

La Travesía Hacia un TMS



Los cuatro pasos de su viaje hacia un nuevo TMS

La selección de un TMS puede tornarse en una travesía bastante compleja, por lo que los embarcadores y operadores logísticos necesitan hacerse de un proceso claro para identificar los problemas que causan el mayor impacto a su red de transporte y cadena de suministro en general y que desembocan en la pérdida de tiempo y dinero. Y aunque el trayecto para elegir una solución de TMS que se adapte a sus necesidades pueda ser complejo y largo, es importante recalcar que las oportunidades que ofrece un TMS de clase mundial a través de la gestión de recursos optimizada son demasiado importantes para ser ignorados. Por esa razón, en este eBook exploraremos:

LA CIMA

4

El papel clave de las demostraciones durante la selección final y los aspectos críticos que debe cubrir una implementación.

ELEVACIÓN

3

Aspectos centrales a considerar en el proceso de evaluación y a quién involucrar al inicio del proyecto así como las consideraciones para elegir a los proveedores de TMS finalistas.

EXPLORACIÓN

2

Cómo se comparan las soluciones de TMS tradicionales, como los sistemas internos o las soluciones de TMS ligeras vs las plataformas de TMS empresariales.

DESCUBRIMIENTO

1

Por qué las empresas pueden beneficiarse de un TMS para resolver los problemas críticos de su operación.

Las investigaciones continúan apuntando a que el 35% de los embarcadores y sus demás eslabones de la cadena de suministro no utilizan sistemas de gestión de transporte (TMS), de acuerdo a Talking Logistics.

Esto, a pesar del hecho de que las cadenas de suministro y las redes de transporte continúan creciendo en complejidad y alcance global, al igual que el comercio electrónico y las expectativas de los clientes siguen en aumento. Y si bien puede ser difícil imaginar cómo estas empresas pueden administrar su red de transporte sin la ayuda de la tecnología, ello apunta a un problema más profundo: las razones por las que más de un tercio de las empresas que necesitan un TMS han renunciado a una implementación.

Según la investigación de Indago Research, el 50% de las empresas informan que un TMS es innecesario debido a la simplicidad operativa de su negocio. Sin embargo, para el otro 50% de las empresas, las razones para no adoptar un TMS varían, incluido el estrés y los costos de dicha implementación (37.5%), mientras que el otro 12.5% citan la incapacidad de asegurar el apoyo de la organización para dicha inversión.

Reflexionemos un poco más en esa última oración; eso significa que el 12.5% de las empresas al menos han intentado iniciar un proceso de selección y construcción de un caso de negocio, pero algo salió mal. Por una u otra razón, esas empresas no pudieron articular un caso de negocio suficientemente sólido para la justificación del TMS. Y dado

que los precios de un TMS pueden oscilar entre \$10,000 y \$250,000 USD, dependiendo del tamaño de la operación y sus necesidades de uso, es fácil asumir que el problema se reduce a la falta de comprensión de los procesos de implementación básicos, los costos asociados con estos y entender qué tan rápido se amortizará el sistema. Mientras tanto, un informe de Inbound Logistics descubrió que las plataformas de TMS modernas ofrecen en promedio ahorros de costos entre el 25-30%.

La selección de un TMS puede ser un proceso intrínsecamente complejo, por lo que los embarcadores y operadores logísticos necesitan un proceso claro para identificar los problemas que causan el mayor impacto dentro de su red de transporte y cadena de suministro en general, y/o contribuyen a la pérdida de tiempo y dinero. Y aunque el proceso de evaluación puede ser complejo y largo, es importante reconocer que las oportunidades que ofrece una solución de TMS de clase mundial a través de la gestión de recursos optimizada son demasiado importantes para ser ignorados.

Identificar los problemas dentro de su cadena de suministro actual

Lo primero que debe saber es que la travesía en la selección de un TMS comienza con el reconocimiento de los problemas existentes dentro de su cadena de suministro. Si aún no está seguro de si su sistema actual está cumpliendo con sus obligaciones, comience por hacerse estas preguntas.

Estratégico

- ¿Podemos estar al día con las regulaciones comerciales en constante evolución?
- ¿Independientemente de lo anterior, se pueden reducir estos desafíos mediante una solución tecnológica?
- ¿Existen otros en su industria experimentando los mismos retos y, de ser así, a qué grado?
- ¿Cómo podemos dividir el problema en “porciones” manejables y priorizadas que nos ayuden a identificar a una posible solución?
- ¿Cómo encaja todo esto dentro de nuestra hoja de ruta general?

