

# AVARICIA

La obsesión desmedida de siempre generar ahorros a costa de reducir los estándares de calidad de los productos.



La Avaricia es uno de los pecados capitales que más daño causan a las empresas y que casi siempre por pretender gastar menos de lo necesario terminan por pagar muchas veces el doble de lo que pagaban antes, acciones como seleccionar a los proveedores que ofrecen tarifas muy bajas o al personal menos calificado para puestos de gran relevancia en este ámbito son de las acciones que se repiten de manera constante en el ambiente logístico y que siempre terminan por afectar de una manera directa el desempeño y la rentabilidad de las empresas.





## Minimización del costo

La atención en la Logística se puede seguir hasta los descubrimientos relativamente recientes de la teoría y la práctica de la obtención del costo total. En 1956, una monografía clásica que describía la economía potencial del flete aéreo proporcionó una nueva perspectiva en relación con el costo logístico. En un esfuerzo por explicar las condiciones bajo las cuales podía justificarse el transporte aéreo de costo elevado, Lewis, Culliton y Steele conceptualizaron el modelo logístico de costo total, el cual se posicionó para incluir todos los gastos necesarios con el fin de realizar los requerimientos logísticos. Los autores ilustraron una estrategia de distribución de piezas electrónicas en donde el costo variable alto del transporte aéreo de la fábrica al cliente compensaba por mucho las reducciones en los costos del inventario y el almacén en el lugar. Su conclusión fue que el medio logístico de costo total más bajo para proporcionar al cliente el servicio deseado, era centralizar el inventario en un almacén y hacer las entregas mediante transporte aéreo.

Este concepto del costo total no se había aplicado antes a las operaciones logísticas, probablemente porque en el clima económico de la época, la propuesta del costo total habría generado un gran debate debido a la ruptura radical con la práctica tradicional. La práctica administrativa que prevalecía, reforzada por la contabilidad y el control financiero, concentraba la atención en lograr el costo más bajo posible para cada función individual de la logística, con poca o ninguna atención en los compromisos del costo total integrado. Los administradores solían concentrarse en minimizar el costo de las funciones, como el transporte, sin esperar que tal esfuerzo consiguiera los costos combinados más bajos. El desarrollo del concepto del costo total abrió la puerta para examinar cómo se relacionan y se afectan entre sí los costos de las funciones. Los refinamientos subsecuentes permitieron una comprensión pormenorizada de los componentes del costo logístico e identificaron la necesidad fundamental de desarrollar un análisis de costos de las funciones y la capacidad de determinar los costos con base en las actividades. Sin embargo, la implementación de un costo del proceso logístico efectivo significa un desafío para el siglo XXI. Muchas prácticas de contabilidad continúan para servir como barreras para implementar por completo las soluciones logísticas de costo total.



# Generación del valor logístico

La clave para alcanzar un liderazgo logístico es dominar el arte de hacer coincidir la competencia operativa y el compromiso con las expectativas y los requerimientos de los clientes importantes. Este compromiso con el cliente, en un sistema de costos exactos, es la propuesta de valor logístico. Es un compromiso único de una empresa con un grupo de clientes o con un solo cliente selecto.

La empresa común busca desarrollar e implementar una competencia logística general que satisfaga las expectativas de los clientes con un gasto realista en el costo total. Muy rara vez el costo total más bajo o el servicio al cliente más alto alcanzable constituyen una estrategia logística conveniente. Asimismo, la combinación adecuada será distinta para clientes diferentes. Un esfuerzo logístico bien diseñado debe tener un alto impacto en los clientes, al mismo tiempo que controla la variación operativa y minimiza el compromiso del inventario. Y, lo más importante de todo, debe tener relevancia para clientes específicos.

En el ámbito de la administración se han realizado avances significativos en el desarrollo de elementos que ayudan a medir el compromiso costo/servicio. La formulación de una estrategia sólida requiere la capacidad para estimar el costo operativo requerido que logre niveles de servicio alternos. Asimismo, los niveles alternos del desempeño del sistema no tienen sentido a menos que se consideren en términos de las estrategias empresariales generales del abastecimiento a los clientes unitarios, la fabricación y los procesos estratégicos. Las empresas líderes comprenden que un sistema logístico bien diseñado y bien operado ayuda a alcanzar una ventaja competitiva. De hecho, como regla general, las empresas que obtienen una ventaja estratégica con base en la capacidad logística establecen la naturaleza de la competencia en su industria.

