Comunicado de prensa
15 de julio de 2020

Visibilidad en tiempo real de las empresas en sus operaciones de la cadena de suministro: ¿Qué grado de madurez tienen en el sur de Europa?

Después de haber realizado varios estudios destinados a identificar el nivel de visibilidad en tiempo real de las empresas del sur de Europa sobre sus operaciones, Generix Group, editor de soluciones SaaS colaborativas para el ecosistema Supply Chain, ha querido poner de relieve las diferencias de nivel de madurez entre España, Francia, Italia y Portugal y, por otro, ayudar a las marcas a adaptar su estrategia omnicanal en función de estas especificidades.

La globalización del comercio, la aparición de nuevas tecnologías y el advenimiento del comercio electrónico han cambiado profundamente las operaciones de la cadena de suministro. Se han vuelto más complejos y requieren un perfecto dominio de cada eslabón de la cadena de suministro.

Para hacer frente a este importante desafío, las empresas deben poder beneficiarse de la visibilidad en tiempo real de las operaciones de la cadena de suministro, lo que permite una mejor colaboración entre las diversas partes interesadas y una mayor agilidad cuando es necesario. La clave es cumplir la promesa hecha al cliente final, que ahora demanda un servicio que ofrezca la posibilidad de seguir el progreso de su pedido en tiempo real.

Cifras Clave

España es el país con la **información más fiable sobre los stocks**

El 31 % de las **empresas francesas** consideran que la visibilidad en tiempo real debe permitir que se cumpla la **promesa** hecha al cliente y el **50%** que uno de los retos estratégicos de la visibilidad es **la reducción de los gastos de envío y entrega.**

Italia es el país donde más se utiliza el **Intercambio Electrónico de Datos (EDI)** desarrollado con los clientes finales: **54%**

El 64% de las **empresas B2C** en **Portugal** no ofrecen un servicio de seguimiento durante las entregas y devoluciones de los pedidos.

Los desafíos de la visibilidad en tiempo real

En Italia (45%), España (36%) y Portugal (28%), la visibilidad en tiempo real debe ante todo responder a las exigencias del cliente final para maximizar la fidelidad del mismo. La llegada de Amazon, líder mundial

del comercio electrónico, ha favorecido la trazabilidad de los pedidos y las existencias y, por lo tanto, ha influido en el comportamiento de los consumidores, que exigen cada vez más transparencia. Para hacer frente a este desafío, las empresas españolas han implementado soluciones de rastreo que alertan a los consumidores en tiempo real. En Italia, los clientes finales quieren una total transparencia y anticipación de sus necesidades, lo que implica un aumento significativo de la complejidad de las redes logísticas. **Sólo en una segunda fase las empresas de Europa meridional ven en la visibilidad una oportunidad para ofrecer servicios adicionales** (seguimiento, modificación de la elección de la entrega, devolución).

Por otra parte, **para las empresas francesas (31%), el principal desafío relacionado con la satisfacción del cliente es mantener una calidad de servicio irreprochable gracias a un perfecto dominio de la cadena de suministro.** Para ello, las empresas francesas ponen a disposición de sus clientes aplicaciones para smartphones que integran una solución de geolocalización que informa en tiempo real al cliente sobre el estado de su pedido.

En todos los países cubiertos por este estudio, la **medición del rendimiento general de la cadena de suministro es un gran desafío**. Dentro de la cadena de suministro, el **almacén y el transporte son los dos eslabones considerados por las empresas como los más estratégicos** porque permiten lograr importantes economías de escala en los procesos que tienen un impacto directo en la cadena mundial. **Los flujos con los proveedores se perciben como secundarios**, a pesar de la influencia que pueden tener en el rendimiento.

El crecimiento de las ventas online ha aumentado el número de pedidos de productos individuales en España, lo que ha fomentado la necesidad de visibilidad de las operaciones para mejorar el proceso. En Portugal, todavía hay muchas operaciones de la cadena de suministro que se siguen gestionando manualmente. **En Francia, la trazabilidad exige que las empresas puedan reunir, depurar y analizar grandes cantidades de datos**. Además de la satisfacción del cliente y una cadena de suministro controlada de extremo a extremo, la tercera cuestión estratégica de visibilidad para las empresas es la **reducción de los costes, el envío y la entrega (50% en Francia, 48% en Italia, 38% en España y 35% en Portugal).**

La fiabilidad de los stocks

En la era del omnicanal, el concepto de localización de existencias ha evolucionado enormemente para ofrecer a los consumidores soluciones de entrega de productos como los depósitos Click & Collect en la tienda. Sin embargo, los resultados del estudio ponen de relieve **lo mucho que queda por hacer para obtener una visión de 360° de las existencias y mejorar la fiabilidad de la información.**

En Francia, el 59% de las empresas declaran tener una mejor visibilidad de las existencias disponibles en los almacenes, y el 18% de ellas declaran tener una excelente visibilidad en comparación con las situadas en las fábricas y los puntos de venta. Esta diferencia se explica principalmente por el hecho de que, históricamente, la función principal del almacén es almacenar y gestionar las entradas y salidas de mercancías. Las empresas ya han equipado sus almacenes con soluciones (WMS) para este fin, lo que les permite tener una visión fiable de las existencias, mientras que los instrumentos de caja registradora, por otra parte, no fueron diseñados para gestionar las existencias.

