

3 Logística y RETOSOLUCIONES comercio electrónico



ENRIQUE ROLDÁN

PIZZI

**Business Development
Manager Iberia**

**Mercareon GmbH
(Grupo Transporeon)**

**Reto 1. La logística marca
la diferencia!!**

En un mundo hiperconectado e hipercompetitivo como el que vivimos, la logística marca a día de hoy, y marcará todavía más en el futuro, la diferencia.

Ser capaces de identificar todos los factores claves directos e indirectos, y controlar de una manera ágil sus flujos informativos, administrativos, de seguimiento y control, pueden hacer que cualquier proyecto sea rentable o simplemente, inviable.

En la logística del e-commerce esto se hace todavía más relevante, dado que los "timings" y las necesidades de respuesta deben ser cuasi inmediatos, además de que el cliente es cada día más exigente y hay que cumplir con el 100% de sus expectativas y necesidades, para estar a la altura y seguir creciendo.

Por todo ello, poner foco en la logística, no sólo es inteligente, sino que es un deber.

Reto 2. La logística tiene un precio ¡!!

Para conseguir romper las barreras de acceso del mercado, nos empeñamos en ganar cuota de mercado a cambio de ofrecer "todo el servicio logístico" sin coste, es decir "gratis total" - parafraseando una reflexión renombrada de nuestro reciente pasado -, creando una ilusión sobre el valor y coste de los productos, cuando en realidad toda logística, lleva aparejada costes ineludibles e inherentes, que se incrementan en función de los procesos operativos por los que transite.

Ahora, sin embargo, tenemos el reto y la obligación moral de asumir nuestros "errores" y canalizar esos costes hacia

el valor real del producto, con lo que los clientes finales se nos echarán encima o afectará sensiblemente a las ventas de nuestros productos o servicios. No podemos seguir relativizando y negando la realidad. Todo proceso supone un coste y la logística aglutina muchos de ellos y un volumen muy significativo de procesos operativos entre los que cabría destacar los de stockaje, almacenaje, de transporte, administrativos, de envío y gestión de entrega,... y la suma de todos ellos inequívocamente tiene un Coste y por ende un Precio ¡!!

Reto 3. El camino hacia la Excelencia requiere Innovar

El mercado, ya no es sólo local, ni siquiera regional, sino que ha pasado a ser Supranacional, omnicanal e interconectado.

La innovación tecnológica al servicio de la logística ha dejado de ser una alternativa, para convertirse en una necesidad e incluso una cuestión de supervivencia. Debemos escoger y utilizar hábilmente todas las herramientas tecnológicas que tengamos a nuestro alcance, para hacer frente a un mercado cada vez más exigente y cambiante. Es decir, caminamos a marchas forzadas hacia una Logística 4.0.

Todo esto nos exige y dirige inexorablemente hacia innovar, hacia una mayor colaboración y coordinación entre los diversos actores de la cadena de suministro, para que juntos, podamos detectar y mejorar todos los puntos de ineficiencia que la misma tenga y conseguir, a pesar del escaso margen operativo, seguir siendo rentables, optando a un futuro diferenciador, prometedor, duradero y con mucho trabajo, exitoso.