

LA CALIDAD EN EL TRANSPORTE
Y LA CONFIANZA DEL USUARIO

Gabriel Urculo Bareño

Director Comercial
Corporación Logística Gefidocks

En la actualidad el desafío que supone afrontar el gran mercado de transporte abierto europeo hace que el objetivo básico que debe guiar a las compañías de transporte sea la calidad en los servicios prestados. Durante los años 90 la calidad total será la clave para asegurar el éxito, sirviendo como factor determinante y diferenciador a la hora de tener que seleccionar un transportista por parte del usuario.

En España existen un nutrido número de industrias que realizan la distribución de sus fabricados a través de un esquema de medios propios de transporte que hacen encarecer sus costes de distribución. Además, dedican en mayor o menor medida una parte importante de sus activos en planificar y producir operaciones tales como el transporte, desviando su atención de la estrictamente productiva y comercializadora. Si bien hay que reconocer que desde muy antiguo la baja calidad que ofrecían las compañías de transporte y la imposibilidad de efectuar muchos de los servicios requeridos por los usuarios obligaba a garantizar el transporte a base de inversiones en medios propios, el panorama actual está sometido a un gran cambio.

La modernización e internacionalización del transporte y la competencia entre compañías extranjeras que ofrecen cada día una mayor calidad en el conjunto de nuevas tareas logísticas que deben realizar entorno al transporte -abarcando desde la gestión de stocks hasta la entrega en el domicilio del destinatario- está revolucionando el sector.

La calidad en el transporte no solo consiste en dar una inmediata respuesta al servicio demandado por un cliente y realizarlo en un tránsito rápido, sino que requiere asegurar que las mercancías confiadas llegarán en perfecto estado y a tiempo a su lugar de destino. El producto debe circular libre de defectos por las fases por las que discurre el transporte. En todas las operaciones de la cadena logística, y el transporte es un eslabón muy importante de ella, el cliente necesita estar más y mejor informado. Cualquier incidencia acaecida a sus productos debe serle notificada de inmediato. La agilidad de comunicaciones entre transportista y usuario es básico para ello.

Pese a los grandes progresos obtenidos por los transportistas durante los diez últimos años, una parte muy importante de la industria sigue sin tener la suficiente confianza como para ceder la distribución de sus productos, desaprovechando así las ventajas que ofrece la cesión o subcontratación de las operaciones logísticas como son: la reducción de los costes fijos y de personal, la concentración de las fuerzas de la empresa en su actividad fundamental -producir y vender-, diversificación de la oferta, enriquecimiento de las estrategias con la incorporación de nuevas ideas, y, a la larga, mayor rendimiento y calidad de los servicios subcontratados.

La confianza que los transportistas sepan granjearse a base de cumplir las exigencias de sus clientes garantizándoles el servicio con un compromiso de calidad será la manera de cambiar definitivamente la opinión de la industria usuaria y el verdadero reto del futuro.