

El coronavirus favorece la implantación de la omnicanalidad en la supply chain



El sector logístico postcoronavirus se verá afectado de diversas formas, entre ellas, con el incremento de las estrategias de omnicanalidad en las cadenas de suministro. La situación provocada por la pandemia y el confinamiento ha generado un cambio en el consumo, tanto industrial como doméstico, lo que ha desencadenado un impacto asimétrico en las diversas vertientes logísticas. Por un lado, el incremento del consumo de artículos de alimentación, productos de higiene o EPIs, ha generado un repunte en el comercio electrónico mientras que, por otro, los volúmenes de la industria han sufrido una caída debido al parón económico.

El confinamiento ha transformado el comportamiento de los consumidores y ha generado un incremento desmesurado del online versus la tienda física. En este sentido, muchas compañías sin estrategia online se han visto obligadas a desarrollarla para poder subsistir en tiempos de crisis. “Las empresas se han visto forzadas a adaptarse a la situación y a conectarse rápidamente, por lo que ahora se encuentran más equipadas para mantenerse digitalizadas”, ha explicado el

responsable de Transporte y Logística en Iberia y África de la consultora McKinsey, Hugo Espírito Santo. En su opinión, “esta práctica permanecerá en el tiempo, más allá de la crisis”.

Así lo señala, asimismo, la consultora Lis Solutions, que ha apuntado que la situación extraordinaria del Covid-19 ha provocado “una transformación en las estrategias omnicanales de las cadenas de suministro para satisfacer las necesidades del confinamiento”, donde la venta online se ha incrementado alrededor del 40% en España, aunque difiere mucho en cada segmento de producto. Por el contrario, la actividad industrial se ha visto “castigada” con bajadas en los niveles de producción del 70%. Un caso extremo es la industria del automóvil que ha parado su producción totalmente su producción durante gran parte del estado de alarma.

Por todo ello, operadores y consultoras coinciden en afirmar que el ecommerce será uno de los sectores que saldrán fortalecidos de esta emergencia sanitaria. “Esta crisis ha servido para asumir cambios drásticos que, en circunstancias normales hubieran necesitado años, si no décadas, y ha puesto de manifiesto que la digitalización es más necesaria que nunca y que es, sin duda, el camino a seguir”, ha apuntado Siemens Logistics Iberia. A raíz del coronavirus, desde la compañía han señalado que “es posible que haya un movimiento hacia un escenario omnicanal, donde el cliente bascule entre las esferas física y digital, y los canales pasen a ser un factor instrumental”. Así, Siemens Logistics ha añadido que el Covid-19 supondrá una reinención de las cadenas de suministro, que tendrán que aumentar su capacidad de adaptación a los cambios y disponer de un mayor conocimiento de los proveedores con los que trabajan, así como de sus propias limitaciones.

“Las cadenas de suministro se encuentran altamente preocupadas por futuros brotes del virus en los eslabones de su cadena, puesto que un contagio en sus almacenes provocaría el cierre sus operaciones”, ha insistido Hugo Espírito Santo. Por ello, la gran mayoría se encuentra actualmente en búsqueda de estrategias para mitigar ese riesgo. No obstante, esto conlleva “una gran implicación” por parte de los actores, ha explicado el consultor de McKinsey, “especialmente para los players en la logística nacional”. Los efectos del Covid-19 y el alza del ecommerce podría poner el peligro el negocio del sector postal, por ejemplo. Por ello, “algunas compañías tendrán que reinventarse, pues paquetería y comercio electrónico mantendrán su crecimiento”, ha añadido. En concreto, el

nivel de penetración del ecommerce en España dependerá en gran parte de la capacidad de las tiendas locales para vender en línea.

Respecto al futuro de la logística, Siemens Logistics Iberia confía en un cambio en la imagen de un sector que, hasta ahora, “pasaba desapercibido”. Esta crisis ha dado visibilidad “a una actividad esencial y crítica en el largo plazo”, lo que supondrá un cambio estructural en su organización. “Tendremos que dar respuesta a los problemas que existen y que se han hecho aún más evidentes con la crisis del coronavirus, como son la congestión de las ciudades, las emisiones, disponer de centros de almacenamiento logísticos eficientes y sin cuellos de botella, entre otros”. Para lograrlo, “la tecnología y la digitalización en los procesos logísticos son herramientas clave para su consecución”, han subrayado desde Siemens Logistics.

LAS LECCIONES APRENDIDAS PARA LA MEJORA EN LOS MODELOS DE GESTIÓN

Según la consultora McKinsey, las principales lecciones de la crisis se pueden resumir en: evaluación de shocks, más teletrabajo y mayor flexibilidad. El responsable de Transporte y Logística de la consultora en la Península Ibérica aconseja que las cadenas de suministro se evalúen a sí mismas para que puedan “resistir shocks como pandemias, crisis económicas, desastres naturales, entre otros”. Las compañías deberán así revisar diversos elementos como sus estrategias de abastecimiento para poder ser más resilientes. Asimismo, la crisis actual ha demostrado la eficacia del teletrabajo, por lo que el experto recomienda que se establezcan centros de planificación remotos y flexibles. Por último, destaca que la flexibilidad a la hora de usar los recursos -como por ejemplo, las dark stores- pueden ser más efectivos para controlar y administrar las cadenas de suministro.