**DESARROLLO TEMA 2 - LOGISTICA DE PEDIDOS**

**2. Logística de envío del producto**

**2.1 LOGISTICA - PREVENTA**

**2.1.1 Introducción a la Operativa de la preparación de pedidos:**

El envío de cualquier bien o producto adquirido en las tiendas de comercio electrónico es uno de los puntos más sensibles y controvertidos alrededor de la logística de despacho de productos, pues los ciberclientes no siempre son lo suficientemente pacientes y dispuestos para esperar por varios días lo que ya han pagado. Si en cuestión de dos o tres días no han recibido su pedido, se impacientan llegando hasta el punto de solicitarle al banco la anulación del pago efectuado. Es por eso que este tema es considerado como uno de los más importantes para lograr un buen record de servicio y atención a nuestros clientes en la red.

**2.1.2 Características y necesidad:**

Se tiene la necesidad de encontrar una estrategia efectiva que garantice una buena y oportuna atención a nuestros clientes con el despacho de los productos que han comprado en nuestra tienda virtual. Es por esto que es de suma importancia considerar algunas características claves tales como:

* El almacenamiento de la mercancía:

Debemos considerar que al no ser expertos en el almacenamiento y la administración organizada de un gran stock de productos, es importante considerar la posibilidad de contratar una empresa especializada en el manejo del tema y así evitarnos dolores de cabeza y pérdida de tiempo en algo en lo que no somos especialistas. Este tipo de empresas nos garantizan la preparación y el envío rápido y eficaz de nuestro productos garantizándonos bajo unos estándares de calidad y tiempos de atención la satisfacción plena de nuestros clientes.

* El control de Stock Online:

Estas empresas de Logística también nos ofrecen la posibilidad de ofrecernos sistemas automatizados para llevar un control online de nuestro stock de productos, pudiendo tener en nuestro poder la información en tiempo real para conocer la cantidad disponible de determinados productos y así poderlos o no ofrecer a nuestros clientes.

* El Cálculo o presupuesto de los gastos de transporte:

Otro de los aspectos fundamentales de la venta on-line de un producto físico es que necesitamos calcular con exactitud los gastos de envío del pedido hasta el domicilio del cliente, ya que tendrá que pagarlos junto con el importe de la mercancía. Sin embargo, este cálculo no siempre es sencillo hacerlo. Pensemos que el coste del transporte depende de muchas variables como por ejemplo: el peso del paquete, el volumen y del lugar de destino hacia donde lo tengamos que despachar, y que estos tres factores que debemos calcular de forma combinada, pueden complicarnos la operación notablemente cuando el pedido consta de varios productos de diferentes pesos y tamaños. Es por esta razón que es mejor dejar la función de administración y logística en manos de estas empresas, pues ellas disponen de sus propias tablas y programas de cálculo que pueden hacerlo por nosotros.

**2.1.3 Consideraciones básicas:**

* Lo primero y más sano que debemos hacer al momento de ofrecer un producto a nuestros clientes en la red, es ser claros y sinceros con relación al tiempo de entrega del producto como tal, pues muchas veces es mejor perder una venta que dejar insatisfecho a uno de nuestros clientes por crearle expectativas con las cuales al final no pudimos cumplir.
* Es muy importante que nuestro portal incluya el costo de transportar el producto en el montaje total del pedido. Ningún cliente está dispuesto a asumir costos adicionales al momento de recibir y tener el producto en su poder.
* Al seleccionar la empresa que nos manejara el tema de la logística, es de suma importancia evaluar la experiencia y reputación con la que cuentan en el mercado y que a su vez dispongan de un sistema de seguimiento de los paquetes enviados (Tracking del pedido) o rastreo de paquetes a través de un numero que identifica cada despacho, permitiéndole al cliente efectuar un control online completo acerca del envío de su producto.

**2.1.4 Documentación básica:**

La documentación necesaria para el manejo de la logística de nuestros productos, está relacionada directamente con el ámbito geográfico y de ubicación de nuestros clientes, pues si se trata de envíos con destino nacional, la documentación necesaria depende del tipo de producto vendido y de su valor. Generalmente los productos son despachados a los clientes con documentos básicos como: La factura de compra, el certificado de garantía, un manual de usuario o de instrucciones y en algunos casos cuando se trata de productos importados registro de aduana e impuestos por ingreso a nuestro país.

