Volume 22 Issue 26
Originally issued as E4



Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: E
Economics
Volume 22 Issue 4 Version 1.0 Year 2022
Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal
Publisher: Global Journals
Online ISSN: 2249-460x & Print ISSN: 0975-587X

Storage and Logistics Distribution of Vaccination in Panama

By Yovani Barria
Universidad de Panamá

Abstract- We understand distribution as the function that allows the transfer of products and services from their final state of production to that of acquisition and consumption, encompassing the set of activities or flows necessary to place the goods and services produced at the disposal of the final buyer (individuals or organizations). in the conditions of place, time, form and adequate quantity. It is the part of logistics, the commercial one, which refers to the external movement of finished products (or semi-finished products in the case of industrial products) from the seller (origin) to the client or buyer (destination), with the distribution channel being the that will allow such a connection. Indeed, physical distribution includes planning and controlling the physical movement of products from the factory to the final consumer. That is why logistics includes the planning and control of the relationships between the management of raw materials and the distribution of the finished product. Following this orientation, it seems clear that the concept of logistics is broader than that of physical distribution, and the latter would be an important part of logistics. By virtue of this, a distribution channel is the path followed by a product or service to go from the production phase to the acquisition and consumption phase.

Keywords: *distribution, logistics, warehousing, distribution.*

GJHSS-E Classification: *DDC Code: 658.162 LCC Code: HD58.8*



© 2022. Yovani Barria. This research/review article is distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0). You must give appropriate credit to authors and reference this article if parts of the article are reproduced in any manner. Applicable licensing terms are at https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/.

Storage and Logistics Distribution of Vaccination in Panama

Almacenaje y Distribución Logística de Vacunación en Panamá

Yovani Barria

Resumen- Entendemos por distribución la función que permite el traslado de productos y servicios desde su estado final de producción al de adquisición y consumo, abarcando el conjunto de actividades o flujos necesarios para situar los bienes y servicios producidos a disposición del comprador final (individuos u organizaciones) en las condiciones de lugar, tiempo, forma y cantidad adecuados. Es la parte de la logística, la comercial, que hace referencia al movimiento externo de los productos terminados (o semielaborados para el caso de productos industriales) desde el vendedor (origen) al cliente o comprador (destino), siendo el canal de distribución el que va a permitir tal conexión. En efecto, la distribución física incluye la planificación y el control del movimiento fi- sico de productos desde la fábrica hasta el consumidor final. Es por ello, que la logística incluye la planificación y el control de las relaciones entre la gestión de materias primas y la distribución de producto terminado. Siguiendo esta orientación, parece evidente que el concepto de logística es más amplio que el de distribución física, y esta ultima seria una parte importante de la logística. En virtud de ello, Un canal de distribución es el camino seguido por un producto o servicio para ir desde la fase de producción a la de adquisición y consumo. El camino de un canal esta formado por un número variable de organizaciones más o menos autónomas, internas y/o externas a la empresa, que mantienen estructuras, comportamientos y relaciones sociales en general, que dan como resultado la realización, con mayor o menor éxito, de las diversas funciones de distribución. Las organizaciones que forman el canal se denominan intermediarias, siendo empresas de distribución situadas entre el productor y el consumidor final. En este sentido, la metodología utilizada en el presente artículo se basará en análisis teóricos de repositorios e información documental que hace referencia al tema.

Palabras clave: distribución, logística, almacenaje, distribución.

