

# 1. Introducción.

La logística empresarial supone la ejecución, planificación y control de todas las actividades relacionadas con la obtención, almacenamiento y traslado de materiales (ya sea desde las materias primas necesarias en las primeras etapas del proceso de producción hasta los productos terminados que van directos al cliente final).

## 2. La empresa como unidad logística.

La **logística interna** comprende la recepción, almacenamiento y redistribución de las materias primas necesarias para elaborar productos. Cuando hay mayor eficiencia de logística interna, mayor es el valor generado en la primera actividad.

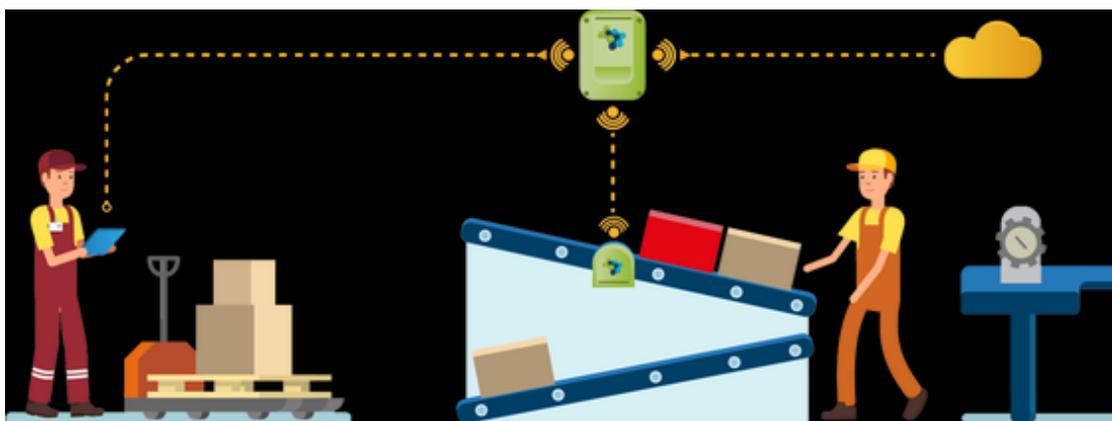
Engloba todo un entramado de elementos y procesos que, de no gestionarse de manera adecuada, la empresa posiblemente acabaría en la quiebra.

La organización y planificación eficaz de la logística empresarial permite a las empresas optimizar procesos y reducir costes.

Existen dos objetivos básicos de la logística empresarial, dar un buen nivel de servicio y hacerlo al mínimo coste.

Para alcanzarlos conviene diseñar, planificar y controlar las actividades logísticas de forma global, efectiva y eficiente.

La logística pretende conseguir que los productos o servicios estén en el momento adecuado, en el lugar adecuado y en las condiciones exigidas.



### ***Subsistemas logísticos***

La gestión logística trata de optimizar la cadena de suministros reduciendo manipulaciones sobre productos y materiales, disminuyendo distancias e inventarios.

- ***Logística de aprovisionamiento.*** Consiste en satisfacer necesidades de materiales de la empresa, por lo tanto, la gestión de compras se encargará de adquirir materiales, comparar diferentes ofertas, negociar los contratos de suministro y recepcionar los pedidos.
- ***Logística de producción.*** Gestiona todas las actividades de almacén, transporte y manipulación.
- ***Logística de distribución.*** Se encarga de gestionar el flujo de los productos terminados desde los almacenes hasta los clientes. Por lo tanto, también engloba actividades de almacenaje y transporte.

Las principales tendencias de la logística de distribución en cuanto al número, dimensiones y ubicación se basan en reducir o eliminar los almacenes locales, centralizar inventarios y tener una visión internacional de las redes de distribución.

## 3. Organización funcional de la empresa.

La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones.

Es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea.

Es probable que la organización funcional sea la forma más lógica y básica de división por departamentos.

La emplean esencialmente las pequeñas empresas que ofrecen una línea limitada de productos porque posibilita aprovechar con eficiencia los recursos especializado.

También, facilita considerablemente la supervisión porque cada gerente sólo debe ser experto en un área limitada de conocimientos y habilidades.

### 3.1. Producción/Fabricación.



Es imprescindible que este departamento planifique bien la producción. Cuando tenemos la materia prima preparada, el departamento de producción debe encargarse de planificar y distribuir las diferentes tareas o procesos que hay que llevar a cabo para tener el producto listo dentro de los plazos que se han previsto.