En el caso de despachos a nivel internacional, es importante considerar aspectos tan importantes como:

* Una gran empresa internacional de manejo de Logística y de transporte de productos hacia cualquier destino. Estas empresas son expertas en la documentación, las negociaciones de fletes y la búsqueda de la forma más económica de ofrecer su producto al comprador.
* Un producto puede ser adecuado en un determinado caso, sólo para transporte marítimo o aéreo. Es importante entender los principios básicos de la carga aérea o marítima ya que las tasas pueden variar de acuerdo a la capacidad, a las rutas comerciales, a la introducción de un nuevo mercado, etc. y frecuentemente son tomados con un rango de servicios intermodales. De todos estos aspectos se encarga la agencia de logística y aduanas para el manejo de nuestros productos.
* La carga aérea y marítima tienen una serie bien ordenada de convenios y especificaciones los cuales deben ser evaluados cuidadosamente. Un buen punto de partida es aprender lo que son los llamados “**Incoterms**” (Términos de Comercio Internacional), los cuales son fundamentales para el envío y el pago de los bienes embarcados a nivel internacional.
* **Las cartas de crédito (L / C)** son otro ejemplo de una forma de pago común, conocidas también como un crédito documentario, establecido por el comprador y que garantiza el pago al vendedor. La información acerca de este tipo de instrumentos, la podemos conocer más a fondo en el sector bancario.

**2.1.5 Registro y calidad:**

**Registro:**

Cada agente involucrado en la cadena de suministro de productos, debe disponer de un sistema informático preparado para poder generar, gestionar y registrar la información de trazabilidad necesaria en cada momento (entendiendo como información de trazabilidad los lotes y/o fechas asociados a cada producto).

Que información debemos registrar ?

Para determinar estas preguntas es importante responder lo siguiente:

Qué: registrar qué productos se han recibido o se han expedido.

• Quién: registrar de quién se han recibido o a quién se han expedido los productos.

• Cuándo: registrar la fecha en la que se recibieron o se expidieron los productos.

• Información trazabilidad: registrar alguna información de trazabilidad (lote

y/o fecha de caducidad/consumo preferente) que permita acotar el riesgo.

**La Calidad:**

Está directamente relacionada con aspectos muy importantes como la Trazabilidad, la cual se define como un grupo de procedimientos preestablecidos y autosuficientes que permiten conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de un producto o lote de productos a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, a través de herramientas determinadas. En otras palabras la Trazabilidad es la capacidad de seguir un producto a lo largo de la cadena de suministros, desde su origen hasta su estado final como artículo de consumo.

**2.2 LOGISTICA PEDIDOS - POSVENTA**

**2.2.1 Envases y embalajes:**

A medida que el mundo del comercio electrónico se desarrolla, también lo hacen las expectativas del cliente que compra en línea. Hace años el empaque y el envío eran simplemente una forma de recibir un producto comprado en línea, sin embargo, más y más personas están buscando que el envío, empaque y la presentación sean parte de una experiencia de compra.

Esta expectativa significa que para muchas empresas, fuera de la venta de mercancías, competir eficazmente significa ir más allá para impresionar a los clientes y superar sus expectativas mediante la entrega de algo más que un producto, sino también una experiencia.

Con base en lo anterior, algunos aspectos que juegan un papel muy importante en la cadena de logística de los productos y que debemos considerar, son los siguientes:

* El manejo de un formato adecuado al producto que contiene
* Protección del producto sin generar sobrecostos
* Facilidad en su manipulación
* Sostenibilidad económica
* Compromiso en el manejo medioambiental
* Adecuado manejo de la imagen de marca

Funciones esenciales del embalaje:

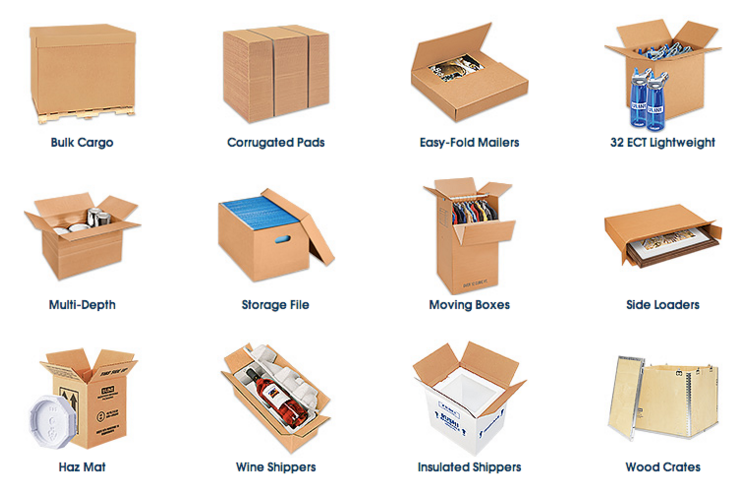
* Adaptación al producto que es transportado: El embalaje debe contener el producto perfectamente distribuido en su interior.
* Protección y seguridad el envío: la esencia del embalaje Material y formato del embalaje utilizado deben garantizar el perfecto estado del producto durante todo el trayecto
* Facilidad en el montaje: El embalaje debe facilitar el montaje por parte del usuario en el puesto de embalaje
* Coste controlado del embalaje

