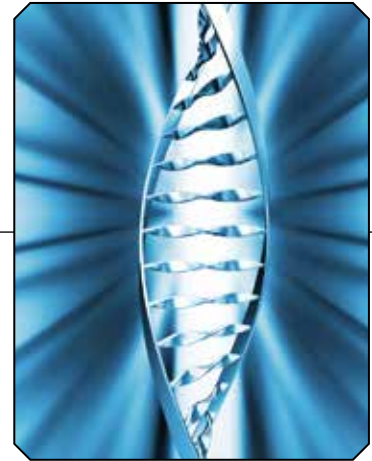


RESEARCH

Fuente: Porter Novelli *



Las ventas al detalle representan una oportunidad para los operadores logísticos

A medida que los 3PLs planean transformar sus modelos de negocio, más proveedores adoptan soluciones CRM basadas en la nube para mejorar la relación con los clientes.

Penske Logistics, proveedor global de servicios logísticos y servicios de cadena de suministro, en conjunto con Capgemini Consulting, la marca global de consultoría estratégica y de transformación del Grupo Capgemini, y Penn State University, proveedor mundial de soluciones de administración de talento Korn/Ferry International, anunciaron los resultados del 19° Estudio Anual de Logística Tercerizada (3PL) 2015 que analiza al mercado global de tercerización de retailers (fabricantes o comerciantes al detalle) y proveedores de logística (3PLs) en la industria.

El reporte mundial más reciente muestra que las relaciones entre retailers y 3PL continúan prosperando a medida que se abre un nuevo panorama de ventas al detalle en todos los canales. Debido a que los consumidores buscan la oportunidad de comprar en todo momento, los establecimientos de ventas al

detalle están comenzando a invertir en tecnología, recursos de cadena de suministro y estrategias de satisfacción que brindarán una experiencia transparente en todos los canales de ventas al detalle.

Debido a una economía global inconsistente, los retailers reportan que en promedio, el 36% de los gastos de logística totales está relacionado con la tercerización, en comparación con el 44% del año pasado. Sin embargo, el 67% de los retailers está incrementando el uso de los servicios de logística tercerizada este año (72% en el 2013). El 53% de ellos está reduciendo o consolidando el número de 3PLs que usan. Para casi un tercio (32%) de los retailers y 3PLs encuestados, el servicio al cliente es la fuerza detrás de la inversión en múltiples canales.

Con base en las respuestas de más de 770 retailers y proveedores de servicios logísticos en Norteamérica, Europa, Asia Pacífico y Latinoamérica, el reporte concluye que aunque

es bien entendida la importancia de una red con múltiples canales, las cadenas de suministro de estos canales siguen madurando, dejando abierta una brecha entre las expectativas de consumo / venta al detalle y las compañías que adoptan un enfoque de “esperemos a ver qué pasa”.

Asimismo, se menciona que el servicio al cliente (32%), los niveles de servicio (23%) y los costos de envío (11%) son impulsores clave para adoptar un enfoque de múltiples canales. Sin embargo, un tercio de los encuestados (33%) no está preparado para manejar tales formas de venta al detalle. Sólo el 2% de los encuestados se calificó como un elemento de alto rendimiento en el espacio de múltiples canales. La mitad de los encuestados (50%) está evaluando o invirtiendo en nuevas estrategias de satisfacción para permitir que crezca la red de múltiples canales, pero el 16% está utilizando o considerando la entrega a domicilio de su tienda local, 15% hace o planea una entrega en domingo, 12% usa o investiga sobre

entrega a clientes en la que un comprador de la tienda entrega los bienes, y el 11% está usando o considera el servicio de recolección.

“A medida que los clientes continúan pidiendo más servicios de los retailers y, en última instancia, de los 3PLs, es posible que el modelo de negocios 3PL siga evolucionando aún más. Si las compañías continúan invirtiendo de forma creativa en soluciones de múltiples canales y pactando nuevas asociaciones, estas nuevas soluciones tienen el potencial de alterar la forma en que los 3PLs existentes hacen negocios”, comentó Shanton Wilcox, Vicepresidente de Administración de Cadena de Suministro de Capgemini Consulting.

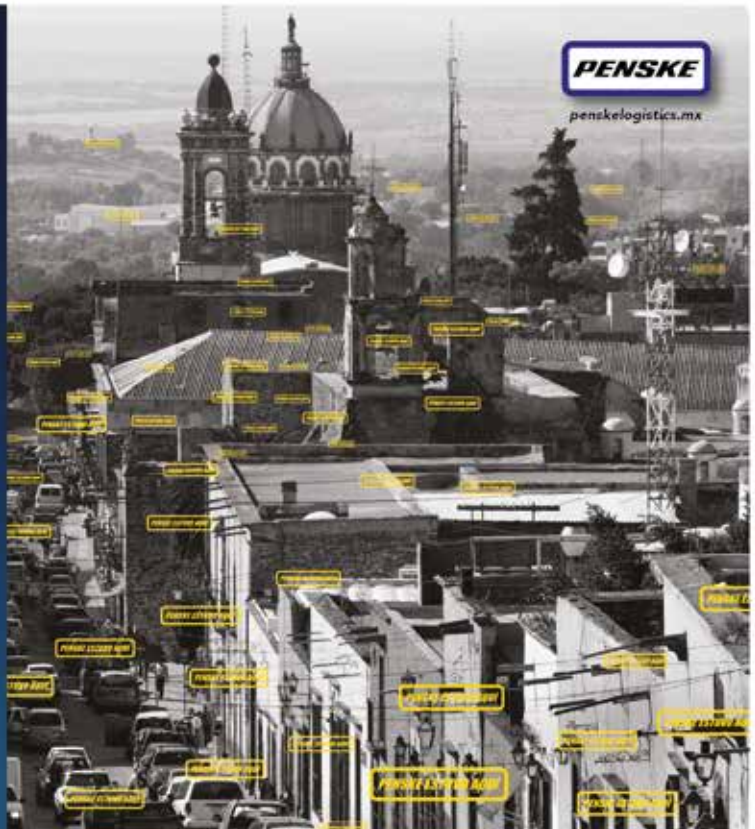
Tanto retailers (75%) como operadores logísticos (77%) están de acuerdo en que el sector 3PL podría beneficiarse significativamente de la disponibilidad de capacidades de Administración de Relaciones con Clientes (Customer Relationship Management - CRM) personalizadas según la industria. Para los 3PLs, esto