Organizacional

- ¿Es mi negocio único o comparable con el de otros?
- ¿Estamos cumpliendo con las expectativas del cliente (tiempo, precisión, última milla, costos extras, etc.)?
- ¿Somos capaces de continuar igual y sin la necesidad de hacer cambios?
- ¿Qué otras prioridades se anteponen a esta iniciativa?
- ¿Quiénes en la organización se ven más afectados por los procesos actuales y quiénes son impactados externamente en su red de proveedores, transportistas, socios de negocio y clientes?
- ¿Quién puede ayudarlo a comprender mejor este problema?

DESCUBRIMIENTO

1

Financiero

- ¿Estamos pagando de más por los embarques?
- ¿Estamos pagando demasiado en subcontratar a terceros?
- ¿Cuáles son nuestros costos actuales de la cadena de suministro (tiempo, recursos y reclamaciones)?
- ¿Cuál es el costo de no corregir estos problemas hacia el futuro?
- ¿Existe la oportunidad de vender su capacidad disponible (si tuviera activos)?

Procesos

- ¿Tenemos demasiado riesgo en términos de rutas y capacidad de embarque interrumpidas?
- ¿La gestión de la flota actual y/o la selección de transportistas representan a menudo riesgos al cumplimiento?
- ¿Hemos optimizado lo suficiente las sinergias entre los embarques entrantes y salientes?
- ¿Están relacionados estos desafíos con el proceso, la tecnología, las personas o la cultura actuales?
- ¿Podemos remediarlo con soluciones temporales para seguir adelante?

Abordar estas preguntas al principio de su proceso de evaluación es importante para comprender los desafíos más importantes y el impacto que están generando en la organización. Es en este espacio donde se hace necesario comenzar a pensar en cómo su organización podría resolver esos problemas mediante la adopción de un TMS de clase empresarial.

Explore y compare las soluciones de TMS

La siguiente fase del proceso de selección consiste en explorar las soluciones disponibles. Y hay una cosa con la que hay que tener cuidado: las plataformas de nivel empresarial frente a las llamadas plataformas “ligeras” de TMS

Encontrar el TMS adecuado para su empresa

No todas las plataformas de TMS son equiparables y algunas ofrecen funcionalidad, escalabilidad y valor significativamente mayores que otras. El sistema menos costoso podría funcionar para sus desafíos de transporte actuales, pero ¿qué pasará cuando surjan nuevos retos adicionales? ¿Podrá un TMS lite o tradicional hacer frente a las complicaciones inesperadas o el crecimiento de su negocio?

Esa es la clave para su exploración de soluciones: pensar en lo que no ha sucedido y lo que podría suceder para asegurar la continuidad de su negocio y su ventaja estratégica de largo plazo en la ejecución y gestión de sus embarques. Por ejemplo, una solución SaaS agrega valor al mantener los costos de inversión bajos, proporciona un grado de longevidad al estar siempre en actualización y lo protege ante posibles interrupciones de infraestructura.

Adicionalmente, es importante saber qué características específicas de TMS necesita realmente su organización. Tal como lo explica Talking Logistics, **“si ha estado involucrado en una compra de TMS con anterioridad, sabrá que el simple hecho de que un proveedor confirme que tiene una determinada característica no significa que esa función encajara de manera adecuada con sus operaciones. Debe comprender cómo funciona dicho proceso y si es relevante para la forma en que opera su negocio o si solo agregará complejidad adicional y/o costos.”**

Otro factor a considerar es si un desarrollo interno, una solución empaquetada o una oferta de productos personalizados cubrirán sus requerimientos de la manera adecuada. A medida que su empresa compara soluciones, hay algunas cuestiones clave que debe tener en cuenta.



Las principales preguntas a considerar durante este paso incluyen:

- ¿Existen soluciones comerciales que cumplan con todos o la mayoría de nuestros requisitos iniciales?
- ¿Cuánto riesgo tenemos con cada solución potencial (incluido el desarrollo de una solución personalizada o la compra de una solución lista para usar?)
- ¿Vale la pena la recompensa por el riesgo y el costo asociados (inversión inicial y TCO)?
- ¿Las soluciones identificadas solucionarán los problemas actuales y escalarán junto con nuestro crecimiento futuro?
- ¿Será esta una implementación rápida o prolongada de la solución?
- ¿Cómo será la implementación?
- ¿Cómo nos vemos trabajando con cada uno de los proveedores potenciales?
- ¿Contamos con los recursos necesarios (humanos y económicos) para implantar alguna o todas las posibles soluciones?
- ¿Qué otros proyectos se están considerando realizar durante este mismo período de tiempo?
- ¿Cómo encaja esto en nuestra estrategia general de empresa?

