas compañías, iniciando con productores de materias primas no procesadas y terminando con el consumidor final, utilizando al igual los productos terminados, intercambios de materiales e informáticos en el proceso logístico” (Supply Chain Management, 2014).

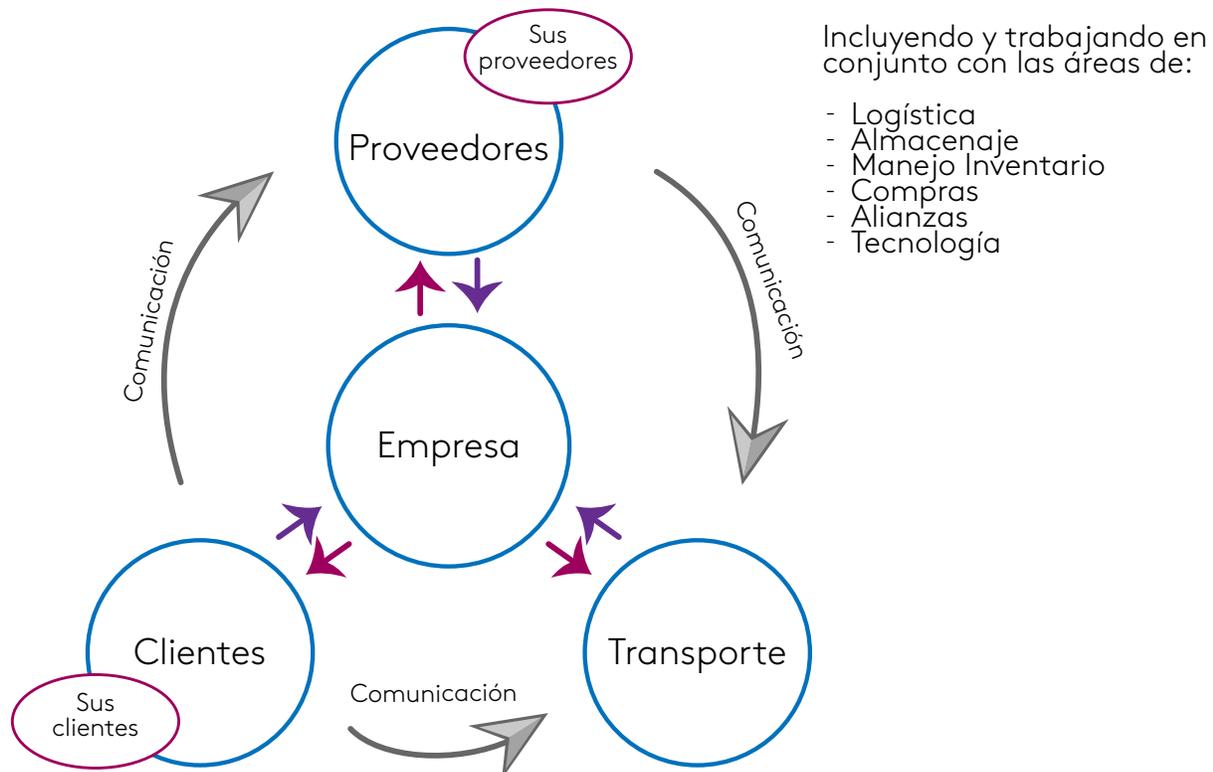


Figura 4. Administración de la cadena de suministro  
Fuente: propia

La gestión de suministros planifica más allá de las interacciones de los actores del sistema tradicional: incluye proveedores, proveedores de mis proveedores, transporte, empresa, clientes, clientes de mis clientes y comunicación. Para sacar el mejor provecho del funcionamiento de la cadena de suministros es indispensable que cada eslabón se realice eficientemente y por lo tanto hay que saber cuáles son las funciones:

- Analizar la oferta de la compañía y buscar nuevos productos para mejorar el portafolio.
- La cadena de suministro debe controlar, gestionar y programar la producción interna para asegurar la calidad, cantidad y tiempo de la oferta.
- Asimismo, la SCM tiene que vigilar la distribución y abastecimiento desde los proveedores de sus proveedores hasta el cliente y el cliente de su cliente.

- Para que sea eficiente la administración de la cadena también hay que trabajar en el área de marketing y ventas, ya que esta determina la mejor manera de controlar, cambiar, o mejorar si es necesario los diseños de la distribución y ventas.
- La SCM es el responsable de conectar las necesidades de los clientes con la operación interna de la empresa.

