

Imperativos de cambio en el sector del transporte y la logística

Mientras las empresas líderes del mundo compiten por transformar digitalmente áreas clave de su negocio, el sector del transporte y la logística corre el riesgo de quedarse atrás.

Con la caída de las inversiones y dado que el papel sigue siendo un pilar fundamental, ¿qué deben hacer las empresas de transporte y logística para satisfacer las demandas de un mundo digital?

Parece que la transformación digital está presente en el sector del transporte y la logística (T&L). Es cierto que aparecen multitud de titulares sobre históricos avances alcanzados por algunas de las principales empresas del sector. Por ejemplo, varias grandes empresas de transporte marítimo se han unido a la plataforma TradeLens de IBM y Maersk, DHL sigue impulsando la tecnología compatible con Internet de las Cosas para transformar su negocio y Virgin Cargo se ha aliado con Accenture para reinventar la forma en que los clientes reservan servicios con la aerolínea.

Pero los titulares pueden llevar a confusión. La transformación digital en el sector del T&L sigue siendo lenta y fragmentada, lo que no debería sorprender a muchos. El sector no cuenta con una gran trayectoria de adopción rápida de la innovación. Por ejemplo, en 2010, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés) presentó cartas de porte aéreo electrónicas para promover la digitalización de la supply chain del transporte aéreo de mercancías. Casi una década después, la penetración en el mercado ha superado únicamente la marca del 50 %.

No son solo las aerolíneas las que se esfuerzan por transformarse, la mayoría de transportistas, fuera de las grandes empresas, están atascados gestionando procesos manuales y tramitando decenas de miles de documentos en papel al año. Y el sector en su conjunto se está esforzando por

adoptar las medidas necesarias para que las capacidades de última generación, como el «sistema de seguimiento y localización» y la “visibilidad integral de la supply chain», sean la norma.

Pero la carrera continúa para definir el futuro del sector y no hay tiempo que perder. Las empresas de T&L pueden seguir adelante y priorizar la transformación digital, o pueden quedarse paradas y arriesgarse a quedarse atrás en un entorno comercial cada vez más acelerado y dinámico.

Catalizador del cambio

Aunque las empresas de T&L no reconozcan los incentivos internos para el cambio, lo único que tienen que hacer es mirar el mundo que les rodea. Se está ejerciendo presión por todos lados; una presión que cuestiona los modelos comerciales y las líneas de ingresos existentes.

Reglamentación y legislación

Tras los trágicos sucesos del 11 de septiembre de 2001, los gobiernos y reguladores de todo el mundo consiguieron aprobar una serie de nuevos reglamentos destinados a reforzar la seguridad y mitigar el riesgo de que un evento de tales características vuelva a ocurrir. Estas medidas obligaron a las empresas de T&L a adoptar herramientas digitales para cumplir con mayor facilidad la nueva legislación en materia de seguridad y aduanas.

Actualmente, estamos viendo cómo reaparecen presiones similares por culpa del entorno geopolítico cada vez más hostil. En particular, las autoridades aduaneras están obligando a los transportistas a proporcionar cada vez más datos de manera oportuna. Esto está provocando una enorme presión

en las aerolíneas, navieras y otros transportistas para permitir que sus sistemas centrales de gestión de la carga respondan a las nuevas demandas. Y cualquier empresa que transporte mercancías peligrosas, productos farmacéuticos y alimentos también debe cumplir requisitos aún más exigentes.

Si no cumplen estos requisitos, las empresas se enfrentarán a multas cada vez más elevadas. Pueden incluso sufrir restricciones en cuanto a dónde y cómo pueden desempeñar su actividad, especialmente si se descubre que transportan mercancías o carga ilegal procedente de países sancionados.

Inestabilidad geopolítica

A medida que crecen las tensiones geopolíticas, lo hace el riesgo de alteración de la supply chain. Con cuestiones como el Brexit, las manifestaciones espontáneas como las que vimos en Hong Kong y la

De hecho, la transformación digital de las cuentas a pagar puede ser un buen punto de partida para muchas empresas, ya que proporciona beneficios rápidos y es un aspecto fundamental de los esfuerzos de transformación digital de cualquier empresa.

guerra comercial entre China y los EE. UU., las empresas de T&L deben ser más flexibles y adaptables. Pero, de hecho, muchas están teniendo dificultades debido a sus sistemas y procesos anticuados.

Mayores exigencias de los consumidores

La mayor exigencia de los consumidores es otra presión que está obligando al sector del T&L a entrar en la era digital.

A medida que las empresas B2B aspiran a ampliar su negocio hasta los rincones más remotos del mundo, la gestión de la supply chain se complica cada vez más. Las empresas exigen más rapidez y más información de sus socios de T&L para satisfacer las demandas de los clientes y dar más visibilidad a su supply chain.

