

**PÍLDORA FORMATIVA 4**

# Logística y gestión de pedidos digitales

## Contenidos

Integración de plataformas de pago en tu tienda en línea .....	2
Objetivos .....	2
Introducción .....	2
Métodos de pago .....	3
Gestión de inventario digital .....	4
Objetivos .....	4
Introducción .....	5
Gestión digital .....	5
ERP y otras herramientas .....	5
Ventajas de estas herramientas.....	7
Métodos de envío y logística en el comercio digital.....	8
Objetivos .....	8
Introducción .....	8
Métodos extendidos y habituales.....	9
Consideraciones prácticas .....	12
Estrategias para devoluciones y reembolsos eficientes.....	12
Objetivos .....	12
Introducción .....	12
Métodos para las devoluciones .....	13
Automatización de procesos: ahorrando tiempo y costos .....	15
Objetivos .....	15
Introducción .....	15
Procesos susceptibles de automatización .....	16
Webgrafía.....	18

# Integración de plataformas de pago en tu tienda en línea

## Objetivos

Al finalizar esta sección, los estudiantes serán capaces de:

- Entender que el análisis y selección de plataformas es algo delicado y estratégico.
- Buscar herramientas y sistemas que integren la mayor parte de las operativas que necesite y desee, evitando así incurrir en costes elevados, problemas de compatibilidad o inversiones excesivas de tiempo.
- Abrir la mente y ponerse al día en hábitos y tendencias de logística y entrega.

## Introducción

Elegir bien es actuar bien, esta es una estrategia clave a la hora de utilizar servicios digitales para con mis clientes, con lo que la plataforma de pago no será una excepción. Pagar es una de las partes más delicadas de todo proceso online (ya de por sí opaco en muchas de sus partes) y a las personas no les gusta arriesgar su dinero.

Una buena elección puede implicar no tener que integrar nada, sino asumir que nuestra elección previa, la de la plataforma de venta online, ya ha elegido lo mejor para nosotros. Esto nos delega a, en muchos casos, hacer las cosas bien en todo lo estudiado en el módulo 2 de este programa formativo; no obstante, hablaremos de las peculiaridades.



## Métodos de pago

Adelantamos aquí algo que vamos a estudiar más adelante: el apartado legal obligatorio de “Términos y Condiciones de Uso”, el cual ya contendrá un apartado identificado como “Métodos de Pago” en el que estará contado al cliente cómo puede pagar y lo relacionado con ello. ¡Tarea informativa resuelta!

Los métodos de pago que integre por defecto una plataforma de venta online de nuestra elección son los prioritarios para contemplar. Estas plataformas no obligan a usarlos todos, ni suelen impedir añadir otros nuevos, todo depende de los criterios de coherencia que planteemos seguir pensando en aspectos diversos:

- Tipologías y madurez del cliente típico.
- Mercados a nuestro alcance.
- Productos y servicios que distribuimos.
- Demandas y modas imperativas.
- Asuntos de otras naturalezas afines.
- Etc.

Más adelante los comentaremos de nuevo, pero adelantamos ya los más conocidos:

- A. Transferencias estándar a través de Pasarelas Bancarias Seguras.
- B. PayPal, un clásico multiplataforma desde siempre.
- C. Bizum, que también permite dividir un pago y va ganando adeptos, día a día. Hoy ya permitido incluso por casi todas las entidades financieras.
- D. Amazon Pay / Google Pay / Apple Pay / exclusivos de cada marca, pero admitidos por otros muchos comercios virtuales ajenos. Muy aconsejables.
- E. GlobalPayments, un TPV Virtual, como muchos, pero muy extendido.
- F. Twyp, que pertenece a ING Direct.
- G. Revolut, una “Tarjeta de Débito” muy común con su propia seguridad.
- H. Paycomet, que pertenece al Banco Sabadell.
- I. Money, bastante conocido, sobre todo fuera de España.
- J. Aplázame, orientada a la financiación, pero de forma segura.
- K. Monedas Virtuales, mejor por pasarela segura, y mejor para expertos.
- L. Pago con Smartphone, con sus capas de seguridad y aplicaciones intrínsecas
- M. SEPA Direct Debit, muy extendido por el resto de Europa.

Pagos mediante enlaces, que se puede usar desde soportes y aplicaciones muy diversos:

- Presupuestos en pdf.
- Cualquier “Red Social”.
- Correo electrónico.
- Mensajes SMS.
- WhatsApp.
- Etc.