Después de considerar cada una de estas preguntas, es hora de comenzar el proceso del RFP real, que comienza con el establecimiento de un presupuesto, describiendo los requisitos necesarios dentro del sistema, su tiempo típico para obtener un ROI e identificando a los proveedores a contactar.

Definir los requisitos y comenzar el proceso de RFP

El proceso de RFP normalmente se pone en marcha una vez que una empresa elige una serie de proveedores, sin embargo puede salirse de control rápidamente y generar costos adicionales. Por eso es importante señalar la diferencia entre RFP y RFI.

Determinar las necesidades y restringir sus opciones

El RFI es una solicitud de información, lo que significa que una respuesta detallada así como otros datos más arraigados dentro de una propuesta Formal no están incluidos. Como resultado, es más fácil revisar los sistemas y definir una lista corta de proveedores basada en la serie completa de preguntas para los problemas y los requisitos del negocio. Si el proveedor no puede responder a esas preguntas escalonadas iniciales con información simple, es hora de considerar pasar al siguiente proveedor.

Esto forma la base para la creación de una lista corta de proveedores que estarán más involucrados dentro del RFP para garantizar que las soluciones elegidas puedan estar a la altura de sus expectativas.

Escalabilidad para el crecimiento futuro

It's important to consider if every solution on the shortlist is able to address this question:

Es importante considerar si todas las soluciones de la lista corta pueden abordar esta pregunta: ¿Las soluciones identificadas solucionarán el problema de hoy y escalarán con nuestro crecimiento futuro?

Se podría argumentar que este es uno de los factores más importantes a considerar. Dado que el TMS estará en el centro de todos los aspectos de la operación de transporte, independientemente de la ubicación, debería proporcionar escalabilidad. Sin embargo, la escalabilidad es a menudo el factor que muchas empresas pasan por alto. Sin escalabilidad, su equipo volverá al punto de partida tan pronto como su negocio crezca, o sus procesos y estrategias de transporte cambien y el sistema llegue a sus límites. Y como ya se señaló, los costos de la selección y evaluación de TMS no son necesariamente altos, pero restan valor a sus otras prioridades.

Definir a los proveedores preseleccionados

Una vez que esté seguro de sus necesidades, es hora de comenzar a evaluar a los proveedores para conocer sus capacidades. Tom Gresham de Inbound Logistics recomienda considerar las siguientes características principales que un TMS debería habilitar.



Principales funcionalidades que su TMS debe ofrecer

- Mayor visibilidad en la carga entrante y saliente
- Gestión de contratos con transportistas
- Planificación y optimización de la carga
- Procesos de liquidación y pago de embarques
- Notificaciones y capacidades de mensajería colaborativa
- Portales basados en la nube para todos los socios comerciales aplicables.
- Capacidades estándar de generación de informes personalizados y BI avanzado
- Aplicaciones móviles para conductores o varios usuarios

Seleccionar un proveedor

Después de hacer un primer filtro, es hora de empezar a pensar más detenidamente en cómo cada solución podría agregar valor.

Solicitar demostraciones personalizadas

Este es el tramo final del proceso de selección del TMS e incluye una serie de preguntas adicionales para garantizar que la plataforma esté a la altura de sus expectativas, ofrezca mejoras significativas y evite costos innecesarios.

Algunas preguntas para hacer a los proveedores seleccionados durante el proceso del RFP y la demostración personalizada incluyen:

- **¿Cómo se alinea el sistema con los planes específicos de la empresa o su hoja de ruta?**
- **¿Cuál es el perfil del usuario típico del sistema, tareas diarias y más?**
- **¿Qué protocolos de seguridad utiliza el sistema?**
- **¿Es de un proveedor nuevo o con quien ya ha hecho otros proyectos?**
- **¿Cuál es la reputación del proveedor y su especialización en este tipo de sistemas?**

- **¿Qué recursos internos se necesitarán para gestionar la implementación?**
- **¿Cuál es el costo total de propiedad y el tiempo de retorno de la inversión?**
- **¿Cuáles son las condiciones de pago del sistema?**
- **¿El presupuesto está ya aprobado?**

Incluso con estas preguntas, hay una implicación adicional: su empresa debe estar lista para llevar a cabo el proyecto con el proveedor elegido. En otras palabras, ¿está preparado para proceder con la implementación? Cualquier solicitud de propuesta restará recursos para otros proyectos, por lo que es una buena práctica asegurarse de que su equipo esté completamente alineado y listo para comenzar el proceso de implementación tan pronto como se tome una decisión.



