Tendencias en el sector logístico 2022

La pandemia ha provocado turbulencias en la cadena de suministro, por lo que cada vez más empresas del sector logístico recurren a la automatización y a la digitalización para optimizar sus procesos. Hablamos con los protagonistas del sector para saber hacia dónde se dirigen las nuevas tendencias en logística, un sector que ha seguido conectando el mundo.

LA CRISIS DE SUMINISTROS

La pandemia ha supuesto una revolución en muchos aspectos de nuestra vida y en todos los sectores, con especial fuerza en el sector logístico. La gran cantidad de productos disponibles que hubo a nivel mundial durante meses de confinamiento, que circunstancialmente no se pudieron poner a disposición de los consumidores, causó una disrupción de las rutas marítimas globales, tanto de buques como de contenedores, así como de puntos de *stock*. Todo ello supuso un gran impacto para el sector logístico. "La limitación del acceso a servicios, como el turismo, los restaurantes, los conciertos o el ocio nocturno, generó un superávit en el bolsillo de muchos consumidores que estaban encerrados en casa. En consecuencia, hubo una transición hacia la compra de bienes físicos con entrega a domicilio, disparando la demanda a escalas históricas. Esta circunstancia causó una falta de sincronización entre los activos del transporte y el momento de la necesidad, es decir, un desequilibrio situacional entre los lugares donde tenían que estar los productos terminados y la localización de los buques, camiones y contenedores vacíos. También creó una escasez histórica e hizo aumentar los costes de materias primas, transporte marítimo y terrestre y generó demoras en puertos a niveles inigualables", explica **José Manuel Juan**, para poner en antecedentes la crisis de suministros, aunque hoy en día se empiezan a percibir señales de cierta estabilización. "La demanda de productos seguirá inusualmente alta durante un par de trimestres para aligerarse en la segunda parte del año. Todo esto ayudará a ponernos al día, disminuyendo retrasos en pedidos, y a equilibrar gradualmente los activos logísticos en función de la demanda de productos. Pero probablemente el punto óptimo no lo veremos en el año 2022", explica. La llegada del COVID-19 y la aparición del teletrabajo conllevaron, también, una demanda muy importante de ordenadores. **Alberto Maier** remarca que esto también afectó al mercado de los semiconductores o chips. "ACER, por ejemplo, confirmó que del primer trimestre del 2021, comparado con el mismo periodo del 2020, la demanda creció un 55%. Y lo que pudiese haber sido puntual, se ha mantenido. No se ha relajado esa presión tras todo este tiempo. Pero, claro, habría que adecuar la oferta. Según Huawei, las fábricas ya estaban al límite de su capacidad, por lo que no podían absorber este incremento. Y aquí hay que tener en cuenta que las fábricas de chips son extremadamente caras de crear, de alta tecnología, y que lleva un tiempo de 4 años conseguir que sean efectivas", detalla.

Los protagonistas

JOSÉ MANUEL JUAN
(PMD 17)
Chief Strategy Officer de VUSE Supply Chain

ALBERTO MAIER
Director de Desarrollo Corporativo de Decoexsa

Los protagonistas

ÓSCAR MARTÍNEZ
(Executive Education 10)
Director Comercial de Bergé

MARCO CREPERIO
(Grado en Derecho 13)
Chief Sales Officer de Tradisa

VÍCTOR BAEZA
Director de Operaciones de Fundación CARES

LA APUESTA POR LA HIPERAUTOMATIZACIÓN

El sector apuesta por la filosofía *customer centric* y cliente está en el centro de la cadena de suministro, por ello el desarrollo de soluciones 4.0 tiene por objetivo aumentar la competitividad de toda la cadena de valor para dar el mejor servicio a ese cliente. **Óscar Martínez** cuenta que "la implantación tecnológica está encaminada a generar procesos más eficientes y productivos. Y esto va a permitir dar mejor respuesta a la demanda generada por el *e-commerce*, no solo para la gestión del flujo logístico, sino también como modelo de predicción y planificación".

Marco Creperio tiene una opinión similar, ya que considera que la automatización tiene un modelo capaz de atender una demanda creciente. "La hiperautomatización, junto con la optimización de procesos que requiere, permitirá minimizar el *time-to-market* para esa logística *just-in-time*", comenta Creperio.

Víctor Baeza opina que la hiperautomatización será fundamental para que los fabricantes puedan poder realizar previsiones más acertadas y planificar la demanda con mayor exactitud, lo que beneficiará la planificación organizativa en los servicios logísticos. "Junto con esta automatización en el tratamiento de los datos y la creación de modelos predictivos ajustados, nos encontramos con otras dos tendencias importantes que afectan también a los colectivos de riesgo con los que trabajamos. Por un lado, la **automatización de varios procesos logísticos** supondrá la desaparición de algunos puestos de trabajo como los conocemos en la actualidad, especialmente aquellos que requieren una menor formación. Muchas tareas que actualmente

realiza personal operario pasarán a ser realizadas por una máquina, pero también se necesitarán más profesionales que se dediquen a la alimentación y el mantenimiento de estas máquinas y a realizar las correcciones necesarias cuando se detecten errores en la automatización", explica.