Entre las cosas que debe planificar está la asignación de tareas a los diferentes equipos,

grupos o turnos de trabajadores, la capacidad de inventario o el diseño de un sistema de incentivos para estimular la producción.

A medio camino entre las funciones que desempeña este departamento y los objetivos que tiene, nos encontramos con que debería garantizar la calidad del producto.

Así, antes de que un producto salga a la venta, en producción deberían asegurarse de que cumple con los estándares mínimos de calidad que espera el cliente.

En este sentido, el departamento debe analizar los puntos débiles del proceso de producción a través de diferentes controles y evaluaciones para minimizar esos fallos y reforzar la calidad de sus productos.

La innovación es otra de las responsabilidades de este departamento debido a que debe estar al día en cuanto a avances tecnológicos para optimizar los procesos.

## 3.2. Compras.

El departamento de compras de una empresa se ocupa de la gestión de todas las actividades relacionadas con la programación, la coordinación y la ejecución de la adquisición de todos aquellos materiales que una compañía requiera para el desempeño de su actividad.

Debe organizar la compra de insumos, materiales y demás elementos necesarios seleccionando los proveedores más adecuados en relación calidad-precio para la empresa.



Es importante, en este sentido, no sólo evaluar los distintos presupuestos que ofrece cada proveedor, sino llevar a cabo un procedimiento de homologación de proveedores para analizar los riesgos que comportará para la empresa el confiar en los productos y servicios de un proveedor, u otro.

Por otro lado, el departamento de compras debe monitorizar todo aquello que afecte a estas operaciones de adquisición y gestionar cualquier problema que surja en relación con la calidad, los pagos, las devoluciones o los faltantes.

Además, debe encargarse de que siempre se cumplan las políticas de la empresa a lo largo de estos procedimientos de adquisición.

## 3.3. Financiero.

La dirección financiera es la parte de la empresa que se encarga de planificar, ejecutar y analizar las finanzas, es decir, el intercambio de capital. El objetivo de este departamento es analizar la situación de la empresa para ayudar tanto a la dirección como al resto de áreas a tomar decisiones.

A continuación, se detallan las principales funciones de este departamento:

- ✓ **Planificación y elaboración de presupuestos:** Los presupuestos son los documentos que establecen la relación entre los gastos y los ingresos de la actividad de la empresa, por lo que constituyen el documento principal de la situación económica y financiera de la compañía.



- ✓ **Elaborar el modelo de organización financiera:** Otra de las funciones del departamento financiero es la de elaborar un modelo financiero que será el que se aplique en la empresa.
- ✓ **Gestión de los gastos asociados a la actividad de los empleados:** Por otro lado, es el departamento financiero quien debe gestionar los pagos derivados de la actividad profesional de sus propios empleados.

- ✓ **Gestión de la inversión y de financiación:** Entre las funciones del departamento financiero, una de las más importantes es encontrar nuevos espacios donde poder invertir los beneficios obtenidos.

Además, en este mismo sentido, también corresponde a este departamento la gestión de la financiación de la empresa. Es decir, de dónde obtendrá el dinero necesario para continuar con su actividad.

- ✓ **Gestión de los problemas financieros:** Otra de las funciones fundamentales es la de gestionar los problemas de tipo económico en el caso de que lleguen a producirse.

### 3.4. Comercial/Ventas.

Es la parte de la organización empresarial dedicada a gestionar la fuerza de ventas y la cartera de clientes.

Entre sus funciones se encuentran:

- ✓ **Establecimiento de metas**

La división de ventas y marketing establece cuotas de representante de ventas individuales, así como el volumen general de objetivos de la compañía. Para alcanzar los objetivos de venta, crea estructuras de comisiones y de bonificaciones.

La división utiliza cifras de ventas pasadas y proyecciones de expertos para estimar qué productos se venderán, en dónde y en qué cantidades.

- ✓ **Planificación de la distribución, el producto y el precio**



Un departamento de ventas y marketing tiene la responsabilidad de decidir dónde debe vender la compañía y qué precios estipular.

Esto incluye elegir qué intermediarios utilizará la compañía, si son necesarios, como distribuidores, mayoristas o minoristas. Esto requiere la división para investigar donde están vendiendo

los competidores de la compañía y dónde dicen los clientes que quieren comprar.

