

# TIEMPO DE CICLO LOGÍSTICO

El tiempo de ciclo logístico es un indicador fundamental que mide la duración total del proceso necesario para cumplir un pedido, desde su recepción hasta la entrega al cliente. Rushton et al. (2017) explican que este KPI refleja la velocidad y eficiencia de la cadena de suministro, mostrando tanto la capacidad operativa como la coordinación entre áreas. Un ciclo reducido suele asociarse con mayor competitividad, mientras que ciclos largos pueden indicar ineficiencias o retrasos en el flujo.

Para determinar el tiempo de ciclo, es importante considerar las etapas del flujo logístico: recepción de pedido, procesamiento, preparación, despacho, transporte y entrega final. Dividir el ciclo en fases permite identificar con detalle los puntos donde surgen retrasos. Esta desagregación resulta especialmente útil en entornos omnicanal, donde los pedidos provienen de múltiples plataformas y las rutas varían según la modalidad de entrega.

La automatización representa un componente clave para mejorar el tiempo de ciclo. Sistemas como WMS, TMS y herramientas de análisis aceleran tareas repetitivas, reducen errores y proporcionan visibilidad en tiempo real. Slack y Brandon-Jones (2022) destacan que la digitalización disminuye tiempos muertos y facilita decisiones rápidas, especialmente cuando se combinan plataformas de pronóstico y optimización de rutas.

El tiempo de ciclo logístico influye directamente en la percepción del cliente sobre la calidad del servicio. Hübner, Wollenburg y Holzapfel (2016) subrayan que los consumidores esperan procesos rápidos, estables y predecibles. Por ello, medir y mejorar este indicador resulta esencial para mantener la satisfacción y evitar pérdidas de ventas frente a competidores con tiempos más cortos o mayor flexibilidad.

La reducción del tiempo de ciclo requiere capacidades operativas, tecnológicas y estratégicas. La visibilidad integral de la cadena permite detectar patrones y anticipar interrupciones, favoreciendo acciones preventivas.

Comparar el ciclo real con los objetivos establecidos ayuda a evaluar el desempeño y enfocar esfuerzos de mejora continua, fortaleciendo la competitividad logística.

**Referencia:**

- Hübner, A., Wollenburg, J., & Holzapfel, A. (2016). Retail logistics in the transition from multi-channel to omni-channel. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 46(6/7), 562-583.*
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2017). The Handbook of Logistics and Distribution Management (6.<sup>a</sup> ed.). Estados Unidos. Kogan Page.*
- Slack, N., & Brandon-Jones, A. (2022). Operations Management (10.<sup>a</sup> ed.). Pearson.*
- Xu, X., & Jackson, P. (2019). The impact of digital technologies on supply chain performance. International Journal of Operations & Production Management, 39(12), 212-236.*