Pagos mediante código QR, que también sirven para soportes impresos:

- Publicidad directa (paneles, folletos...).
- Catálogos y etiquetas

- Anuncios urbanos
- Recaudaciones (pagos y donativos)
- Etc.

Un código QR, acrónimo de “Quick Response” o “respuesta rápida” es una especie de código de barras bidimensional en formato cuadrado que almacena información y permite un acceso rapidísimo a ella. Al leerlo o escanearlo con la cámara de un teléfono móvil, tableta u ordenador, el QR permite redirigirnos a una página web, mostrar información textual, proporcionar información de contacto, o incluso realizar otras acciones más complejas, pero siempre automáticas y digitales.



Es ampliamente utilizado en marketing, comercio y servicios, digitales y tradicionales, porque facilita mucho el acceso a información digital sin necesidad de teclear o escribir una dirección URL completa y exacta o realizar búsquedas de forma manual por los navegadores de los dispositivos.

Pagar es una de las acciones más delicadas e inquietantes para muchas gente.

## Gestión de inventario digital

### Objetivos

Al finalizar esta sección, los estudiantes serán capaces de:

- Conocer las ventajas de la digitalización de los inventarios, apostando por priorizar dicha estrategia.
- Promover la integración de los inventarios físicos con los virtuales de cara a mejorar servicio al cliente y facilitarnos la logística en general.

## Introducción

Hacer uso de la tecnología especializada para controlar, supervisar y optimizar el inventario de un negocio es hoy ya un imperativo indiscutible, sobre todo cuando manejamos cantidades grandes de referencias y podemos tener dificultades de abastecimiento.

## Gestión digital

A través de herramientas de gestión digital, los negocios pueden ya, en tiempo real, monitorear la cantidad de productos en stock, gestionar órdenes de compra y prever la demanda. Con ello habremos evitado tanto el exceso de inventario, como la escasez del mismo. Este clase de gestión digital mejora la eficiencia, reduce costos y permite tomar decisiones más correctas, incluso de forma preventiva, gracias a la disposición de suficientes datos precisos. Hoy es ya, como se comentaba, una práctica clave en la digitalización de cualquier comercio por modesto que sea.

Volvamos a replantearnos los aspectos anteriores por su indiscutible sinergia:

- Tipologías y madurez del cliente típico.
- Mercados a nuestro alcance.
- Productos y servicios que distribuimos.
- Demandas y modas imperativas.
- Asuntos de otras naturalezas afines.
- Etc.

Estas formas de “Pensamiento Estructurado” no son baladí, implican ser metódicos a la hora de cubrir todos los flancos y vicisitudes para una estrategia concreta.

¿Tenemos problemas reales y recurrentes de almacenaje o de aprovisionamiento?

## ERP y otras herramientas

Un sistema informático ERP (**Enterprise Resource Planner**) se entiende como la herramienta global de Planificación de los Recursos Empresariales. En España la costumbre es denominarlos Software de Gestión Integrada. Lo que sería la acción de integrar toda la gestión de una organización mediante un sistema, global y completo, de gestión multidepartamental. Todo el sistema se soporta sobre una Base de Datos relacional y centralizada, o varias.



Tengamos muy en cuenta la posibilidad real de integrar estos ERP con las plataformas de comercio digital, en caso de que no sean incluso la misma cosa por disponer ya de todos esos módulos el propio ERP.

Un infinito conjunto de herramientas del mercado, vistas muchas en el módulo 2, pertenecen a este conjunto de opciones versátiles que dispondrán de estas funciones. Si bien es cierto que la contratación de diferentes módulos a tarifas distintas e incrementales será lo que permita el escalado y la multifunción de la herramienta al completo.

La siguiente lista nos muestra que pueden existir módulos independientes en un ERP o herramienta similar, pero todos se integran para trabajar contra dicha BB.DD. centralizada, donde se guardará siempre al completo la información necesaria para la “*lógica de gestión*”:

1. Gestión de clientes (CRM).
2. Contabilidad.
3. Control de procesos de producción.
4. Gestión de recursos humanos y nóminas.
5. Compras y de proveedores.
6. Control de inventarios.
7. Ventas presenciales y virtuales.
8. Etc.

Disponer de equipos informáticos actualizados y dimensionados es primordial.