España es el país con la información más fiable sobre las acciones. Las empresas de allí dicen tener acceso a un excelente nivel de información, ya sea en almacenes (69%), fábricas (61%) o puntos de venta (50%).

En Italia, la fiabilidad de la información se considera "buena". Sólo el 39% de las empresas italianas afirman tener una visión fiable de sus existencias. **En Portugal, la visibilidad sigue siendo proporcionada principalmente por los proveedores de servicios logísticos y los transportistas, y el 39% de las empresas califican su nivel como "satisfactorio".**

¿Es fiable la información sobre el inventario disponible para la venta comunicada por su organización?

Intercambios con los socios, servicios de tracking y acceso a la información

En Europa meridional, la retroalimentación de la información sigue siendo en su mayor parte manual. España y Portugal, en particular, son los países en los que la visibilidad en tiempo real está más desarrollada con los transportistas. En Italia, el intercambio electrónico de datos está más desarrollado con los clientes finales (por el 54% de las empresas).

Todas **las empresas encuestadas dijeron que confían principalmente en las soluciones de sus transportistas: 52% en Francia, 46% en España, 43% en Portugal e Italia. Por consiguiente, las inversiones son sufragadas en gran medida por los proveedores de servicios en nombre de los clientes.**
Las empresas estiman que su visibilidad será mejor en 3 años. Y es todavía **en Portugal** donde las inversiones deben ser las más importantes**: el 64% de las empresas estiman que tendrán una visibilidad entre el 75% y el 100%. En este país, la visibilidad se percibe como una norma para los servicios de transporte.**

Es en España donde las empresas ofrecen más a menudo un servicio de seguimiento a sus clientes para la entrega (48% en BtoB y 39% en BtoC), mientras que Italia es el país donde más proyectos están en marcha. Por otra parte, debido a la falta de soluciones, más de la mitad de las empresas BtoC en Portugal no ofrecen un servicio de seguimiento de las entregas y devoluciones (64%).

La accesibilidad a la información está más desarrollada entre los BtoB que entre las empresas BtoC, pero sigue siendo manual, en particular a través de la correspondencia telefónica (28% en Italia, 27% en Francia, 17% en España). **En Portugal, gracias a las inversiones de los transportistas, el 16% de las empresas pueden ofrecer a sus clientes BtoB el seguimiento de la entrega. Esta tasa es el doble de la de los otros países del estudio.**

La globalización, la reubicación de las plantas de producción y el auge del comercio electrónico han multiplicado el número de socios que participan en las cadenas de suministro. Ante el creciente número de interlocutores, la necesidad de visibilidad es cada vez más importante.

La Cadena de Suministro es estratégica para el desempeño de los negocios, y sus eslabones deben estar más conectados. La visibilidad en toda la cadena permite el seguimiento y es considerada por la mayoría como una verdadera palanca de satisfacción. Numerosas empresas han declarado que tienen proyectos en marcha en esta área, particularmente en Francia e Italia. Aunque geográficamente cercanos, los dos extremos están en España, donde la visibilidad es la más desarrollada, y en Portugal, que está mucho menos dotado.

Cabe señalar que la carga de estos instrumentos de visibilidad recae con demasiada frecuencia en los transportistas, que son los únicos que soportan el costo bajo la presión de los expedidores. La información de la visibilidad en tiempo real permite poner bajo control los flujos, analizarlos e identificar y planificar nuevas palancas de mejora. Todos estos beneficios pueden contribuir a mejorar el rendimiento de la cadena de suministro y, en última instancia, la satisfacción del cliente.

Para descargar el estudio completo: **https://info.generixgroup.com/ES-ebook-visibilidad-operaciones-sur-europa.html**

Metodología: encuesta realizada por Generix GROUP entre una muestra de 292 empresas - fabricantes, distribuidores y empresas de servicios - domiciliadas en España, Francia, Italia y Portugal.

Sobre Generix Group

Generix Group es un experto en soluciones colaborativas para la Cadena de Suministro, presente en más de 60 países a través de sus subsidiarias y su red de socios. Sus soluciones SaaS son utilizadas por casi 6.000 empresas en todo el mundo. Los 550 empleados del grupo apoyan diariamente a clientes como Carrefour, Danone, FM Logistic, Fnac-Darty, Essilor, Ferrero y Geodis en la transformación digital de su cadena de suministro. Su plataforma de colaboración, el Centro de la Cadena de Suministro de Generix, ayuda a las empresas a mantener su promesa a sus clientes. Combina capacidades para ejecutar flujos físicos, desmaterializar los flujos de información, gestionar procesos de colaboración y conectar a las empresas con todos sus socios en tiempo real. Generix Supply Chain Hub está dirigido a todos los actores de la cadena de suministro: fabricantes, proveedores de servicios logísticos (3PL/4PL) y distribuidores. Para más información: www.generixgroup.com

Contacto de prensa: Open2Europe
Louise Caetano - Sarah Ousahla
l.caetano@open2europe.com - s.ousahla@open2europe.com
+33(0) 1 55 02 15 13 - +33 (0)1 55 02 15 31