



La logística analiza escenarios para responder a la nueva demanda postconfinamiento

Un mes después de la entrada en vigor del estado de alarma, y la consiguiente restricción de movilidad y confinamiento generalizado de la población, se ha generado una cierta rutina en los patrones de comportamiento de la demanda en estas circunstancias impredecibles. Se ha producido un “tsunami asimétrico entre sectores durante la crisis sanitaria y seguramente también tras ella”, ha manifestado el experto en supply chain y directivo logístico Miguel Quintana. Planificar y analizar el comportamiento de la nueva demanda postconfinamiento se ha convertido en otro reto para los profesionales de la cadena de suministro, que ya trabajan en escenarios hipotéticos.

Como han manifestado directivos del ámbito logístico en el webinar ‘Retos y oportunidades ante los cambios en las cadenas de suministro por el Covid-19’, organizado por el CEL, la cadena de suministro está acostumbrada a trabajar en

entornos marcados por la incertidumbre. Sin embargo, no existen parámetros o referencias similares en el pasado para predecir la reacción de la demanda tras el confinamiento generalizado. Por ello, asoman dudas sobre cómo será la “nueva activación de la demanda”, en palabras del jefe de Supply Chain de Nestlé España, Jordi Aycart. “¿Cuándo arrancamos esta etapa postconfinamiento, cuál será el comportamiento de los clientes y en qué canales y productos?”, se pregunta el director de Supply Chain e IT del grupo de moda y textil Tendam, Manel Jiménez.

Ante la evidencia de que se van a producir cambios en el consumo por el coronavirus y por las derivadas económicas y sociales de la emergencia sanitaria, los directivos de la cadena de suministro de ámbitos tan diversos como el farmacéutico, el cervecero, la moda o el químico coinciden en que flexibilidad y agilidad se han convertido en el nuevo mantra para adaptarse a un entorno impredecible y cambiante. Ha sido indispensable “priorizar la capacidad de respuesta” durante la crisis y también lo será en la etapa posterior, ha señalado la directora de Manufacturers and Pharmacies del operador logístico Alliance Healthcare, Remedios Parra. También la directora de Logística de Mahou San Miguel, Carmen Calama, ha ahondado en esta idea: “Es muy importante ser capaz de actuar de forma rápida, pero sin precipitarse”.

Las dudas sobre cuándo se producirá el retorno a la nueva normalidad genera inestabilidad para planificar las operativas. “Tener todas nuestras tiendas con todo el surtido de prendas va a ser complicado”, ha reconocido el director de Supply Chain e IT de Tendam. En el caso de Mahou San Miguel y Nestlé España, todo dependerá de la evolución del canal Horeca para redibujar flujos, aunque también se muestran expectantes sobre el comportamiento del retail y la venta online. “¿Qué parte del crecimiento del e-commerce coyuntural por el confinamiento va a ser estructural?”, ha preguntado el director de Proyectos e Innovación del CEL, Ramón García. Aunque se desconoce la respuesta concreta, sí existe la convicción de que “la tienda física va a experimentar una reducción de tráfico en el futuro y el e-commerce va a cubrir ese hueco”, ha señalado el director de Supply Chain de Tendam. De hecho, el grupo textil se está preparando para dar una mayor “versatilidad a nuestras tiendas para poder usarlas como

puntos de distribución del canal online”, dinámica que se repite también en todo el ámbito del retail.

Eso sí, “no todas las categorías de producto parten de la misma situación”, ha manifestado la directiva Remedios Parra (Alliance Healthcare). De hecho, Manel Jiménez (Tendam) ha explicado que el confinamiento ha provocado un “comportamiento diferente de la demanda en nuestras distintas marcas y productos”. El directivo de supply chain del grupo textil lo ha ejemplificado con la caída de la demanda de vestidos de noche durante el confinamiento y con el crecimiento de la ropa de hogar.

PREPARARSE PARA REBROTOS O NUEVAS EPIDEMIAS

La crisis del Covid-19 “no era previsible, pero lo que es bastante previsible es que vuelva a suceder”, ha afirmado Miguel Quintana, experto en supply chain. Además de trabajar la colaboración y la innovación, el sector logístico debe “asentar protocolos y procesos de trabajo” para afrontar la propagación de contagios en rebrotes de coronavirus o de futuras pandemias. “Debemos estar preparados por si se vuelve a producir una situación similar”, ha continuado Remedios Parra (Alliance Healthcare).

Por ello, como ha señalado Carmen Calma (Mahou San Miguel), los planes de contingencia o de continuidad de negocio han ganado relevancia. Si bien, esos planes se han tenido que redefinir para incorporar el factor epidemia o confinamiento, como ha especificado el director general de Zeleris, Antonio Vilchez. Además, en el caso de Zeleris, también se está reconfigurado su estrategia de digitalización para encontrar soluciones a los pagos en efectivo y para implantar el contacto cero en las entregas de producto. A juicio de Manel Jiménez (Tendam), “hay cosas que son difíciles de planificar”, como la crisis actual, pero ahora que se ha producido sabemos que “existe cierta probabilidad” de que se repita y, por eso, “tenemos que ser creativos para encontrar soluciones”.