Pere Roca, a diferencia de ellos, considera que la hiperautomatización operativa no es siempre la mejor solución. "La flexibilidad es clave en la gestión de la demanda del *e-commerce*. Campañas como Black Friday, Navidades, rebajas… son puntas que hay que planificar, prever y, sobre todo, predecir para anticipar los *stocks* lo más cerca posible de los consumidores. Aquí las técnicas de IA, *big data* o *machine learning* son la clave para predecir el comportamiento de consumos y hacer más eficiente la cadena de suministros", añade.

ENTREGAS ULTRARRÁPIDAS

A todo ello se añade que los consumidores son cada vez más exigentes, y la competencia entre empresas de *e-commerce* es cada vez mayor. Tal como explica **Xavier Llobera**, esto provoca una lucha por diferenciarse con servicios al cliente que sean muy apreciados y, al tiempo, difíciles de copiar. "Es aquí donde ciertas empresas, sobre todo las más grandes, pueden sacar provecho de su mayor capilaridad y potencia tecnológica para prestar entregas ultrarrápidas. No obstante, creo que los consumidores debemos ser corresponsables en la protección del medio ambiente y preguntarnos si necesitamos que el pedido nos llegue con tanta urgencia, independientemente de que podamos pagarlo o no", añade.

Isabel Velasco considera que los operadores logísticos tienen que encontrar el equilibrio adecuado para ser eficientes en la llamada "última milla" y tener a sus clientes satisfechos con costes de entrega competitivos. La automatización también se adaptará a la "última milla", con la creciente importancia de la logística de proximidad enfocada en acercar los paquetes al consumidor final, sin perder de vista la sostenibilidad: "La utilización de vehículos ecológicos (coches, ciclomotores, bicicletas) es una alternativa para minimizar el impacto del crecimiento de la logística urbana, así como la entrega mediante drones o sistemas de transporte robotizado, que podrían ser una solución en el futuro. Las empresas de transporte y logística deben buscar soluciones alternativas a los problemas de movilidad y mejorar la sostenibilidad de los envíos, ya que, a medio plazo, estos son dos desafíos importantes en esta materia".

Los protagonistas

PERE ROCA
(Dirección de Operaciones e Innovación 96)
Director General de Districenter

XAVIER LLOBERA
(MBA 00 / PSM 11)
Presidente del Club de Operaciones Esade Alumni

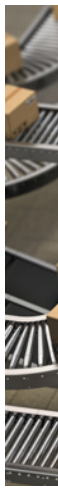
ISABEL VELASCO
(EMBA 10)
Directora Comercial de Aragón Plataforma Logística

Los protagonistas

GEMMA DABAN
Administradora de Eurologistics Plus

Para **Gemma Daban,** la eficiencia y la eficacia son una prioridad. "Para que la logística sea un sector avanzado y óptimo para apoyar a cualquier empresa que quiere vender online, debemos ser eficaces, preparando el pedido en el menor tiempo posible y sin errores, y eficientes, consumiendo los mínimos recursos posibles y que sean lo más sostenibles posible", explica. También habla de lo importante que es estar informados y tener consciencia sobre la importancia de cuidar el planeta. "Las empresas somos uno de los actores importantes a la hora de poner esta consciencia, y en el caso de la logística, sobre todo en el *e-commerce*, desde Eurologistics somos partidarios de no ejercer esta presión de tan pocas horas en los repartos, si realmente no es estrictamente necesario, ya que finalmente el más perjudicado es nuestro planeta. Por ello, creemos que soluciones lo más ecológicas posible, como puntos de recogida en las ciudades (*hubs* urbanos), repartos más agrupados o cualquier otra solución disponible, además de vehículos pequeños sin motor o eléctricos en la última milla, son algunas de las posibles soluciones alcanzables a corto plazo", concluye Daban.

