

El sector logístico y de transporte crecerá un 2,1% este año impulsado por el comercio electrónico, según los datos que maneja Hays en su *Guía del Mercado Laboral 2018*. Este crecimiento va a generar la necesidad de contar con más profesionales, con perfiles, además, cada vez más especializados y capaces de aprovechar todo el potencial de las tecnologías de la información, así como de mejorar la eficiencia de las empresas en un mercado altamente competitivo. En este escenario ope-

ra Global L-active, compañía que ofrece servicios de consultoría, formación, organización de eventos y selección de personal, entre muchos otros. A pesar de la importancia que ha adquirido la logística para muchas empresas, considerada esencial para competir en un mercado globalizado, su director general nos revela en esta entrevista que todavía muchas desconocen la figura del consultor logístico, que aporta un valor añadido que ayuda a sus clientes a mejorar sus resultados.

Julián Rodríguez, director general de Global L-active

“Los proyectos de generación de valor siempre requieren investigación”

■ Manuel Tortajada

— **¿Cómo ha cambiado la logística en estos años?**

— Ha cambiado bastante y para bien. Sin duda la profesionalización y formación de los profesionales ha ayudado mucho. Los proveedores logísticos también han aportado muchas eficiencias. Durante muchos años, la logística incluso no existía y parecía que eran transporte y almacén por separado. Ahora son muchas las empresas que basan su estrategia empresarial en su cadena de suministro o bien en su logística, invirtiendo en recursos tanto humanos como materiales.

En la actualidad, la robótica, la inteligencia artificial, la realidad aumentada, el blockchain, el big data o los sensores son solo algunas de las tecnologías que han modificado las cadenas de suministro tradicionales y que las empresas deberían integrar en sus operaciones y estrategias de cadenas de suministro.

— **¿Cómo se crea valor en este sector?**

— La consultoría aporta conocimiento diferencial a las organizaciones y les ayuda a abordar proyectos de creación de valor, y debe ser una de las palancas en las que las empresas se apoyen para impulsar el cambio que necesitan y que su día a día les impide. Ahora bien debemos diferenciar claramente entre consultoras y consultores ‘free lance’. Las empresas deben pensar en el futuro no en el presente. Ahora nos estamos encontrando con cierto ‘intrusismo temporal’ que no beneficia al sector de la consultoría, ni tampoco al cliente. Para contratar una empresa consultora se deben tener en cuenta tres cualidades básicas: experiencia, profesionalidad y compromiso. Una vez en manos de ella, hay que confiar y dejar hacer.

— **¿Es un gasto o una inversión?**

— Tienen que pensar en el retorno de la inversión. Creo que todo es causa efecto. Si queremos que las cosas sucedan tenemos que hacer algo. En ocasiones tenemos que ‘sacudir’ la empresa. Y esto es más fácil con alguien de fuera, alguien que no esté en el día a día y que aporte la visión de otras experiencias. La respuesta de las empresas en la coyuntura actual debe ser la de afrontar el cambio estratégico, organizativo y cultural que la nueva situación demanda. Este es el papel que la consultoría debe jugar en un momento como el actual, poniendo a disposición de las empresas dos grandes activos: conocimiento acumulado y talento creativo.

— **¿Qué tipo de servicio ofrecen?**

— Nuestro servicio de asesoramiento en contratación comprende las peticiones de ofertas a las que



adjuntamos los planos de la instalación necesarios para cada tipo de proveedor y la información complementaria precisa para confeccionar las ofertas, incluyendo plazos de entrega. Para cada tipo de elemento se solicitarán varios presupuestos para de que el cliente pueda escoger el que más le convenga. Recibiremos las ofertas y las evaluaremos en precio, calidades, plazos de entrega, etc. y elaboraremos una tabla comparativa de proveedores que faciliten la labor de contratación al cliente. Prestamos asistencia al cliente en la fase de negociación con los candidatos a proveedores aportando nuestro conocimiento del sector para que el cliente pueda negociar en las mejores condiciones y con los proveedores que ofrezcan mayores garantías de seriedad.

