

# NIVEL DE SERVICIO

El nivel de servicio es uno de los indicadores más relevantes dentro del desempeño logístico, ya que refleja la capacidad de una empresa para cumplir con las expectativas del cliente en tiempo, forma y calidad. Este KPI mide qué tan bien la organización logra entregar los productos solicitados en el momento pactado y bajo las condiciones acordadas. Según Rushton et al. (2017), el nivel de servicio funciona como una métrica integral que sintetiza factores como disponibilidad de inventario, precisión en el surtido y cumplimiento de la promesa de entrega.

Uno de los componentes más importantes del nivel de servicio es la confiabilidad en la entrega. Chopra y Meindl (2021) explican que el cliente evalúa su experiencia con base en la consistencia del cumplimiento, incluso por encima de la velocidad. Esto implica que un plazo de entrega moderado pero estable puede generar mayor satisfacción que uno rápido pero irregular. Por ello, este indicador ayuda a identificar fallas en la planeación de la demanda o en la eficiencia del transporte.

El nivel de servicio también está relacionado con la disponibilidad del inventario. Si la empresa no cuenta con el producto cuando el cliente lo solicita, no solo pierde la venta, sino que compromete la percepción general del servicio. Este factor es crítico en entornos omnicanal, donde los consumidores comparan existencias en tiempo real. Una baja disponibilidad puede evidenciar deficiencias en los pronósticos o en la asignación de inventarios.

Otro elemento crucial es la precisión en el surtido, también conocida como order accuracy, que se refiere a la capacidad de entregar exactamente lo que el cliente pidió. Los errores en artículos, cantidades o características generan costos adicionales y deterioran la confianza del cliente. Este aspecto se relaciona directamente con la calidad del proceso de picking y con el nivel de automatización del almacén.

El nivel de servicio puede medirse mediante distintos métodos, como el porcentaje de pedidos completados a tiempo, el indicador OTIF (On Time In Full) o los índices de satisfacción del cliente. Cada empresa debe elegir métricas alineadas con su operación y prioridades estratégicas. Lo esencial es evaluar este indicador de manera constante para identificar áreas de mejora y fortalecer tanto la eficiencia logística como la experiencia del cliente.

***Referencia:***

*Chopra, S., & Meindl, P. (2021). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation (8.ª ed.). Estados Unidos. Pearson.*

*Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2017). The Handbook of Logistics and Distribution Management (6.ª ed.). Estados Unidos. Kogan Page.*