



“Se ha desatado un ‘boom’ sobre automatización para evitar problemas identificados durante la pandemia”

La demanda de maquinaria relacionada con el mundo del picking se ha sumado en los últimos meses a la tendencia creciente que el mercado intralogístico ha experimentado en el ámbito de los vehículos eléctricos. Mientras la pandemia ha disparado la actividad de actividades como el ecommerce y también ha provocado la paralización de algunas industrias, compañías intralogísticas como Linde Material Handling se han visto obligadas a adaptarse a ambos escenarios. Estas disfunciones por el coronavirus han contraído la venta de máquinas nuevas del orden del 15% interanual, en línea con el conjunto del mercado, pero su impacto en el resto de servicios ofrecidos por la compañía ha sido mínimo. De hecho, incluso ha acelerado el interés por parte de los clientes en determinadas soluciones, como todas aquellas ligadas a la automatización de operaciones.

¿Cómo se ha comportado el mercado intralogístico en los meses de pandemia?

El sector recibió su mayor impacto cuando se declaró el estado de alarma. Fue una situación bastante crítica en un primer momento, pues solo estuvieron totalmente activas las empresas con actividad esencial, que experimentaron una demanda interna brutal. Mientras tanto, en otras compañías la actividad cayó de forma brutal. Nos obligó a reorganizarnos para dar el servicio requerido a aquellas más tensionadas y aportarles rápidamente todos nuestros servicios y recursos. No obstante, la situación se normalizó tras el primer mes de confinamiento. Entonces muchos de nuestros clientes y usuarios de nuestras carretillas pasaron por ciertos apuros debido a la incertidumbre, con lo cual también tomamos medidas para apoyarles.

¿Nos puede proporcionar algún ejemplo de cómo asistieron a las empresas?

Iniciamos dos tipos de apoyo en función de su situación. A aquellas que realmente necesitaban responder rápidamente a la sobredemanda, les ofrecimos vehículos a corto plazo para cubrir sus capacidades. Además, cuando una empresa trabaja con tres turnos seguidos también necesita un servicio muy próximo, pues no pueden sufrir roturas en los vehículos. Por eso, nuestros equipos técnicos estuvieron a su disposición. Por otra parte, tenemos contratos de alquiler a largo plazo con compañías de otros sectores que estuvieron totalmente colapsados. Necesitaban una cierta relajación a nivel de costes y, por eso, llegamos a acuerdos para no incurrir en sobrecostes que en aquel momento no necesitaban o infrutilizaban.

Por otra parte, recientemente introdujeron innovaciones en su oferta como ropa inteligente para la prevención y rastreo de contagios en espacios logísticos e industriales. ¿Qué acogida están teniendo este tipo de iniciativas?

Desarrollamos inicialmente este chaleco para optimizar la seguridad en almacenes donde conviven vehículos y personas. Gracias a él, se previenen posibles atropellos o daños, pues detecta cuando una máquina se acerca y emite señales lumínicas y sonoras. Al final, se convirtió en una muy buena iniciativa no solo para la finalidad para la cual fue diseñado, sino también por su aplicación no prevista inicialmente para asegurar el distanciamiento social durante la pandemia. Ha sido un éxito tanto en España como en los países europeos donde lo comercializamos.

¿Trabajan en nuevos proyectos para ofrecer soluciones adaptadas al coronavirus en la actualidad?

No desarrollamos directamente proyectos para el coronavirus, porque se trata de una fase que, esperemos, será temporal. Sin embargo, indirectamente los vehículos automatizados, digitalizados y conectados son una medida preventiva. En resumen, todos los que evitan la presencia humana. Desde hace años, los venimos desarrollando, pues tienen la ventaja de poder trabajar las 24 horas y, cuando se producen situaciones de incremento de demanda, pueden seguir trabajando pese a las limitaciones de movilidad o de presencia de empleados en una fábrica, en un almacén o en una línea de producción. Estos sistemas pueden seguir trabajando, disponen de esta flexibilidad y capacidad, por lo que son una solución cada vez más solicitada.

Por lo tanto, ¿qué papel están jugando tecnologías como la automatización a la hora de asegurar las operativas logísticas?

Hemos notado un 'boom' muy importante en cuanto a consultas sobre este tipo de sistemas. Las empresas han sufrido un impacto y quieren evitar daños, pérdidas o mermas en su capacidad en el futuro. Por eso, les asesoramos en cuanto a qué parte de la empresa podemos automatizar, analizamos los procesos y dónde observamos áreas de mejora. Esta situación desgraciadamente ha tenido un aspecto positivo, que es la concienciación de las empresas de su reconversión en

el aspecto más digital y automático. No todas se pueden automatizar en la misma medida y a gran escala, y tampoco es necesario. Por eso, cada una debe mirar dónde aprovechar las nuevas tecnologías para implantarlas.

¿Por qué juega la customización cada vez un papel más principal en la intralogística?

Porque el café para todos no sirve. Cada planta, cada operación, cada actividad y operativa requieren de una máquina concreta. En cuanto más específica es la máquina o el sistema, se consigue una mayor eficiencia y una mayor productividad. Nuestro valor añadido es que desarrollamos y ofrecemos soluciones muy particulares para cada cliente. Disponemos de una gran gama de productos, pero además tenemos la capacidad de customizar cada uno de ellos en función de las necesidades.

¿En qué ámbitos se puede personalizar exactamente?

Por ejemplo, en máquinas que trabajan en una fundición, pues cada una es diferente. O también es necesario en sectores como el de la industria del papel, donde hay actividades muy específicas. Cuando hablamos de actividades en centros logísticos convencionales el producto suele ser más estándar, si no requieren de aplicaciones concretas en una zona de almacén con ciertas restricciones. En general, en estos casos se necesita una máquina que realmente esté preparada para la aplicación concreta y que disponga de todas las medidas de seguridad y protección, de la resistencia y habilidad para trabajar en condiciones extremas.

¿Qué retos afrontan como empresa en la actualidad?

Ofrecemos soluciones de valor añadido y, por lo tanto, queremos estar muy cerca del cliente, entender sus necesidades y proponerle una oferta concreta para que pueda diferenciarse del resto de competidores. En estos momentos, debido a la falta de movilidad a veces no es posible tener esta proximidad como realmente necesitamos. Muchas veces el interlocutor no se encuentra físicamente en las instalaciones, sino que hace home office, y esta situación nos produce algo de distorsión en nuestra forma de trabajar habitual. Nuestro principal reto a corto plazo es volver a retomar esta proximidad.

¿Cómo se configurará la intralogística del futuro?

La gran tendencia es la automatización: da flexibilidad, ahorra costes y permite buscar la eficiencia en todos los procesos. En el futuro, este tipo de tecnologías se van a implementar en todos y cada uno de los procesos de la intralogística, tanto en el almacén como en el transporte y producción. Desde la conectividad entre vehículos, hasta la transparencia, pasando por el análisis de datos para poder predecir la demanda. No es el mañana, es una necesidad del hoy. La integración de toda la cadena es fundamental si no queremos volver a sufrir lo que hasta ahora.

¿Está preparada la logística para esta automatización tan inminente?

Sí. Nos asustamos cuando hablamos de ello, porque aparecen grandes números. Pero cada empresa es un mundo, puede dar sus primeros pasos e ir evolucionando. No se necesitan hacer grandes inversiones. Hay que analizarlo muy bien, saber qué partes pueden automatizarse, si realmente es rentable, cuál es el reto de la inversión y qué beneficios va a aportar. Lo que está claro es que no podemos dejarlo atrás y olvidarnos de ello.