— **¿Qué tipo de empresas buscan como cliente?**

— Principalmente, operadores logísticos que apuesten por la innova-

AL TIMÓN

Julián Rodríguez es un apasionado de su trabajo y de la logística. Toda su trayectoria profesional ha estado muy vinculada con el sector de las tecnologías y consultoría dentro del campo de la cadena de suministro. A su juicio, “la externalización puede ser una solución para que muchos

distribuidores salven este reto, una práctica que, no obstante, aún tiene un grado de implantación en España muy bajo, en comparación con otros mercados, como el inglés o el francés”. A su juicio, en la crisis, la externalización de algunas empresas ha mostrado que aporta flexibilidad y una rápida adaptación, por lo que la

implantación de este modelo de negocio es una cuestión de “madurez del mercado” y de casos de éxito”. Desde la compañía Ponemos al servicio de nuestros consultores todas las herramientas de visualización, cálculo y predicción que les permitan disponer el mayor número de informaciones posibles para un correcto diagnóstico.

ción, por el reposicionamiento de su compañía. La situación económica está afectando a todas las empresas de todos los sectores y de todos

los tamaños y por supuesto a las empresas logísticas. La teoría de las especies llevada al mundo de la empresa es que no las más fuertes

aguantarán, ni las más grandes. Sólo aguantarán las que sepan adaptarse. Y ahí precisamente queremos estar nosotros, en las compañías que ven esta crisis como una oportunidad.

Las empresas de producción y las empresas comercializadoras también están entre nuestros clientes objetivos. Aquellas empresas que apuesten por la competitividad, la mejora de los procesos y la introducción de las nuevas tecnologías en los procesos logísticos y la automatización de sus procesos.

— **¿Qué buscan ahora los clientes?**

— Sí, en gran medida. Este cambio responde en nuestra opinión principalmente al estrechamiento de los presupuestos en tecnologías de la información. Demanda -aunque menos- sigue habiendo, pero esta acontece más exigente en costes y plazos. Además las inversiones se centran mucho en la mecanización de procesos que redundan en un ahorro de costes a corto plazo, dicho de otra manera: los clientes solicitan hoy soluciones tecnológicas baratas que les hagan ser más rentables, más productivos y en definitiva más eficientes mañana.

— **¿Qué tipo de procesos?**

— Somos capaces de dar servicio a nuestros clientes en todas y cada una de las partes de su cadena de suministro desde el punto de origen hasta el punto de venta o consumo. A menudo los negocios transportan

“La robótica, la inteligencia artificial, la realidad aumentada, el blockchain, el big data o los sensores son sólo algunas de las tecnologías que han modificado las cadenas de suministro tradicionales y que las empresas deberían integrar en sus operaciones y estrategias de cadenas de suministro”

un exceso de inventario, víctimas del llamado efecto látigo en su cadena de suministro por no entender la verdadera demanda que existe. Nosotros miramos hacia el principio para analizar y comprender cómo el cliente ha estado gestionando el proceso en el pasado y determinar cuáles son sus ciclos de riesgo y demanda, con el fin de afrontar sus necesidades. Una vez se haya evaluado esto, se le ofrece la solución más apropiada.

— **¿Cómo son proyectos que se desarrollan?**

— Como parte de la gestión de la cadena de suministro desarrollamos proyectos específicos de logística de distribución. Engloba todas aquellas actividades de transporte a depósitos, almacenaje en delegaciones y operadores, reparto capilar, entrega al cliente y coordinación logística. Ayudamos a nuestros clientes en la evaluación del modelo logístico (grado de externalización y partnership), previsión de la actividad de los centros logísticos, diseño y optimización de rutas, medios de transporte, tipos de carga, identificación de operaciones de transformación del producto (kitting, etiquetado...), etc. En este tipo de proyectos nuestros clientes consiguen mejoras tales como incremento de envíos directos a clientes, reducción de los costes globales de transporte mediante optimización de rutas y cargas, incremento en el nivel de utilización de la capacidad, y en general mejora de la eficiencia global del proceso.