

---

DESCUBRE LAS PECULIARIDADES DE LA  
**CADENA DE SUMINISTRO**

## COMPARATIVA ENTRE LA LOGÍSTICA TRADICIONAL (DFI) Y LA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

	LOGÍSTICA TRADICIONAL	LOGÍSTICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO
<b>MODELO DE DEMANDA</b>	Caracterizada por una demanda predecible, estable y consistente, donde prima el modelo <i>push</i> que responde a procedimientos especulativos que crea la propia empresa proveedora.	Se caracteriza por ser una demanda poco predecible, fluctuante, fragmentada, estacional, e incluso singular, en la que destaca el modelo <i>pull</i> o reactivo, ya que se reacciona a la demanda del cliente.
<b>TIPO DE CONSUMIDOR</b>	El tipo de consumidor es normalmente conocido, está fidelizado y es estratégico.	En este modelo comercial el cliente suele ser desconocido, es muy variable y hace compras puntuales.
<b>TIPO DE CARGA / VOLUMEN</b>	El tipo de carga para el movimiento de las mercancías se suele realizar en pallets / paletas (LCL) o en contenedores (FCL), como hemos visto en la parte de carga y manipulación de la DFI.	La carga se realiza normalmente en paquete y el volumen de envío para un destinatario suele ser muy pequeño.
<b>PLAZOS DE ENTREGA</b>	Los plazos de entrega suelen estar negociados entre la vendedora y la compradora. En los envíos internacionales hay un margen de tolerancia (tiempos de llegada y salida de los medios de transporte, ETD/ETA) y se pactan plazos, en lugar de una fecha señalada.	Los plazos de entrega son muy cortos y prima la inmediatez. La única excepción, como veremos más adelante, es el modelo de venta <i>flash</i> .
<b>FLUJO DE INFORMACIÓN / ÓRDENES</b>	En este caso el flujo es unidireccional.	En este modelo de comercio el flujo es claramente bidireccional, ya que la empresa necesita recibir primero la información del cliente, pero luego el cliente va a recibir toda la información de su pedido en tiempo real.
<b>DESTINO DE LAS MERCANCÍAS</b>	Normalmente el destino está concentrado, y será el de la propia empresa compradora o alguna tienda o almacén en destino.	Destinos muy dispersos, incluso con entrega en hogar y teniendo que considerar conceptos de última milla, como veremos más adelante.
<b>USO DE LOS INCOTERMS</b>	En el modelo tradicional destaca el uso de Incoterms F o C, en los que el vendedor asume muy pocos riesgos al realizar la entrega en su propio país. Además, el margen de uso es muy amplio pues se negocia entre las partes del contrato.	En este tipo de comercio los Incoterms que se utilizan son los D. El vendedor está obligado a entregar la mercancía en el lugar de destino señalado por el consumidor final, lo que implica que aquel asume todos los riesgos de pérdida o daño sobre la mercancía. En algunos países es difícil vender en condiciones DDP, lo que implica que el vendedor debe tener un representante fiscal en destino.
<b>ALMACÉN</b>	Es habitual contar con almacenes propios o subcontratados. En ocasiones se utilizan también estos tipos de almacenes en destino.	Como veremos más adelante, hay una serie de modelos propios del comercio electrónico que permiten almacenar mercancías para la venta <i>online</i> . Aquí entran en juego, como se verá también, en el Capítulo dedicado específicamente al comercio electrónico, los <i>marketplaces</i> . Además, en este modelo destaca el concepto de <i>fulfillment</i> , o cumplimiento en español, que define un conjunto de procesos y servicios para recibir, empaquetar y enviar las mercancías a los consumidores finales.
<b>LOGÍSTICA INVERSA</b>	Todo lo relativo a la logística inversa (reciclaje, reenvío de pallets, cajas, e incluso las devoluciones) estará pactado en el contrato entre partes.	En primer lugar, hay que contar con el hecho de que el cliente final, al ser un particular, puede ejercer su derecho de desistimiento, aunque la mercancía esté en perfectas condiciones. Eso supone un desconocimiento absoluto de lo que va a hacer el cliente en última instancia. Por otro lado, las empresas tendrán que implementar un sistema de recogida de envases, embalajes y devoluciones que cumpla con los requisitos exigidos por los países de destino en los que están establecidos los consumidores finales.

■ Fuente: elaboración propia a partir de Wang et al. (2004).

## MODELOS DE DISTRIBUCIÓN



### Dropshipping

Una empresa minorista vende los productos de un mayorista a través de internet, pero es el propio mayorista quien envía los productos a los clientes del minorista.



### Crossdocking

Las mercancías entregadas por el proveedor son recibidas en el almacén, pero no son almacenadas. Son directamente agrupadas, embaldadas y enviadas al cliente final.

