Os objetivos financeiros do investimento

No projeto de um novo centro de distribuição deve-se levar em conta os custos operacionais e os retornos esperados

Você consegue se imaginar falando ao seu pessoal de engenharia para projetar o melhor e mais novo produto possível sem avaliar o investimento? Imagine dizendo a eles que ao terminarem, serão acrescentados os custos diretos e indiretos e a margem de lucro almejada. Em seguida, o projeto é enviado ao departamento de vendas e marketing para promover o produto, pois obviamente o cliente pagará o preço. Esses clientes terão que pagar, pois é o que custa!

A menos que você tenha um produto extraordinário e exclusivo, toda empresa deve projetar seus produtos a um preço determinado pelo mercado. No entanto, com muita frequência, as empresas pedem às construtoras e consultorias para começar a planejar um novo centro de distribuição sem qualquer premissa quantificada de investimento. O motivo normalmente alegado é que elas não querem influenciar ou restringir a equipe de projeto. Elas dizem: "Queremos realmente as "melhores práticas". Esse enfoque vago raramente funciona, pois cada solução diverge muito em termos de investimento requerido. Nessas situações, são sugeridas alternativas de investimento baixo, médio e alto. Em 90% das vezes, o cliente escolhe a alternativa de baixo investimento mesmo quando a opção de alto investimento tem um ROI ("return of investment", retorno sobre investimento) maior. Por quê? Assim como os produtos, todo projeto tem suas restrições. O mercado não gosta de pagar muito pela solução qualquer que seja sua superioridade técnica. Cada projeto compete com outros projetos pelo capital limitado.

As metas e restrições financeiras do projeto direcionam os planos do centro de distribuição

Portanto, cabe a você auxiliar a empresa a tomar a melhor decisão, seja no curto, médio ou longo prazo.