

Las claves de la nueva logística de la distribución



Carlos Martín
Secretario general ANCERA

En un entorno donde la disponibilidad inmediata, la rapidez de entrega y la eficiencia operativa son determinantes para la rentabilidad de distribuidores (y talleres), la capacidad logística ya no es únicamente una cuestión operativa: es una ventaja competitiva.

Y así lo confirma nuestro último Informe de Logística, que analiza la evolución de esta función estratégica en el canal de distribución de recambios multimarca en España. Un estudio que pone cifras a muchas de las cuestiones que debatimos recientemente en el Congreso de ANCERA y que evidencia una realidad compartida por todo el sector: la distribución avanza hacia modelos cada vez más digitales, eficientes e integrados para responder a las nuevas exigencias del mercado y del cliente.

De hecho, los datos reflejan que el nivel de servicio se consolida como el principal criterio de elección para los clientes, señalado por el 60,7% de los encuestados. La rapidez, la fiabilidad y la consistencia en la entrega siguen siendo elementos clave para competir, mientras que las condiciones comerciales adquieren mayor relevancia en un contexto marcado por la presión sobre los márgenes.

Pero detrás de estas cifras hay una realidad aún más relevante: la logística ha dejado de ser una función de apoyo para convertirse en un auténtico factor de diferenciación empre-

sarial. La capacidad de entregar mejor, más rápido y de forma más predecible se ha convertido en una verdadera ventaja competitiva. Podríamos incluso afirmar que, hoy, la experiencia de servicio pesa prácticamente tanto como la propia disponibilidad de la pieza.

La transformación tecnológica también continúa ganando terreno. El ERP se consolida como la principal herramienta de gestión, aumenta el uso de sistemas de gestión de almacén y el 89% de los distribuidores ya tiene digitalizada el área de administración y gestión. Además, el análisis de datos y la toma de decisiones aparecen como las áreas con mayor crecimiento, confirmando una tendencia que va mucho más allá de la mera automatización de procesos.

En este sentido, la digitalización ya no puede entenderse únicamente como una herramienta para ganar eficiencia operativa. El verdadero salto competitivo está en la capacidad de transformar los datos en conocimiento útil y ese conocimiento en decisiones más ágiles y acertadas. Anticipar la demanda, optimizar el stock, reducir ineficiencias o mejorar la planificación logística son hoy capacidades estratégicas que marcarán la diferencia entre quienes lideren el mercado y quienes se limiten a reaccionar a él.

Precisamente esta fue una de las reflexiones que compartimos en nuestro último Congreso ANCERA. Allí tuvimos la oportunidad de conocer de prime-

ra mano la visión del equipo directivo de Solera España sobre el papel cada vez más determinante de la información en la toma de decisiones empresariales. También profundizamos en el sistema de predicción de recambios que estamos desarrollando conjuntamente, una iniciativa que ejemplifica cómo la inteligencia de datos puede ayudar al distribuidor a anticiparse a las necesidades del mercado, mejorar la disponibilidad de producto y reforzar su nivel de servicio. Porque, en definitiva, el futuro de la logística no pasa solo por mover piezas con mayor rapidez, sino por saber con mayor precisión qué pieza se va a necesitar, dónde y cuándo.

Y estas son sólo algunas de las conclusiones que arroja nuestro Informe de Logística. Un estudio que, en su cuarta edición, se ha consolidado como una herramienta de referencia para tomar el pulso a la evolución de la distribución de recambios y anticipar los desafíos que marcarán su futuro. Porque, más allá de ofrecer una fotografía del momento actual, tanto este informe como nuestro Congreso responden a una misma vocación: escuchar al sector, comprender sus necesidades y contribuir a su evolución. Porque la realidad es que las empresas necesitan cada vez más información, herramientas de análisis y espacios de intercambio que les ayuden a interpretar los cambios y a tomar decisiones con mayor seguridad.

En ANCERA trabajamos precisamente con ese objetivo: acercar conocimiento, identificar tendencias y promover proyectos que aporten valor real a nuestros asociados. Porque en un entorno de transformación constante, la capacidad de anticiparse será tan importante como la capacidad de adaptarse. ■