- ✓ **Atender y vigilar la calidad del producto:** los comerciales son los miembros de la empresa que mejor conocen los productos y servicios que se ofrecen, y por tanto detectarán cualquier cambio de la calidad y cómo afecta a las ventas.
- ✓ **Comunicación con el cliente:** vender ya no es simplemente convencer. El cliente actual está informado y requiere valores añadidos como una buena atención, asesoramiento y comunicación con la marca a través de diversos canales.
- ✓ **Resolución de problemas:** la venta requiere un seguimiento. El departamento comercial deberá estar dispuesto a resolver dudas y problemas que el cliente tenga con el producto antes de su adquisición.





### **Aplicación práctica**

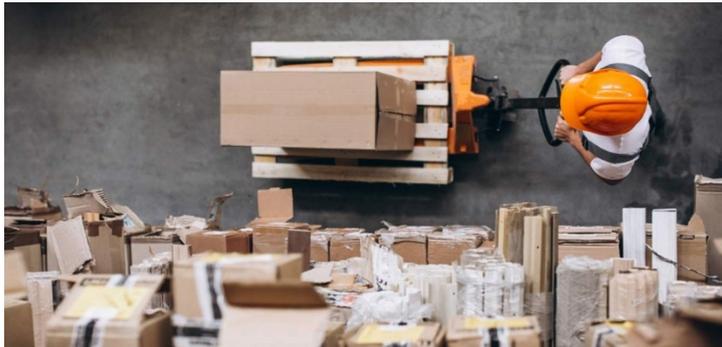
Identificar las funciones con el departamento correspondiente.

1. Planificación de la distribución, el producto y el precio.
  2. Gestión de la inversión y de financiación.
  3. Planificación y elaboración de presupuestos.
  4. Debe organizar la compra de insumos, materiales y demás elementos necesarios seleccionando los proveedores más adecuados en relación calidad-precio para la empresa.
  5. Comunicación con el cliente.
  6. Debe monitorizar todo aquello que afecte a estas operaciones de adquisición y gestionar cualquier problema que surja en relación con la calidad, los pagos, las devoluciones o los faltantes.
  7. La innovación es otra de las responsabilidades de este departamento debido a que debe estar al día en cuanto a avances tecnológicos para optimizar los procesos.
- 
- a) Departamento Financiero
  - b) Departamento Comercial/Ventas
  - c) Departamento Producción/Fabricación
  - d) Departamento de Compras

## 4. Actividades logísticas.

Las funciones de la cadena logística dentro del proceso logístico están compuestas por una serie de etapas o fases que van sucediendo en cadena, dependiendo, fundamentalmente por la naturaleza del propio producto y de la actividad principal de las empresas que intervienen: empresas industriales, comerciales o de servicios.

### 4.1. Aprovisionamiento.



La función de aprovisionamiento consiste en llevar a cabo una selección de los proveedores más eficientes para suministrar al centro de producción las materias primas o los elementos que mejor se adapten al volumen y al ritmo de producción, siempre garantizando el mínimos coste posible.

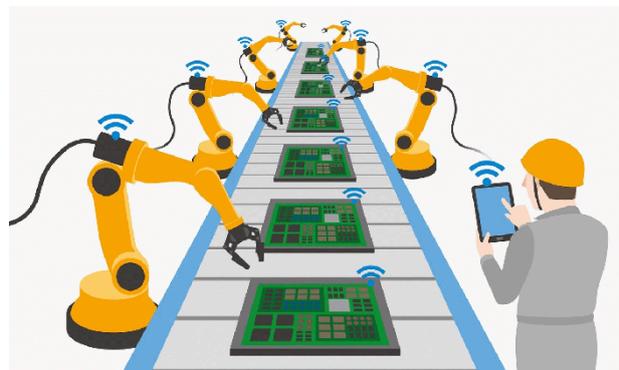
Entre sus objetivos encontramos:

- Optimizar la previsión de la demanda.
- Seleccionar modelos de inventario y analizar el rendimiento.
- Determinar cómo se van a recibir los suministros.
- Gestionar eficientemente los flujos de las mercancías.
- Establecer un sistema de trazabilidad y compartir la información en tiempo real.
- Gestionar la recepción de la mercancía.

### 4.2. Producción.

La función productiva consiste en organizar los medios de producción físicos (fábricas y maquinaria), humanos (personal adecuado y eficiente) y las actividades de elaboración o transformación (envasado, manipulación y almacenaje).

