

INTRODUCCIÓN

Los problemas estratégicos que confrontan las organizaciones comerciales en la actualidad están en el área de logística. Los problemas que enfrenta la función de logística son: 1) la explosión del servicio al cliente, 2) la condensación del tiempo, 3) la globalización de la industria, y 4) la integración orgánica. Primero, cada vez más mercados se ven envueltos en el artículo comercializado donde solo hay diferencias técnicas menores entre los competidores de productos. En lugar de las diferencias técnicas, el servicio al cliente se usa cada vez más como la principal fuente de valor agregado para ellos. Segundo, el tiempo se ha vuelto un problema crítico con dirección en acortar los ciclos de vida del producto y en clientes que requieren entregas a un tiempo determinado. Tercero, la globalización de medios en la industria de los materiales y componentes es creada mundialmente, manufacturados en las costas y vendidos en muchos países, quizás con costo local. Cuarto, en las organizaciones comerciales existe la necesidad de crear una fuerte integración, los materiales enfocados a los clientes influyen creando un sistema de dirección que cruza los límites funcionales tradicionales.

En un ambiente turbulento, es necesario dirigir las estrategias logísticas para lograr una ventaja competitiva. Una estrategia de logística continua en el proceso de dirección consiste en realizar análisis circunstanciales y definir las visiones logísticas, así como las metas estratégicas, definiendo objetivos logísticos y estratégicos y definiendo planes de acción, llevándolos a cabo y supervisando su ejecución.

Benchmarking ha surgido como una técnica popular usada en direcciones estratégicas. Según estudios recientes de entre 1000 compañías multimillonarias, el 65 %

de las organizaciones usaron benchmarking como una herramienta directiva para obtener una ventaja competitiva. Básicamente, benchmarking es la búsqueda de las mejores prácticas para lograr una actuación superior de la compañía.

Benchmarking puede aplicarse a través de cualquier área funcional en otra compañía, pero las aplicaciones de las funciones logísticas que han sido utilizadas por tiempo prolongado, tal vez sean las más exitosas.

El objetivo de éste trabajo es demostrar como el benchmarking logístico puede ser usado a través de un proceso jerárquico analítico como medio para obtener una mayor ventaja competitiva.

En el primer capítulo, repasaremos el concepto de benchmarking y los diferentes acercamientos al proceso. En el segundo capítulo, desarrollaremos un proceso de jerarquización analítica basado en un sistema de apoyo de decisiones para un proceso de benchmarking logístico continuo.