

# INTRODUCCIÓN

Las redes de distribución y los modelos de entrega constituyen elementos fundamentales para asegurar que los productos lleguen al cliente final de manera eficiente, confiable y en tiempos competitivos (Chopra & Meindl, 2019). En un entorno globalizado y altamente dinámico, el diseño de estas redes debe responder a variaciones en la demanda, cambios tecnológicos, nuevas expectativas de servicio y presiones competitivas. La efectividad de una red de distribución influye directamente en la satisfacción del cliente y en la rentabilidad de la empresa (Christopher, 2016).

La selección de canales de distribución, así como la creciente adopción de estrategias omnicanal, ha transformado la manera en que las empresas gestionan la interacción entre puntos de venta físicos, plataformas digitales y centros logísticos. Esta integración permite ofrecer experiencias más consistentes al consumidor, aumentando la flexibilidad y mejorando la capacidad de respuesta ante cambios en patrones de consumo (Simchi-Levi et al., 2021). La omnicanalidad se ha convertido en una herramienta estratégica indispensable para competir en mercados modernos.

Asimismo, los modelos push y pull desempeñan un papel central en la administración del flujo de mercancías dentro de la cadena. Mientras que los modelos push se basan en pronósticos para abastecer puntos de distribución, los modelos pull responden directamente a la demanda real del cliente, reduciendo inventarios y mejorando la precisión del surtido (Rushton et al., 2021). La elección entre uno u otro depende del tipo de producto, el ciclo de vida y la estrategia comercial adoptada por la empresa (Lambert et al., 2018).

El análisis de los costos de distribución se ha vuelto cada vez más relevante debido a la complejidad operativa generada por múltiples canales, procesos de última milla y expectativas de entrega acelerada.

Estos costos abarcan transporte, almacenamiento, manipulación, empaques, devoluciones y tecnología asociada al seguimiento del pedido. Comprender y gestionar estos costos resulta esencial para mantener competitividad en sectores de márgenes estrechos como retail, electrónica o alimentos (Waters, 2019).

Finalmente, los KPIs de distribución permiten evaluar el desempeño de las operaciones mediante indicadores como nivel de servicio, exactitud de entrega, costo por pedido, rotación de inventarios y cumplimiento en tiempos prometidos (Rodrigue, 2020). Estos indicadores de desempeño permiten identificar áreas de mejora, tomar decisiones informadas y asegurar que la red logística cumpla con los objetivos estratégicos de la organización. La medición constante se vuelve clave para lograr una distribución eficiente y centrada en el cliente.

**Referencia:**

*Chopra, S., & Meindl, P. (2019). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation (7th ed.). Estados Unidos. Pearson.*

*Christopher, M. (2016). Logistics & Supply Chain Management. (5th ed.). Estados Unidos. Pearson.*

*Lambert, D. M., García-Dastugue, S., & Croxton, K. (2018). Fundamentals of Logistics Management. Estados Unidos. McGraw-Hill.*

*Rodrigue, J. P. (2020). The Geography of Transport Systems (5th ed.). Estados Unidos. Routledge.*

*Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2021). The Handbook of Logistics and Distribution Management. (7th ed.). Estados Unidos. Kogan Page.*

*Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2021). Designing and Managing the Supply Chain (4th ed.). Estados Unidos. McGraw-Hill.*

*Waters, D. (2019). Logistics: An Introduction to Supply Chain Management. (3rd ed.). Estados Unidos. Palgrave Macmillan.*