**2.2.2 Presentación y embalado:**

El embalaje de nuestros productos se puede considerar como un canal más de comunicación de su marca o la transmisión del mensaje comercial a nuestros clientes.

**2.2.3 Tipos de embalaje y Otros elementos:**

Antes de despachar nuestros productos, es muy importante el embalaje para que viaje seguro. Algunas opciones comunes son las cajas o sobres acolchados sin relleno. Para la mayoría de las empresas de Logística, es probable que tengamos que usar un tamaño de caja para empaquetar los productos para el envío, así como algún tipo de relleno o amortiguación. Ejemplos de tipos de embalaje son exhibidos en la siguiente imagen:



**Imagen tomada de: https://es.shopify.com/blog/14216173-guia-para-principiantes-en-envio-y-fulfillment-en-el-comercio-electronico**

**2.2.5 Medios y procedimientos:**

Es importante considerar los siguientes aspectos:

* Mantener ligero y pequeño el empaque: debido a que la mayoría de las empresas de envió y las opciones de esta se cobran en función del tamaño y el peso del paquete a despachar, debemos hacer todo lo posible para mantener el empaque lo más pequeño posible. Esto nos ayudará a ahorrar no sólo en costos de envío, sino que también mantendremos los costos de empaque y embalaje, para que no afecten sustancialmente las utilidades de nuestro negocio. Dependiendo del tipo de negocio y la línea de producto, es posible que necesitemos considerar la realización de unas cuantas tallas estratégicamente seleccionadas de los materiales de empaque, como un tamaño de cajas pequeño, mediano y grande.
* Opciones de envío a nuestros clientes: antes de poder enviar los productos, primero necesitamos decidir la estrategia para cobrar a nuestros clientes. Una opción de envío común y efectiva es la del envío gratis. Esta estrategia demuestra una reducción de costes para aquellos clientes fieles a nuestra tienda, pero estos costos se deben manejar de manera que no se afecten los interesas del negocio aplicando procedimientos tales como:

- Aumentar los precios de productos para cubrir los costos de envío (el cliente paga)

- Asumimos solamente los costos de envío como empresa

-Aumentar los precios de productos para cubrir los costos de envío (el cliente paga)

\*Además, puedes tratar de ofrecer el envío gratis sobre una cantidad de orden mínima. Esta estrategia puede ayudar a compensar los costos de envío, ayudando a aumentar el tamaño medio de los pedidos, sin embargo aún eres el que paga por fuera de sus márgenes.

* Seguros y seguimiento: Dependiendo de lo que estás vendiendo y su valor, el seguro de envío y seguimiento pueden ofrecer mucha seguridad. Con la mayoría de los mensajeros, el seguro y el seguimiento son relativamente baratos por lo que resulta conveniente recurrir a un seguro para evitar que uno de los paquetes se pierda o se dañe. Algunos servicios de pago como PayPal requieren una prueba de entrega o un número de seguimiento para ser elegible para el seguro del vendedor. Considera la compra de un seguro en artículos caros para que en los casos raros en que un paquete se pierda, esté cubierto. Ten en cuenta que en algunos servicios de transporte ya está integrado el seguro en el precio, o considera esto cuando compares varios precios de mensajería.

BIBLIOGRAFIA ELECTRONICA CONSULTADA:

http://pyme.net.uy/documentos/importancia\_logistica.htm

http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/183-logistica-exportacion

http://www.gestion-calidad.com/trazabilidad.html

http://es.slideshare.net/RajapackES/rajapack-embalaje-en-la-logstica-oct2014

https://es.shopify.com/blog/14216173-guia-para-principiantes-en-envio-y-fulfillment-en-el-comercio-electronico