Es importante tomar en cuenta que no siempre lo más barato es lo más adecuado, y menos cuando se pretende tener una presencia importante en el mercado, es necesario trabajar con los proveedores adecuados que se encuentren alineados a los objetivos de la empresa y tener un costo competitivo acorde al nivel del servicio requerido.

Muchas veces cuando pretendemos pagar menos por un servicio, el proveedor lo va a dar pero con menor esfuerzo o inversión porque finalmente para los proveedores también es un negocio y difícilmente lo van a otorgar de con la calidad requerida si se pretende pagar siempre menos de lo que se quiere recibir, las empresas deben estar conscientes de que deben cuidar esta situación ya que muchas veces insisten en exprimir al cliente al máximo dejándole una rentabilidad mínima de su negocio y obviamente esta situación termina por romper la relación con el proveedor.

También existen empresas que constantemente están en la búsqueda del proveedor más barato y siempre lo van a encontrar, pero lamentablemente terminaran por pagar más de lo planeado por esa falta de asentamiento con los socios de negocios que se deben desarrollar y crecer de manera conjunta para que sea un ganar-ganar como en cualquier relación comercial entre proveedor y cliente.





EEs de vital importancia tomar en cuenta que en el aspecto logístico es necesario pagar el precio adecuado por el servicio que pretendemos recibir y que debe estar siempre alineado con el plan estratégico de la empresa, así también se debe tener bien presente que los extra costos son a los que se les debe prestar especial atención, si de alguna manera pretendemos gastar menos en nuestra operación logística y que en la medida en que se maneje una buena planeación estos extra costos cada vez serán menos.

En conclusión, podemos mencionar que sí se pueden reducir los costos si llevamos a cabo una buena planeación pero no podemos sacrificar la calidad de los servicios de nuestros proveedores por generar un ahorro, ya que esto puede provocar que los resultados de la empresa se vayan para abajo, sin embargo debemos estar atentos a los movimientos comerciales que se generen en el ámbito logístico ya que este medio es muy cambiante y, como se ha mencionado en capítulos anteriores, depende de muchos factores externos que no podemos controlar y que muchas veces terminan por afectar de manera positiva o negativa los precios en los mercados de transporte.



# MARCANDO EL PASO

— EN EL CUMPLIMIENTO DEL —

## COMERCIO EXTERIOR

Y ADUANAS



TLC ASOCIADOS FIRMA ESPECIALIZADA EN DEFENSA FISCAL, CONSULTORÍA, COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS

 TLC Asociados SC  
[www.tlcasociados.com.mx](http://www.tlcasociados.com.mx)  
[tlc@tlcasociados.com.mx](mailto:tlc@tlcasociados.com.mx)

Región Norte  
01(656) 980.0497

Región Noroeste  
01(664) 634.0189 | 01(664) 682.3901  
01(686) 980.0496

Región Centro  
01(55) 5280.3267  
01(55) 2623.1639

Región Bajío  
01(477) 211.6009





[tlc@tlcasociados.com.mx](mailto:tlc@tlcasociados.com.mx)

---



[TLC.Asociados.SC](https://www.facebook.com/TLC.Asociados.SC)



[tlc.asociados](https://www.instagram.com/tlc.asociados)



[tlcasociados](https://twitter.com/tlcasociados)



[tlc-asociados-s.c.](https://www.linkedin.com/company/tlc-asociados-s.c)



[TLC Asociados S.C.](https://www.youtube.com/TLCAsociadosS.C)



[www.tlcasociados.com.mx](http://www.tlcasociados.com.mx)

**Región Norte** (656) 980.0497

**Región Bajío** 01(477) 211.6009

**Región Noroeste** 01(664) 634.0189 • 01(664) 682.3901 • 01(686) 980.0496

**Región Centro** 01(55) 5280.3267 • 01(55) 2623.1639