



Los actores de la supply chain se muestran menos reticentes a compartir datos tras la pandemia

La incertidumbre generada por la pandemia ha propiciado una mayor colaboración entre los actores de la supply chain y ha favorecido también un mayor grado de comunicación entre las empresas. “El coronavirus nos ha ayudado a tener más empatía con clientes y proveedores, así como a poder comunicarnos más fácilmente”, ha señalado el director de Control de Producción y Logística de la multinacional Denso en España, Marc Sabata. “Se trata de una línea de confianza con información valiosa en los flujos de comunicación”.

Con motivo del IV Congreso de Innovación Logística organizado por Slimstock, Barcelona Centre Logistic (BCL) y ADL Logística, Sabata también ha recalcado que “la competencia debe convertirse en colaboración, porque de aquí tenemos que salir todos juntos”. A este respecto, el Supply Chain Project Manager del

fabricante Seat, David Castilla, ha realzado la figura de los partners digitales para optimizar las cadenas de suministros. De esta forma, compartir datos de manera bidireccional y a tiempo real, así como comprometerse y colaborar con transparencia permitirán, según el directivo, aumentar la eficiencia de las empresas.

“Debemos impulsar una mayor colaboración y una menor competencia, tanto de manera interna, con departamentos plenamente alineados; como externa, con clientes y proveedores”, ha valorado el director de Estrategia en Adquisiciones en la multinacional farmacéutica Novartis, Stéphane Morel. “Se trata de una cuestión de confianza, de sumar competencias para alcanzar un outcome conjunto”. A su vez, el director de Aprovisionamiento y Flujos Logísticos en los supermercados Carrefour, Luis Alberto Báez, ha añadido que “cada actor debe situarse en su eslabón de la cadena, pero con una visión global de su totalidad para distinguir las prioridades”.

Por su parte, el Supply Chain Operations Manager de la empresa tecnológica HP en España, Albert Prior, ha coincidido al subrayar que “hay que testar continuamente los planes de contingencia del negocio y asegurarnos de que en un futuro estos son ágiles y realistas, así como incrementar la frecuencia de los flujos de información”. De esta forma, el ecosistema digital dejaría de ser un conjunto de datos abundantes, pero desordenados para llegar a concebir unas supply chains capaces de tomar decisiones automáticas sin la interacción humana, tal y como han explicado desde Seat.

En este sentido, según David Castilla, el futuro del sector pasa por el desarrollo de redes hiperconectadas que ofrezcan “cadenas logísticas óptimas para cada uno de los pedidos”. No obstante, para evolucionar hasta este punto, el directivo ha matizado que hay que superar una serie de retos, pues actualmente la información que se genera “sigue siendo muy sesgada y difícil de comparar entre cadenas logísticas”. Por ello, también ha destacado la importancia de “identificar la información que realmente aporta valor” y de desarrollar nuevos roles en el

personal que puedan gestionarla.

FLEXIBILIDAD FRENTE A ANTICIPACIÓN ANTE UN MERCADO VOLÁTIL

Por otra parte, el sector logístico ha coincidido a la hora de priorizar la flexibilidad a la anticipación en su estrategia ante la actual volatilidad del mercado. “Cada vez es más difícil anticiparse a los cambios que vendrán, dada la complejidad del entorno, y la manera de intentar salvarlo es adaptarse lo más rápidamente posible”, ha señalado Luis Alberto Baez (Carrefour). A su vez, el director general del operador de e-commerce Veepee, Víctor del Pozo, ha recalcado que “anticiparse es muy difícil, pero adaptarse es más fácil”.

“Hemos realizado un análisis estratégico y el desenlace de estas tensiones no está nada claro”, ha señalado, a su vez, Stéphane Morel. De forma similar, el director de Supply Chain del gigante textil Mango, Antonio Pascual, ha manifestado que “a todos nos gustaría ser capaces de prever, pero hoy en día es probablemente más difícil que nunca”. Ante esta situación, el Central Fulfilment Operations Manager de Ikea en España, Jaume Torrens, ha opinado que “la previsión de la demanda es incierta”, pues “ya no se trata de omnicanalidad, sino de opticanalidad, es decir, de ser óptimos en todos los canales”.

Finalmente, expertos como el profesor asociado y director de investigación en ESCI-UPF, Ramon Xifré, consideran todavía complicado realizar proyecciones sobre lo que pasará en los próximos meses. No obstante, el Banco Mundial apunta para 2021 que se dará el número de economías en recesión más alto desde 1970, cuando se comenzaron a recoger datos. Además, Xifré ha explicado que “el Covid-19 no ha roto algo, sino que ha reforzado una tendencia a la hiperglobalización que venía ya dando varias señales de agotamiento”. En este sentido, Xifré ha señalado que la tasa natural de crecimiento de la economía será gradualmente más baja.