Abstract- We understand distribution as the function that allows the transfer of products and services from their final state of production to that of acquisition and consumption, encompassing the set of activities or flows necessary to place the goods and services produced at the disposal of the final buyer (individuals or organizations). in the conditions of place, time, form and adequate quantity. It is the part of logistics, the commercial one, which refers to the external movement of finished products (or semi-finished products in the case of industrial products) from the seller (origin) to the client or buyer (destination), with the distribution channel being the that will allow such a connection. Indeed, physical distribution includes planning and controlling the physical movement of products from the factory to the final consumer. That is why logistics includes the planning and control of the relationships between the management of raw materials and the distribution of the finished product. Following this orientation, it seems clear that the concept of logistics is broader than that of physical distribution, and the latter would be an important part of logistics. By virtue of this, a distribution channel is the path followed by a product or service to go from the production phase to the acquisition and consumption phase. The path of a channel is formed by a variable number of more or less autonomous organizations, internal and/or external to the company, which maintain structures, behaviors and social relations in general, which result in the realization, with greater or lesser success., of the various distribution functions. The organizations that make up the channel are called intermediaries, being distribution companies located between the producer and the final consumer. In this sense, the methodology used in this article will be based on theoretical analysis of repositories and documentary information that refers to the subject.

Keywords: distribution, logistics, warehousing, distribution.

I. Introducción

El ciclo de distribución comercial, es el entorno en el cual se mueven los negocios y todos los actores que entran a ser organizados por la disciplina logística. Es un intermediario quien amplifica el dinamismo del mercado, recibiendo los productos y llevándolos en el tiempo adecuado a los consumidores. s utilizado para el traslado de productos físicos desde el productor a los consumidores finales, pudiéndose emplear distintas alternativas. Una primera alternativa es la venta directa del fabricante o productor al consumidor, siendo frecuente en algunos productos agrícolas o por parte de empresas como Avon. Una segunda alternativa es vender a través de minoristas, como ocurre normalmente en el sector del automóvil (concesionarios), o en el caso del sector alimentario con la venta a través de grandes superficies, principalmente hipermercados y algunas cadenas de supermercados. Una tercera alternativa es emplear el denominado canal clásico, en el que están presentes instituciones mayoristas y minoristas. "Finalmente, otra posibilidad es que el contacto entre fabricante y mayorista requiera de la intermediación de los

Author: Universidad de Panamá. e-mails: yovanibarria01@gmail.com, yovani.barria@up.ac.pa

© 2022 Global Journals

denominados agentes intermediarios, como ocurre en el caso de los productos de importación". (Alcalá, 2020, pág. 34)

En este también se produce traslado de productos físicos, pero con el objeto de que sean incorporados al proceso productivo de otra organización o al desarrollo de tareas industriales. No se actúa, por tanto, en el mercado de consumo, sino en el organizacional. Aquí también es posible el desarrollo de varias alternativas. En primer lugar, una venta directa entre el fabricante y el denominado usuario industrial, como ocurre en el caso de la maquinaria pesada, grandes equipos etc. Una segunda posibilidad es que intermedie entre ambas organizaciones un distribuidor, cumpliendo un papel equivalente al de mayorista o minorista en el caso de bienes de consumo. "Así, ocurre con productos tales como pintura, pequeñas maquinas, herramientas etc.". (Anaya, 2021, pág. 11) Finalmente, también el agente puede intervenir poniendo en contacto a oferentes y demandantes, como ocurre para determinados productos agrarios, como el aceite.

En este sentido, en la actualidad las organizaciones están en la búsqueda de ventaja competitiva que les permita poder competir y estar a la vanguardia; esto debido a la competitividad y al mundo globalizado en el que vivimos "La logística empresarial es el referente más importante en el proceso de comercialización y distribución de productos en el mercado" (Armstrong, 2020, pág. 45), por cuanto organiza, planifica, controla y evalúa cada uno de los procesos de desarrollo logístico en la empresa, identificar la cadena de comercialización productiva sus indicadores, puntos fuertes y débil para saber que debemos comprar a los proveedores y que debemos entregar hacia los consumidores.

Desde otro ángulo en la distribución logística de productos es importante sistematizar cada proceso de preferencia con códigos y registros para controlar el stock de mercancía en almacén y bodega. Se verifica la mercancía que se encuentran en buen estado o descartar la mercancía dañada. Para ingresar a los mercados es necesario establecer estrategias que permiten distribuir los productos en el mercado de manera eficiente, además de determinar métodos adecuados para la distribución, generar estructuras verticales y horizo.