## Ventajas de estas herramientas

Muchos son los beneficios de disponer de un ERP o sistema similar; y los expertos podemos acordar que las ventajas más relevantes serían:

- a) Disponibilidad de la “información de gestión” (...por encima de todo, buena visión).
- b) Optimización de los procesos de gestión (flujos económicos y financieros).
- c) Coherencia y homogeneidad de la información (un único archivo de artículos, un único archivo de clientes, etc.).
- d) Integridad y unicidad del sistema de información.
- e) Uso compartido del mismo sistema de información que facilita la comunicación interna y externa.
- f) Reducción al mínimo de los costes de gestión de la información.
- g) Globalización de la formación (misma lógica, misma ergonomía).
- h) Aumento de la productividad y del crecimiento.
- i) Control de los costes, de los plazos de puesta en marcha y de implementación.

En España, el uso de los ERP varía según el tamaño de la empresa, sobre la base de sus necesidades y presupuestos, muy distintos para pequeñas y grandes organizaciones. Un listado de que partir, sumando el asesoramiento experto para facilitar las decisiones, sería:

1. **Odoo**: Con su versión gratuita y modular, es muy popular entre pymes. Es fácil de personalizar y cuenta con funcionalidades adaptables a distintas áreas, como ventas, contabilidad y CRM.
2. **Sage 50cloud**: Adaptado para pymes, permite la integración con Office 365 y ofrece herramientas para gestión contable, fiscal y de inventarios.
3. **Holded**: Desarrollado en España, es un ERP en la nube con módulos para facturación, inventario, CRM y gestión de proyectos, especialmente atractivo para autónomos y microempresas.
4. **Dolibarr**: De código abierto, es una solución económica para pequeñas empresas que buscan flexibilidad en la gestión de ventas, facturación y finanzas.
5. **SAP S/4HANA**: Muy utilizado en grandes empresas por su capacidad para manejar grandes volúmenes de datos y la integración de múltiples áreas, como finanzas, logística y recursos humanos.
6. **Microsoft Dynamics 365**: Ofrece una plataforma unificada que combina ERP y CRM. Es adaptable y permite a las grandes empresas gestionar desde finanzas hasta ventas y atención al cliente.
7. **Oracle ERP Cloud**: Ideal para empresas que requieren un alto nivel de personalización y herramientas avanzadas de análisis y reporting.
8. **Infor**: Especialmente en sectores como manufactura, distribución y retail, proporciona soluciones específicas adaptadas a las necesidades de grandes corporaciones.

Todas estas opciones se han consolidado en el mercado español, a las que podemos sumar aquellas específicas de comercio electrónico ya vistas y que integren módulos de aprovisionamiento.

Aprovechemos que nos ofrecen siempre distintas configuraciones y precios, lo que permite a comercios de cualquier tamaño encontrar una solución ajustada a sus capacidades y necesidades.

Como se intuye, Shopify, PrestaShop, Wix eCommerce o WooCommerce, serían algunas de esas plataformas asequibles y suficientemente versátiles para pequeñas empresas, y aunque no son ERP completos, ofrecen funcionalidades que pueden ayudar a centralizar y automatizar varios procesos operativos. En general, su versatilidad nos permite centralizar varias operaciones comerciales en un solo sistema, ofreciendo funciones que en otros casos requerirían un ERP básico.

## Estadísticas a sopesar

En los casos de éxito de la integración de herramientas digitales como las que hemos sugerido, se encuentran resultados operacionales muy estimulantes como para decir pasar a la acción de forma inmediata. A modo de “ejemplo general”, diremos que:

- Incrementos del volumen de ventas hasta del 43%.
- Incrementos de la satisfacción de los clientes del 22%.
- Reducción de reclamaciones y servicios postventa “imprevistos” del 50%.
- Reducciones de ciclo de ventas del 24%.
- Bajada del ratio de roturas de stock a 0%

## Métodos de envío y logística en el comercio digital

### Objetivos

Al finalizar esta sección, los estudiantes serán capaces de:

- Disponer de un abanico suficientemente amplio y versátil de alternativas logísticas.
- Aprovechar las fortalezas digitales de cada sistema integrable con nuestra tecnología.

### Introducción

Para el comercio digital, y más concretamente, para comercios modestos en entornos rurales que buscan operar de forma óptima, parece clave elegir métodos de envío y logística que sean asequibles, que se adapten a las limitaciones del entorno, que aprovechen las oportunidades y que sean sostenibles.

