

LOGISTICA Y DISTRIBUCION



Concepto de Logística internacional

- Autoridad que tiene la empresa de movilizar materiales o productos hacia dentro o fuera del país.
- Toma completa de decisiones de las operaciones relacionadas con el movimiento del producto, así como las relaciones con proveedores y clientes,

Concepto de Logística internacional

- Requiere integración entre las áreas de desempeño, calidad y oportunidad para lograr la entrega “JUST TIME”, (JUSTO A TIEMPO) de productos, buscando:
 - Bajos costos de inventario
 - Intercambio electrónico de datos
 - Procesamiento electrónico de pedidos
 - Involucramiento con los proveedores para una mejor planeación del movimiento de los productos.

Concepto de Logística internacional

- La actividad de MK. Internacional requiere que los productos sean embarcados para llegar a los clientes finales.
 - Reglamentaciones internacionales
 - Fluctuaciones en diferencias de monedas
 - Negociación con Intermediarios adicionales, transportistas, aduanas, bancos, etc.

Actividades importantes de la Logística Internacional

- Administración de materiales, movimiento oportuno de materia prima, partes y accesorios.
- Distribución física o movimiento del producto terminado de la Fab. Al cliente extranjero.
- El costo útil para medir la eficiencia y eficacia del proceso.
- El Objetivo es minimizar este costo de logística mediante al instrumentación apropiada del concepto de sistemas.

Actividades importantes de la Logística Internacional

● Empaque internacional

- Envasar el producto en manera segura, conservable y presentable.
- Atención de instrumentaciones (cliente proporciona instrucciones a seguir)

● Inventario Internacional

- Medición del tiempo del ciclo de pedido
- Servicio al cliente
- Uso de inventarios como herramienta estratégica.

Factores que determinan la estructura del Canal de MK.

● Características del cliente

- Demográficas
- Psicográficas
- Cultura: Ajustarse a las estructuras existentes para conseguir la distribución.

Factores que determinan la estructura del Canal de MK

● Competencia

- Hay casos en que existe un único sistema de distribución para poder penetrar en el mercado int. Y no se puede cambiar.
- También si se permite se puede innovar con un enfoque de distribución completamente nuevo al de la competencia, desarrollando ventaja competitiva.

● Objetivos de la compañía

● Carácter: Naturaleza del producto, posicionamiento, cambio moneda, etc.

Factores que determinan la estructura del Canal de MK

● Capital:

- Requerimientos financieros para el establecimiento del canal, entre mas fuertes son las finanzas existe mayor capacidad de establecer canales.
- La tecnología es el rubro mas costoso e importante en el servicio de logística y distribución, las limitaciones financieras influyen en la estrategia de la empresa.

Factores que determinan la estructura del Canal de MK

- Cobertura: Números de áreas en las cuales los productos del mercadólogo están representados por el nivel de calidad.
 - Cobertura Intensiva: Se utiliza mayor diversidad y cantidad de intermediarios.
 - Cobertura selectiva: Selecciona los intermediarios para cada área a la que se penetra.
 - Cobertura exclusiva: Solo involucra una entidad en el mercado.

Asignación de Caso

Preguntas