Mientras que en el espacio B2C, los consumidores exigen que sus productos lleguen de forma segura, rápida y barata. Las empresas de logística son el poder oculto detrás de esto y deben evolucionar para garantizar que atienden estas demandas.

Competencia

La innovación en el transporte también está rebajando los costes de transporte de mercancías en todo el mundo. Si bien se trata de algo positivo para los clientes de las empresas de T&L, esto ha iniciado una competencia desenfrenada, en la que los agentes de T&L se ven obligados a recortar costes para desbancar a los competidores. Movimientos que reducen márgenes e influyen en la rentabilidad. También hay un grupo de enérgicas empresas emergentes que están penetrando en el sector y que pretenden desbancar a los agentes establecidos proponiendo ofertas digitalizadas más centradas en los clientes.

Primer paso hacia la transformación digital

Para estructurar sus negocios con el fin de prosperar en un mundo incierto, la transformación digital debe ser una prioridad esencial. El sector del T&L tiene la oportunidad perfecta de aprovechar los cambios impuestos y utilizarlos como catalizador del cambio.

La pregunta es: ¿por dónde empezamos? La tecnología mediática, como la IA, el Internet de las cosas y la cadena de bloques, pueden cautivar la imaginación y proporcionar ejemplos de uso convincentes que permiten que las empresas optimicen, desarrollen nuevos servicios, mejoren márgenes y, en última instancia, aumenten beneficios. Pero, para muchas empresas del sector, esta tecnología probablemente esté fuera de su alcance ahora mismo. Las empresas deben aclarar los conceptos básicos, entre los que se incluyen supervisar las operaciones administrativas, como las cuentas a pagar y otros aspectos de las finanzas y el control.

De hecho, la transformación digital de las cuentas a pagar puede ser un buen punto de partida para muchas empresas, ya que proporciona beneficios rápidos y es un aspecto fundamental de los esfuerzos de transformación digital de cualquier empresa.

Muchas empresas experimentan una baja eficiencia en el proceso de las cuentas a pagar. De media, el sector tarda 9 días o más en procesar las facturas, lo que provoca mucho despilfarro internamente, ya que numerosos empleados tienen que dedicar tiempo a escudriñar montones de papeles y gestionar procesos ineficientes. De hecho, un informe elaborado el año pasado por Drewry sugiere que los anticuados procesos actuales de pagos y facturación le están

costando al sector 34 400 millones de USD al año. Mientras que el Boston Consulting Group estima que la automatización de procesos manuales puede actualmente reducir ciertos costes administrativos y de operaciones en hasta un 40 %. Esto supone mucho dinero que se puede ahorrar y utilizar de una forma más eficaz.

Los anticuados procesos de aprobación de facturas también implican que las empresas de T&L no puedan desbloquear el valor a través de herramientas como la financiación de proveedores. Estas herramientas les permitiría usar estratégicamente el excedente de efectivo o mejorar el rendimiento de su capital circulante. También les permitiría apoyar a su supply chain dándole acceso al flujo de caja tan necesario. Y en un entorno cada vez más competitivo, herramientas estratégicas como estas pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

T&L 2.0

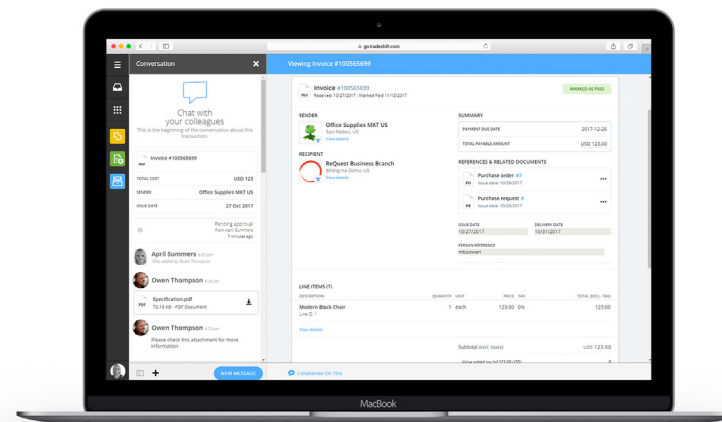
La transformación digital de las cuentas a pagar y cómo interactúas con tu supply chain no consiste solo en obtener beneficios a corto plazo, sino en

estructurar el negocio para el éxito a largo plazo. Aprovechar una red comercial y digitalizar la forma de trabajar con tu supply chain es un aspecto central fundamental para el crecimiento futuro.

