



La cadena logística del frío apuesta por el valor añadido de las nuevas tecnologías

La mayor demanda de información sobre los productos en general, pero especialmente sobre los perecederos, ha obligado a que los actores de la supply chain evolucionen de forma progresiva hacia modelos dotados de mayor trazabilidad y transparencia en todo el proceso, basados en la innovación y la digitalización. Sin embargo, el jefe de la división Digital y de Información de Mediterranean Shipping Company (MSC) y presidente de Digital Container Shipping Association (DCSA), Andre Simha, ha advertido de que las nuevas tecnologías «solo tienen sentido si aportan valor a la cadena de suministro cuando las usas».

En este sentido, Simha ha destacado en el panel celebrado hoy en el transcurso de Cool Logistics Global que la digitalización «es solo una parte de la transformación de la cadena de suministro» y ha señalado la necesidad de la

colaboración «para establecer estándares, que es el paso principal para la cadena de suministro. Los estándares hacen que todos estemos a bordo de esta digitalización». El responsable de MSC ha recordado los estándares que ya ha abordado la DCSA y ha recalcado la necesidad de adoptarlos, «porque eso es lo que hace la diferencia y aporta más valor a la cadena de suministro».

Uno de los principales aspectos de la digitalización es la cantidad de información que se obtiene. A este respecto, compartir «la información no es tan difícil. La cuestión es qué hacemos con la gran cantidad de datos que recibimos. Hay que acordar con el resto de los agentes de la cadena cómo vamos a compartir esos datos», ha explicado Andre Simha. El directivo de MSC se ha mostrado partidario de crear «ecosistemas digitales donde juntar los datos». En este sentido, la consejera delegada de Twill (Maersk), Anne Sophie Zerlang, ha resaltado que todo «se basa en la confianza y en la transparencia, ya que necesitamos contar con información en toda la cadena de suministro del frío». Sobre la propiedad de la información, la consejera delegada de Agroledger, Genevieve Leveille, ha puesto el foco «en la propiedad de los datos y con quién se deben compartir. La tecnología puede jugar un papel importante en qué información se lanza y cuál se retiene».

En cuanto a las principales ventajas que pueden aportar las nuevas tecnologías, Andre Simha las ha resumido en una sola palabra: «Simplificación. La tecnología que usamos debe simplificar y hacer las cosas más eficientes y favorecer a todas las partes de la cadena». A este respecto, Anne Sophie Zerlang ha señalado que las nuevas formas digitales de trabajar «aparte de aportar mayor transparencia, amplían el valor para los clientes si se les provee de la información correcta en el momento adecuado».

El uso de las nuevas tecnologías lleva aparejado la cuestión de la ciberseguridad. Andre Simha ha recordado que es un asunto «que nos concierne a todos y hay que hacer un esfuerzo para explicar a los equipos cuáles son los riesgos». Simha ha añadido que la ciberseguridad «está en un lugar muy alto en la lista de prioridades de las empresas y es parte del proceso de digitalización». En este

sentido, Anne Sophie Zerlang ha apuntado que la ciberseguridad «está ya como asunto en la más alta gestión de las compañías», que más que protegerse de los ataques, «deben hacerlo de los impactos de los ataques».