



Qué hay de nuevo en la logística de gran consumo

Los operadores se enfrentan a los stocks ajustados y a la reducción progresiva de los plazos de entrega

SILVIA RESA. Periodista

RESUMEN

En el mercado logístico español existen 647 empresas, con una cifra de negocios de 4.744 millones de euros. La actividad de los operadores logísticos ha crecido fruto de la tendencia a la externalización de procesos de negocio no estratégicos. El sector de productos de gran consumo es el principal generador de demanda de servicios logísticos, casi el 50% si se incluye el apartado textil. En términos logísticos, la cadena de suministro para el sector alimentario se denomina Fast Moving Consumer Goods y engloba tanto los productos de surtido seco como los que requieren temperatura controlada.

PALABRAS CLAVE: cadena de suministro, operador logístico, stocks, plazos de entrega, comercio electrónico, digitalización, gran consumo, capilaridad, punto de venta.

Comercio electrónico, omnicanalidad, conectividad y digitalización son aspectos que inciden de forma directa en la evolución del sector logístico, caracterizado por la existencia de grandes grupos multinacionales que procuran hacer frente a la política de stocks ajustados y de reducción de plazos de entrega propia del sector de gran consumo. El cual por cierto no da apenas valor a la parte logística, que se convierte en el eslabón que más sufre dentro de la cadena de suministro

“El de logística es un sector en alza y no sólo al considerar a los operadores o a las empresas de transporte, sino también como actividad logística en sí misma, dado que todo hay que moverlo, por lo que un buen sector logístico garantiza el desarrollo económico”, dice Gabino Diego, director del Área de Empresas y coordinador del Área Logística de IMF Business School; “ha cambiado mucho durante la última década, porque las necesidades del gran consumo también lo han hecho”.

Los cambios se han producido tras diversos ejercicios de crisis, por lo que las empresas del sector han modifica-

do sus estructuras, para adaptarse a aspectos tales como la demanda generada por el e-commerce o la exigencia de plazos de entrega cada vez más reducidos. Empresas como DHL Supply Chain, XPO Logistics o el grupo especializado en logística de frío Stef son las principales del sector en el mercado español.

Para Gabino Diego, “la logística está marcada por el comercio electrónico y la omnicanalidad que la están transformando, junto al proceso de digitalización en general, especialmente el seguido por el consumidor”. “El que consume logística –continúa este experto– está demandando operaciones en la Red y el sector ha de acoplarse”, aunque no todos salen igual de bien parados: “no se está dando valor a la parte logística, los minoristas te dicen que te lo mandan a casa gratis, y no lo es, lo que sumado al impacto de las nuevas tecnologías lleva al sector a una estructura de dominio por parte de grandes grupos, con vistas a la optimización de los costes, lo cual a su vez provoca que en la cadena de suministro quien más sufra sea el operador logístico, sometido cada vez a unos stocks más ajustados y a unos plazos de entrega reducidos”.

En el “Estudio de caracterización del sector de transporte y la logística en España”, elaborado por la asociación empresarial UNO en marzo de 2017, se recoge: “desde el punto de vista de la demanda de productos, históricamente las empresas de gran consumo han estado ligadas al país de origen, primando la logística de aprovisionamiento; hoy en día y a pesar de la política de deslocalización de la producción, muchas compañías se encuentran cerca del consumo, ya que el volumen de mercancías a transportar es elevado”.

Esta cercanía entre la producción y el consumo permite la contención de los costes logísticos, punto en el que coincide Gabino Diego: “cada sector tiene su estrategia; por ejemplo, por parte de la oferta está el e-commerce y lo que está transformando éste; desde los clientes se llega a la optimización de la cadena, provocando cada vez una mayor integración de los agentes que intervienen en la misma, donde ya he comentado que quienes salen peor parados son los operadores”.

Entonces, en el sector de gran consumo se ha pasado desde una postura centrada casi exclusivamente en la logística de aprovisionamiento a otra que sitúa el protagonismo en la distribución, la cual hoy es clave para las empresas de gran consumo en el mercado español.