La labor de la logística de producción es reducir el lead time de fabricación, es decir, el tiempo que discurre desde que se genera una orden de trabajo hasta que el producto está terminado.



Otro factor crucial en la logística de producción es la propia gestión de stock, fundamental para acometer una fabricación más rápida.

Para ello, el almacén tiene que ser capaz de gestionar eficazmente los dos tipos de demanda que afectan a la logística de producción: la demanda de los clientes finales ya esté basada en previsiones de ventas o en pedidos solicitados a fábrica (es la demanda independiente del proceso productivo), y la demanda de la fábrica, que solicita al almacén todas las materias primas que se precisan para crear el producto final (es la demanda dependiente del proceso de fabricación).

### 4.3. Distribución.

Consiste en adecuar el almacén y el medio de transporte. Las actividades logísticas respecto al almacenaje se centran en estudiar la ubicación óptima del local, distribuir los espacios, colocar los productos en el lugar apropiado, gestionar el stock, etc.

La logística aplicada en el transporte establece los criterios para seleccionar los medios y optimizar las rutas.



Se encarga de gestionar el flujo de los productos terminados desde los almacenes hasta los clientes.

Por lo tanto, también engloba actividades de almacenaje y transporte.

La gestión eficiente de un almacén perseguirá maximizar el espacio disponible y minimizar las operaciones de manipulación y transporte.

### 4.4. Almacenamiento.

Es esencial para que la empresa se puede mantener en el mercado, y esto solo será posible mediante la satisfacción de los clientes.

Las actividades logísticas de servicio al cliente se centran en estudiar las necesidades del cliente, gestionar los pedidos y la devoluciones, establecer los servicios de postventa de productos de uso duradero, etc.

## 5. El plan logístico según tipos de empresas.

Un plan logístico es la estrategia que sigue una empresa para analizar y gestionar las actividades logísticas que tienen lugar en su actividad empresarial.

Está determinada por distintas fases, así como por elementos propios de cada tipo de empresa y tipo de producto, pero, en general, todos los planes logísticos buscan responder de forma eficiente a las necesidades logísticas reduciendo los costes de tiempo y recursos empleados en su ejecución.

### 5.1. Industrial, comercial, servicios.

En empresas industriales, las funciones logísticas, se dividen en 4 grupos.

1. *Aprovisionamiento.*

La función de aprovisionamiento consiste en suministrar a los centros de producción con las materias primas, los elementos o las piezas que mejor respondan al ritmo y volumen de producción, garantizando el mínimo coste.

2. *Producción.*

Implica organizar todos los medios de producción: físicos (fábricas y maquinaria), humanos (personal adecuado y eficiente) y las actividades de elaboración o transformación (envasado, manipulación y almacenaje).

3. *Distribución comercial.*

Es la coordinación entre los medios de transporte y el almacén. Dentro del almacén, las actividades logísticas están centradas en estudiar la ubicación óptima del local, la distribución de espacios, la colocación de productos en el lugar preciso, la gestión de stocks, etc.

Cuando se aplica la logística al transporte, se establecen los criterios para seleccionar los medios y optimizar las rutas.

4. *Servicios Postventa.*

Las actividades logísticas en cuanto al servicio postventa se centra en la gestión de pedidos y devoluciones, en estudiar las necesidades del cliente, en establecer los servicios postventa de productos de uso duradero, etc.

Las funciones logísticas en **empresas comerciales** son, básicamente, de distribución y aprovisionamiento.

Las actividades relacionadas con el flujo de mercancías (almacenaje y transporte) dependen de factores como: objetivos establecidos para cada sección o área de la compañía, organización y tamaño de la propia empresa, etc.

Las funciones logísticas en **empresas de servicios** son el aprovisionamiento como son los bienes que adquieren para llevar a cabo la actividad que realizan y como son de uso, generalmente, no se almacenan.

Por ejemplo, en hoteles y restaurantes los aprovisionamientos que adquieren son de consumo diario (alimentos, bebidas...) o de uso (ropa, vajilla, cristalería...) y las cantidades que almacenan son mínimas, para cubrir imprevistos.



### **Aplicación práctica**

Investigar acerca de cómo reducir los problemas de distribución mediante la tecnología.

## 6. La cadena de suministro de la empresa. Eslabones.

Los canales de distribución son los diferentes caminos que tiene que pasar un producto para que pueda llegar al consumidor final. Son etapas por las cuales debe de pasar el producto antes de ser comercializado.



