

Logística y transporte en el nuevo milenio

Por Daniel Susaeta

Profesor de Dirección de Operaciones del IDE Business School, Ecuador

Una verdad incuestionable: aire y agua son necesarias para la vida. Para las empresas también es necesario hacer llegar sus bienes y servicios al consumidor. No lo vamos a discutir. La logística —lo que involucra transportar, almacenar, empacar— siempre será imprescindible para toda empresa.

Lo que quiero resaltar en este artículo es, entonces, la necesidad de vigilar con suma atención las tecnologías que transforman el “cómo” los consumidores buscan satisfacer sus necesidades y éstas marcan tendencias que afectan a las empresas del presente y las necesidades de transporte y almacenamiento en un futuro cercano.

Desde siempre podríamos afirmar que el avance tecnológico abre nuevas formas de hacer las cosas. Antes, para transmitir mensajes, información o conocimiento, se hacía de forma verbal. La escritura permitió preservar en el tiempo estas ideas y pasarlas a través de los siglos. La imprenta masificó estos escritos haciéndolos transportables, replicables y, de esta manera, accesibles. Hoy, la tecnología digital entrega increíbles cantidades de información a la humanidad entera, a velocidades “instantáneas” y disponibles en un dispositivo que cabe en la palma de la mano (smartphone) o en la muñeca (smartwatch)... ¡o quién sabe dónde a la vuelta de algunos meses! Muchísimas empresas han

visto cómo esto ha transformado sus negocios y cómo algunas de las actividades, que en el pasado eran imprescindibles, hoy ya no existen. Por ejemplo, impresión, transporte y exhibición de libros en estanterías de las librerías para ser adquiridos por los consumidores. En la actualidad, todos conocemos y seguramente ya ni leemos los libros sino que los escuchamos¹.

Es a este tipo de cambios, que eliminan o modifican las actividades logísticas, al que queremos señalar. La tecnología digital ya tiene en mira la próxima industria a ser transformada: la educación. David Roberts, experto en tecnología disruptiva de Singularity University, se atreve a predecir el fin de las universidades tradiciona-

¹Hoy coexiste aún los formatos de libro en papel y digital. Faltará ver si en algún momento uno sustituirá permanentemente al otro.

Logística y transporte en el nuevo milenio

les². Hace tiempo, Amazon ha demostrado que no necesitamos ir a un local comercial físico para hacer compras... Es evidente que los grandes supermercados del mundo hace rato saben de esto y algo deben estar haciendo para asegurar su lugar en el futuro de las empresas existentes. El impacto de la tecnología en la vida de todos es innegable y provoca nuevas tendencias, patrones de comportamiento, claramente marcados en quienes hoy llamados millennials. Quienes somos padres de algunos de ellos sabemos que son diferentes.

Empresas que se dedican al transporte, almacenamiento, empaque, etc. de productos están —o deben estar— atentas a cómo estos cambios afectarán su modelo de negocio, tamaño de mercado y posibilidades de supervivencia. Hoy, el comercio global se ve afectado por restricciones coyunturales —realidad económica, política y social del Ecuador—. Pero no es ajeno a nadie las diferencias de bienes y servicios ofertados, en variedad y precios, en otros países y asequibles en el comercio digital (On-line Stores). ¿Seguirá así eternamente?... Cuando la compra de bienes y servicios a través de canales digitales se masifique³ en el Ecuador, las necesidades logísticas de entregas de pocos productos, en todo el territorio nacional y en tiempos increíblemente cortos, generaría volúmenes de negocio y exigencias bien diferentes a las que hoy dominan nuestro entorno. Hoy, en conjuntos de edificios residenciales en Madrid, España, se instalan casilleros que se alquilan temporalmente para facilitar la recepción de productos comprados digitalmente, por ejemplo en Amazon y otras “online stores”. Estos casilleros notifican automáticamente al comprador que su entrega ha sido realizada.

Otras tecnologías que también prometen alterar en un futuro próximo nuestras vidas deben estar en el foco de atención. La industria masiva tradicional ve ahora cómo las tecnologías de impresión 3D pueden dar soluciones personalizadas de productos que antes se hacían en masa, con especificaciones genéricas, a precios muy competitivos que empleaban cadenas de abastecimiento internacionales. Con estas nuevas tecnologías se podrán brindar productos personalizados alterando el volumen de las transacciones logísticas del pasado e inclusive eliminando pasos. Las especificaciones técnicas que permiten a estas impresoras 3D “construir” los productos, se transmiten desde cualquier lugar del mundo digital a estas instalaciones de manufactura 3D cerca de los mercados, dejando solo las actividades logísticas de abastecimiento de materia prima a estas impresoras y luego la entrega personal al consumidor, basada en cercanía, pues el tiempo de

respuesta corto es la norma (días, horas, minutos,...). Se puede imprimir hoy en fibras similares a la tela, nylon, vidrio, resinas, acero, hormigón, etc... Un amplio abanico de opciones a considerar.

Los drones, a más de ser divertidos como juguetes o peligrosos como armas, son en esencia un medio de transporte. Se habla de entregar pizzas a domicilio usando esta tecnología... ¿Veremos esto?... Sin duda alguna el problema no es si ocurrirá, sino cuándo. Esta amenaza —y al mismo tiempo oportunidad— es lo que hemos querido resaltar en este artículo pues la importancia de la logística es incuestionable en el mundo físico contemporáneo y futuro. Lo relevante es poder anticipar las transformaciones que se darán y estar ahí listos con modelos de negocios logísticos adecuados, que permitan a las empresas de este tipo seguir siendo útiles a la sociedad.

²Diario El País, España, 25-oct-2016, “La mayoría de Universidades del mundo van a desaparecer”.

³Probablemente por el efecto globalización

EL AUTOR



Daniel Susaeta Vásquez es Doctor Candidate en Management Sciences por ESADE Business School, Universitat Ramon Llull, España y tiene el grado de MBA por el IDE Business School, Ecuador. Es Ingeniero de Producción por la Universidad EAFIT, Colombia. Es Gerente General de Editorial Susaeta, Ecuador. Actualmente forma parte del Consejo Directivo del IDE Business School, en donde es Director Académico y de Investigación.

Versión ampliada del artículo publicado en Revista Enfoque del Grupo Vistazo, el 1 de septiembre de 2017