“El sector de productos de gran consumo es el principal generador de demanda de servicios logísticos, casi el 50% si se incluye el apartado textil”, dice Alejandro Sánchez, responsable del Área Logística en la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (Aecoc); “la externalización de las actividades de logística y transporte por parte de las empresas es creciente y ha generado la aparición de un sector logístico de grandes dimensiones, pero además factores como el comercio electrónico han llevado al incremento de la llamada logística en la última milla urbana”.



FAST MOVING CONSUMER GOODS

En términos logísticos, la cadena de suministro para el sector alimentario se denomina Fast Moving Consumer Goods y engloba tanto los productos de surtido seco como los que requieren temperatura controlada.

Se dice que esta cadena “reconstruye el proceso de los productos de alta rotación” y tal y como se dice en el estudio de UNO “distingue entre fabricación y distribución; dentro de la primera se engloba el aprovisionamiento del fabricante principal y la propia producción o transformación del producto final”.

Por lo que respecta al área de distribución se distingue entre la distribución a las redes de puntos de venta de los grandes minoristas y otra más tradicional a través de los distribuidores y las Mercas, las unidades de comercio mayorista pertenecientes a la red de Mercasa.

Este último es el caso, por ejemplo, de Mercamurcia. “Esta estructura especializada en distribución agroalimentaria tiene su origen en el abastecimiento de productos frescos a las ciudades, facilitando su llegada desde los puntos de origen hasta las zonas de consumo”, dice Ricardo Rubio, gerente de esta unidad alimentaria; “es por esto que el área de perecederos es la de mayor peso para nosotros, al representar el 90% del volumen de productos comercializados en nuestra Merca, siendo las frutas y hortalizas donde existe la mayor concentración de volumen, con más de 80.000 toneladas comercializadas al año, seguidas de la carne y sus derivados, con cerca de 17.000 toneladas y por el pescado, el de menor peso específico en nuestros mercados”.

“Si se comparan los volúmenes de comercialización obtenidos en estas tres secciones durante los años 2014 y 2016 se obtiene que el Complejo Cárnico ha aumentado en el 12,51%, el Mercado de Frutas y Hortalizas el 3,7% y el Mercado de Flores y Plantas el 7,02%”, dice el gerente de Mercamurcia, destacando que todas las actividades han aumentado su co-

mercialización en los tres últimos ejercicios, “lo que significa que Mercamurcia tiene un gran potencial para convertirse en referente del sector alimentario en su área de influencia, con un perfil claramente multiproducto, debido a la diversificación de sus mercados y de sus operadores, a pesar de la gran competencia existente en su entorno”.

OPERADORES LOGÍSTICOS

“Podemos considerar que el sector logístico en España es eficiente”, dice Alejandro Sánchez, de Aecoc; “muchas empresas con logística propia han realizado importantes inversiones en almacenes automáticos y procesos de picking y distribución automatizados, por lo que nuestro país está por encima de muchos otros europeos en esta materia”.

Tal y como se recoge en el estudio de la asociación UNO, en el mercado logístico español existen 647 empresas, con una cifra de negocios de 4.744 millones de euros; “la actividad de los operadores logísticos ha crecido fruto de la tendencia a la externalización de procesos de negocio no estratégicos”, dice Alejandro Sánchez, de Aecoc; “actualmente es un sector mucho más concentrado, donde el 10% de las empresas generan el 80% del negocio”.

Estas compañías se clasifican como multinacionales, integradas por proveedores o unidades de negocio nacionales de los grandes grupos y otras empresas de ámbito local dedicadas al transporte o almacenaje y adquiridas por compañías que anteriormente ejercían monopolio. Se trata, según el citado estudio, de divisiones de grandes grupos empresariales y pequeñas empresas sectoriales que han evolucionado desde una dedicación específica, como la actividad frigorífica hasta la creación de pequeños grupos logísticos. Es precisamente la actividad logística relacionada con la temperatura controlada o dirigida una de las más relevantes en las plataformas de los mercados.

