



La cadena de suministro minimiza el riesgo de un hipotético desabastecimiento

Los actores logísticos han dado carpetazo a la posibilidad de un desabastecimiento en las campañas prenavideñas y navideñas. Tras el alarmismo generado en los últimos meses, diversos especialistas de la cadena de suministro han constatado que la situación está bajo control y los almacenes llenos, según han corroborado durante una jornada organizada por la patronal logística UNO dentro del salón Logistics & Automation de Madrid. Si bien reconocen una cierta incertidumbre y prefieren mantenerse cautos, la posición prácticamente unánime es que las empresas están preparadas para afrontar la temporada alta de consumo con los sobresaltos habituales de otros ejercicios.

«Se escuchan rumores de apagones y de agotamiento de productos y es fácil influenciarse», ha reconocido el director de Logística de Carrefour, Antonio Aguilar. «Aún no sabemos cómo va a terminar el periodo, pero la confianza del consumidor ha subido, al igual que la inversión». En la jornada organizada por UNO, diversos actores, especialmente los dedicados al canal Horeca, han destacado el «cambio radical» que ha supuesto el verano de 2021 en términos de consumo. Esta nueva dinámica, según los expertos, ha influido en la predisposición para afrontar otro pico de consumo como el de estas fechas. «Esperamos la subida del Everest», ha bromeado el director general de

GXO Iberia, Rui Marques, pero confiados en alcanzar la cumbre sin desabastecimientos.

En esta primera jornada del salón Logistics & Automation, el sector logístico ha reconocido que la cadena de suministro sigue atenta para analizar cualquier factor que pueda influir en su operatividad, pero ha reinado el optimismo sobre el riesgo de roturas generalizadas de stocks. En el caso del sector de la alimentación, Antonio Aguilar (Carrefour) ha afirmado que «las compras se han adelantado e incluso se han duplicado». «La cadena de suministro se ha tensionado, pero las empresas hemos hecho los deberes», ha explicado el director de Logística de Coca-Cola European Partners Iberia, Gonzalo Madurga. «Tendremos una buena campaña», ha asegurado.

Passador

RETOS Y OPORTUNIDADES PARA 2022

Previous

Next