Ahora bien, la logística empresarial en las empresas permite articular de manera eficiente los procesos de gestión entre departamentos y funciones de cada talento humano responsable de su puesto de trabajo, según afirma Vigo (2007). Los productos y servicios en el sector empresarial obtienen mayor rentabilidad cuando se sustentan en la organización, planificación, control y dirección de los procesos listicos de manera coherente y eficaz, dirigido a obtener resultados eficaces. "La logística aborda el flujo de los materiales, los productos ter- minados y la información asociada a los mismos" (González, 2016, pág. 2). En este apartado se hace referencia a la necesidad de la logística empresarial desde el inicio de entrada de la mercadería hasta el final de la entrega de los procesos logísticos de los productos y servicios, hasta la satisfacción del cliente.

Desde este enfoque, la gestión de buenas prácticas en los procesos logísticos, depende de las técnicas, métodos y estrategias de planificación y organización empresarial, por tal razón la logística permiten a las empresas reglas para las buenas prácticas de dirección seguir, valorar, priorizar y controlar todos los distintos elementos de aprovisionamiento y distribución que inciden en la satisfacción del cliente, en los costes y beneficios. Los procesos logísticos en una empresa son relevantes para direccionarse de manera correcta a través de las reglas establecidas las cuales permiten una mejor organización en la empresa, ya sea en los factores de distribución o los beneficios al cliente.

Los procesos de gestión, organización, planificación, dirección, control y buenas práctica empresariales, permiten alcanzar las metas de entrada y salida de mercaderías en una empresa "La gestión logística de una organización es la acción del colectivo laboral dirigida a garantizar las actividades de diseño y dirección de los flujos materiales, informativo y financiero desde su fuente de origen hasta sus destinos finales" (Lao, Vega, Marrero, & Pérez, 2017, pág. 44). En este apartado se hace referencia la logística empresarial como un proceso operativo que articula a los recursos humanos, materiales y económicos, con fines de alcanzar ingresos para empresa y cooperar con responsabilidad en el contexto frente a sus necesidades.

En los procesos de la logística empresarial las mercancías asumen un rol importante en las entradas y salidas "el proveedor hasta el cliente, con la calidad requerida, en el lugar y momentos precisos, y con los mínimos costes" (González, 2016, pág. 3). El sector empresarial, entre los factores de satisfacción de los clientes que debe tomar en cuenta están: la oportuna entrega de la mercadería, la calidad de los pro- ductos y servicios, los precios. Por tal razón, los distribuido- res o vendedores deben generar una revisión organizada de inventarios de entrada de la mercadería que se encuentre en excelentes condiciones para la mejora continua de las ventas e ingresos de la empresa. Finalmente, la entrada de mercaderías es un proceso de movimiento físico o materiales en el almacén de la empresa.

El objetivo de esta planificación es simplificar y acelerar el pro- ceso de la entrada de mercancías y mejorar la organización de los trabajos en el lugar; por ejemplo, para evitar cuellos de botella. Además, si se planifican entradas de mercancía, la planificación de

© 2022 Global Journals

necesidades de insumos, puede controlar los stocks de materiales pedidos o manufacturados y llegar a un balance de inventario óptimo. También se hace referencia que a menos que las entradas se planifiquen, el sistema no puede encontrar los materiales que se han pedido. Por esta razón, las entradas planificadas son decisivas para la regulación del nivel del inventario en el almacén. Las entradas planificadas también tienen importancia para determinar si se recibieron materiales prometidos por proveedores o por la fabricación propia. Sin ellos, el sistema no puede establecer un enlace entre pedidos y materiales recibidos.

Además el proceso logistico en las empresas tiene actividades de entrada de mercadería y salida, lo cual determina "la atención en la distribución de mercancías, pilar esencial de la economía urbana, la distribución de mercancías resulta esencial para el desarrollo de la vida en las ciudades" (Muñu- zuri, Grosso, Escudero, & Cortés, 2017, pág. 36).