Cuando la envergadura de la empresa precise de sistemas más versátiles o potentes, todo lo tradicional estaría también en la lista de lo valorable; siempre y cuando las peculiaridades de nuestro entorno rural no lo impidan: distancias a puertos o aeropuertos, carencia de vías férreas, características de las carreteras, normativas municipales, leyes autonómicas o nacionales, etc.





## Métodos extendidos y habituales

Vamos a plantear alternativas viables que se describen a continuación, tratando de encajar ventajas y realidades del escenario real en el que esté cada negocio particular:

### 1. Envío directo

#### Cómo funciona

El comerciante colabora con un proveedor que envía los productos directamente al cliente final. El comercio actúa como intermediario, ahorrándose la gestión de inventarios.

#### Ventajas

Reduce costos de almacenamiento e inventario, lo cual es ideal para negocios pequeños con espacio y presupuesto limitados.

#### Consideraciones

Dependencia de los proveedores para cumplir tiempos de entrega y disponibilidad de productos. Es importante seleccionar proveedores confiables.

### 2. Envíos grupales o colaborativos con comercios locales

#### Cómo funciona

Los comercios rurales se agrupan para compartir los costos logísticos de envíos, optimizando rutas de entrega y costes de transporte.

#### Ventajas

Reducción de costos al aprovechar economías de escala. Además, fomenta la colaboración entre negocios locales, beneficiando la economía rural.

## Consideraciones

La coordinación entre comercios puede ser un desafío, pero existen soluciones digitales que pueden facilitar la organización.

## 3. Puntos de recogida y entrega locales (llamado a veces “Click and Collect”)

### Cómo funciona

En lugar de enviar productos a cada cliente, el comerciante establece puntos de recogida en ubicaciones estratégicas (p.ej., tiendas colaborativas, ayuntamientos, centros comunitarios e incluso locales propios).

### Ventajas

Reducción de costos de envío al centralizar entregas y aprovechar una infraestructura cercana. También mejora la flexibilidad para los clientes, quienes pueden recoger sus pedidos en horarios convenientes.

### Consideraciones

Necesita una red de colaboradores locales que facilite los puntos de recogida, pero es muy útil para zonas rurales donde el envío a domicilio puede ser costoso.

## 4. Envío mediante transportistas locales

### Cómo funciona

Los negocios contratan servicios de transporte local (p.ej., taxis, furgonetas, u otros transportistas rurales) para realizar las entregas en su área cercana.

### Ventajas

Mayor flexibilidad y menor costo en distancias cortas. Además, apoya la economía local, generando empleo y actividad en la zona.

### Consideraciones

Limita la cobertura geográfica, pero es ideal para entregar en un área relativamente pequeña y cercana al comercio.

## 5. Servicios de paquetería nacional e internacional

### Cómo funciona

Servicios como Correos, SEUR, y MRW ofrecen tarifas especiales para pymes y zonas rurales, con cobertura nacional e incluso internacional.

### Ventajas

Gran cobertura y facilidad de integración con plataformas de comercio electrónico. Muchas empresas de paquetería ofrecen servicios de rastreo y seguros, lo que aporta confianza a los clientes.

## Consideraciones

Puede ser más caro para envíos muy pequeños o poco frecuentes, aunque algunos servicios tienen tarifas reducidas para envíos regulares o en volumen.



### Idea clave

*Cada uno de estos métodos puede adaptarse a las necesidades y posibilidades de los comercios rurales, facilitando una logística, ágil, sostenible y accesible sin requerir infraestructuras complejas o inversiones elevadas.*

## Otras tendencias

Los **puntos de entrega “públicos”**, denominados **eLockers** o Lockers a secas, ya se imponen hace tiempo en ciudades o vecindarios grandes. Son taquillas inteligentes con algún sistema de seguridad, que se sitúan en sitios accesibles en forma y horarios. Reducen la carga logística de la denominada “última milla.” Aún con todo, ¡no es mala idea traerlos a nuestro terreno!

Igualmente, muchos **otros comercios tradicionales** (tiendas, agencias de viaje, panaderías, librerías...) se alían de forma “*lucrativa*” para prestar servicios de entrega/devolución, que el cliente preselecciona. ¡Es muy buena idea!