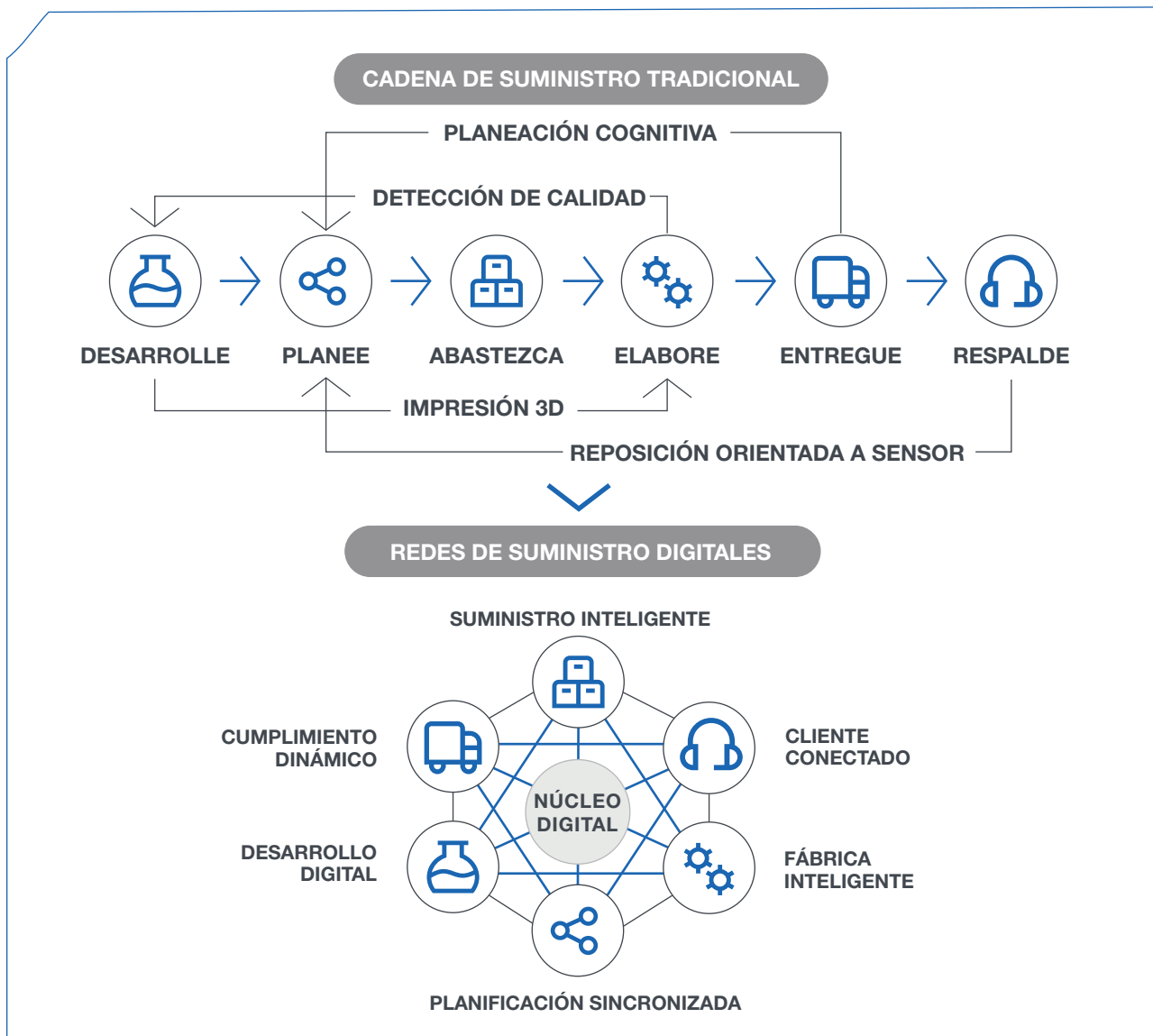


### Venta Flash

Venta promocional que se realiza durante un periodo de tiempo limitado.

“*Last mile delivery*”: entrega de los bienes o servicios adquiridos por el consumidor en el momento y lugar que este decida.

# TRANSFORMACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO TRADICIONAL EN REDES DIGITALES COMPLEJAS



Fuente: Deloitte (2019).

TECNOLOGÍAS MÁS RELEVANTES EN LA INDUSTRIA 4.0



La cadena de suministro, *Blockchain* y DLT

Permiten diseñar una estructura de sistemas que funcionan como una base de datos no centralizada.



Cadena de suministro y IOT

Los objetos pueden generar información sobre sí mismos y el entorno en el que se encuentran.



Cadena de suministro y la IA

Permite que los sistemas tecnológicos perciban su entorno, se relacionen con él, resuelvan problemas y actúen con un fin específico.

Estas tecnologías buscan mejorar sustancialmente las cadenas de valor en el comercio exterior.