

## **7. TECNOLOGÍAS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

Las tecnologías de la información juegan un papel crucial en la optimización de la Gestión de Pedidos y Distribución, tanto internamente para la organización como externamente hacia el cliente.

Tal y como se detalla en el apartado de Organización, este es un proceso de práctica multidepartamental. Por ello, la comunicación entre departamentos para mantener el flujo de materiales y de información del pedido sin distorsiones requiere niveles de informatización cada día mayores.

Pero no sólo por la coordinación. Los sistemas informáticos dan una rapidez de procesamiento de la información y de acceso a la misma que reducen significativamente los tiempos de actividad, respecto al tratamiento manual o parcialmente informatizado.

Externamente, la importancia de los sistemas de información son todavía más rentables, ya que permiten a los clientes realizar pedidos de manera más rápida, cómoda y eficaz, redundando en el aumento de pedidos.

Existen numerosas herramientas dedicadas a la Gestión de Pedidos y Distribución. Desde el ya ampliamente extendido fax para la entrada de pedidos y comunicación con el cliente, hasta aplicaciones a través de Internet, pasando por sistemas informáticos como EDI que enlazan al proveedor y al cliente con protocolos propios

La Gestión de Pedidos y Distribución está tomando cada día mayor relevancia en los sistemas informáticos integrados de gestión (ERP), así como en las aplicaciones de nuevas tecnologías, como el comercio electrónico B2B (Business to Business) y B2C (Business to Consumer).

La integración en un ERP multiplica la potencia de la Gestión de Pedidos y Distribución al hilar los pedidos a la disponibilidad de stock o la situación de la preparación de los pedidos.

Debido a su relación coste-efectividad y su alcance global, Internet está ganando gran popularidad como herramienta para la recepción de pedidos de clientes. Este medio les permite a los clientes efectuar pedidos y comprobar el estado de sus pedidos realizando su seguimiento.

Hoy en día, las empresas de transporte de mensajería ofrecen por Internet a sus clientes directos poder conocer en tiempo real el estado de su pedido. Pero también, este servicio ha sido extendido a los clientes de sus clientes, de manera que cualquier persona o empresa puede conocer el estado de un pedido realizado a una empresa que trabaja con estas empresas de mensajería.

Sin embargo, el comercio electrónico requiere que la logística adapte ciertas características. Al igual que posibilita la entrada de pedidos on line, también exige el tratamiento y respuesta a esos pedidos del mismo modo y para ello la empresa debe disponer de sistemas informáticos potentes y estructuras organizativas capaces de soportar esta nueva manera de proceder.

Por otra parte, la distribución debe transformarse hacia entregas más personalizadas, rápidas y con una capilaridad máxima. Para ello, es de presagiar la formación de redes de distribución como solución a esta nueva panorámica. En este sentido, los operadores logísticos jugarán un papel crucial como lanzaderas y epicentros de dichas redes.