El envío mediante **bicicletas o vehículos eléctricos**, pensando en ecología y sostenibilidad, pueden añadir velocidad y reducir emisiones.

**Las entregas nocturnas** cuando el tráfico es menor, hay menos restricciones de aparcamiento, especialmente en centros urbanos, o cuando las personas suelen estar ya en sus hogares destino, pueden aportar eficiencia logística. Incluso tarifas más económicas a cargar en mis clientes.

## Consideraciones prácticas

Ceñirnos a un solo sistema de entrega de pedidos no suele ser una buena idea, permitir que el cliente decida entre diversas alternativas adecuadas a sus propias circunstancias sería lo más ideal. Consideremos pues disponer de más de un método para que el cliente, a modo soberano, pueda el decidir qué es lo que más le conviene. Esto será siempre un detalle más de satisfacción para el cliente.

Pensemos siempre si la sostenibilidad es una característica aplicable a nuestras decisiones empresariales.

## Estrategias para devoluciones y reembolsos eficientes

### Objetivos

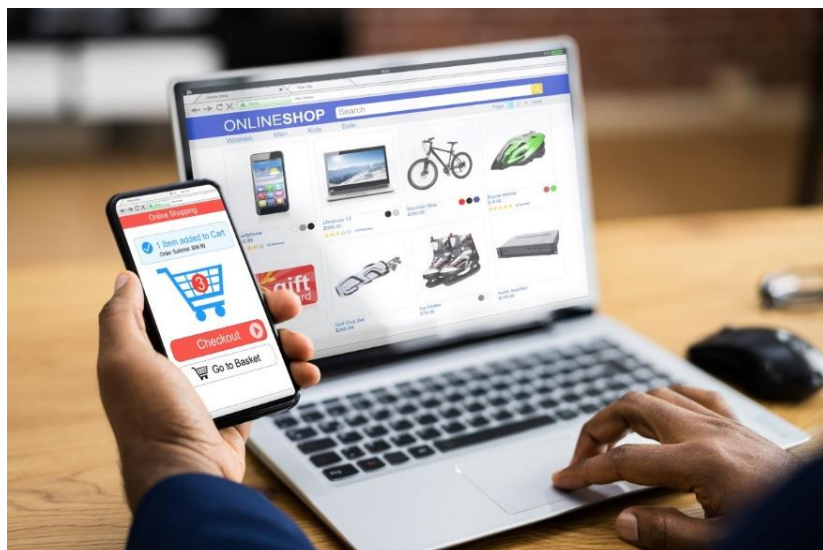
Al finalizar esta sección, los estudiantes serán capaces de:

- Ubicar la prevención de los problemas en la primera posición de la estrategia con cualquier servicio de comercialización.
- Gestionar con especial cuidado los reembolsos, devoluciones o cambios evitando así clientes insatisfechos y potenciales conflictos.

### Introducción

Toda devolución necesita datos fiables, mucho más cuando hablamos de reembolsos. Recoger DATOS necesarios, consistentes y completos es primordial. ¿Qué NECESIDAD hay de MOLESTAR tan a menudo a nuestros clientes solicitando cosas que ya sabemos o información que podríamos haber recibido ya en otro momento? Pensemos siempre de manera empática y las claves serán ofrecer FACILIDADES, SERIEDAD y SEGURIDAD al cliente. Al menos eso...

Anticiparse y mejorar la calidad de productos, servicios, información y atención al cliente, facilita que no se produzcan situaciones indeseadas y dificultades extra.



Podemos destacar las 7 reglas básicas de todo sistema logístico, para que los reembolsos y devoluciones se minimicen y los conflictos no se produzcan:

Conseguir...

1. EL PRODUCTO / SERVICIO CORRECTO
2. En la CANTIDAD CORRECTA
3. En las CONDICIONES CORRECTAS
4. En el LUGAR CORRECTO
5. En el MOMENTO CORRECTO
6. A la PERSONA / ENTIDAD CORRECTA
7. AL PRECIO CORRECTO

Esto “*no es poco*”, pero es viable, haciendo las cosas bien y aprovechando el amplio conjunto de ventajas competitivas de la digitalización. Y hagamos una estricta vigilancia de las “CONDICIONES”, aquello que enmarca el ACUERDO DE SERVICIO para con mi negocio y los clientes. *¡Qué nadie se exceda ni abuse!*

La insatisfacción del cliente puede ser subjetiva, pero la fidelización nunca lo es.

