

# Logística como parte de la cadena de valor

El crecimiento de la demanda por canales no tradicionales traerá aparejado un desarrollo indispensable de las redes logísticas para atender este consumo. Es fundamental que las empresas dadoras de carga no vean al proceso logístico como un centro de costos, sino que le adjudiquen la real importancia que este componente de servicio tiene y la evolución que deberá implementar para poder atender a las nuevas reglas a las que llevará el mercado.

**E**s relativamente bajo el reconocimiento del aporte de la logística como verdadero agregado de valor, al éxito comercial de un producto, pero dado los tiempos de cambio que se vienen registrando en los últimos años, esto necesariamente va a cambiar.

A nuestro entender un producto cuenta con cuatro componentes.

1. Calidad.
2. Fuerza de Marca.
3. Precio.
4. Servicio.

## Calidad

Sobre esta componente la globalización y el avance tecnológico, han hecho que si una Empresa cuenta con el nivel de inversiones necesarias, es muy probable que consiga un nivel de calidad en sus productos muy similar al de sus competidores. Sumado a esto el alto nivel alcanzado por los

por la implementación de normas de calidad, hacen que la calidad, que es sin duda una de las componentes más importantes hoy pueda ser lograda por muchos fabricantes. Es decir que la Calidad es un atributo importante, pero en muchos casos, fácilmente reproducible por la competencia.

## Fuerza de Marca

El Marketing y la inversión asociada han hecho que esta componente sea un verdadero motor de la demanda y del agregado de valor. Es sin duda este punto el que más ha sido trabajado en las últimas décadas y el que más reconocimiento ha tenido en la mente de los consumidores, aunque en la mayoría de los casos sea involuntario a la hora de elegir una marca. Es obvio comentar que un producto muy similar quizás en calidad, al momento de la toma de la decisión esta com-





ponente, la Marca, es la que actúa consciente o inconscientemente en la mente del consumidor, pero también es la que más reconocimiento tiene y a la que mayor inversión se le asocia en la cadena de costos de un producto.

## Precio

Sin duda el precio, tiene también al momento de optar por uno u otro producto, un valor importante, pero como está asociado a un segmento y a un hábito de compra, en realidad en mercados como el nuestro y con movimientos constantes de precios, hacen que esta variable sea minimizada al momento de tomar la decisión. Sin dudas en momentos de crisis económicas la presencia de las marcas blancas es una de las formas de manejar esta componente.

## Servicio

Esta es la componente indispensable, la que más se ha incrementado y evolucionado en los últimos tiempos y la que seguirá ascendiendo en el ranking de las componentes antes mencionadas día a día y sobre la cual la Red Logística juega un rol fundamental, es impensable suponer que un producto no llegue al consumidor en perfectas condiciones, en tiempo y forma, con la frecuencia adecuada, con la calidad asociada, etc. Lo peor que puede suceder es que no sea consumido por no estar al alcance de la mano, en el momento indicado, es lo que en logística llamamos LUGAR Y TIEMPO OPORTUNO. Sin dudas el crecimiento de la demanda por canales no tra-



dicionales, traerá aparejado un desarrollo indispensable de las redes logísticas para atender este consumo y es aquí donde necesariamente el proceso Logístico deberá transformarse, tener mucha más capilaridad, velocidad, sistemas asociados, cadenas de frío, sistemas de cobros, flujos inversos, etc. Para que esto suceda, es fundamental que las empresas dadoras de carga no vean al proceso Logístico como un centro de costos, sino que le adjudiquen la real importancia que este componente de servicio tiene y la evolución que deberá implementar para poder atender a las nuevas reglas a las que llevará el mercado y se lo pase a considerar como una inversión dentro de la cadena de costos asociada a los productos.

Si a esto se le suma la alta complejidad que están tomando las grandes ciudades, por saturación de sus flujos, por carencia de inversiones y el crecimiento del parque automotor, esto trajo aparejado que la cantidad de visitas que puede hacer un móvil, este en franca decadencia y la utilización de las bodegas en el mismo sentido, llevan a un cuadro de improductividad que crece mes a mes y que hacen repensar constantemente nue-

vas metodologías, que obviamente tienen una crecimiento de costos asociados.

Sin dudas estas innovaciones en el nuevo rol que tomará la componente servicio traerán aparejadas necesarias e importantes inversiones por parte de los operadores, para poder responder a los nuevos requisitos y sin duda un proceso de especialización que hará indispensable para las empresas dadoras de carga, crecer en sus procesos de tercerización logística, por el grado de complejidad que estos cambios traerán aparejados y las inversiones ya mencionadas.

Trabajar sobre el tema del servicio constituirá sin lugar a dudas, trabajar sobre la real ventaja competitiva de las organizaciones, en general y en particular sobre el tema de la función logística. Si bien la misma es reproducible, lo es con mucho trabajo y esfuerzo en el tiempo asociado a una fuerte curva de aprendizaje y mientras tanto, el mundo continuará cambiando las reglas de juego de la distribución masiva. **D**

**\*Por Daniel Carranza -  
Director Ejecutivo de la  
Cámara Empresaria de  
Operadores Logísticos  
(CEDOL)**