

ECONOMÍA

Cristina RUIZ- Madrid

El próximo martes abre sus puertas el 18º Salón Internacional de la Logística y la Manutención (SIL) en Barcelona. Hasta el próximo 9 de junio, los distintos expositores tendrán la oportunidad de presentar sus propuestas en un sector muy importante no sólo desde el punto de vista macroeconómico, ya que representa el 5,5% del Producto Interior Bruto (PIB) español y genera 850.000 empleos en nuestro país, sino también desde la perspectiva de la organización empresarial. Los promotores del evento, el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona, y algunas de las empresas expositoras participaron en la Mesa de Análisis «Logística y Competitividad Global», organizada por el diario LA RAZÓN en colaboración con el Consorcio, en la que tuvieron la oportunidad de debatir tanto el momento actual que vive el sector, en pleno auge, como sobre sus retos de futuro, derivados de la e-commerce, las nuevas tecnologías y del cambio de mentalidad de los consumidores.

# «La competitividad debe ser la clave de las empresas logísticas»

**El 18º Salón Internacional de la Logística y la Manutención (SIL), que se celebra en Barcelona, mostrará las últimas propuestas en un sector que ha vivido una auténtica revolución en los últimos años**

Una de las propuestas que se podrá ver en la feria de este año es el tren que circula por una línea férrea de 13.000 kilómetros de longitud que une España con Yiwu, un gran supermercado desde donde se abastecen los comercios chinos, y que se presenta como una alternativa al transporte marítimo de mercancías. «Nuestro objetivo es promover el transporte y modernizar la industria logística, pero también fomentar los intercambios comerciales con España, de manera que las empresas españolas también puedan beneficiar del tren, al poder hacer llegar por este medio sus mercancías a China. Tenemos la ambición de crear una vía de doble sentido», asegura Wenjin Mao, presidente de la Fundación del Intercambio entre Yiwu y España.

Este tren es sólo un ejemplo de cómo ha cambiado la logística en los últimos años, que se ha tenido que adaptar a un nuevo entorno. La introducción de las nuevas

tecnologías, que ahorran costes y agilizan los procesos de recepción de las mercancías, la globalización, que ha dado lugar a un mundo en el que ya no existen fronteras, y los cambios en los hábitos de compra de los consumidores de la mano del desarrollo del comercio electrónico han llevado al sector a tener que enfrentarse a una serie de retos si desea satisfacer las necesidades de un cliente cada vez más exigente.

«HA SURGIDO UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO POR EL E-COMMERCE, EL QUE SE HACE ENVÍO A ENVÍO»

«EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS, NO SE HAN CONSTRUIDO NAVES INDUSTRIALES EN ESPAÑA»

«LA DISTRIBUCIÓN HA CAMBIADO. TENEMOS QUE BUSCAR LA EFICACIA, LA EFICIENCIA Y LA RAPIDEZ»

Las más fuertes Blanca Sorigué, directora general del SIL, considera que si hay un sector que ha apostado claramente por la innovación, ése ha sido, sin duda, el logístico, algo que se verá en el Salón, donde estará representada toda la cadena de valor. Y es que, tal y como destaca Jordi Cornet, delegado especial del Gobierno de El Consorcio de la Zona Franca de Barcelona, España en general, y la Ciudad Condal en particular, han sido pioneras en todo lo que se refiere a desarrollo logístico, un sector que «ha resurgido con fuerza» (su volumen de negocio creció un 4% y su nivel de desempleo descendió un 11% en 2015), más teniendo en cuenta que la crisis se «llevó por delante» en España al 17% de las compañías dedicadas a la logística. «Las empresas que han quedado son hoy más fuertes. Deben aprovechar la ventaja que les brinda el fácil acceso a un mercado de 470 millones de personas que utilizan el español como lengua», asegura Cornet.

«La competitividad debe ser la clave de las empresas logísticas», afirma Fernando Gutiérrez, responsable de la Delegación de Madrid de Crown, fabricante estadounidense de carretillas. «Aunque no somos una empresa de logística, sí aportamos nuestras soluciones a este tipo de compañías para que sean más productivas y puedan realizar sus «picking» de manera más rápida», precisa.

Mercasa, una empresa nacida hace 50 años para garantizar el abastecimiento de productos frescos, es plenamente consciente de la evolución que ha sufrido el sector. Por este motivo, y pese a no ser una empresa logística, sí pretendemos hacer de este área del negocio un parte muy importante. «Estamos tratando de incorporar la logística como valor añadido, para que nuestro 23 mercados se puedan aprovechar de las sinergias y de las economías de escala. Queremos ser prescriptores de servicios logísticos», explica Pablo González, director de Estrategia y Operaciones de Mercasa.