significa optimizar los flujos de trabajo y procesos globales, para brindar visibilidad de nivel ejecutivo a líderes comerciales e identificar ineficiencias y cuellos de botella en operaciones comerciales; para los retailers, entrega de información en tiempo real sobre temas como visibilidad de entregas. Para el 40% de los retailers, los procesos de licitación son decisivos para que los 3PLs utilicen o no tecnologías CRM eficientes.

Debido a que los establecimientos de ventas al detalle cada vez son más dependientes de la tecnología para la visibilidad en tiempo real de operaciones, los retailers y proveedores 3PL están invirtiendo en sistemas de administración de almacén (58%), software de planeación de recursos empresariales (54%), sistemas de administración de transportación (54%), visibilidad de cadena de suministro (43%), add-ons para sistemas de administración de almacén (33%) e identificación de frecuencia de radio (RFID) (21%). Asimismo, están invirtiendo en tecnologías que les

YA CONOCE A PENSKE COMO LÍDER EN LA LOGÍSTICA AUTOMOTRIZ, PERO HAY ALGO QUE USTED NO SABE.

Penske Logistics trabaja con compañías de Fortune 500 en diversas industrias, entre ellas las de alimentos, salud y electrónica. Ayudamos a los proveedores, fabricantes y minoristas a optimizar sus almacenes, reducir los costos de transporte y realizar los trámites de aduana. No importa lo que haga, estamos aquí para usted.



RESEARCH



permiten personalizar la experiencia de compra, como aplicaciones móviles (33%).

“Las tecnologías CRM y móviles pueden generar valor para 3PLs y sus clientes. El reto será que los ejecutivos de ventas más experimentados y productivos adopten estas nuevas tecnologías”, dijo John Langley, Profesor Clínico de Sistemas de Información de Cadenas de Suministro y Director del Centro de Desarrollo para la Investigación de Cadenas de Suministro en el Smeal College of Business de la Universidad Estatal de Pennsylvania.

MÉXICO CONTINÚA GENERANDO OPORTUNIDADES PARA FABRICANTES Y 3PLS

El surgimiento de México como un destino de fabricación cercano a la costa continúa en el 2014: 40% de los retailers en el estudio indicó que han migrado algunas operaciones a México. Los retailers indicaron que están migrando las operaciones a México desde EU (55%), China (36%) y Canadá (9%).

“La ubicación y los tratados de libre comercio de México han incenti-

vado a los fabricantes para continuar invirtiendo en la región”, dijo el Presidente de Penske Logistics, Marc Althen. “Hemos tenido operaciones en México durante casi 20 años y continuamos viendo un ambiente empresarial favorable para la logística a corto y largo plazo”.

Los retailers en el estudio indicaron que México les brinda costos operativos más bajos, impuestos aduanales favorables, tiempo de tránsito reducido y una proximidad a fuentes de suministro. Sin embargo, los retailers también enfatizaron que los principales retos a los que se enfrentan en México son crimen, seguridad, infraestructura y regulaciones complejas.

Administración estratégica de la fuerza laboral tendrá especial importancia para la industria 3PL, ya que se espera que se enfrente a una escasez de talento.

En el estudio, 62.6% de todos los encuestados dijo que están teniendo dificultad para encontrar o atraer talento, y se espera que la tasa promedio de incremento de contratación dentro de la industria de cadena de suminis-

tro de crecimiento sea más alta que la tasa promedio de crecimiento en otras ocupaciones. Las estimaciones muestran que 60 millones de personas saldrán de la industria en el 2015, pero sólo hay 40 millones de personas para llenar el espacio. Esto se debe a que las posiciones existentes dentro de la industria de cadena de suministro y la dinámica de los profesionales de la cadena de suministro cambian rápidamente.

“Las cambiantes cadenas de suministro multicanal ya están tomándose con seriedad este modelo de negocios y comenzando a buscar formas de optimizar su proveedor 3PL”, dijo Zack Deming, experto en Servicios de Logística y Transportación en Korn/Ferry International. “Optimizar la administración de la fuerza laboral a través del uso de herramientas de planeación analíticas puede ayudar a preparar a las empresas para la escasez potencial de talento”. ■

* Para mayor información sobre este estudio, favor de contactarse con Gabriela Sandoval: gabriela.sandoval@porternovelli.com