Como se ha visto la SCM es una interrelación de procesos que se combinan para satisfacer la necesidad del cliente y es por ello que se diferencian varios enfoques para el desarrollo y logro de esta meta en común en la cadena de suministros:

- *Customer Relationship Management (CRM)*: este centra su estructura para el desarrollo, análisis y mantenimiento de las relaciones con los clientes a través de la información que se tiene del ciclo de vida del cliente.
- *Demand Management*: da el balance para los requerimientos de los clientes frente a los recursos de la cadena e incrementa su flexibilidad (Alonso, 2013).
- *Order Fulfillment*: es la gestión de cadena que se enfoca en el recibimiento de un pedido del cliente hasta ponerlo en sus manos asegurando la calidad del producto en su destino final.
- *Manufacturing Flow Management (SFM)*: se orienta a todas las actividades necesarias para obtener, implementar y gestionar una manufactura flexible a través del proceso de producción y así alcanzar el más bajo costo posible.
- *Supplier Relationship Management (SRM)*: hace referencia al proceso de conexión entre los proveedores con el fin de aunar esfuerzos acordes a lo que necesitan o lo que quieren.
- *Product Development and Commercialization*: este enfoque se centra en la forma de desarrollar y generar mejoras a los productos existentes y a su vez en la creación de nuevos productos en conjunto con los proveedores y los consumidores.
- *Returns Management*: es la gestión orientada a los procesos y actividades de devoluciones de los productos o servicios, lo que identifica oportunidades de reducir estas desventajas generadas por alguna mala planeación en el proceso logístico.

De acuerdo con lo anterior, es fundamental e imperativo saber que dentro de la cadena de suministro de una organización hay tres áreas fundamentales de la acción logística:

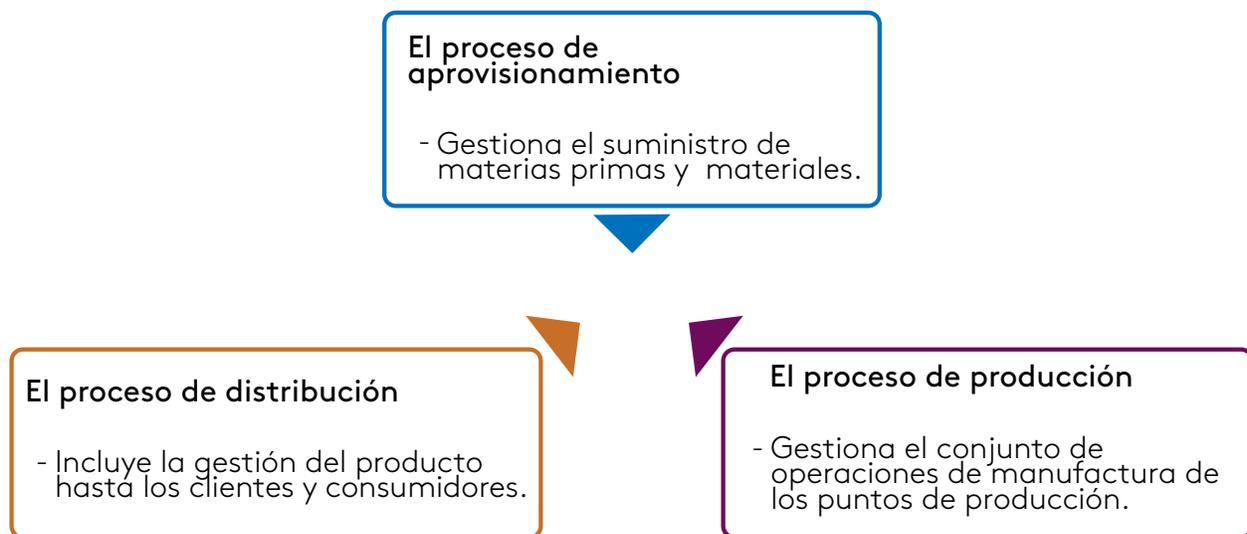


Figura 5. Áreas de la acción logística  
Fuente: propia

El cometido de la cadena de suministros involucra tanto acciones internas como externas de las compañías y está emparentada con los procesos y la gestión de los recursos, en este sentido, se diferencian tres arquetipos de estrategias de logística que dependen del número de actores involucrados en el proceso.



### Lectura recomendada

Dirijase a la página principal del eje para realizar la lectura y la actividad correspondiente: control de lectura.

*Caracterización de la logística y las redes de valor en empresas cubanas en perfeccionamiento empresarial* (pp. 212-226)

Martha Inés Gómez-Acosta, et ál



### Reflexionemos

En este punto es necesario reflexionar sobre la relación puntual que tienen la logística y la cadena de distribución, pues de su combinación se esgrimen estrategias para la toma de decisiones por parte de las directivas de las empresas cuando procuran mejorar su competitividad.