El productor es la parte inicial de este proceso, es quien crea el producto, el cual es adquirido por el mayorista y luego por el minorista para finalmente distribuye el producto entre el consumidor final.

Un proceso muy similar al que se aplica a los canales de distribución de un servicio.

### 6.1. Compras.

El objetivo de la gestión de compras es la adquisición de los bienes y servicios que precisa la empresa en tiempo y forma, de tal manera que siempre esté garantizado el abastecimiento necesario para un correcto funcionamiento del negocio.

Con esto, la gestión de compras cumple principalmente dos funciones: la función de adquisición y la función de apoyo.

Dentro de la gestión de compras hay alguna serie de actividades que podemos destacar:



- **Gestión de la distribución física.** Integración de los flujos de trabajo para asegurar que el producto llega al consumidor. En esta actividad entra en juego el uso de tecnologías para asegurar que el proceso está optimizado y es eficiente.
- **Gestión de proveedores.** Esta actividad se centra en todo el proceso de búsqueda, filtrado de opciones, y selección de proveedores, así como todo el proceso de seguimiento posterior.
- **Proceso y estrategia de compra.** En este punto se persigue establecer una política de compra y las actividades que entran dentro de esta acción para hacer que esta sea lo más efectiva posible.
- **Gestión de costes.** Una parte fundamental dentro del departamento es vigilar y controlar los costes de compra. Dentro de esta acción, se determinarán todas las actividades y procesos para conseguir un material o producto de buena calidad a un coste bajo.

## 6.2. Suministro.



Se encarga del cómo y dónde obtener las materias primas, dónde almacenarlas, cómo movilizarlas y qué criterios emplear en su selección.

Además, de resolver la necesidad de almacenar y distribuir de manera eficiente y segura los envíos que se realizan, pero, sobre todo, de garantizar la entrega puntual de los mismos, a través de automatización de sus operaciones.

Se trata de encontrar soluciones para asegurar la supervisión y trazabilidad de los envíos y evitar la pérdida o retraso en la entrega, manteniendo la satisfacción de los clientes, sin penalizaciones de extremo a extremo.

## 6.3. Gestión de inventarios y stock.

El mantenimiento de stocks y todas las operaciones relacionadas para conocer la situación del producto en inventarios, tal como gestión de inventarios, localización de centros de almacenamiento, colocación del producto en almacenes.

Así como, la asignación de los productos a los diversos almacenes de distribución, la codificación, mejora de las rotaciones, planificación de materiales, control de proveedores y del cumplimiento de las entregas en clientes, etc.

Es necesario entender la importancia del inventario y su impacto en el desempeño de la cadena, ligar los requerimientos de servicio al diseño de una estrategia de inventarios al reconocer y aprovechar el valor de la información para optimizar el inventario.

Además de establecer estrategias de despliegue de inventarios a lo largo de la cadena de suministro.

## 6.4. Transporte.

El sistema de transporte es uno de los elementos más importantes en la cadena de suministro, ya que involucra tanto la transportación de la materia prima como el envío del producto final, y el costo del mismo está directamente relacionado con la ubicación donde se produce la mercancía como la distancia de la empresa hacia el lugar donde el consumidor final recibirá el producto.

También, es necesario, supervisar el transporte desde las fábricas, el almacenaje de la mercancía en espera de su demanda y la distribución al punto de entrega.

Los servicios de transporte de mercancías se utilizan con los artículos de gran tamaño y para grandes pedidos.

A menudo, requieren que se combinen distintos vehículos, como camiones, aviones, trenes y buques de carga, entre otros muchos.



Los servicios de transporte local, es decir, el traslado de mercancías de corta distancia desde, por ejemplo, un barco hasta el almacén donde vayan a guardarse normalmente forma parte de este tipo de servicios.

Tal y como sucede con el almacenamiento, en el envío de mercancías también suelen darse variaciones que afectan a la demanda, la falta de profesionales disponibles y los tiempos de entrega, entre otras cuestiones, por lo que los operadores logísticos deben estar preparados para reaccionar con cierta flexibilidad.

Al tratarse de grandes actores del sector del transporte de mercancías, algunos operadores logísticos disponen de su propio equipamiento para el transporte.



### **Aplicación práctica**

#### **Se pide:**

Leer el extracto de este artículo y comentarlo.