En este apartado se hace referencia que a la necesidad de una distribu- ción efectiva de las mercaderías hasta llegar en buen estado en los clientes referente a su calidad, precios y servicios. Para cumplir con ello, las empresas deben contar con procesos internos que garanticen las condiciones óptimas de los pro- ductos al ser entregado a clientes y consumidores finales, ello va depender de una buena gestión de almacenaje, embalaje, transporte, entrega oportuna y un servicio especial. Es así como se realiza la salida de la mercancía de la empresa al comprador. Además, debe apoyarse en una red de distribuidores que llenen los estándares de calidad exigidos, pues en todo momento cumplirán la labor de entrega de productos. Una buena distribución y entrega, puede resultar la diferencia entre empresas que compiten con productos similares en un mismo segmento de mercado, pudiendo llegar a convertirse en la ventaja competitiva que dé el liderazgo del mercado.

II. Materiales y Métodos

Se trata de un modelo de investigación cualitatitivo, se basará en análisis teóricos de repositorios e información documental que hace referencia al tema del articulo en estudio.

III. Resultados, Análisis y Discusión

La entrega de grandes cantidades de dosis de la vacuna está condicionada a la logística instalada en el país receptor. De no contar con la cadena de frío necesaria para la distribución, almacenamiento y manejo de la vacuna, las grandes farmacéuticas optan por abastecer antes a los países que cuentan con este tipo de infraestructuras. Esta ha sido la constante, según la experiencia de otras naciones, que ha primado en el proceso de inmunización contra la covid-19.

La logística no solo implica tener transporte con un monitoreo de la temperatura requerida y el manejo de las dosis, sino hombros que la reciban, lo que sintetiza la eficacia que se le dará a cada caja. Por tanto, este paso conlleva otro tipo de planificación, una específica sobre la población que recibirá la vacuna, de lo contrario se desperdician las dosis. Un punto que valora la farmacéutica a la hora de hacer las entregas.

El primer paso consiste en la recepción del embarque que será transportado en un avión de DHL, que aterrizará en la sección de carga del Aeropuerto Internacional de Tocumen. Posteriormente la carga será desplazada hacia el Centro Nacional de Bioseguridad, donde será recibida, se efectúa un inventario y verificación de la temperatura.

Un gran debate internacional consiste en determinar cómo usar las dosis. Algunos países emplean la totalidad recibida, mientras que otros reservan la mitad para la misma población, sin correr el riesgo de posibles demoras en la producción. (Baca, 2020, pág. 55)

Panamá optó por la segunda alternativa, lo que conlleva que, al momento del ingreso de las dosis, una mitad se congele en el depósito regional, y la otra parte, luego de permanecer congelada un día, continúa su trayecto hacia el centro de vacunación.

En la disertación se plantearon cinco etapas de la operación: la planificación logística; recepción, almacenamiento y distribución. En la tercera etapa, la colocación de la vacuna, luego el seguimiento a pacientes y la postorientación, como último paso.

Los 5,5 millones de dosis adquiridas serán distribuidas por tierra, mar y aire a todo el país. El mayor reto empieza en la distribución; ya se avanzó que se contemplan 1,101 centros de vacunación en todo el país.

Una base de datos priorizará las fases de administración de la vacuna, razón por la que animan a las personas a que se apunten en la lista de beneficiados y que sean notificados, a través de un registro de atención para trazabilidad, sobre la primera dosis y la fecha del refuerzo. Los mayores de 60 en adelante y con riesgo, que se encuentran en la primera fase de vacunación, se concentran en los circuitos 6-6, 8-7 y 8-8. No obstante lo anterior, y la organización anunciada para recibir el primer embarque, muchos se preguntan si el país está listo para recibir las vacunas, cuál es el fin de la adquisición de los equipos que lanzaron a licitación el Ministerio de Salud (Minsa) y la Caja de Seguro Social (CSS). Una compra millonaria de la que aún no se define a qué empresa y qué propuesta se tomará en consideración.