## La logística: estrategia para la competitividad

En el contexto internacional la logística se orienta a “satisfacer al cliente” de tal manera que se crea valor ya sea al producto o al servicio, minimizando el gasto y el desperdicio con el aprovechamiento al máximo de la capacidad instalada de la organización. Para que este postulado final tenga éxito debe cumplir con cinco funciones elementales y que están relacionadas con el ejercicio eficiente de un plan logístico:

1. La gestión del tráfico y transportes: se encarga del flujo físico de los materiales.
2. La gestión del inventario: está relacionada directamente con el volumen o cantidad de materiales o materias primas con las que se debe contar para satisfacer las necesidades y exigencias propias del mercado en correspondencia con la transformación o producción de bienes y servicios.
3. La gestión de la estructura productiva: radica en una programación estratégica de la cantidad, lugar, tipo, capacidad y disposición de la infraestructura física, tecnológica y humana.
4. La gestión del almacenamiento y manipulación de materiales: le atañe el uso eficaz del almacenamiento y control de inventario. Así como las herramientas necesarias para el manejo físico de los materiales.
5. La gestión de las comunicaciones y de la información conlleva el acopio, estudio, existencias y transmisión de datos exactos y puntuales importantes para las necesidades y la toma de decisiones.

Una de las ventajas de la logística es partir de la capacidad que tiene de reinventarse para adaptarse al medio y los diferentes requerimientos para buscar el correcto uso de los diferentes recursos utilizados a través de la cadena de suministros. Para ello se vale del avance de la tecnología, la información y de los conocimientos de la gestión en los diferentes campos de aplicación. Puesto que cualquier cambio que acontezca en el entorno afecta a la logística diseñada y programada por las compañías al interactuar de manera constante con los diferentes elementos tanto internos como externos de los mercados internacionales.

Es por eso que es de vital importancia para las empresas y organizaciones llevar un registro y cálculo del ciclo logístico, en la medida que estos datos que se obtienen se convierten en instrumento fundamental para la dirección de las organizaciones. El efecto de esta medición es el beneficio de mayor valor al cliente con respecto al costo mínimo aceptable. El anterior planteamiento se puede lograr de dos maneras:

1. Una mejora puede inducir a un acrecentamiento del costo inicial que plantea la elaboración de actividades logísticas. Lo que se debe considerar es que el costo de implementar mejoras decrezca en una cantidad igual o superior al costo total manejado hasta el momento.
2. Se puede tener presente que el costo total puede aumentar siempre y cuando genere valor para el cliente que a la postre conlleve a su fidelización y pueda ser utilizado como estrategia competitiva y de posicionamiento con incremento en la rentabilidad. Vale la pena citar algunos ejemplos de acciones que se pueden adelantar para llevar a cabo para el mejoramiento del proceso logístico:
  - Perfeccionamiento productivo. Los niveles de producción deben ser consecuencia de la eficiencia.
  - La cadena de distribución. Procura mantener el nivel mínimo de inventarios posible y realizar el proceso de movilización en los tiempos estipulados o programados.
  - Desarrollo de sistemas de información. Mejoramiento de los sistemas existentes en la organización a través de métodos y herramientas conocidas.
  - Mejora organizacional. Articulación de los diferentes elementos y unidades que están involucradas en la toma de decisiones en materia logística como cliente, precio, valor agregado y distribución.

## Estrategias logísticas

Las estrategias logísticas son consideradas como el lineamiento de la empresa u organización desde el que se fijan los objetivos de gestión para todo el proceso de administración de la cadena de suministro, que a su vez toma como punto de inicio el postulado de servicio al cliente como meta última de la cadena en mención. De acuerdo con lo anterior, los postulados corporativos responden a las funciones de las compañías:

- Políticas comerciales. Deben dar respuesta a los aspectos concernientes con la estrategia comercial para llegar a los clientes.
- Políticas de producción. Dan razón de las acciones que adelanta la empresa en materia de transformación teniendo en cuenta aspectos como la estandarización, la tecnología, la innovación, el flujo de suministros, la política de inventarios, entre otras.
- Políticas de aprovisionamiento. Establecen los lineamientos para compra, manejo de proveedores y transporte con la intención de responder a la exigencia de provisión de insumos de producción.