#### ***Vacuna anti COVID 19 y cadenas de suministro***

*www.eluniversal.com 22/08/2020 Darío Ibarra Zavala y Gustavo Acua Popocatl*

*“El proceso de producción y mercadeo internacional de la vacuna contra el COVID-19 será una prueba de fuego para las cadenas globales de suministro y de valor que ya existen en el sector farmacéutico, y pondrá a la luz pública los aspectos positivos y negativos de estas cadenas.*

*A partir de la producción y distribución masiva del nuevo fármaco sabremos si tales cadenas pueden servir no sólo para atender las necesidades más urgentes presentes en el mercado, sino también para hacer frente a las demandas y prioridades políticas de los gobiernos, ya que una es la razón de los Estados y otra la de los mercados en ciertas situaciones de emergencia nacional como sucede con las pandemias, de aquí se deriva una pregunta pertinente que buscamos explorar, estas cadenas ya han demostrado su importancia para satisfacer necesidades del mercado pero ¿servirán también para satisfacer las necesidades de los gobiernos, particularmente las relacionadas con las emergencias nacionales?*

*La presencia de estas cadenas globales es evidente desde el momento en que se presentan tres frentes en el mercado, los países que están invirtiendo en el desarrollo de la vacuna (Rusia, China, Estados Unidos, Reino Unido), los que ya se prestan para ser la base de producción de la misma (México, Argentina, potencialmente Brasil), y los interesados en comprarla, aunque realmente deberían ser cuatro grupos de países, si incluimos a los gobiernos de los países dispuestos a proveer la materia prima para la producción masiva del ingrediente activo, mismos que aparecerán en escena cuando ésta se requiera.*

*Las cadenas globales de valor constituyen un enfoque para analizar la nueva y más moderna división del trabajo internacional que prevalece entre las economías de los países, y al mismo tiempo es una estrategia de producción, aquí ya no se trata de ver al mundo dividido entre un centro productor de tecnología y una periferia productora de materias primas como se analizaban los procesos internacionales antaño.*

*Con la actual porosidad de las fronteras nacionales, las cuales se ven desbordadas por la migración, el flujo de capitales, el comercio formal e informal, las telecomunicaciones, la aparición del comercio intra-firmas y otros fenómenos, poco a poco las empresas internacionales (los principales agentes de cambio en esta nueva división del trabajo), han buscado ciertos países o regiones más ventajosos para llevar a cabo aquellas actividades de negocios que les aporta el mayor valor, el sector farmacéutico es uno de los ejemplos más representativos de cómo funcionan estas cadenas globales”.*

## 7. Externalización de la función logística: ventajas e inconvenientes.

El comienzo de la externalización logística surgió en el momento en el que la logística se vio tan necesaria dentro de las empresas que se necesitaba de empresas especializadas en ello que permitiera poder adquirir ventajas competitivas.

Se externaliza debido a que las empresas no estaban lo suficientemente preparadas para realizar una gestión logística apropiada y al mismo tiempo concentrarse en un negocio principal. Este momento surgió alrededor de los años 90 cuando la logística en Europa empezó a ganar competitividad mediante la optimización de procesos y la gestión de personal adecuada.

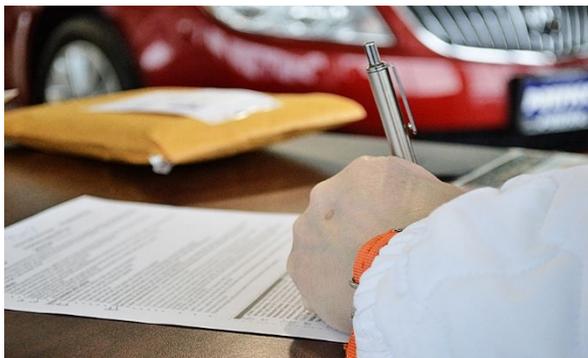
Algunas de las ventajas de la externalización logística:

- ✓ Permite **ahorrarse** las costosas inversiones en capital que implica el desarrollo de una red de distribución propia. Por lo tanto, disminuyen los costes fijos y los riesgos asociados a esta actividad.
- ✓ **Apostar por compañías especializadas** implica que éstas ofrecerán siempre los servicios más adaptados a las nuevas necesidades de los clientes. Es decir, permite a la compañía ofrecer los servicios más innovadores. Algo que para una empresa individual suele implicar costes inasumibles.

Es el caso del seguimiento digitalizado del proceso de entrega de los pedidos en muchas tiendas online, por ejemplo.