## Métodos para las devoluciones

La gestión de devoluciones es clave en el comercio digital, especialmente en lugares donde los clientes esperan rapidez y comodidad. Detallamos aquí algunos métodos comunes y efectivos para gestionar devoluciones, siendo algunos los mismos que los de entrega:

### 1. Logística inversa optimizada

#### Cómo funciona

Implementar como métodos de devolución el que se ofreció para la entrega aprovechando la información de la cual ya disponemos digitalmente.

#### Ventajas

Simplifica y abarata la gestión de devoluciones, evitando que el cliente tenga que asumir costos elevados o invertir tiempo extra en darnos información.

#### Consideraciones

Ofrecer claridad y facilidades en las devoluciones aumenta la confianza de los clientes en los comercios rurales, especialmente en comercio digital.

### 2. Devoluciones en tienda física o taquillas

#### Cómo funciona

Los clientes devuelven los productos directamente en mi establecimiento físico, en una entidad colaboradora, o una taquilla (locker).

## Ventajas

Ahorra costos de logística inversa y puede generar ventas adicionales, ya que los clientes pueden hacer nuevas compras o cambios si visitan mi tienda. Las taquillas podrían funcionar 24 horas.

## Consideraciones

Requiere contar con ubicaciones físicas o socios comerciales, lo cual es más fácil en ciudades y áreas metropolitanas. Podrían aplicarse incentivos (bonos, descuentos...) para persuadir al cliente.

## 3. Recogida en domicilio

### Cómo funciona

Un servicio de mensajería recoge el producto devuelto en la dirección del cliente, en el horario que mejor le convenga.

### Ventajas

Ofrece máxima comodidad al cliente y es ideal para productos voluminosos o clientes que no pueden desplazarse.

### Consideraciones

Es más costoso para la empresa, pero suele generar satisfacción y lealtad del cliente. Este servicio es frecuente en ciudades con alta demanda de conveniencia.

## 4. Devoluciones automatizadas en quioscos

### Cómo funciona

Algunos comercios ofrecen quioscos en ubicaciones clave donde los clientes pueden escanear su producto y completar una devolución automatizada sin asistencia.

### Ventajas

Ahorra tiempo y permite devoluciones rápidas. Es un sistema moderno que agiliza el proceso para el cliente.

### Consideraciones

En fase de expansión, es efectivo en ciudades con alta densidad de clientes y grandes volúmenes de devoluciones, pero puede adaptarse.

## 5. Método de devolución rápida con etiqueta prepagada

### Cómo funciona

Se incluye una etiqueta de devolución prepagada en el pedido, permitiendo al cliente enviar el producto de vuelta fácilmente por correo o mensajería.

### Ventajas

Agiliza y proporciona una experiencia cómoda para el cliente.

## Consideraciones

Genera costos adicionales para la empresa si los clientes realizan muchas devoluciones, pero es común y esperado en el comercio digital.

## Automatización de procesos: ahorrando tiempo y costos

### Objetivos

Al finalizar esta sección, los estudiantes serán capaces de:

- Conocer la diferencia entre ser eficaz y ser eficiente, poniéndolo en práctica.
- Identificar realidades que permitan ahorros de tiempo y dinero sustanciales, como para motivarnos a digitalizar cada vez más y mejor.

### Introducción

La clave de la automatización es la EFICIENCIA. Tenemos que diferenciar eficacia de eficiencia. Algo eficaz es algo que funciona, pero algo eficiente es algo que minimiza el uso de los recursos, es algo que mejora la calidad del producto o del servicio final. Y de todo esto estamos hablando de mejorar la calidad de los servicios y de ahorrar tiempo, energía, costes o cualquier otro recurso implicado en el negocio.



## Procesos susceptibles de automatización

Los procesos más comunes de ser automatizados, aquellos por los que debemos apostar, los explicamos a continuación; pero primero hemos de considerar PRIORIDADES y tiempos de ejecución racionalizando y equilibrando nuestros deseos frente a la visión del cliente:

### 1. Gestión de Inventario

- **Control de stock:** seguimiento automático de niveles de inventario y alertas de reposición.
- **Pedidos automáticos a proveedores:** Solicitudes automáticas de productos cuando el inventario alcanza un nivel mínimo.
- **Inventario inteligente:** Uso de IA para prever demandas y ajustar el stock de acuerdo a tendencias de ventas.