## Ejemplo

Es relevante que las empresas y directivos de las diferentes unidades productivas tengan presente que las estrategias del proceso estén encaminadas al producto, lugar y usuario final. Las estrategias están enfocadas en la premisa de optimizar la cadena de suministro como opción viable para minimizar los costos y aprovechar las ventajas comparativas que de ella resulten. Un ejemplo de lo expresado en el texto es cuestionarse sobre diferentes aspectos que contribuyan a la construcción de estrategias como las que se esbozan en la tabla.

Actividad	Preguntas
Rápido o lento	¿La empresa tiene cómo administrar los productos de alta rotación? ¿En el centro de distribución o en una red? ¿La operación es centralizada o descentralizada para la rotación alta o baja de productos?
Despacho directo	¿La empresa tiene claro los elementos que componen la estructura de costos? ¿Realiza el despacho directo a las tiendas? ¿Existe una política para inventarios?
Servicios de operadores logísticos	¿La empresa necesita operar sus centros de distribución? ¿Cuáles son los elementos que tiene en cuenta para la toma de decisiones en lo que respecta a la prestación del servicio?
Logística de llegada	¿Existen opciones para minimizar los costos?
Logística de origen	¿Hay opciones para minimizar los costos relacionados con el transporte y la consolidación de carga?
Cadena de suministro	¿Hay la posibilidad de hacer alianzas o acuerdos con socios comerciales? ¿Existen las políticas relacionadas con la cadena de suministro?
Logística global	¿Existe la alternativa de mejorar la logística global para el manejo de inventarios? ¿Se pueden reducir los tiempos de pedido y entrega?
Oportunidades de nuevos negocios	¿Hay la posibilidad de incursionar en un mercado nuevo? ¿Cuáles serían los costos de esta nueva incursión?

Tabla 1. Preguntas para la construcción de estrategias  
Fuente: (Estrategias logísticas, 2009)



## Instrucción

Teniendo presente lo consignado hasta el momento en el eje es bueno realizar la actividad de aprendizaje: pareo.

El conocimiento de los términos, conceptos y diferencias relacionados con la cadena de suministro es fundamental a la hora de aprovechar la ventaja competitiva y crear valor.

## Términos de entrega internacional

Los Incoterms son los lineamientos que definen las condiciones comerciales creadas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), cuya finalidad reside en fijar los criterios respecto a la adjudicación de los gastos y los riesgos entre los actores del proceso de negocios. Comprador y vendedor en una operación de carácter internacional. No son considerados una normativa legal desde ningún aspecto; son, más bien, una suerte de aceptación voluntaria de las partes sobre las condiciones en las que se realiza una negociación. Permiten saber a los involucrados la responsabilidad que ha a asumir cada uno de ellos.

Los Incoterms regulan cuatro aspectos fundamentales:

- La entrega de las mercancías. Cuando se entregará la mercancía y de qué forma se hará.
- La transmisión de los riesgos. Establecer dónde y cuándo (desde el origen al destino) la mercancía está expuesta a riesgo.
- La distribución de los gastos. Fija quién asume el valor del seguro y el transporte de la mercancía.
- Los trámites documentales. Establece quién suministra los documentos necesarios para llevar a cabo el proceso.

Antes de realizar algún tipo de negociación internacional es necesario que las personas encargadas de los procesos correspondientes conozcan la temática relacionada con la compraventa internacional, es decir, el precio a establecer según los diferentes términos de negociación internacional precisados por la CCI.