- ✓ Esa actualización suele ser muy bien percibida por los clientes. Por lo que los niveles de **calidad** y **satisfacción** suelen ser muchos más altos que cuando es la propia empresa productora la que asume la logística.
- ✓ **Facilidad para entrar en nuevos países.** A la hora de abordar la implantación del negocio en un nuevo país toda ayuda es poca. Y desde el punto de vista logístico elegir un proveedor que domine o, al menos, esté familiarizado con el negocio es ayuda muy valiosa.
- ✓ **Enfoque en la estratégica.** Son muchas las teorías económicas que apuestan por la externalización de actividades que no pertenecen al núcleo duro de la actividad de la empresa.



De esta forma, en lo que a logística se refiere, esta opción permite a la empresa centrarse más en la estrategia y no perder tiempo ni recursos en la ejecución.

También cuenta con inconvenientes como:

- ✓ La **dependencia del operador logístico.** Siempre implica un cierto riesgo ya que, en muchos casos, el servicio de transporte y de

## EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

entrega es la cara visible de la empresa emisora frente al cliente final.

- ✓ ***Cambios estructurales en la empresa:*** en cualquier situación, la externalización de la logística supone cambios organizacionales dentro de la empresa:
  - Si la logística pasa de estar interna a ser externa, la nueva situación puede provocar conflictos laborales ligados a la desaparición de esas tareas internas.
  - Si la logística desde un primer momento es externalizada, hay que definir los roles y la comunicación entre la concesionaria y el operador de forma precisa para llevar un control detallado.
- ✓ El ***contrato con el proveedor externo*** es fundamental para evitar sorpresas y que los costes ocultos que no se habían previsto acaben siendo un problema para la rentabilidad de la empresa.

## 8. Resumen.

La logística pretende conseguir que los productos o servicios estén en el momento adecuado, en el lugar adecuado y en las condiciones exigidas.

La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones.

Las funciones de la cadena logística dentro del proceso logístico están compuestas por una serie de etapas o fases que van sucediendo en cadena, dependiendo, fundamentalmente por la naturaleza del propio producto y de la actividad principal de las empresas que intervienen.

Los canales de distribución son los diferentes caminos que tiene que pasar un producto para que pueda llegar al consumidor final.

El comienzo de la externalización logística surgió en el momento en el que la logística se vio tan necesaria dentro de las empresas que se necesitaba de empresas especializadas en ello que permitiera poder adquirir ventajas competitivas.

## 9. Autoevaluación.

### 1. Completa la siguiente frase...

La logística de aprovisionamiento consiste en..... de la empresa, por lo tanto, la gestión de..... se encargará de....., comparar....., negociar..... y recepcionar.....

**2. El departamento de compras debe organizar la compra de insumos, materiales y demás elementos necesarios seleccionando los proveedores más adecuados en relación calidad-precio para la empresa.**

- Verdadero
- Falso

**3. Explica por qué es importante la planificación de la distribución, el producto y el precio en un departamento de compras.**

**4. La función de aprovisionamiento consiste en llevar a cabo una selección de los proveedores más eficientes para suministrar al centro de producción las materias primas o los elementos que mejor se adapten al volumen y al ritmo de producción, siempre garantizando el mínimos coste posible.**

- Verdadero
- Falso

**5. La labor de la logística de producción es aumentar el lead time de fabricación, es decir, el tiempo que discurre desde que se genera una orden de trabajo hasta que el producto está terminado.**

- Verdadero
- Falso

**6. Un plan logístico es la estrategia que sigue una empresa para analizar y gestionar las actividades logísticas que tienen lugar en su actividad empresarial.**

- Verdadero
- Falso

**7. Las actividades logísticas en cuanto al servicio postventa se centra en la gestión de pedidos y devoluciones, en estudiar las necesidades del cliente, en establecer los servicios postventa de productos de uso duradero, etc.**

- Verdadero
- Falso

**8. Los canales de distribución son los diferentes caminos que tiene que pasar un producto para que pueda llegar al consumidor final.**

- Verdadero
- Falso

**9. Completa la siguiente frase...**

El objetivo de la gestión de compras es la..... y..... que precisa la empresa en.....y ....., de tal manera que siempre esté garantizado el..... necesario para un ..... del negocio.

**10. El contrato con el proveedor externo es fundamental para evitar sorpresas y que los costes ocultos que no se habían previsto acaben siendo un problema para la rentabilidad de la empresa.**

- Verdadero
- Falso