

Fuente: www.sectorial.co

El valor en la logística se expresa en términos de tiempo y lugar. Los productos y servicios tienen valor al momento en que están en posesión del cliente (tiempo) y dónde (lugar) ellos deseen consumirlos. Para lograr la maximización del valor empresarial a través de la logística, se hace necesario atacar los siguientes frentes:



Foto: www.sxc.hu (Autor: Ariel da Silva Parreira)

Costos

Los costos de logística ocupan una segunda posición detrás de los costos de los bienes vendidos (costos de compra), los cuales constituyen alrededor del 50% a 60% de los ingresos de una compañía industrial. El valor se añade minimizando estos costos y trasladando los beneficios a los consumidores y dueños de la empresa.

Servicio al Cliente

Acompañamiento tecnológico, los procedimientos de operación a tiempo y el continuo reaprovisionamiento de los inventarios han contribuido a que los clientes esperen tiempos

ágiles en el procesamiento de sus requerimientos y en la entrega de sus pedidos, así como que exista un alto grado de disponibilidad de los productos.

Líneas de Suministro y Distribución

Las tendencias mundiales se dirigen hacia una economía integrada. Se han desarrollado estrategias empresariales globales, diseñando productos para un mercado mundial y produciéndolos en lugares donde las materias primas, componentes y mano de obra puedan hallarse a bajo costo, o simplemente se produce localmente y se vende internacionalmente. En cualquier caso, las líneas de suministros y de distribución juegan un papel preponderante para migrar del mercado local al internacional.

Estrategia

Gran cantidad de tiempo invierten las empresas en encontrar la manera de diferenciar sus productos de los de sus competidores. Cuando la dirección reconoce que la logística y la cadena de suministros afectan a una parte importante de los costos de la compañía y que resultado de las decisiones relacionadas con los procesos logísticos reditúa en diferentes niveles de servicio al cliente, está en posición de usar estrategias efectivas para penetrar nuevos mercados, incrementar el mercadeo e incrementar los beneficios.

**Con Información de logística desarrollada por Peter Drucker.*

sectorial