## Clasificación

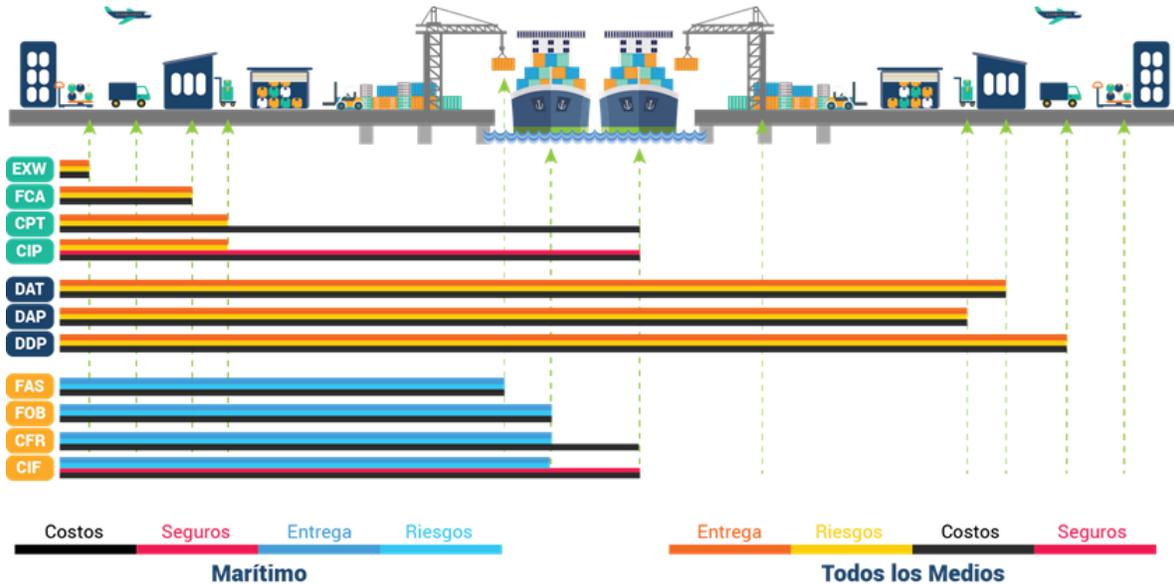


Figura 6. Incoterms  
Fuente: (Júpiter Colombia, 2017)

**EXW - Ex Works.** Es el término más sencillo y de más bajo compromiso de un exportador en una operación, el EXW pide al vendedor entregar la mercancía empacada correctamente en su punto de operación o de fabricación.

**FCA - Franco o libre transportista.** El vendedor está obligado a entregar la mercancía en el lugar establecido. El exportador deberá cubrir los gastos y correr los riesgos del cargue de la mercancía.

**FAS - Franco al costado del buque.** El vendedor cumple su obligación de entrega cuando la mercancía ha sido despachada en aduana y puesta al costado del buque.

**FOB - Franco a bordo, puerto de embarque convenido.** Esta forma de cotización exige que el vendedor despache la mercancía en aduana. La entrega se perfecciona cuando dicha mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido asumiendo todos los gastos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía a partir de aquel punto.

**CFR - Costo y flete, puerto de destino convenido.** El exportador debe declarar la mercancía en aduana para la exportación, y cubrir los gastos y fletes necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido.

**CIF - Costo, seguro y flete, puerto de destino convenido.** El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CFR, además debe conseguir un seguro marítimo de cobertura de los riesgos de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte que estará a nombre del comprador.

CPT - Transporte pagado hasta el lugar de destino convenido. Significa que el vendedor paga el flete del transporte de la mercancía hasta el destino convenido.

CIP - Transporte y seguro pagados hasta el lugar de destino convenido. Significa que el vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo el CPT, pero, además, debe conseguir el seguro de riesgo de la carga, de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte.

DAT - Entregada en terminal. Significa que el vendedor ha cumplido su obligación cuando ha entregado la mercancía despachada hasta el terminal o puerto en el lugar de destino.

DAP - Entrega al lugar. Se puede utilizar para cualquier modo de transporte en el que el exportador entrega la mercancía hasta el lugar acordado en el país de origen, pero sin pago de nacionalización ni descargue.

DDP - Entrega y nacionalización pagada. Es donde el exportador toma la responsabilidad de la entrega del producto, la nacionalización de la mercancía y lo pone en el lugar convenido.



#### Instrucción

Revise la infografía en la página principal del eje.

A partir de esta conceptualización y para comprenderla mejor, observe la galería del eje y realice la actividad evaluativa.

Para concluir se debe tener presente que para mejorar la competitividad y la productividad de las empresas no hay que olvidar que la logística es una de las herramientas fundamentales en la optimización de la cadena de suministro dando paso al rediseño constante del proceso para adaptarse a las exigencias del entorno y a los usuarios finales, lo que está relacionado con los tiempos de entrega y condiciones de negociación.

Barbá, G. (2013). *Logística y distribución física internacional*. Recuperado de [http://www.campusdelarivera.edu.ar/files/20130312-DLR-Gral-INFO-TransportesLogisticaYDistribucionInternacional\\_1-2013.pdf](http://www.campusdelarivera.edu.ar/files/20130312-DLR-Gral-INFO-TransportesLogisticaYDistribucionInternacional_1-2013.pdf)

García, A. (2016). *Gestión logística integral*. Bogotá, Colombia: Ecoe.

Reverse Logistics Executives Council. (1985). The Council of Logistics Management. Recuperado de <http://www.mhlnews.com/global-supply-chain/council-logistics-management-become-council-supply-chain-management-professional>

Vélez, P. (2009). Gerencia logística y global. Recuperado de [journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/download/477/463](http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/download/477/463)



[www.usanmarcos.ac.cr](http://www.usanmarcos.ac.cr)

San José, Costa Rica