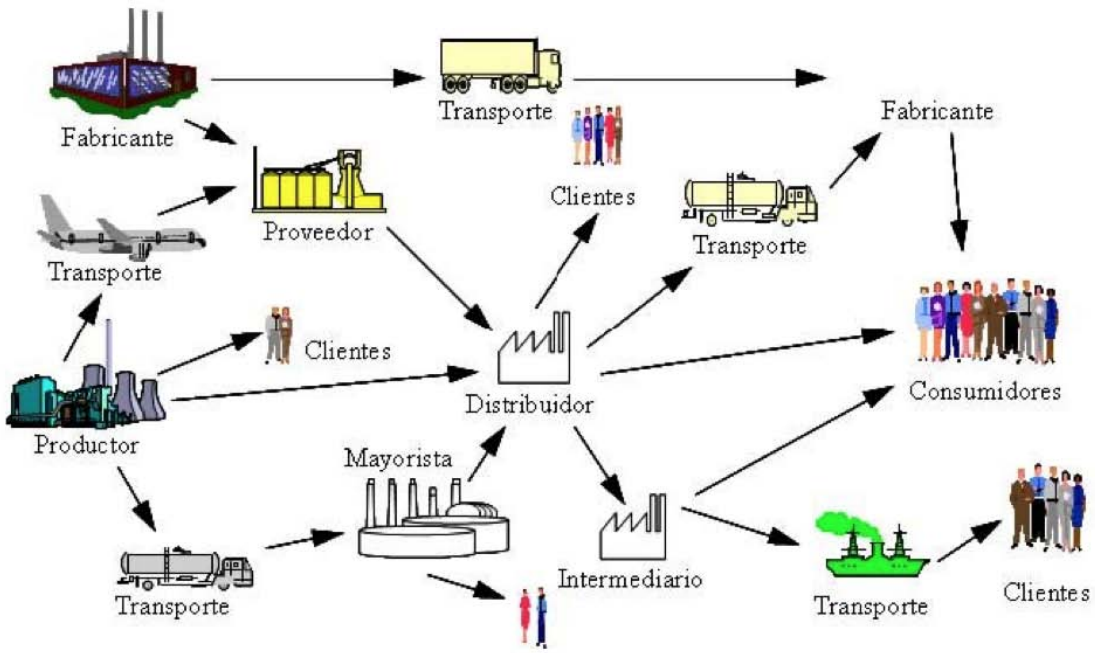
A través de esta compra, que consiste en 13 renglones, pretenden adquirir 50 congeladores de distintos tipos capaces de alcanzar ultra bajas temperaturas, además de cuatro cuartos fríos, 200 termos portátiles, máquinas para hacer hielo seco y dos

© 2022 Global Journals

sistemas de monitoreo remoto de temperaturas. Esta licitación debe entregarse, según el pliego, en 80 días calendario. Lo que quiere decir, que hasta no decidir la compra, no se contará con una cadena de frío para el proceso de vacunación en las cuatro fases anunciadas.

Hasta el momento ninguna autoridad ha dado una explicación sobre el rol que tendrá la cadena de frío licitada, o por qué se efectuó el 5 de enero, a sabiendas que Panamá sería uno de los primeros países en recibir la vacuna. El gobierno aún no fija una fecha precisa del inicio para las cuatro fases de vacunación. Es muy probable que hasta no contar con la logística exigida no se inicie masivamente el programa de inmunización. Si tomamos en cuenta que el tiempo de entrega de los equipos solicitados es de 80 días hábiles, y suponiendo que las autoridades decidan esta semana la adquisición, no será hasta mediados de abril cuando se entregue e instale el equipo para esta tarea. (De Jaime, 2021, pág. 11)

Con la intención de dar continuidad al primer lote de 40 mil dosis, este medio envió un cuestionario a la farmacéutica Pfizer el pasado 4 de enero mediante el cual pretendía conocer los futuros embarques, además de la relación entre las fechas de pago y el envío de dosis, y si la empresa observaba con satisfacción el proceso existente para el recibimiento y la cadena de frío por licitar. En una nota fechada el 12 de enero la empresa respondió que "en el marco del convenio firmado con el Gobierno de Panamá, el 25 de noviembre de 2020, cabe destacar que, a solicitud del gobierno las entregas de los 3 millones de dosis de la vacuna se realizarán progresivamente durante el año, empezando el primer trimestre". Sobre las interioridades del convenio no se ofrecieron detalles, solo se respondió que: "con base en el acuerdo firmado, las entregas de las dosis de vacunas se realizarán progresivamente en 2021, empezando en el primer trimestre".