Más que transporte Otra empresa que se ha adaptado a los nuevos tiempos ha sido Correos. Para ello, ha hecho un importante esfuerzo tanto desde el punto de vista tecnológico como en la renovación de sus instalaciones. «La crisis ha llevado a la búsqueda de nuevos mercados. Los flujos de bienes y servicios son globales. En los últimos seis años, ha surgido un nuevo modelo de negocio, como es el de la carga fraccionada, aquella que se realiza envío a envío. En un entorno en el que el mercado postal va a la baja, la paquetería surgida por el e-commerce es toda una oportunidad. Estamos convirtiendo nuestras oficinas postales en tiendas, creando, además, espacios para favorecer a las pymes», expone Antonio Cárdenas, subdirector de Red Logística de Correos.

Pero la logística no es sólo transporte, sino también el almacenamiento y la manutención de

mercancías. En este sentido, el mercado inmobiliario tienen mucho que aportar al sector. Luis Lázaro, director de Merlin Properties, sostiene que la utilización de naves y almacenes adecuados también es muy importante en la cadena de valor, lo que contribuye

logística está bastante obsoleto, fruto de que «durante diez años, como consecuencia de la crisis, no se han construido naves industriales en España».

En cuanto a las recetas para aplicar al sector, José Hernández, director de Operaciones de Palletways, cree que la especialización –como la que ha buscado su compañía de palés–, es fundamental. «Tenemos que buscar la eficacia, la rapidez y la eficiencia. La distribución ha cambiado. Ya no es la que era. Están desapareciendo las tiendas físicas y han aparecido

canales de entrega directa, que van de la fábrica al consumidor final. El futuro está, por tanto, en la especialización y en el conocimiento cada uno de su canal», indica. La formación y la digitalización será, en su opinión, clave para futuro del sector.

Enrique Montañés senior vicepresident de Suply Chain Europa de CHEP considera que el sector logístico debe ser un arma de competitividad, más teniendo en cuenta que la cadena de suministro es cada vez más larga. «Las empresas logísticas ya no sólo se centran en el producto, sino que alrededor de él crean una serie de servicios que lo que persiguen es la satisfacción de cliente, cada vez más exigente, y que están muy condicionados por los comentarios que se vierten en las redes sociales», apunta. Así, Montañés apuesta firmemente por la tecnología y por la competitividad, para lo que será fundamental llevar a cabo procesos de concentración, dado que se trata de un sector muy atomizado.



Alberto R. Roldán

LAS CIFRAS

**5,5%**  
DEL PIB  
representa el sector de la logística en la economía española

**850.000**  
PERSONAS  
trabajan en nuestro país en empresas relacionadas con este área de actividad

**4%**  
CRECIÓ  
el volumen de facturación de las empresas el año pasado

**17%**  
DE LAS COMPAÑÍAS  
dedicadas a la logística ha desaparecido durante la crisis.

**11%**  
DESCENDIÓ  
el paro en el sector en 2015. Fue uno de los motores del empleo

LOS PONENTES.  
De izquierda a derecha, y de arriba a abajo, Fernando Gutiérrez, Jordi Cornet, Luis Lázaro, José Hernández, Antonio Cárdenas, Enrique Montañés, Blanca Sorigué, Wenjin Mao y Pablo González

LAS FRASES

«DEBEMOS APROVECHAR LA ACCESIBILIDAD A UN MERCADO DE 470 MILLONES DE PERSONAS»  
**Jordi Cornet** Delegado especial del Gobierno de El Consorcio de la Zona Franca de Barcelona

«SI HAY UN SECTOR QUE HA APOSTADO POR LA INNOVACIÓN, ÉSE ES EL LOGÍSTICO»  
**Blanca Sorigué** Directora general del Salón Internacional de la Logística y la Manutención (SIL)

«QUEREMOS QUE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS SE PUEDEAN BENEFICIAR DEL TREN A YIWU»  
**Wenjin Mao** Presidente de la Fundación del Intercambio entre Yiwu y España

«TENEMOS QUE CENTRARNOS EN OFRECER SERVICIOS QUE SATISFAGAN AL CLIENTE»  
**Enrique Montañés** Senior Vicepresident Suply Chain Europe de CHEP

«VA A HABER UNA GRAN DEMANDA DE PROFESIONALES Y LA FORMACIÓN SERÁ BÁSICA»  
**José Hernández** Director de Operaciones de Palletways

«ESTAMOS CONVIRTIENDO EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN TODA UNA OPORTUNIDAD»  
**Antonio Cárdenas** Subdirector de Red Logística de Correos

«TRABAJAMOS PARA QUE LOS DEMÁS SEAN MÁS PRODUCTIVOS Y EFICIENTES»  
**Fernando Gutiérrez** Responsable de la Delegación en Madrid de Crown

«EL SECTOR INMOBILIARIO DEBE SER UN PROVEEDOR DE ESPACIOS Y CREAR VALOR»  
**Luis Lázaro** Director de Merlin Properties

«LA LOGÍSTICA NO ES UNA «COMODITY», SINO UN PRODUCTO DE VALOR AÑADIDO»  
**Pablo González** Director de Estrategia y Operaciones de Mercasa

ECONOMÍA