Prepárese para la implementación adoptando las mejores prácticas

Otro factor crítico que considerar es la implementación en sí y los pasos que su empresa puede tomar para asegurarse de que transcurra sin problemas. En otras palabras, ¿cómo trabajará el proveedor con su equipo para reducir los retrasos y reforzar la confianza?

Es fundamental centrarse en las principales prioridades identificadas como "más importantes para garantizar una implementación exitosa del TMS", según las recomendaciones de Indago research publicadas en Talking Logistics. De hecho, la necesidad de comprender los requisitos de integración, validar la precisión de los datos y desarrollar un plan bien definido para la implementación son los principales factores que los líderes de la cadena de suministro citan al final del proceso de selección. Para ayudar a su organización a revisar y aplicar los conceptos correctamente, mientras minimiza los costos generales, es recomendable seguir estos pasos:

- **Comprender los requisitos de integración con sus otros sistemas existentes.**
- **Fomentar la colaboración entre departamentos, utilizando un equipo de gestión del cambio, para evitar que alguna necesidad de integración fuese pasada por alto.**
- **Cree un plan de implementación definido con hitos y fechas límite para las principales necesidades.**
- **Validar la precisión de los datos existentes.**
- **Fomentar aceptación entre sus usuarios, super usuarios y especialmente los operadores logísticos de su cadena de distribución.**
- **Ponga a la persona adecuada a cargo de supervisar la implementación.**
- **Trabajar con el proveedor de software para comprender y completar todos los requisitos de arranque, así como aprovechar los recursos proporcionados por el proveedor.**

En resumen, aquí hay algunos consejos importantes adicionales que también debe considerar al concluir su selección de un TMS:

- **Reduzca el trabajo de incorporación de transportistas eligiendo un TMS que tenga transportistas previamente incorporados, como los más de 100,000 transportistas que ya se encuentran integrados al TMS de MercuryGate.**
- **Piense que quizás el TMS pueda no satisfacer el 100% de sus necesidades. Por ejemplo, algunos envíos pequeños que no se puedan ejecutar dentro del TMS pueden no necesariamente descalificar a ese sistema; en su lugar, piense en cómo configurar el TMS para manejar esos movimientos de una manera alternativa.**
- **Realice una capacitación integral a su equipo para permitir una transición sin problemas en su fecha de salida en vivo.**
- **Reconocer que la implementación continúa aun después de la salida en vivo, ya que la configuración del sistema se podrá continuar refinando al tiempo que los usuarios van ganando destreza en el uso del nuevo sistema.**
- **Recuerde siempre considerar el nivel de soporte ofrecido por el proveedor de TMS, así como también cómo se brinda ese servicio, como una mesa de ayuda 24/7 con soporte en vivo versus una línea telefónica con opciones pregrabadas.**
- **Reevalúe el ROI y el rendimiento del sistema a intervalos establecidos. Esto podría incluir evaluaciones programadas a los 30 días, 90 días, 6 meses y/o 1 año. La idea es detectar y evitar posibles contratiempos por oportunidades perdidas para mejorar continuamente el uso de la plataforma y su funcionalidad.**

El socio adecuado concretará o romperá su viaje hacia un nuevo TMS

Su travesía hacia un nuevo TMS es una aventura emocionante. Es la culminación de años de planes y trabajo para expandir el negocio y convertirse en un líder en su vertical. Sin embargo, la selección de un TMS es compleja, y a veces puede resultar confusa. Al observar en profundidad el estado de su empresa, examinar dónde existen desafíos difíciles y oportunidades de mejora, así como establecer expectativas claras y concisas para los requisitos del nuevo sistema, el proceso de evaluación de las plataformas de TMS y el paso a través de las fases finales de un RFP se desarrollarán mucho más fácilmente.

No hay dos ejemplos de implementación de un TMS exactamente iguales. Algunos

embarcadores pueden enfocarse en la mejor manera de hacer llegar sus productos a sus tiendas físicas mientras que los fabricantes pueden querer enfocarse los transportes desde las fábricas a sus centros de distribución. Todo es subjetivo a las necesidades únicas de cada empresa. Por eso es tan importante adaptar el proceso de selección a sus prioridades. MercuryGate comprende esas preocupaciones y posee las capacidades globales y la experiencia necesaria para agilizar todo el proceso desde la revisión inicial, elaborar respuestas de RFP realistas y poner el nuevo sistema en funcionamiento más rápido. Póngase en contacto con MercuryGate y solicite una demostración inicial para comenzar.



MERCURY GATE

LISTech

+52 (81) 8347 - 2165 (al 67)
ventas@listech.com.mx

