

? Problemas en la aduana casi dejan sin botas a Henry

¿Qué multinacional del sector del transporte estuvo a punto de incumplir el envío de las botas de Thierry Henry para el Mundial de Sudáfrica por culpa de algunos problemas en la aduana de Johannesburgo?



! Sospechas logísticas en las elecciones de Colombia

Las empresas que realizarán los servicios logísticos de las elecciones de Colombia están en el punto de mira. Según la oposición, tienen claras vinculaciones con el candidato oficialista Juan Manuel Santos.

? Sucesos paranormales en las delegaciones valencianas

¿Qué compañía extranjera con una amplia presencia en España no consigue que despegue su delegación valenciana después de mantenerla durante más de 20 años y de ampliar sus instalaciones?

TRIBUNA

El valor del profesional logístico

Miquel Serracanta
Asesor de Dirección.
Socio-Director de
Solutions & Decisions



■ En estos momentos de turbulencias económicas continuas, tenemos ante nosotros un panorama del mercado español de gran consumo muy peculiar. Principalmente, se caracteriza por:

- Profundas caídas del consumo en la mayoría de categorías, y recientemente una lenta y costosa recuperación de la senda del crecimiento.

- Los consumidores han probado masivamente las marcas blancas, motivados inicialmente por su menor precio... aunque al mismo tiempo demandan un alto nivel de calidad a las mismas.

- Las compañías continúan sufriendo los duros efectos de la caída general del volumen, que les repercute directamente en una menor cifra de negocio global.

- Los directivos y equipos de profesionales que se dedican a gestionar las áreas de *supply chain* (Planificación, Compras, Aprovisionamiento, Logística, Transporte, Distribución...), afrontan grandes retos a corto plazo para reducir los costes de sus operaciones, y cumplir los ajustados presupuestos que les asignan, manteniendo al mismo tiempo el nivel de servicio esperado a sus equipos comerciales.

Es en este entorno donde se mueve el profesional logístico (siempre con

amplia experiencia en la gestión práctica en sus ámbitos de responsabilidad funcional y en muchos casos con una sólida formación). En el caso de los mejores, con una especial capacidad que muchas veces no se ha explotado por parte de las compañías: su visión transversal del negocio y de los procesos clave del mismo.

La logística y sus sucesivas derivadas (*supply chain* en inglés) nacieron como una función de especialistas, para dirigir y solventar la operativa básica del movimiento de productos entre proveedores y clientes, a través de las distintas etapas del proceso (cadena) de suministro. Progresivamente se ha ido convirtiendo en una función más generalista, con la excelente base que les supone a sus actores su amplísima visión del negocio, su capacidad para visualizar la estrategia y finalmente plasmarla en mejoras de la operativa diaria.

En este contexto, ha surgido la nomenclatura cadena de valor para referirse a las actividades de la empresa que aportan valor al cliente-consumidor final, y que le han de proporcionar una ventaja competitiva respecto a la competencia. Su objetivo es proporcionar valor, minimizando los costes. Justamente lo que siempre han venido haciendo los logísticos en su ámbito diario de actuación.

Lograr el (fundamental) equilibrio entre coste y servicio ha sido siempre la base de la misión de los equipos logísticos, habituados a hacer de jamón en un sándwich ficticio entre el mundo productivo

“**El verdadero valor del profesional logístico es su visión global del negocio y su capacidad para reducir costes**”



industrial y el mundo comercial de servicio a los clientes.

Para validar esta nueva dinámica de aportación de este grupo de profesionales, el mejor ejemplo es comprobar como hoy en día los buenos profesionales logísticos están en el comité de dirección de las compañías, cuando no hace muchos años era bastante improbable encontrar dicha posición en el equipo directivo de primer nivel. Con

la feroz dinámica competitiva actual de los mercados, las compañías han optado por un enfoque de focalización del esfuerzo de sus equipos en dos grandes grupos básicos:

1.- Los que se dedican a aumentar cifra de negocios (*top line* en la cuenta de explotación).

2.- Aquellos que se dedican a reducir los costes asociados a dicha operación (haciendo eficientes las distintas líneas de coste, para optimizar el

resultado final *bottom line*). El resto de equipos de profesionales les dan soporte (Ejemplos: TIC, Administración o Recursos Humanos). Tradicionalmente, el logístico ha actuado como soporte al grupo 1 (básicamente aportando el mejor servicio al equipo comercial y al mercado) y como líder de iniciativas del grupo 2, aportando eficiencias de costes en todos ámbitos de la cadena de suministro global.

COMPRESIÓN GLOBAL DEL NEGOCIO

En la actualidad, han pasado a ser un grupo de profesionales más completos y mejor valorados. Aquí es donde reside el verdadero valor del buen profesional logístico: su capacidad de comprensión global del negocio, su dominio de los requerimientos para apoyar el crecimiento de la cifra de negocio y su proactividad y dinámica para reducir costes, vía la eficiencia de los procesos. Por todo ello su valor intrínseco ha crecido muchísimo y sigue en continua alza. Conocerlos mejor y trabajar junto a ellos, es realmente una excelente inversión.

Sirva esta reflexión como chispa para encender la curiosidad en el numeroso grupo de buenos profesionales de la función logística en nuestro país, a quienes os invito a acercaros vía *networking*, con la seguridad que os aportaran un amplio conocimiento del mercado, sus tendencias de futuro y su privilegiada visión transversal de la cadena de valor de sus negocios. ■

ANCHO DE BANDA



Alfonso Fuertes
Responsable Grupo de
Trabajo Carga Aérea de MPL

Un informe que pone los puntos sobre las íes en carga aérea

■ Es loable la labor realizada por el grupo de trabajo de carga aérea de MPL en la elaboración de un informe cuyo principal mérito es presentar de forma real y concisa la situación de la carga aérea en el aeropuerto de Barajas. No se da pábulo a lo bueno y maravillosas que son las instalaciones aeroportuarias madrileñas sino que dice claramente por qué no es competitivo y dónde tiene que mejorar. Sin rodeos ni medias tintas. Además, da un tirón de orejas a administraciones y compañías de bandera que hasta ahora no han mostrado interés en el negocio de la carga aérea.



ARCHIVO



Fernando González Laxe
Presidente de
Puertos del Estado

Fomentar las alianzas entre puertos para competir

■ El presidente de Puertos del Estado, Fernando González Laxe, insistió la semana pasada en la necesidad de “evitar la competencia desleal y apostar por las alianzas portuarias”. No es la primera vez que el presidente del organismo público hace referencia a este concepto, porque considera que es el principal camino para competir en un mercado global liderado por los enclaves del norte de Europa. González Laxe también recordó que Puertos del Estado no puede tomar la decisión de crear alianzas, pero sí puede apoyar a las autoridades portuarias para que lo hagan.



JUANJO MARTÍNEZ