Fuente: Carro, (2020)

Ilustración 1: Ciclo de distribución comercial

Asher Salmon, director del Departamento de Asuntos Internacionales del Ministerio de Salud de Israel, país que avanza un pie adelante del resto en este procedimiento, aseguró en una conferencia virtual que para el traslado de las vacunas requirieron crear cajas con menor distribución para poder trasladar las dosis a otros centros de salud. La administración de estas vacunas se hace de forma digital completamente, para tener un control efectivo de a quién se administró la vacuna y la fecha del refuerzo.

El médico indicó que se tiene un cronometraje puntual del cargamento: una vez que las provisiones aterrizan, son trasladadas hacia un único centro de conservación que posee capacidades de ultracongelación. Ya fuera del búnker, los fármacos tienen 120 horas de vida útil para llegar a los beneficiados.

Se instalarán 1,101 centros de vacunación en todo el país. En efecto, la fase operación consiste en cuatro pasos: planificación y logística; recepción y almacenamiento; colocación de vacunas; seguimiento de pacientes y postorientación. Las dosis serán transportadas por aire, mar y tierra, y escoltadas por equipo de seguridad.

© 2022 Global Journals

IV. Conclusiones

Organizar todas las actividades logísticas de la empresa es una tarea complicada. Una herramienta que ayuda en esta labor es la que proporcionan los denominados organigramas. Un organigrama es una representación esquemática de los distintos departamentos, unidades de negocio, direcciones, etc., que componen la empresa, así como las relaciones de jerarquía que existen entre ellos. La función logística no actúa aislada del resto de funciones de la empresa, y por ello, se integra dentro del organigrama de la misma, bien como un departamento propio, bien como parte de otros departamentos

Los procesos de entrada y salida en la logística empresarial, destacan lo siguiente:

- La logística es la función de la empresa encargada de ofrecer el producto en la cantidad, momento y lugar en que lo solicita el cliente.
- Las actividades que integran la función logística dependen de la naturaleza industrial o comercial de la empresa.
- Las prioridades competitivas de las empresas tradicionales son: calidad, coste, tiempo y flexibilidad. La logísica ayuda a la obtención de ventajas competitivas en estas variables.
- Las redes logísticas son el soporte sobre el que el pro- ducto llega al consumidor.
- Las plataformas logísticas son grandes almacenes que ahorran costes de distribución y terreno, además de conseguir descuentos por volumen.
- A la hora de decidir los almacenes y transportes que existirán en una red logística, hay que tener en cuenta los costes de distribución, de instalación y de manteni- miento.

References Références Referencias

1. Alcalá, M., Huerta, M., & Linares, A. (2020). Paradigmas de la comunicación: un reto gerencial para el mercadeo de las organizaciones del Siglo XXI. Marketing Visionario, 78-91.
2. Anaya, J. (2021). Logística Integral. La gestión operativa de la empresa. Madrid: Esic Editorial.
3. Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación.
4. Baca, G., Solares, P., & Acosta, E. (2020). Administración Informática I. Análisis y evaluación de tecnologías de información. México: Grupo Editorial Patria.
5. Carro, R., & Gonzalez, D. (2020). Logística Empresarial. Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata.
6. Castellanos, A. (2021). Logística Comercial Internacional. Colombia: Ecoe Ediciones.
7. De Jaime, J. (2021). Finanzas para el marketing y las ventas. Como planificar y controlar la gestión comercial. Madrid: Esic Editorial.

© 2022 Global Journals