Cuando ya se ha establecido este aspecto fundamental, te encuentras en una posición perfecta para impulsar aún más la innovación a través de tu supply chain. Por ejemplo, tendrás acceso a una gran cantidad de datos que puedes aprovechar y de los que puedes extraer información. Solo esto brindará a tu empresa el poder de desarrollar soluciones nuevas e innovadoras para tus clientes que satisfagan sus cambiantes demandas.

Moverse con rapidez

El sector del T&L debe moverse al ritmo de Internet y seguir ofreciendo valor a los clientes. Así, la transformación digital no debe ser un ejercicio puntual, sino un proceso continuado y en constante evolución. Las empresas pueden adoptar numerosas iniciativas para empezar, pero digitalizar las cuentas a pagar y conectarse digitalmente con tu supply chain en una red es una de las mejores formas de comenzar. Porque si



no lo haces, que no te quepa la menor duda de que tus competidores lo harán.

Caso práctico — Kuehne + Nagel

Tradeshift: ¿Por qué Kuehne + Nagel lanzó un programa de financiación de la supply chain?

Roger Sutter, Tesorero del Grupo: Hace unos seis años, experimentamos cambios importantes en nuestro sector. Nuestros clientes extendían los plazos de pago para aferrarse a su dinero en efectivo el mayor tiempo posible. Aunque aceptamos estos nuevos plazos de pago, nuestra empresa no pudo asimilar el impacto, por lo que tuvimos que extender nuestros propios plazos de pago. Identificamos que esto podría provocar problemas a nuestros proveedores, sobre todo, a algunas empresas más pequeñas que tienen problemas de flujo de caja. Para evitarlo, pusimos en marcha una solución de Supply Chain Finance, la herramienta perfecta que nos permite extender nuestros plazos de pago sin dejar de apoyar a nuestros proveedores.

Tradeshift: ¿Qué criterios establecisteis para vuestro programa de Supply Chain Finance?

Roger Sutter: Comodidad y rapidez. Nuestro objetivo clave era asegurarnos de que el dinero en efectivo

llegaba a nuestros proveedores a la mayor brevedad posible sin obligarles a realizar cambios incómodos en sus procesos.

Tradeshift: ¿Por qué elegisteis a Tradeshift para la financiación de vuestra Supply Chain?

Roger Sutter: Ya habíamos implementado Tradeshift para la facturación electrónica, por lo que muchos de nuestros proveedores ya utilizaban la plataforma para enviar facturas. Así pues, era lógico que canalizásemos la financiación a través de la misma plataforma. Esto suponía que nuestros proveedores podían enviar facturas y acceder a la financiación sin tener que utilizar otra plataforma y sin interrumpir el proceso, aportando así la rapidez y la comodidad que buscábamos. Nosotros también salimos beneficiados. Al utilizar Tradeshift para todos nuestros procesos de la supply chain, hemos consolidado todos los datos de nuestros proveedores en un solo lugar, lo que nos ofrece una única fuente de información desde la que trabajar y facilita la gestión y el control de nuestra supply chain.

Tradeshift: ¿Tuvisteis algún problema para poner el programa en marcha?

Roger Sutter: Sí. Fue complicado encontrar un banco que nos financiase. En 2015, muchos bancos eran

reticentes a asociarse con una empresa tecnofinanciera como Tradeshift porque no querían compartir información con un tercero o simplemente deseaban que utilizases su propia solución. Afortunadamente, Citi fue diferente. Tenían mucha visión de futuro y estaban encantados de asociarse con Tradeshift para entregar la solución. Y creo que la mayoría de los bancos se han dado cuenta de que la colaboración con las empresas tecnofinancieras es la forma de avanzar. No creo que otras empresas tuviesen problemas similares para incorporar a financiadores.

Tradeshift: Seis años después, ¿qué beneficios ha aportado la solución?

Roger Sutter: Desde su lanzamiento, la solución se ha ido consolidando. Ahora está disponible en 14 países y más de 300 proveedores disfrutan de los beneficios del pronto pago. No cabe duda de que hemos logrado todos los objetivos que establecimos inicialmente y muchos más. Ahora nos centramos en reforzar la solución, y en introducirla en más mercados y a nuevos proveedores.

ACERCA DE TRADESHIFT

Tradeshift impulsa la innovación de la supply chain hacía una economía conectada digitalmente. Como líder en pagos de supply chain y marketplaces, la empresa ayuda a compradores y proveedores a digitalizar todas sus operaciones comerciales, colaborar en cada proceso y conectarse a cualquier app de supply chain. Más de 1,5 millones de empresas de 190 países confían en Tradeshift para procesar transacciones por un valor superior a medio billón de USD, lo que la convierte en la red de negocio global más grande para la compraventa. Descubre el comercio para todos en tradeshift.com/es