### 2. Gestión de Ventas y Punto de Venta

- **Procesamiento de pagos:** Sistemas de cobro digitales.
- **Facturación y recibos digitales:** Emisión de facturas y comprobantes automáticamente tras cada venta.
- **Cajas automáticas:** Sistemas de autoservicio para agilizar la experiencia de compra.

### 3. Atención al Cliente

- **Chatbots y asistentes virtuales:** Respuestas automáticas a preguntas frecuentes en tiempo real.
- **Emails y notificaciones automáticas:** Envío de confirmaciones, actualizaciones de pedido y encuestas postventa.
- **Programas de fidelización:** Gestión de puntos y recompensas para clientes recurrentes.

### 4. Marketing Digital

- **Email marketing:** Segmentación y envíos automáticos de campañas personalizadas.
- **Redes sociales:** Programación y publicación automatizada de contenidos.
- **Publicidad online:** Creación y optimización de campañas en Google Ads y redes sociales.
- **Análisis de comportamiento del cliente:** Automatización del análisis de comportamiento y personalización de ofertas.

### 5. Gestión de Pedidos y Logística

- **Procesamiento de pedidos:** Sistema automático de ordenación y confirmación de pedidos.
- **Seguimiento de envíos:** Notificaciones automáticas sobre el estado y la ubicación del envío.
- **Logística y distribución:** Optimización de rutas de entrega mediante algoritmos para reducir tiempos y costos.

### 6. Gestión Financiera

- **Contabilidad:** Registro automático de ingresos y gastos.
- **Conciliación bancaria:** Automatización de la conciliación de cuentas y transacciones.
- **Análisis financiero:** Generación de informes de ingresos, costos y beneficios en tiempo real.



## 7. Gestión de Personal

- **Registro de asistencia:** Control automático de horarios y ausencias.
- **Asignación de turnos:** Automatización en la creación de horarios basados en demanda y disponibilidad.
- **Evaluación del rendimiento:** seguimientos automáticos del desempeño y productividad del personal.

## 8. Gestión de Devoluciones y Reclamaciones

- **Procesamiento de devoluciones y cambios:** Sistema automatizado para solicitudes y autorizaciones de devolución.
- **Reembolsos:** Emisión de reembolsos automáticos, dependiendo de la política de devoluciones.
- **Seguimiento de incidencias y reclamaciones:** Control de las quejas y resolución de problemas de los clientes.

## 9. Análisis de Datos y Toma de Decisiones

- **Informes automáticos:** Generación de informes de ventas, inventario, clientes y marketing.
- **Indicadores en tiempo real:** Control de indicadores clave (KPI) como ventas, satisfacción del cliente y eficiencia operativa. Unido a los objetivos propios.
- **Predicción de tendencias:** Uso de algoritmos e IA para identificar tendencias futuras en el mercado.

## 10. Cumplimiento Normativo

- **Gestión de normativas de protección de datos:** Procesos automatizados para el cumplimiento de la Ley sobre protección de datos u otras normativas.
- **Sostenibilidad y gestión de residuos:** Automatización de reportes y controles de residuos, para cumplir con leyes ambientales.

## 11. Optimización del Espacio Físico

- **Control de iluminación y climatización:** Sistemas inteligentes de gestión de temperatura y luz para optimizar costos.
- **Gestión de cámaras y sensores:** Monitorizar automáticamente el flujo de clientes para ajustar la disposición del espacio.

Los Chatbots solo simulan conversaciones humanas, se basan en Inteligencia Artificial, para poder ser de ayuda a clientes y usuarios de sistemas digitales.

Todos y cada uno de los procesos anteriores puede ser optimizado según el tipo de comercio, el tamaño y las necesidades específicas. Una combinación de ellos puede incrementar la eficiencia operativa, mejorar la experiencia del cliente, reducir costos a corto y largo plazo, y ahorrar cantidades inmensurables de horas de trabajo, de tiempos de respuesta y de accesibilidad a la información.

## Webgrafía

- Microsoft. (s.f.). *Dynamics 365*. Microsoft. Recuperado de <https://www.microsoft.com/es-es/dynamics-365>
- ERPpara. (s.f.). *ERP para logística*. ERPpara. Recuperado de <https://www.erppara.com/logistica>