



“Amazon o MediaMarkt, al tener cada vez menos stock, transfieren al fabricante la logística del pedido”

Hisense Iberia es la subsidiaria de la empresa china Hisense International, dedicada a la electrónica de consumo. Se trata de una de las principales compañías de su sector, la tercera en el sector de las televisiones y la primera en Home Appliance en el Sudeste Asiático y Australia. Cuenta con una amplia presencia internacional: América del Norte, Europa, el Sudeste Asiático, Argentina, Sudáfrica y Australia. El director de Logística y Servicio de Hisense Iberia, Indalecio López, aborda en esta entrevista los retos logísticos y de distribución de una compañía de electrónica de gran consumo.

¿Con qué operador logístico y de transporte trabajan? ¿Por qué?

En la parte de operador logístico, en este momento trabajamos en este momento con XPO Logistics. Nuestro almacén está ubicado en el Polígono Industrial L'Oliveral en Ribarroja, Valencia. En los últimos cinco años, hemos tenido tres operadores logísticos: estuvimos con Anexa y con Raminatrans. Nosotros lanzamos una solicitud de cotización, más conocida como RFQ, a medida que va creciendo nuestro negocio, el nivel de servicio para nuestros clientes y lo que nosotros necesitamos es cada vez mayor. Trabajamos con XPO en este momento porque el nivel de servicio y su experiencia es lo que necesitamos. La idea es ampliar por el volumen de negocio que tenemos. En Valencia, iremos a un almacén nuevo completamente dedicado y ampliaremos los hubs de Madrid y Portugal.

En lo que se refiere al operador de transporte, a escala nacional trabajamos con XPO Logistics y con Rhenus Logistics en España, principalmente cargas completas y grupajes; palettería casi todo con XPO Logistics y el forwarding lo hacemos con Raminatrans, es decir, todo lo que nos llega por contenedores a través de puerto lo hacemos con ellos. La naviera es Cosco, que es una compañía china como Hisense International. En cuanto a la paquetería de pequeño tamaño, lo hacemos con couriers como Nacex, Envialia, Seur, MRW...

¿Cómo afecta a la logística de Hisense Iberia el ecommerce?

El comercio electrónico cada vez nos influye más porque la logística directa y la parte de la última milla se está dirigiendo cada vez más al fabricante. Esto quiere decir que cuando se produce un pedido a una gran plataforma como Amazon o MediaMarkt, al tener cada vez menos stock, te transfieren el pedido, tienes que entregarlo en 24 o 48 horas en el sitio y tienes que entregarlo instalado y recoger el producto del cliente si es una sustitución del modelo. En el caso de la telefonía o la televisión, el cliente está yendo a verlo a tienda, comparando y comprando en una plataforma online, con lo cual nos afecta muchísimo.

¿Es complicado encontrar operadores que realicen la última milla para

vuestra distribución?

Tenemos dos problemas: por un lado las restricciones de acceso que se están produciendo en las grandes ciudades por contaminación, Madrid Central, Barcelona lo está aplicando también, en Valencia veremos cuánto vamos a tardar... El segundo es la especialización. Nosotros, en determinados productos, le pedimos a la empresa de transporte que lo deje en el punto de instalación, no a nivel de suelo, y después irá un servicio especializado para la instalación. Con ello, aparece un tercer factor, la combinación y disponibilidad de ambos: de quién entrega y de quién instala. En el caso de la última milla, lo importante es entregar el producto de forma sencilla y que menos distorsione la vida del cliente.

¿Cómo gestiona Hisense Ibérica la logística inversa?

Tenemos una política en la parte de servicio: cuando hay un problema en algún producto que no se puede reparar, se sustituye. El cliente necesita una solución rápida, por ello, aplicamos ahí la última milla. Trabajamos con XPO que tiene equipos especializados, dependiendo de las zonas. Cuando el servicio técnico nos llama y nos dice que no se puede reparar, lanzamos un pedido que se tiene que entregar entre 48 y 72 horas. XPO coordina con el cliente, lleva el producto, recoge el defectuoso y lo lleva para que se recicle a través de Ecotic.

¿Y los recambios?

En cuanto a los recambios, disponemos de un almacén específico también en Ribarroja donde gestionamos los repuestos para España y Portugal. Vamos reponiendo el almacén a través de pedidos a nuestro almacén centralizado de repuestos en la República Checa, que se moverá a Eslovenia y también a China. Estamos en un 98% de periodo de entrega de entre 24 y 72 horas dependiendo de la zona. Nuestro objetivo de backorder (un recambio que no se puede entregar en 48 horas desde la realización del pedido) es que esté por debajo del 5%.

¿Dónde fabrica y cómo llegan los productos de Hisense a España?

Depende de qué tipo de producto. En este momento, el aire acondicionado se fabrica todo en China y llega a través de barco al puerto de Valencia y una parte por Algeciras. La gama de frigoríficos, hasta ahora también sigue el mismo proceso, mientras que cocinas, televisiones y lavadoras vienen por carretera desde Eslovenia. En un par de años, una parte de la gama de frigoríficos se fabricará también en Eslovenia y vendrá por carretera o ferrocarril, depende de cómo esté la infraestructura ferroviaria. Hisense International compró en septiembre la firma Gorenje, muy conocida en el centro de Europa, y que cuenta con plantas de producción en Eslovenia y Croacia. Por eso, parte de la producción se va a trasladar allí.

¿Cómo afronta Hisense Ibérica la digitalización y la automatización de las operaciones logísticas?

La integración de sistemas ya la tenemos realizada tanto con el operador logístico como con los operadores de transporte. Nuestros productos tienen otro tipo de problema que no es tanto la digitalización desde el punto de vista de sistemas, sino la optimización de la propia operación. En el caso de los palets podemos ir avanzando, pero en el del bulk es más complicado. También estamos integrados con nuestros clientes. Con los grandes, vamos siguiendo el paso porque son empresas que invierten mucho y cuentan con equipos especializados. Tienen acceso a nuestros almacenes, y pueden ver lo que tenemos en ellos, pero no sólo la central de las grandes empresas, sino también las tiendas, que nos pueden hacer pedidos directamente. El problema está en que no todos los clientes van al mismo ritmo y, por eso, a veces tenemos cuellos de botella.

¿Cómo prevé Hisense Ibérica reducir su impacto ecológico en las actividades logísticas?

En todas las ofertas que lanzamos, los proveedores que se presentan tienen la obligación de presentar su plan de reducción de emisiones contaminantes. No sólo gases, sino también residuos y, además, tienen que hacer el seguimiento específico de cómo esto se va cumpliendo y nos tienen que ir reportando. Es un mandamiento que tenemos desde hace tres años al menos. Es una parte más de las condiciones para presentarse a nuestros concursos. Lo siguiente es la economía circular, procuramos minimizar lo que son las destrucciones, si podemos reutilizamos los elementos que así lo permitan. Desde 2016 hasta ahora, cada año hemos reducido las emisiones entre un 10% y un 15%, incluso con más productos en el mercado. También trabajamos en el tema de los embalajes y cada vez intentamos poner menos cartón y trabajar con materiales como los termoplásticos reciclables.