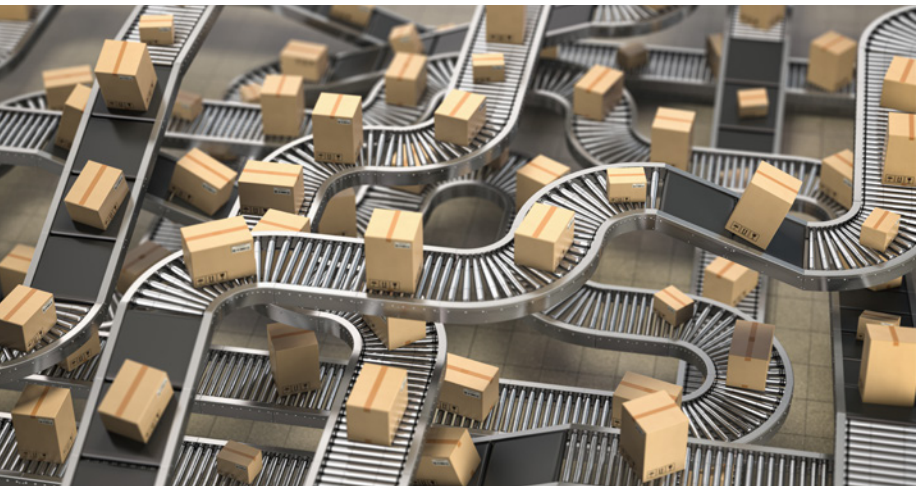
> "La logística sostenible es posible y necesaria, pero implica un compromiso de todas las partes, empresas y sociedad"



CLUB DE OPERACIONES DE ESADE ALUMNI

XAVIER LLOBERA VILA
(MBA 00 / PSM 11)
Presidente del Club

El Club Operaciones Esade Alumni es el punto de encuentro de la comunidad de Esade que trabaja, o tiene interés, en las funciones de logística, compras, producción, planificación, calidad, sistemas de información de soporte y, en general, con todos los procesos que signifiquen la mejora del nivel de servicio a clientes y la reducción de costes de la cadena de suministro.
Nuestro principal objetivo es el enriquecimiento profesional de los miembros del club, compartiendo mejores prácticas, dando a conocer ejemplos reales de éxito y promoviendo espacios de debate con expertos del sector.
Durante los dos años de pandemia, hemos hecho un gran esfuerzo por mantener un elevado nivel de actividad y calidad de forma online. Y ahora, si la mejora de la situación lo permite, esperamos muy pronto retomar las visitas a empresas referentes en operaciones, así como los encuentros de debate presenciales para fomentar el *networking* entre nosotros.
Animamos a los antiguos alumnos de Esade a recibir nuestras comunicaciones marcando la casilla de "Operaciones" en el apartado "Mis intereses" de su perfil en el portal de Esade Alumni. También os recomendamos uniros a nuestro grupo de LinkedIn: Club Operaciones Esade Alumni.



LA LOGÍSTICA SOSTENIBLE

Así, la sostenibilidad se presenta como uno de los principales retos para este sector. Para **Arnau Peris,** resulta fácil llegar a la conclusión de que la logística conlleva unos elevados impactos medioambientales. "Actualmente, ya hay muchas empresas que, aparte de ofrecer un servicio de calidad y razonable, consiguen la fidelización del cliente ofreciendo un servicio sostenible", explica. Además, habla de algunas de las soluciones que pasan por la propia optimización de las operaciones con técnicas *Lean*, usando, por ejemplo, el transporte sostenible. "Una de las alternativas que se está poniendo ya en marcha es la de establecer puntos de recogida de las entregas de la última milla: pasamos de recibir el paquete en casa a recogerlo en un punto cercano. El impacto para el cliente es muy pequeño, le da más margen de maniobra y simplifica enormemente el *delivery* final a las empresas, con la consecuente disminución del impacto medioambiental". En cambio, **Raquel Pérez** apunta otras opciones, como contar con una producción más cercana: "Producir, por ejemplo, en fábricas más próximas e incluso acortar intermediarios son soluciones para cambiar hacia una logística más sostenible. Las nuevas tecnologías juegan aquí también un papel muy importante, mejorando las predicciones en la demanda".

La logística sostenible es posible y necesaria, pero implica un compromiso de todas las partes, empresas y sociedad. **Javier Echenique** considera que son necesarias inversiones, inteligencia, cambios en los modelos productivos y asumir costes de transformación: "Necesitamos ser honestos y transparentes en relación con la sostenibilidad, no vale con meras declaraciones de intenciones y, evidentemente, al menos en un primer momento, a los nuevos compromisos les faltarán eficiencia económica directa, pero todos debemos mirar a medio y largo plazo. Para nosotros es importante que estos compromisos se reflejen en objetivos concretos medibles y auditables y luego será cada empresa la que se fijará la ambición de estos y los plazos. En el caso de ID Logistics, nos hemos marcado como objetivo disminuir la huella de carbono de la empresa, a nivel global, en un 40% para 2030 en comparación con 2018. Asimismo, perseguimos reducir la intensidad energética de nuestras actividades logísticas en un 20% para ese mismo año", nos explica.

Los protagonistas

ARNAU PERIS
Director Ejecutivo de Slimstock España

RAQUEL PÉREZ
Responsable de Marketing y Comunicación de Hedyla

JAVIER ECHENIQUE
(EMBA 03)
Director General de ID Logistics Iberia