“En Mercamurcia es prioritaria la prestación de servicios especializados a la distribución alimentaria, principalmente de alimentos frescos”, dice Rubio; “la superficie destinada a actividades de almacenaje y logística en las secciones de Multiuso



y Zona de Actividades Complementarias supera los 100.000 metros cuadrados”.

“La superficie frigorífica total es de 10.500 metros cuadrados”, explica el gerente de Mercamurcia; “la sección con más volumen de superficie es el complejo cárnico, con el 20% del total, seguido del Mercado de Frutas y Hortalizas con el 18,5%”.

De la superficie total, 1.500 metros cuadrados corresponden a la unidad alimentaria, mientras los 8.900 metros cuadrados restantes “son propiedad de empresas ubicadas, en la Zona de Actividades y Multiusos”, dice el gerente de Mercamurcia. Es el caso de compañías como Friomed y Frigoríficos Morales, especializadas en logística y distribución, con importantes instalaciones de frío de gran capacidad de almacenaje.

“Desde 2016 –señala Rubio– se están instalando en nuestro recinto empresas transporte por carretera, lo que convierte a Mercamurcia en un punto de concentración intermedia del abastecimiento de mercancías con origen en la región de Murcia y salida hacia otros mercados nacionales e internacionales”.

Para facilitar estos nudos de concentración logística “se ha adaptado una de las parcelas disponibles para actividades complementarias y se ha creado un parking de flotas de camiones para empresas especializadas en este sector”.

CONEXIÓN ENTRE ESLABONES

“La logística tiene un peso muy importante en el sector de gran consumo”, dice Alejandro Sánchez, de Aecoc; “depende del tipo de producto de que se trate, pero la suma de procesos de logística y transporte representa entre el 7% y el 9% del precio de venta de los productos”.

“En cuanto a las bebidas, el peso de estas actividades puede alcanzar el 30%”; por lo que, según el responsable del Área Logística de Aecoc, “esto explica que haya una gran motivación para obtener eficiencias tanto en la logística de almacenes como en el transporte”.

Este último a su vez representa más de la mitad del coste logístico, “de ahí la relevancia de la reducción de costes mediante la optimización, tanto en lo que se refiere a la ocupación de los vehículos, a las mayores capacidades de carga o la optimización de rutas”, dice Sánchez.

Precisamente en el sector de transporte por carretera, España presenta una característica diferencial respecto a los demás países europeos: su alto grado de atomización; “en mercados como Alemania o Francia, con un tamaño entre el 20% y el 30% mayor, el número de empresas de transporte es inferior en el 70% al existente en España”, dice Sánchez; “la atomización lastra la productividad del sector transporte en términos de valor y no facilita la introducción de nuevas tecnologías o modelos de organización del trabajo que permiten ganar eficiencia, aunque se está produciendo la reducción del número de empresas, si bien de forma lenta”.

“La apertura internacional de los negocios ha llevado a la puesta en marcha de redes estratégicas globales para responder a la demanda de forma eficiente y con servicios de alta cali-



MERCAMURCIA

Alimentos de Calidad a su Alcance



El Centro de
Distribución Logística
Agroalimentaria
más importante
del sureste de **España**



Complejo **Cárnico**



Mercado de **Frutas y Hortalizas**



Mercado de **Pescado**



Mercado de **Flores y Plantas**



Zona de **Actividades Complementarias**



Y mucho más...



mercamurcia.es



@mercamurciainfo



/mercamurcia

dad en cualquier parte del mundo”, puede leerse en el informe de caracterización del sector logístico y de transporte arriba citado, que cede el protagonismo a la cadena de suministro: “la gestión correcta de la cadena es más complicada cuanto mayor es el número de agentes de valor añadido que se incorporan, por lo que se convierte en prioritaria para muchas empresas”.

De aquí se colige la importancia de la coordinación entre las empresas implicadas en el proceso, con vistas a “reducir plazos de entrega y costes”.

Todo ello lleva a la vuelta al operador logístico integral, encargado de toda la cadena logística del producto, desde el almacenaje, el transporte, la gestión, el tratamiento de la información hasta la consultoría logística; o también la colaboración externa entre agentes, mediante estrategias como “end to end”, es decir, desde el origen de fabricación de un producto hasta su llegada al punto de venta.

Y no faltan propuestas como las destinadas a potenciar una cadena de suministro global, como el proyecto europeo Alice que funcionaría a modo de una Internet física en el horizonte de 2050: “mediante una red de centro o hubs que reciben y envían mercancías hasta el centro más próximo al receptor, que será el encargado de hacer llegar la mercancía”.

Dice Gabino Diego, de IMF Business School que “hay necesidad de optimizar la cadena de suministro, integrándola cada vez más, dando mayor relevancia a la intermodalidad, que a su vez llevaría a la reducción del uso de la carretera por motivos medioambientales”; “la digitalización afecta también a este sector, modificando los modos de uso, ya que el cliente es el más digitalizado”.

PONER EN VALOR

“Pretendemos aportar valor a través de acuerdos que generen eficiencias entre las empresas de la cadena de suministro”, dice el responsable del Área Logística de Aecoc; “desde la organización se aportan tecnologías y estándares de identificación de productos para compartir información, recomendaciones y buenas prácticas logísticas, conocidas como RAL y se pretende incentivar la colaboración entre empresas, una de las principales áreas en las que se puede ganar eficiencia”.

Es justamente en aras de la mencionada eficiencia por lo que las empresas de transporte por carretera y otros agentes logísticos se sienten presionados en términos de competitividad, tal y como se cita en el estudio de caracterización del sector de UNO: “son los mercados, pero también la densidad y la congestión de las carreteras, la legislación en cuanto a las horas de trabajo de los conductores, el incremento en el precio de los combustibles, las legislaciones medioambientales o la presión de las instituciones por incrementar el uso del ferrocarril los factores que afectan a l sector logístico cuyos operadores, sometidos a una alta competencia, han de reducir progresivamente sus precios, mientras sus costes siguen aumentando”.

En este sentido las perspectivas son poco halagüeñas, dado que los márgenes comerciales de estos agentes logísticos son

CUADRO 1

Datos básicos sobre logística en España

Número de empresas	165
Número de empleados	19.000
Mercado (mill. euros) *	
· 2014	3.725
· 2015	3.850
· 2016	4.000
Crecimiento del mercado *	
· % var. 2015/2014	+3,4
· % var. 2016/2015	+3,9
Concentración (cuota de mercado conjunta)	
· Cinco primeras empresas (%)	41,0
· Diez primeras empresas (%)	59,4
Previsión de evolución del mercado *	
· % var. 2017/2016	+3,5

(*) Facturación derivada del almacenaje de mercancías y de las operaciones asociadas realizadas sobre las mercancías almacenadas –manipulación, transporte y distribución–. Excluye la facturación por servicios no asociados a operaciones de almacenaje. Fuente: Datos DBK. 2016.



cada vez menores. Sin embargo, tal y como consideran los expertos “las exigencias medioambientales están favoreciendo al sector, pues la reducción del 30% en la distancia recorrida con camiones vacíos, además de redundar en la mejora del coste energético para los operadores, está promoviendo la cooperación entre empresas, interesadas en gestionar de forma conjunta sus respectivas cadenas de suministro”.

Para todo ello se requiere una adecuada gestión tecnológica; “la logística es cada día más e-logística”, dice Sánchez, de Aecoc; “sin la tecnología, aquella no podría cumplir con el nivel de servicio que se requiere, ni hacerlo tampoco con los costes ajustados”.

Como principales tendencias, el portavoz de Aecoc destaca: las tecnologías de identificación por RFID, la automatización de almacenaje y picking, los almacenes automáticos y el software de gestión, además de los retos implícitos en la llamada logística 4.0, es decir, el “Internet de las cosas” o el Big Data. ■